KUDY VEDE CESTA Z ČESKA

CIRG

PRAKTICKÝ PRŮVODCE ZA HRANICE DOMÁCÍ HUDEBNÍ SCÉNY

Obsah

O projektu

Co je Cesta z Česka?

Slovníček

Jak si vytyčit ambice?

→ Otázky, které si zodpovědět
→ Rozhovor: Music Managers Forum
→ Komu říct o zpětnou vazbu?

Jak si vybrat cílovou destinaci?

→ Lucia Udvardyová: Co se děje ve střední a východní Evropě
→ Co se děje v Německu?
  ↳ Rozhovor: Marek Koliha (Ida The Young)
  ↳ Rozhovor: Barbora Hora, Václav Orcígr
→ Co se děje na Balkáně?
  ↳ Rozhovor: Vendula Pukyšová (sinks)
→ Co se děje v zámoří?
  ↳ Rozhovor: Václav Havelka o turné v USA
  ↳ Rozhovor: Bára Zmeková o turné v Japonsku

Jaké profese mohou s cestou do zahraničí pomoct?

→ Rozhovor: manažerka Katja Thalerová
→ Rozhovor: agent a promotér Koen Teer Hegde
→ Rozhovor: hudebník a promotér Martin Šolc
→ Rozhovor: booking agentka Nela Mikošková
→ Rozhovor: manažerka a mentorka Anna Mašátová
→ Rozhovor: dramaturgyně a zakladatelka labelu Anežka Pokorná

Anna Mašátová: Kalendář showcase festivalů

Co na turné stojí peníze?

Jak na sync a licencování hudby?

Kam pro víc informací?

Průvodce v kostce

O projektu

O autorkách

Aneta Jetmar Martínková

Aneta Jetmar Martínková je nezávislá publicistka a spoluautorka podcastu Sirény. Předtím byla součástí redakce Českého rozhlasu – Radia Wave, kde se věnovala hudební publicistice a sociálním tématům. Vystudovala Studia nových médií na FF UK v Praze, pracovala v hudebním magazínu Full Moon nebo České televizi. V roce 2021 získala cenu Jany ‚Apačky' Grygarové za hudební publicistiku. Pod pseudonymem Margo vydala v roce 2019 album, za které získala cenu Vinyla v kategorii Objev roku.

Marie Čtveráčková

Marie Čtveráčková je zvuková tvůrkyně, hudební publicistka, kurátorka a spoluzakladatelka Synth Library Prague. Dříve působila na Radiu Wave a spolupracovala také na projektu Czeching Českého rozhlasu. Nyní se věnuje především hudebnímu vzdělávání se zaměřením na popularizaci nových způsobů hudební tvorby, poslech i potenciál hudebních technologií. Ve svých aktivitách se zabývá socioekonomickým kontextem zvuku, hudby a hudební scény, ale také možnostmi překonávání stereotypů nejen na hudební scéně a v oblasti hudebních technologií.

O tomto průvodci

Tento praktický průvodce za hranice české hudební scény vznikl nad rámec výzkumu Příležitosti a bariéry přeshraniční distribuce české hudební produkce vedeného skupinou CIRG Univerzity Palackého. Jeho cílem je přiblížit zkušenosti zástupců (především lokální) nezávislé alternativní popové scény a nabídnout praktické tipy mladým kapelám a mladým lidem, kteří se chtějí věnovat například manažerským profesím. Obě autorky se věnují jak hudební tvorbě, tak hudební publicistice či organizování, a jsou tedy rovněž aktivní součástí hudební scény. Lepší propojení hudební scény i sdílení informací považují za klíčové pro její rozvoj. Jsou si zároveň vědomé strukturálních problémů a smutného faktu, že nezávislá populární hudební scéna není v lehké pozici. Pro tento materiál proto zvolily i vlídnější tón, méně formální jazyk a formu, která umožní materiál proskákat jako magazín a najít inspiraci pro konkrétní situaci.

V průvodci nejsou zahrnuty všechny hudební žánry a jejich scény, které mají svá specifika. Mezi oficiálními výstupy výzkumu najdete například odborné články, studie, metodiky nebo mapu exportu, které nabízejí možnost komplexnějšího vhledu do tématu přeshraniční distribuce české hudby obecně.

CIRG – Skupina pro výzkum kulturních průmyslů

se zabývá výzkumem kulturních a mediálních průmyslů, zejména aktuálními problémy, výzvami a konflikty, které vznikají v důsledku napětí mezi právem duševního vlastnictví, obchodními modely kulturních průmyslů, digitalizací a platformizací kulturních odvětví a změnou spotřebitelských návyků. Název skupiny je akronymem anglického názvu „Cultural Industries Research Group“. Skupinu tvoří volné sdružení odborníků z mediálních studií, práva duševního vlastnictví, mediálního práva, etiky médií, kulturní ekonomie a kulturního managementu, sociologie kultury a datové analýzy. Skupina funguje na základě projektového financování prostřednictvím projektů aplikovaného (TAČR, NAKI, Fondy EHP a Norska, OP JAK Mezisektorová spolupráce), základního (GAČR, ZIF Bielefeld, OP VVV Excelentní výzkum, DFG) či smluvního výzkumu (Státní fond kinematografie, Asociace producentů v audiovizi).

C→i←R→G

→ projekt „Příležitosti a bariéry přeshraniční distribuce české hudební produkce“ / CIRG

zpět na obsah ↑

Co je Cesta z Česka?

Co je Cesta z Česka?

Mezi návody na to, jak se se svou hudbou dostat do zahraničí, nám chyběl takový, který nemluví ambiciozním byznysovým jazykem, nedává zaručené rady a nesází výhradně na zápal a iniciativu hudebníků a hudebnic samotných.

Proto jsme sepsaly Cestu z Česka. Je to průvodce koncertováním a prezentováním hudby zahraničnímu publiku pro nezávislé umělectvo na začátku kariéry.

Najdete tu praktické tipy od zcestovalých manažerek a manažerů, ale i rozhovory s hudebníky a hudebnicemi, kteří si razí cestu sami, bez podpory profesionálního týmu.

Naše vlastní zkušenosti s hudbou i debaty s lidmi ze scény ukazují, že jediný ověřený postup pro úspěch v zahraničí neexistuje. Proto přinášíme inspiraci a přehled různorodých přístupů k plánování turné. Ten ukazuje, že někomu funguje rozsáhlé oslovování klubů, jinému osobní vazby. Někdo nejprve uspěje doma, někdo najde publikum v zahraničí. Vhodný postup závisí na žánru, zemi, fázi kariéry a možnostech.

Dozvíte se tu, jak hudebníci a hudebnice postupovali při bookování jednotlivých klubů i jaké jsou jejich zkušenosti s různými kouty Evropy. Probíráme, jestli má smysl vydávat se za oceán.

Klademe si otázku, co je to vůbec úspěch – pocity selhání vás mohou v různých fázích kariéry paralyzovat. Vaše představa o tom, kde byste měli v daný moment být, přitom může být zformovaná hudebním průmyslem v úplně jinak fungujícím regionu a trhu. Přemýšlíme proto spolu s vámi, jak si zdravě vytyčit vlastní ambice a nesložit se z komplikací. Ostatně bavit se v Česku o hudbě, jako by šlo pokaždé o výdělečný profi byznys, není vždy na místě. To se týká jen hrstky lidí. Pro většinu ostatních jde spíš o finančně nenávratnou, ale emocionálně důležitou investici. A taky o jednu z mnoha dalších prací.

Jsou tu i praktické záležitosti – přehledy kontaktů, návrhy smluv, vzorové rozpočty.

Nebudeme vám radit, jak má vaše hudba znít, aby si z ní někdo v Německu nebo Velké Británii sedl na zadek. Nabízíme vám ale otázky, které si položit, abyste snáz našli své místo, své lidi a realisticky zhodnotili, co se svojí hudbou podniknout. Nakonec je všechno hlavně o tom být spokojení a udržet balanc.

V cestě za hranice země a v propojování se zahraničními hudebními scénami vidíme velký smysl a hodnotu. I když jsou v Česku pro hudební export složité podmínky, nechceme, aby naši hudební hrdinové a hrdinky čekali se založenýma rukama, než se institucionální podpora zvýší, a přiblížíme se tak exportně úspěšným zemím.

Postaraly jsme se o to, abyste byli informovaní.

Na vás zůstává být vynalézaví.

Přejeme šťastnou cestu z Česka ven.

zpět na obsah ↑

Slovníček

Slovníček

Hudební export vývoz hudby, prezentace hudby zahraničnímu publiku, ať už formou živých vystoupení, nebo online

Hudebně-exportní kancelář instituce odpovědná za podporu hudebního exportu, často zřizovaná přímo státem, v Česku → SoundCzech

Booking agent/ka domlouvá koncerty a vyjednává podmínky, bere si podíl z výdělku za vystoupení

Manažer/ka drží strategii, administrativu a kontakty

Tour manažer/ka řeší logistiku a vše, co je potřeba, přímo na turné, často práce pro jednoho člena nebo členku kapely

Promotéři/rky pořadatelé koncertů, často kolektiv

Dramaturg/yně klubu nebo festivalu vybírá jména, která na festivalu nebo v klubu vystoupí, určuje charakter programu

Stage manažer/ka řídí a koordinuje dění na konkrétní stagi během konání akce

Sync forma licencování hudby, proces spojování hudby s vizuálním obsahem, např. do reklam nebo filmů a seriálů

Backline souhrnné označení pro hudební nástroje, aparaturu a další techniku potřebnou k vystoupení

Door deal vs honorář typ smlouvy s promotérem nebo klubem, honorář je fixní domluvená částka, door deal se potom odvíjí od počtu prodaných vstupenek

zpět na obsah ↑

Jak si vytyčit ambice?

Jak si vytyčit ambice?

Rada na začátek – nezničte se!

Je vlastně turné výlet? Jaký je ten správný důvod vyrazit za hranice? Hnacím motorem může být sen stát se světovou star velikosti podobnou té, co jste měli v dospívání vylepenou v pokojíčku. V příbězích hudebníků a hudebnic často slyšíme velké odhodlání dokázat ohromující věci a napnout veškeré úsilí.

Když se řeší sláva české hudby v zahraničí, média často rámují její nepříliš velký úspěch jako nedostatek snahy nebo ambicí. „Myslím si, že by mohl otevřít diskusi o tom, jestli by se česká popová scéna neměla víc snažit o to, aby se také prosazovala v zahraničí," říkal třeba naposled jeden recenzent po velkolepém koncertu Marka Ztraceného na pražské Letné. Na hudebně-byznysových konferencích a workshopech často může člověk zaslechnout apel na to, že je třeba se zprofesionalizovat, vzít svoji kariéru ještě o něco víc vážně, trochu víc šlápnout do pedálů.

Je to ale naivní představa, která může samotné aktivní hudebníky a hudebnice nasměrovat strmě k vyhoření. Hudební export a profesionalizaci jednoho celého oboru umělci neutáhnou sami na svých zádech.

Co vlastně přesně a doslova znamená slovo profesionalita? Pochází z latinského slova *professiō*, což se dá přeložit jako *projev* nebo *prohlášení*. Když jste profesionál, veřejně se hlásíte k naplňování

standardů, které si vytyčila nějaká profesní organizace nebo které určuje vzdělání a odborná příprava. Hudební vzdělávání je v Česku ale dost omezené, profesních organizací je taky málo – snažit se působit profesionálně je tak nakonec taková paranoidní honba za ideálem, o němž mají lidi dost odlišné a nepojmenované představy. Ambice samy o sobě profesionální výsledek nezaručí.

Česko nad svou kulturou nepřemýšlí jako nad vývozním artiklem, jenž by zemi mohl reprezentovat v zahraničí. Neinvestuje prostředky, nebuduje infrastrukturu, skrze kterou by hudba putovala ven. Bez toho jsou naděje na velkou slávu za hranicemi země opravdu spíše malé.

Neznamená to, že byste měli pověsit nástroje na hřebík a začít se soustředit plně na práci v korporátu. Spíš je potřeba přehodnotit vidinu toho, co znamená úspěch v hudbě. Kde nefunguje průmysl a dobrá infrastruktura, nastupují grassrootové organizace a solidární sítě. Možná se hudbou plně neuživíte a neovládnete žebříčky, můžete si ale najít přátele na celý život, budete mít k čemu utíkat od nudného životního stereotypu, zažijete hodně intenzivní věci. To všechno má hodnotu, i když vás to nedostane na obálku glossy magazínů.

„Turné nemá být výlet, jedete pracovat," doslechli jsme se na jednom z exportních workshopů. Dovolíme si nesouhlasit – kde není vybudovaná infrastruktura, která by vám pomáhala zúročit vloženou energii, tam je potřeba nakládat se silami velmi obezřetně. Proto je

důležité strávit čas kvalitně a příjemně. Jinými slovy – šance na to, že se z vás stane mezinárodní superstar, jsou opravdu malé, vyrazte ale do zahraničí a užijte si to, porozhlédněte se, seznamte se s fajn lidmi. Bojíte se, že budete neprofesionální? Definice profesionality o dobře stráveném čase nic neříká.

Naše představa o úspěchu v hudbě je hodně formovaná Amerikou a často si ho představujeme jako přijetí americkým hudebním průmyslem. Je zajímavé číst třeba rozhovory se současnou slovenskou star Adélou, které se jako první Slovence povedlo dostat do žebříčku Billboard Hot 100, přátelit se s Eltonem Johnem, Grimes a dávat rozhovory do amerických médií, jako jsou Nylon nebo New York Times. Hudebnice říká, že si jako opravdu malé dítě uvědomila, že všechny její oblíbené pop stars jsou Američanky a nejsnazší cestou k tomu, jak si do hudebního průmyslu prorazit cestu, je stát se jí taky. Pilovala angličtinu, naplánovala stěhování do zahraničí.

Země bývalého východního bloku nemají takovou tradici hudebního průmyslu jako právě Amerika, hudbu tady máte naopak dobrou možnost rozvíjet volnočasově na základních uměleckých školách, mívali jsme rozšířenou síť kulturních domů. Při přemýšlení nad tím, co znamená v hudbě uspět, je proto dobré zapojit představivost.

Když se bavíme s lidmi, kterým se povedlo udělat si turné za hranicemi, nebo tam dokonce zakotvit a působit dlouhodobě v nějaké jiné zemi, zmiňují hodně různé důvody:

Hudebnice Aiko v jednom z výzkumných rozhovorů pro jiný materiál z tohoto projektu třeba s nadsázkou mluví o „rybníček-hoppingu“, co tím má na mysli? Když už na té a té scéně pozná většinu lidí, má chuť pokračovat dál, poznat jiný rybníček. „Když jsem přišla na koncert a znala jsem v klubu všechny návštěvníky i organizátory, měla jsem chuť se posunou,“ vysvětluje. Vašek Orcígr, který hrál s kytarovou kapelou Or, aktuálně působí jako Cardo Decumanus nebo spoluhráč Barbory Hory. V německé kapitole tohoto průvodce říká, že na turné vždycky jezdil jako na výlet. Nedávno spolu s Barborou podnikli turné po Německu: „Jeli jsme se podívat na hezká místa a poznat nové lidi,“ říká Barbora.

Jedna z nejúspěšnějších slovenských hudebních manažerek Katja Thalerová, která své hudebnictvo dovezla do New Yorku, Jižní Koreje nebo na legendární britský festival Glastonbury, dokonce v rozhovoru o pár stránek dál říká, že bez lidského přístupu a snahy dopřát kvalitně strávený čas sobě i lidem, s nimiž chce spolupracovat, by se nikdy nikam nedostala.

Cesty z Česka ven jsou velmi rozmanité, nemáme žádný jasný blueprint úspěšného exportu s jasně zaručeným výsledkem. Je proto dobré být kreativní, nezničit se hned v začátku a možná taky nechovat se jako blbec. S těmihle třemi zásadami se dá pochodit.

Pokud ale vaše kariéra zjevně i přes veškeré snažení nesměřuje ke globálnímu věhlasu, neznamená to, že děláte všechno špatně. Buďte k sobě vlídní.

Otázky, které si položit, když chci vyjet za hranice

V hudbě je docela důležité najít lidi, se kterými si sednete. V tom spočívá její kouzlo. Je to odvětví, které umí být hodně pevné díky vztahům a společně prožité radosti. Proto není všechno jen o vaší vlastní práci – jde i o to, jestli jste našli síť podobně naladěných promotérů, klubů, festivalů a podobně. Jestli toužíte dělat velkolepé popové shows a vydělávat hudbou peníze, DIY festivaly pravděpodobně nebudou vaše štace. Jestli se nechcete hudbou stresovat a chcete vydávat, jen když máte zrovna inspiraci, pravděpodobně se naopak nebudete hlásit do Eurovize.

Cíl zahrát si v zahraničí je navíc sám o sobě dost abstraktní a nekonkrétní. Máte vlastně představu, jaké venues se vám líbí? Které promotérské kolektivy ve vybrané zemi jsou vám sympatické?

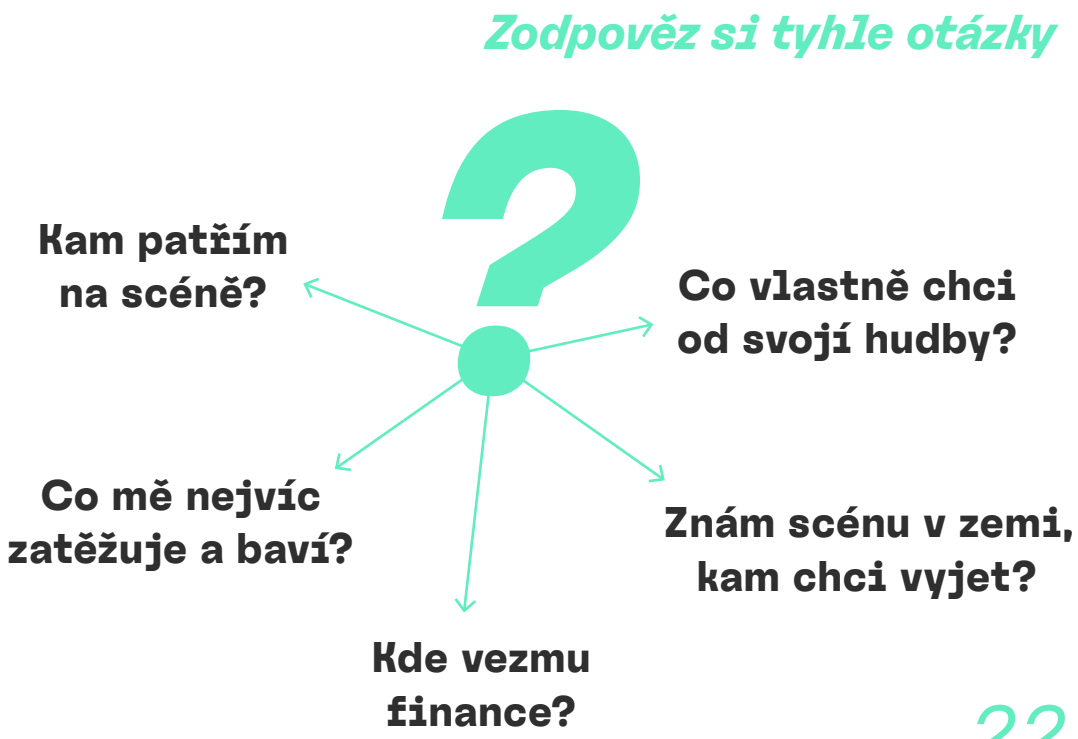
Když se podíváte na příběhy lidí, kterým se povedlo v zahraničí nabookovat turné, mají dost odlišné zkušenosti. Někdo navázal fajn vztahy, někdo ale odjel hodně depresivní, drahou a anonymní šňůru plnou nepříjemných vystoupení pro pár lidí. Je taky ale fér zmínit, že některým hudebníkům a hudebnicím i nepovedené turné v zahraničí výrazně zlepšilo kredit a podmínky doma – štempl zahraniční zkušenosti může i na domácí scéně v některých případech pomoci.

Pro povedenější zážitek každopádně může být dobré

si promyslet, co od své hudební tvorby vlastně chcete a kam s ní míříte.

Zvažte taky, co všechno zvládáte sami a s čím naopak potřebujete pomoc. Hodně lidí si myslí, že hudba začíná a končí u napsání a vydání písniček. Všichni od hudby ale vědí, že realita je mnohem komplexnější a hudebnictvo musí být často všestrannější než lidi v kancelářských profesích. Někdo si všechno od bookingu přes mix po grafiku zvládne zpracovat sám. Je ale v pohodě přiznat si, že některé aspekty téhle práce vás prostě stresují víc, než je únosné.

Zde je praktický seznam otázek, které je dobré si při vytyčování cílů položit. Po přečtení materiálů v tomto guidu se k nim vraťte a pokuste si je zodpovědět:



Kam patřím na scéně?

* Jaké kluby a akce rád/a navštěvuješ?
* Na jaká místa tě zvou?
* Mají pořadatelské kolektivy nebo kapely, se kterými hráváš, nějaké kontakty v zahraničí? Možná by ti mohli pomoct!

Co vlastně chci od svojí hudby?

* Chceš, aby byla hudba tvůj hlavní zdroj obživy, a jsi ochotný/á kvůli tomu dělat kompromisy?
* Chceš, aby tě znalo hodně lidí?
* Nebo spíš chceš být hlavně součástí komunity, najít si přátele a mít se kam vracet?

Co mě nejvíc zatěžuje a baví?

* Jsi v pohodě s tím napsat hromadu e-mailů a organizovat si tour v Excelu, nebo si s tím radši necháš pomoct?
* Zvládneš vyrobit vizuály, které budeš s chutí sdílet, nebo radši spojíš síly s grafikem/grafičkou?
* Kolik peněz chtějí lidi, kteří s tebou budou spolupracovat? Kolik si musíš říct celkový honorář?

Kde vezmu finance?

* Pokryje ti část turné grant?
* Jaké dealy nabízí pořadatelstvo v zahraniční zemi?
* Máš kam sáhnout, když půjde turné do minusu?

Znám scénu v zemi, kam chceš vyjet?

* S kým by sis chtěl/a zahrát?
* Vyjmenuj tři kapely, kluby nebo festivaly ze Slovenska, Maďarska nebo Polska

Na co nezapomenout

Než začnete plánovat zahraniční turné, projděte si tipy od Music Managers Forum Czech Republic

Rozhovor – Music Managers Forum

Česká sekce asociace Music Managers Forum Czech Republic vznikla krátce po proexportní kanceláři SoundCzech. Mezinárodní fórum hudebních manažerů a manažerek aktuálně sdružuje několik tisíc profesionálů a profesionálek z padesáti zemí světa. Předsedou a spoluzakladatelem české větve je Petr Blažek, zkušený manažer, booking agent a také zvukař, který se v nedávné době stal viceprezidentem celé asociace International Music Managers Forum. Zkušenosti s hudebním exportem získal při práci s beatboxovým ansámblem Beatburger Band, ale hlavně s kapelou Mydy (dříve Mydy Rabycad), zpěvačkou a producentkou Aiko nebo aktuálně třeba také s rapperem Redzedem. Svou expertízu a pohled na věc i vstřícný a neformální přístup poskytla kromě Petra Blažka také zkušená manažerka a booking agentka Hanka Podhorská z agentury Indies Production, jejíž součástí je vydavatelství Indies Scope. Hlavním motivem rozhovoru byla otázka, na co nezapomenout, když už se snažíme o vývoz hudby a kontakt se zahraničními scénami. Poznámky k jednotlivým tématům pak Hanka a Petr, díky svým bohatým zkušenostem i schopnosti zdravého odstupu, zestručnili a vytvořili přehled, který se vám bude

hodit předtím, než vůbec začnete (třeba i jen v hlavě) cestovat za zahraničním publikem.

Hudební export je tématem evropské kulturní politiky již několik desítek let. Většina evropských zemí má také tzv. hudebně-exportní kancelář. U nás je to SoundCzech, který funguje od roku 2017 a je financován z rozpočtu Ministerstva kultury České republiky. S cílem posílit mezinárodní hudební vztahy vznikají také mezinárodní sítě podporující spolupráci a sdílení informací i zkušeností, aby hudba a její tvůrci nebyli ponecháni pouze divokému hudebnímu trhu. Součástí těchto struktur jsou v posledních letech i čeští zástupci a zástupkyně. SoundCzech je například součástí European Music Exporters Exchange. I u nás už máme showcase festivaly, aktuálně Prague Music Week nebo Czech Music Crossroads. Na brněnské konferenci a showcasu s názvem ReConnect spolupracuje také.

Co by měli hudebníci a hudebnice vědět o tom, jak to chodí v hudební branži?

Je to krev a pot. Musíte vydržet, nevzdávat to. Konkurence je veliká, nikdo na tebe nečeká.
Je to hodně o osobních kontaktech. Jejich síť si člověk buduje celý život.
Kariéra v hudební branži už není jen o hudbě, ale o spoustě dalších činnostech, které jsou na bedrech umělců. Je třeba mít připravený kompletní balíček kolem skvělé hudby.

Na co by kapely a jejich zástupci a zástupkyně neměli zapomenout, když chtějí svou hudbu prezentovat profesionálně?

Mít trpělivost a pokoru k řemeslu.
Detaily dělají profesionály. Dobře si připravte veškeré materiály.
Zodpovědnost. Pracovitost. Férovost. Slušnost. Poctivost.

Čím by mohla kapela začít, když pomýšlí na oslovení zahraničního publika?

Začít doma a hrát a hrát a hrát. Tam si vybudovat fanouškovskou základnu a tým spolupracovníků.
Profesionalizovat se ve všech ohledech: propagační materiály, image, show, team atd.
Pak teprve začít sousedními zeměmi: Slovensko, Polsko, Německo…
Spolupráce se zahraničními umělci je klíčová, výměna a spolupráce vedou ke sdílení fanouškovských základen.
Zúčastňovat se konferencí a showcasů, začít u nás a pak vybírat země dle fanoušků a oblíbenosti daného žánru.

Na co nezapomenout, když se kapela snaží zařídit si zahraniční turné?

Že to bude (nejen) zpočátku investice časová i finanční.

Že nedostanou podmínky jako doma.
Každá země je nový trh a buduje se od nuly.
Dobře plánovat a zorganizovat turné v logickém pořadí, aby se náklady rozložily na vícero koncertů.
Věnovat se propagaci.

V čem si nevyskakovat a s čím se nespokojit?

Nevyskakovat si v požadavcích a snažit se být co nejvíce soběstační.
Nespokojit se se špatnými technickými podmínkami, které mohou celý koncert zhatit, a tedy i investici kapely.
Pohlídat si, aby pořadatel koncert dostatečně propagoval, a poskytnout mu k tomu součinnost a dostatek materiálů: videa, textové podklady apod.

S jakými druhy dohod se mohou kapely setkat a jak na finance?

Na začátku určitě „door deal“ – podíl na vybraném vstupném (obvykle 60–80 %, možno ale i 50 %). Ideální je, pokud se podaří domluvit alespoň nějaký základní honorář bez ohledu na návštěvnost. Později bývá „fee“ včetně nákladů na cestu, proto je vhodné zajistit více koncertů v rámci jednoho výjezdu.
Hlídat si, kdo zajistí catering a ubytování.

Nezapomenout, že zahraniční příjmy se taky přiznávají.

Dát si pozor na:
– přeshraniční DPH – je to složité, i když nejste plátce DPH v ČR
– převod cizích měn – hlídat výši kurzu a zvážit platbu hotově nebo převodem (je možné využít mezinárodní kartu Revolut nebo kartu s dobrými kurzy a podmínkami pro zahraniční platby a výběry)

Srážková daň by měla být odvedena u zdroje (odvádí ten, kdo platí honorář, tj. pořadatel). Případně zahrnout do dohody zamezení dvojího zdanění s některými zeměmi a definovat, co přesně dohodnutá částka zahrnuje, kolik peněz opravdu dostanu.

Co z vaší zkušenosti zajímá zahraniční promotéry a kluby? Na co slyší?

Záznam živého vystoupení, stačí krátké (např. 1,5 min), ale musí být reprezentativní.
Celková image a působení umělce.
Bohužel často je zajímají čísla poslechů, views, počty fanoušků na sociálních sítích, tzn. je nutno si to vybudovat doma.
Přesvědčit dokáže lokální fanouškovská základna v místě vystoupení, celkový počet odehraných koncertů, pozice na domácí scéně, highlight vystoupení na známých festivalech a showcasech, ale také dobré recenze.
E-mail: stručný, bez příloh, s odkazy, bez chyb, s kontaktem, rozhodně NE hromadný.

Profesionální jednání umělce i jeho teamu.

Jak o kapele mluvit a psát, aby to zaujalo i v zahraničí?

Nepřehánět, nemachrovat, ale vypíchnout významné momenty kariéry: počet koncertů, zásadní koncerty doma a v zahraničí, recenze a zmínky v médiích a od profesionálů, televizní vystoupení.

Jak je to se smlouvami? Co nepodepisovat? Kde případně konzultovat právní záležitosti? Je lepší si připravit vzorovou smlouvu?

Hlavně vše pečlivě číst! Když nevím, ptám se.
Je dobré mít základní znalosti o smlouvách, protože v zahraničí mají většinou své smlouvy. Je ale dobré mít připravenou také svou jednoduchou smlouvu pro případ, že pořadatel nemá. Stačí překlad té tuzemské.
Právní náležitosti konzultovat klidně i s AI, protože právníka si málokdo může dovolit kvůli každé smlouvě. S právníkem pouze ve výjimečných případech.
Někdy je smlouva dvojjazyčná. Trvat na jazyku, kterému rozumím.

Právem jaké země se řeší případné spory?

V podstatě vždy je třeba přistoupit na právo země pořadatele.

Jaká úskalí může mít zahraniční turné? Na co nezapomenout při cestování?

Občanský průkaz, pas s dostatečnou platností.
Pracovní víza mimo EU řešit včas.
Pojištění – doporučené, spíš povinné.

Pokud cestujete letadlem
Letenka (+ včasný check-in) – všechny lety mít na jedné letence, ať má odpovědnost dopravce.
Pozor na rozměry a váhu zavazadel, každá společnost to má jinak.

Pokud cestujete autem
Dálniční známky, střízlivý a odpočatý řidič.
Časová rezerva na cestu.

Přeprava nástrojů – pozor na nadváhu dodávky (obzvlášť v Německu se opravdu váží a pokutuje).

Nástroje nikdy nenechávat v dodávce přes noc.
Využít hlídané parkoviště nebo nástroje někde uložit.

Technické odlišnosti, frekvence In Ear monitorů či bezdrátových mikrofonů, v některých zemích je potřeba frekvence nahlásit předem na telekomunikační úřad a zaplatit poplatek (např. UK).

Technicky je dobré být co nejvíce soběstačný,

mít své nástrojové kabely, prodlužovačky, příp. redukce na zásuvky, ideálně mikrofon(y) a In Ear monitory a ještě lépe svého zvukaře s pultem či osvětlovače, kteří dobře znají skladby interpreta.

V případě práce s místními techniky je vhodné mít hodně trpělivosti a diplomacie pro namotivování techniků k co nejlepšímu výkonu, nebo alespoň k nějakému.

Jaké showcase festivaly byste doporučili? Kde začít a jaký festival je taková vysněná meta?

Podle cílové země a podle oblíbenosti žánru v dané zemi.
Rozhodně začít v ČR: Prague Music Week, Czech Music Crossroads v Ostravě, brněnský ReConnect, Jazzový showcase v Brně. Poté vybírat showcase v zemi, kde má kapela fanoušky a kde je populární její žánr. Ideálně začít v sousedních zemích: Sharpe (SK), Waves Vienna (AT), BUSH (HU), Budapest Ritmo (HU) atd. Vysněná meta v Evropě: Eurosonic Noordeslag (NL) – pozor, dává šanci hrát pouze jednou.
Vysněná meta v USA: SXSW. Vždy ale záleží na tom, kam kapela míří.

Jak se na showcase připravit předem nejen z hlediska vystoupení, ale i navázání

potřebných kontaktů?

Zásadní je mít zástupce kapely/manažera. Může to být i jeden z členů kapely, ale na to většinou delegáti nekoukají příliš nadšeně a raději se baví s regulérním manažerem.

Showcase či konferenci je vhodné nejdříve navštívit bez vystoupení a zorientovat se.

Oslovit delegáty předem, pozvat je na koncert a domluvit si s nimi schůzky.
Nezapomenout znovu napsat „follow-up“ po skončení festivalu.
Pracovat s databází účastníků festivalu a konference, kterou mají registrovaní účastníci k dispozici na webu festivalu.

Důkladná příprava prezentačních a propagačních materiálů kapely – čím originálnější, tím lepší, protože konkurence je velká.

Příjezd ideálně o pár dní dříve před koncertem, navázání kontaktů a osobní zvaní na koncert, distribuce prezentačních a propagačních materiálů.

Dobře poskládat koncertní set přesně v dané délce. Návštěvnicky je to „průchoďák“, lidé se snaží stihnout více koncertů, takže nemusí zůstat na celý koncert, i když se jim líbí.
Nenechat se tím rozhodit.

Připravit se na rychlou zvukovku, případně jen linecheck (pouze zapojení a kontrola, že vše funguje).

Jak může fungovat finanční strategie kapely, která musí, nejen v případě exportu, investovat do své kariéry? Kde shánět prostředky a na co se vyplatí šetřit?

Ideálně si zpočátku nevyplácet honoráře, nebo alespoň část dát stranou a dále investovat do nové hudby, klipů, fotek, techniky, proma či zahraničních koncertů (showcasů).

Využít externí zdroje: kamarádi, rodina, přátelé, mecenáši, lokální firmy, lokální a regionální samosprávy, nadace, exportní kancelář, SoundCzech, MK ČR, Česká centra a ambasády.

Jaké jsou další možnosti exportu kromě on-line distribuce nebo turné? Co vám a vašim kapelám zafungovalo?

Exchange se zahraničními interprety, spolupráce na turné, hostování na deskách. Sync (neboli synchronizing), umístění hudby do reklam, filmů, seriálů a her.

Jak vám zatím fungovala spolupráce se zahraničními agenty

a agentkami nebo PR agenturami? Vyplatí se to? Máte nějaký tip, jak při hledání a uzavírání spolupráce postupovat?

Dříve to fungovalo lépe, ale už není tak lehké najít zapáleného agenta.
Nemá smysl hledat velkou agenturu a být v seznamu desítek kapel, lepší je malá/střední agentura, která se bude umělci opravdu věnovat. Hledat se dá podle podobné zahraniční kapely. Je možné oslovit jejich booking agenta v jednotlivých zemích/regionech.

Pro začátek je však možné oslovit kluby či festivaly rovnou i bez tamní agentury a domluvit první koncerty v dané zemi sám. S nějakou vybudovanou historií se pak bude agent hledat snadněji.

Nechat si doporučit PR/online agenturu agentem na základě jeho zkušeností. Největší dopad za vynaložené peníze však má on-line reklama na sociálních sítích, kterou může zpočátku udělat i zástupce kapely/interpreta.

Management, booking agentura, PR agentura, všichni jsou zahlceni a nové, malé, neznámé kapely téměř neberou. Je to tedy velmi těžké. V případě PR je to trochu lepší.

Jaké české instituce, projekty a weby pomáhají při exportu?

Co pomohlo vám? A jak se hudební průmyslu proměnil?

Zásadní institucí podporující export hudby je SoundCzech. Je vhodné sledovat výzvy a akce, které publikují na webu a sociálních sítích. MMF CR pořádá workshopy, z nichž některé mají přesah do zahraničí a jsou napojené na IMMF (International Music Managers Forum), takže mohou doporučit zahraničního partnera. Návštěva tuzemských konferencí se zahraniční účastí: ReConnect, Czech Music Crossroads, Prague Music Week.

Finanční podpora: SoundCzech, Zahraniční odbor MK ČR, Státní fond kultury, Hl. město Praha a další města a regiony podporují prezentaci daného města v zahraničí, a to i formou podpory výjezdu lokálního umělce. Česká centra často pořádají kulturní akce v zahraničí, OSA, Nadace Život umělce a různé další nadace.

Komunikace v hudebním průmyslu zahrnuje mnoho specifických pojmů. Napadají vás ještě nějaká klíčová slova, která je třeba znát?

Je třeba se aktivně seznamovat („networking“) propojovat se s ostatními zástupci hudebního průmyslu, často i neformálně na baru. Lidem je třeba se neustále připomínat, opakovaně psát e-maily, volat jim, zvát je na koncerty.

Kde si říct o zpětnou vazbu?

Ruminovat nad něčím sám nebo sama může být dost depresivní a demotivující.
Některé otázky si třeba nejste schopni zodpovědět sami, možná neumíte sami dost dobře odhadnout svoje místo na scéně a dosažitelné cíle.

Zeptejte se dalších lidí.

Promotérstvo
Lidi, kteří vám opakovaně zorganizovali koncert a mají rádi vaši hudbu, vám mohou pomoci najít matching kapelu nebo interprety, se kterými vyrazit na turné.

Novinářstvo
Napsal o vás někdo článek nebo pěknou recenzi? Možná vám může opoznámkovat tiskovku, nasměrovat vás na spřátelená média nebo vám doporučit kluby a kolektivy, se kterými se spřáhnout.

Spřátelené hudebnictvo
Hráli jste koncerty s někým, s kým jste si sedli? Dejte hlavy dohromady a naplánujte společné turné, spojte kontakty, navzájem si pomozte. Někteří hudebníci a hudebnice dobře archivují svoje zahraniční kontakty a jsou schopni je přehledně zpracované předat i k vašim rukám.

Napadl vás někdo další? Kdo by byl vhodný přímo pro vás? Napište si seznam důvěryhodných osob, na které se můžete obrátit.

zpět na obsah ↑

Jak si vybrat cílovou destinaci?

Jak si vybrat cílovou destinaci?

Na následujících stránkách najdete zážitky, kontakty a praktické rady ze sousedních zemí i vzdálených koutů světa.

Hudební publicistka Lucia Udvardyová sepsala rozcestník pro střední a východní Evropu.

Barbora Hora s Václavem Orcígrem a Marek Koliha z Ida The Young sdíleli své zážitky z koncertních šňůr po Německu.

Je tu zamyšlení nad špatnou pověstí Balkánského poloostrova i zážitky brněnské kapely sinks z koncertování v oblasti. Mimo starý kontinent vyrazili Václav Havelka, který vypráví o Spojených státech amerických, a Bára Zmeková, která zamířila zase do Japonska.

Zprávy z východní scény

Lucia Udvardyová – co se děje ve střední a východní Evropě

Je těžké a kontraproduktivní generalizovat (scény ve střední a východní Evropě vždy byly a budou heterogenní) a pohled na nějaký homogenní celek je spíš exotizací „východního bloku“. Je možné konstatovat, že scény v regionu jsou pravděpodobně lépe připravené na současné multikrize, mnoho z těchto scén funguje na bázi DIY, bez státních podpor a grantů. V západní Evropě jsou škrty v kulturních rozpočtech pociťovány intenzivněji hlavně poslední dva roky. Další faktor ovlivňující tyto scény je současná geopolitická situace. Jednak téměř pět let trvající válka na Ukrajině, jednak katastrofická situace v Palestině. Aktivismus se stal součástí klubové a hudební scény a konstatování, že hudba by neměla být politická, je nyní anachronismem. Komplikovaná je i vnitrostátní situace v jednotlivých zemích střední a východní Evropy, která má přímý dopad na kulturní politiku. Zmiňme třeba Gruzii a participaci → tamní kulturní scény na protivládních protestech, sdružování scény jako takové a jednotné vystupování, kulturní stávky, atd. (Zasaženy jsou i samotné neziskové a nezávislé kulturní instituce, např. zákony, které komplikují zahraniční financování institucí.) Na Slovensku je velmi aktivní platforma → Otvorená Kultúra!, která organizuje různé happeningy a další aktivity, např. kulturní odbory, protesty, konference nebo stávky upozorňující na současnou kulturní

politiku slovenské vlády. Léto 2025 se na mnoha maďarských festivalech (i těch, které byly dosud více méně apolitické) zapíše jako léto odporu: protivládního skandování tisíců lidí v publiku i kapel samotných, a to i těch v popu, rapu a mainstreamu, které se → začaly více vymezovat proti establishmentu. Po dubnových volbách v roce 2026 v Maďarsku (po šestnácti letech vlády Viktora Orbána a jeho strany FIDESZ) nastala změna, která určitě zasáhne i do kulturních sfér. Mnozí z těch, kteří kvůli restriktivní kulturní politice orbánovského režimu raději emigrovali do zahraničí, se nyní vracejí domů s nadějí, že kultura není jen to, co vyhovuje vládní straně. Bude zajímavé sledovat, jak se povolební euforie transformuje v transparentní, otevřené a inkluzivní kulturní procesy. Na druhé straně je také patrný zájem „západních“ médií o situaci ve východní Evropě – je možné, že i v rámci de facto edukace a inspirace, jelikož autoritativní tendence nejsou v dnešní době geograficky lokalizované, ale jsou narůstajícím problémem ve velké části Evropy, USA i jinde. Za zmínku ale stojí i prezentace scén střední a východní Evropy prostřednictvím novinářských hlasů pocházejících přímo z regionu, zmiňme třeba Miloše Hrocha, který se etabloval jako respektovaný žurnalista informující o hudební scéně střední a východní Evropy ve světových médiích jako např. → The Guardian, → The Wire, atd.

Lucia Udvardyová *je hudební publicistka, kurátorka, organizátorka a hudebnice. Je spoluzakladatelkou Easterndaze, projektu, který*

mapuje a dokumentuje vznikající undergroundové scény Střední a Východní Evropy. Spolupracovala s projektem SHAPE+ a je kurátorkou filmové sekce festivalu WOMEX. Aktuálně kutátorovala doprovodné symposium festivalu Lunchmeat a spolupracovala také s mnoha významnými zahraničními institucemi včetně festivalu CTM, platformy Norient, Radia Cashmere, Českého rozhlasu nebo Resonant FM a Central European University (CEU). Požádaly jsme ji o krátkou reflexi současného vývoje hudebních scén střední a východní Evropy i o tipy na kolektivy, akce a média, která mohou uniknout pozornosti naší scény, podobně jako dění na naší scéně často uniká pozornosti západních scén.

Spojte se s hudebními alternativními scénami východní Evropy

tipy od Lucie Udvardyové (Easterndaze)

M Média

K Kolektivy

P Platformy
Labely

A Akce
Konference
Kluby

Radio Kapital, PL → radiokapital.pl
Online komunitní rádio prezentující pořady o hudbě, literatuře, umění, historii, společnosti. Důležitá platforma pro polskou nezávislou kulturu.

Sanatorium of Sound, Sokolowsko, PL
→ sanatoriumofsound.com
Festival experimentální hudby a performativního umění v jihozápadním Polsku. Kromě koncertů prezentuje také workshopy a panelové diskuse, umělecké rezidence a speciální projekty.

Spatiul OFFBEAT, Bukurešť, RO → offbeat.ro
Prostor pro diskurz o archivech, kolektivech, hudebních raritách, zvuku a experimentování. Projekt organizovaný platformou Image and Sound. Projekt probíhá mezi srpnem 2025 a říjnem 2026. Projekt má vícero elementů:
OFFBEAT Space – knihovna věnovaná poslechu a studiu současného zvuku. Organizují čtení, projekce, atd.
OFFBEAT Kids – workshopy pro děti, které je mají

seznámit s hudební tvorbou a produkcí s ohledem na její historický vývoj a vývoj technologií.

Image And Sound, RO → imageandsound.ro
Nezisková kulturní organizace, která se zaměřuje na praktické a teoretické zkoumání současného vizuálního a zvukového umění. Online platforma neziskové organizace Kulturního centra pro obraz a zvuk, které v Bukurešti v roce 2017 založili Emilian Mărgărit, Elena Dobîndă a George Călugăru. Pořádají workshopy a přednášky na téma filozofie, současného umění a jejich přesahů.

The Attic, RO → theatticmag.com
Online časopis pro současnou experimentální hudbu v angličtině, zaměřuje se také na hudbu z oblastí mimo „západní svět“.

The Sonic Turn, Bukurešť, RO → theatticmag.com
Interdisciplinární iniciativa magazínu The Attic zaměřující se na zvuk v kontextu současné sociopolitické situace. Zvuk je tu nástrojem vědění a kritické reflexe. Akce se konala v listopadu 2025 a nabídla přednášky, panelové diskuse, performance, podcasty, DJ sety a koncerty.

MMN Mag, Budapešť, HU → mmn-mag.hu
Hudební blog a magazín zaměřující se na undergroundovou experimentální hudbu, fokus na lokální maďarskou scénu, ale i zahraniční novinky, atd. Sekce v angličtině.

Lahmacun Radio, HU → lahmacun.hu
Komunitní rádio v Budapešti, funguje na dobrovolné bázi bez státních dotací, tzv. „listener supported radio“. Kromě hudebních pořadů nabízí také diskusní pořady, pořady o umění a lokální scéně.

Swine Daily, SK → swinedaily.com
Webový magazín a kulturní platforma zaměřená na českou a slovenskou hudební scénu. Prezentuje rozhovory, recenze i jejich anglické verze.

Marmint Agency, HU → instagram
Platforma pro mladou maďarskou hudební scénu (Gen Z).

Zaj+, Budapešť, HU → bandcamp
Experimentální kolektiv pro noise a jiné hudební experimenty. Fokus i na performance.

Noise n'Roses → instagram
Semi-privátní akce v off-spacech, rekontextualizuje pojem „safe space“. Většinou se akce konají v soukromých prostorách, představují různé formy zvukového umění nebo performance.

Orizont Sonor, Bukurešť, RO → orizontsonor.ro
Festival pro zvukové a rozhlasové umění se věnuje žurnalistice, zvukové tvorbě a tvorbě pro mládež. Zaměřuje se na země kolem Černého moře (Bulharsko, Ukrajina, Gruzie, Moldávie, Turecko, Arménie).

IDA Radio, Tallinn, EE → idaidaida.net
Komunitní rádio se sídlem v Tallinnu a Helsinkách.

Amek Collective, Sofia, BG → bandcamp
Nezávislý label a kolektiv, organizuje akce v Sofii a Varně a vydává hudební časopis.

Puja Journal, Atény – Budapešť → instagram
Tištěný magazín pro umění, literaturu a kritické myšlení s regionálním zaměřením na střední a východní Evropu a Středozemí.

Mahorka, Bulharsko → bandcamp
Bulharské hudební vydavatelství, založené v roce 2002, zaměřující se na eklektickou, experimentální a žánrově nezařaditelnou ambientní, elektronickou a elektroakustickou hudbu.

Šum Journal, Lublaň, SI → www.sum.si
Žurnál a podcast pro kritické myšlení o umění. Spolupracuje s různými kulturními institucemi ve Slovinsku. Vydání bylo součástí slovinského pavilonu na Bienále v Benátkách.

Music Biennale Zagreb, Záhřeb, HR → mbz.hr
Hudební bienále v Záhřebu. Největší hudební festival pro současnou hudbu v Chorvatsku založený v roce 1961. Nabízí přednášky, koncerty, instalace, site-specific performance a expozice.

Easterndaze → easterndaze.net
Online a offline platforma mapující undergroundovou

experimentální hudební tvorbu ze střední a východní Evropy od roku 2010. Prezentuje koncerty, rozhlasové pořady, → třeba na Radiu Wave, podcasty.
V současnosti hlavně ve formě webového magazínu a akcí. Magazín byl součástí nové platformy → EMGUIDE sdružující různé nezávislé hudební časopisy v Evropě a nabízí hlavně profily lokálních scén a rozhovory.

Bubblegum Zine, Kyjev, UA → instagram
Webový i tištěný zine pro nezávislou ukrajinskou hudbu, underground, indie a experimental.

Mutant Radio, Tbilisi, GE + Berlín, DE
→ mutantradio.net
Nezávislá komunitní platforma, která je součástí platformy SHAPE. Rádio prezentuje mixy, rozhovory, vzdělávací pořady, koncerty a diskuse. Kromě webové platformy mají také fyzické prostory – klub a studio v Tbilisi, a studio v Berlíně.

Radio Študent, SI → radiostudent.si
Jedno z nejstarších nezávislých a nekomerčních rádií v Evropě fungující od roku 1969, kdy ho založila studentská organizace Univerzity v Lublani.

Glissando, PL → glissando.pl
Online i tištěný hudební magazín fungující od roku 2004 s texty v angličtině a zaměřením na současnou hudbu, experimentální hudbu, zvukové umění, a jejich kritickou reflexi.

Kamizdat, Lublaň, SI → kamizdat.si
Netlabel pro lokální hudbu. Kromě vydávání hudby organizují také různé akce a produkují podcasty.

ICRN (Independent Community Radio Network) → icrn.live
Nezávislá platforma pro komunitní rádia.

zpět na obsah ↑

Co se děje v Německu?

Turné wunderbar

Tourování po Německu si hudebnictvo chválí. V rozhovoru o pár stránek dál Václav Orcígr s Barborou Horou vyprávějí, že koncerty v téhle zemi vás většinou nezruinují a dostanete slušně najíst, což je slibný začátek.

Země má navíc velmi rozvětvenou a dlouhá léta budovanou infrastrukturu podpory pro hudební profesionály a ve většině spolkových zemí dohledáte takzvanou pop-büro, kancelář pro populární hudbu, která shromažďuje informace a kontakty z oboru. Neznamená to záruku euforického koncertního zážitku, ale přinejmenším můžete proklikat jejich weby a najít si partnerskou kapelu na koncertní výměnu nebo si dohledat, jestli je v daném městě půjčovna hudebních nástrojů, když se vám nechce táhnout celý gear.

V tomhle → seznamu kontaktů pro touring artists můžete najít něco, co vám pomůže. Dál si můžete projít weby jednotlivých kanceláří.

Celoněmecké kanceláře:

→ Musicboard Berlin
→ Bundesverband Popularmusik e.V. – celoněmecké fórum popkulturních a hudebních podpůrných organizací, sdružuje právě většinu výše uvedených zemských kanceláří

→ Initiative Musik – celostátní grantová a exportní agentura

Seznam jednotlivých pop büros:

Berlín: → Berlin Music Commission
a → Music Pool Berlin (spíš coworkingová/ poradenská instituce než klasická Pop-Büro)
Mnichov: → Freierwerk – Fachstelle Pop
Braniborsko: → Landesverband für Popularmusik Brandenburg
Brémy: → Pop office Bremen
Hamburk: → Zentrum für Popularmusik Hamburg
Meklenbursko-Přední Pomořansko: → PopKW
Dolní Sasko: → Musikland Niedersachsen
Porýní-Falc: → popNRW
Sasko: → Büro für Popkultur und Musik Sachsen
Šlesvicko-Holštýnsko: → popnet.sh
Durynsko: → LAG Songkultur Thüringen e.V.

Dá se to okoukat a zvládnout bez pomoci

Rozhovor – Marek Koliha (Ida the Young)

Ida the Young je plzeňská indie-folková kapela, kterou v roce 2021 založili zpěvačka Iris Hobson-Mazur a kytarista Marek Koliha – dnes je doplňují Filip Simon, Jakub Richtárech a Pavel Kielberger. Debutové EP Strange Shaped Flowers je přivedlo do hitparády Startér Radia Wave, následné Silver Thing jim vyneslo cenu Vinyla za Objev roku a loňské debutové album Tell Me When You Pass The Sun získalo Cenu Anděl v kategorii Alternativa a elektronika. Kapela patří k nejaktivnějším na české nezávislé scéně, co se týče objíždění Evropy – za sebou má turné po Německu, Nizozemsku a Belgii i vystoupení na showcase festivalech jako bratislavský SHARPE, budapešťský BUSH nebo lublaňský MENT.

Bookingu se dlouhodobě věnuje právě kytarista Marek Koliha, který si zahraniční koncerty zařizuje sám – při plánování jednoho turné umí rozeslat i přes čtyři sta e-mailů během pár dní. V rozhovoru popisuje, jak takové psaní naslepo vypadá v praxi, jak se buduje síť kontaktů v německých klubech a co všechno obnáší zorganizovat evropské turné pro pětičlennou kapelu bez cizí pomoci.

Proč jste se vůbec chtěli vydat hrát do zahraničí? Jaká byla motivace?

Asi hlavně vystoupit z vlastní komfortní zóny. Nikdy jsme o tom předtím moc nemluvili, spíš jsme k tomu tak nějak přišli sami. Zlomový moment byl showcase SHARPE v Bratislavě, kde jsme se potkali s Alexem Kelmanem – booking agentem, který kapelám zařizuje turné. Zeptal se, jestli bychom o něco takového měli zájem, a mě to hned zaujalo. Po první tour, kterou nám zabookoval, jsme zjistili, že nás to baví, a rozhodli jsme se v tom pokračovat.

Ten první zahraniční booking vám tedy zprostředkoval Alex Kelman?

Ano. Zařídil nám první zimní turné, hlavně po Německu, a pomohl i s pár dalšími koncerty. Postupně mi ale napsal, že má problém sehnat další koncerty a jestli bych mu nechtěl pomoct. Tak jsem se do toho zařizování dostal a nakonec jsme zjistili, že to zvládneme i sami. Bral si 20 % z každého koncertu, což je podle mě celkem standardní podíl – aspoň soudě podle toho, co slýchám od jiných kapel.

Jak probíhalo plánování, když jste si turné začali zařizovat sami?

Nejdůležitější je mít od začátku přehledný seznam, do kterého se postupně zapisují všechny užitečné kontakty, ať už na tuhle tour, nebo do budoucna. Nejlepší je poptat se

kamarádů, kteří už na turné byli a mají vlastní seznam kontaktů – člověk se od toho odrazí a zároveň vidí, jak to má vypadat. Kromě toho existují databáze klubů, třeba česká stránka DarkZin.cz, kde jsem našel dost zahraničních klubů i festivalů. Pro Británii se mi osvědčila stránka spojená s Independent Venues Week, celobritským festivalem nezávislých klubů. Užitečné je taky sledovat tour karty kapel podobné velikosti, které hrají v srovnatelně velkých klubech jako my.

Podle čeho se nakonec vybíraly konkrétní kluby a města?

Vybírat si může dovolit kapela, která už má jméno. My prostě píšeme úplně všem. Na listopadové dvoutýdenní turné jsem poslal skoro dva tisíce e-mailů, z toho pak vzešlo patnáct koncertů. Je to obrovský nepoměr mezi vloženou prací a odezvou. Odpoví jen malé procento oslovených. Z těch, co mají zájem, má pak ještě menší část volný termín. Z vlastní zkušenosti bych řekl, že nejlepší strategie je psát skutečně všem a moc neřešit, co je to za místo – s výjimkou toho, s čím by člověk sám nesouhlasil, třeba politicky. Doporučuju nebát se psát ani do klubů, které se zdají příliš velké, i tam mají někdy programy pro nezávislé kapely a člověk může být i příjemně překvapený.

Jak jste řešili finance a podmínky s jednotlivými kluby?

Je to hodně různorodé. Z jednoho koncertu dostaneme sto eur, z druhého osm set. Pořád se učím, jak si o peníze říct. Většinou to dělám tak, že v prvním mailu se ptám jen na to, jestli by měli o koncert zájem, o podmínkách se nezmiňuji. Když odepíšou a zeptají se na podmínky, podívám se, o jaké místo jde – pokud dělá i větší koncerty nebo vypadá, že má grantové zázemí, řeknu si o víc peněz. Pokud jde o skupinu DIY promotérů, kteří dělají malé akce, řeknu si o míň. Zajímavé je, že se nám občas stalo, že koncerty na door deal, od kterých jsme čekali nejméně, vynesly nakonec víc než ty s pevným honorářem.

Vydělali jste na turné, které jste si bookovali sami, nebo jste spíš dopláceli?

Vždycky jsme vydělali, nikdy se nám nestalo, že bychom na turné prodělali. Mám pocit, že představa, že se na tour vždycky prodělává, je trochu mýtus živený videi z Instagramu, kde si lidi počítají, kolik je turné stálo. To je spíš problém kapel, které už mají vlastní produkci a jsou o level výš. Pokud jedete DIY turné, kde jsou jen lidi z kapely, je celkem snadné, aby bylo výdělečné. Hodně pomáhá mít vlastní merch – v Německu si ho lidi kupují mnohem víc, protože mají větší kupní sílu. A často se dá žádat o granty, třeba od Soundchecku. Žádali jsme dvakrát a pokaždé nám vyšli vstříc. Mám pocit, že pokud má kapela promyšlené,

smysluplné turné o více koncertech, šance na podporu je docela vysoká.

Jaké jste měli podmínky ohledně spaní a jídla?

Většinou dobré. Měli jsme sice i pár „funky“ míst na spaní, ale na drtivé většině koncertů byla hospitality skvělá, se zajištěným ubytováním i jídlem. Myslím, že by to měl být standard, pokud to pro pořadatele jde. Zajímavé je, že problém se spaním bývá spíš u větších klubů než u DIY akcí – tam se lidé vždycky nějak postarají, třeba nás nechají přespat u sebe doma, což je občas hezčí než hotel.

Co vám ta zkušenost celkově přinesla?

Hlavně je to sranda. Když člověk přijede někam, kde ho nikdo nezná, a přijde tam jakýkoli počet lidí, je to skvělý pocit. Když se navíc sejde hodně lidí, je to i určité zadostiučinění za práci vloženou do bookování. A je fajn poznávat nové lidi a kolektivy. Čím víc turné člověk odjede, tím je zařizování dalšího jednodušší, protože kontakty se propojují.

Chystáte teď turné po Británii. Je to jiná zkušenost než Německo, nebo se dá naučené jednoduše přenést i jinam?

Británie mě překvapila. Lidi mi říkali, že je tam těžké sehnat koncerty a ještě těžší za ně dostat

zaplaceno. Nám se ale povedlo tohle turné zařídit nejrychleji ze všech – za dva týdny, což jinak vůbec nejde. Skoro všude jsme dojednali fix a často i spaní, což jsme vůbec nečekali. Možná jsme měli štěstí a je to naše první turné v Británii, ale myslím, že to souvisí i s brexitem, jezdí tam teď méně zahraničních kapel, takže je menší konkurence. Pojedeme jen ve třech, místo obvyklých pěti, abychom se vyhnuli celním papírům. Touhle zkušeností jsme si loni prošli cestou do Srbska a nechtělo se mi řešit cla znova.

Byli jste tedy i v Srbsku?

Ano, loni v létě. Měli jsme původně hrát na Banátu, českém festivalu v Rumunsku, ale nakonec jsme v Srbsku odehráli jen jeden koncert, hned potom jsem musel na akutní operaci slepého střeva v místní nemocnici. Kvůli cestě jsme museli řešit karnet ATA, celní dokument, a zaplatili jsme za něj mnohem víc, než jsme na koncertu vydělali. Od té doby si rozmýšlím další výjezdy mimo Evropskou unii – je to se všemi těmi papíry mnohem složitější. Tahle zkušenost je ale taky ovlivněná tím, že jsme hráli jen jeden koncert, který ještě skončil zdravotními problémy. Navíc jsem neměl cestovní pojištění a za operaci na místě jsem musel zaplatit přes sto tisíc. Moje pojišťovna mi to nakonec po několika měsících vrátila, ale byl to velký stres. Takže určitě při turné nepodcenit tohle!

Hráli jste ještě jinde na Balkáně?

Na Balkáně jsme kromě Srbska hráli jen na MENTu. Srbsko bohužel nemůžu moc hodnotit, odehráli jsme jediný koncert a už během něj jsem měl pocit, že umřu. MENT byl ale naprosto skvělý zážitek, jak pořadatelsky, tak atmosférou. Je to asi nejpříjemnější showcase festival, na jakém jsme dosud hráli. Poznali jsme tam pár lidí, kterým jsem pak psal ohledně listopadové tour. Ne všechno vyšlo, ale aspoň vznikly kontakty do budoucna. Ze všech showcase festivalů, kde jsme hráli, byl MENT v tomhle ohledu nejúspěšnější, bylo tam nejjednodušší se s někým seznámit, celé to bylo příjemně uvolněné.

Jak bys teda shrnul praktické tipy pro zahraniční booking?

Asi obecná rada – začít s bookováním co nejdřív. Často se mi stává, že klubu se hudba líbí, ale mají už vybookovaný celý rok a napíšou mi, ať to zkusím za rok. I když se snažím začínat brzo, skoro nikdy to není dost brzo. U deseti a více koncertů to může trvat opravdu dlouho. A taky je dobré být mentálně připravený na to, že se cokoliv může pokazit, třeba že vám někdo zruší koncert týden předem. No a pak hlavně taky to cestovní pojištění!

Ida the Young – Kasárna Karlín Session
→ youtube

Víc lidí, víc legrace

Rozhovor – Barbora Hora, Václav Orcígr

Barbora Hora je brněnská písničkářka a zpěvačka, jejíž sólová tvorba se pohybuje mezi bedroom popem a melancholickým folkem – debutovala v roce 2022 EP The Place I'm Missing, o dva roky později přidala dvojité EP Forgotten Garden, Wild Growth. Kromě sólovky roky hraje i ve slowcorové kapele whyohwhy.

Václav Orcígr doprovází Barboru na violoncello, sám se dnes věnuje sólovému projektu Cardo & Decumanus, který vznikl po letech v noisových a hardcorových kapelách. V jeho zvuku se potkává český folk, country a temnější polohy neo-folku a death folku. Debutové album Pospolitost vyšlo v roce 2023 na labelu Silver Rocket, letos na jaře na něj navázala deska Brdskej vlak do neznáma / D.C. notes, inspirovaná jednak chalupou v Brdech, jednak Washingtonem D.C. a dalšími americkými městy. Kromě Cardo & Decumanus Orcígra znáte i z emo-punkové kapely 50m Znak, dříve hrál v noise-rockových Or a Vlněna.

Dnes již manželský pár se svými sólo projekty vyrazil na podzim 2025 na turné zejména po Německu (s jednou zastávkou v Holandsku a jednou v Belgii). Jak se takové turné chystá a jak byli spokojení s výsledkem?

Jak byste turné po Německu všeobecně zhodnotili?

Bára: Za tu zkušenost to rozhodně stálo. Neprodělali jsme, kluby, kde jsme hráli, měly dobré grantové zázemí. Ale zdá se mi, že se nám nepovedlo vytipovat úplně živá místa s funkční komunitou. Většina koncertů byla dost skromná, chodilo tam málo lidí, nemám pocit, že bych navázala příliš kontaktů. Říkám si, jestli není lepší, když mají kluby bez grantů trochu víc motivace přilákat lidi.

Vašek: Pro mě to byla vlastně obrácená zkušenost, než na jakou jsem byl se svými předchozími kapelami zvyklý. Obvykle jsme řešili hlavně to, aby se turné zaplatilo, ale samotné koncerty byly v pohodě. V tomhle případě byly peníze v klidu, ale koncerty dopadly různě. Nejsem si ale jistý, jestli je pravidlo „granty vs. žádné granty a komunita“ tak jednoznačné. Koncerty, které stály za houby, byly podle mě spíš chyba konkrétních promotérů – stály by za houby tak jako tak. Zažil jsem i akce, kde na to organizátor neměl peníze ani chuť, a člověk pak nedostal ani zaplaceno. Tady jsme aspoň dostali peníze. Z turné s kapelou Or mám dodnes přátelství a jsem s některými lidmi pořád v kontaktu. Tohle bylo jiné. Myslím, že hlavní důvod byl ten, že moje kontakty jsou už dost zastaralé, takže jsme tentokrát psali většinou lidem, které jsme vůbec neznali, a spolehnout se na to, že to dobře dopadne, je pak mnohem těžší.

Hodně to podle mě záleží na zodpovědnosti konkrétního člověka a na tom, jaký má osobně vztah k bookovaným umělcům. Těžko se v tom hledá nějaký vzorec. Je to hodně o náhodě a o tom, na koho člověk narazí.

Vašku, tys mi říkal, že máš zkušenost s bookováním turné třeba i v Anglii. Jak bys Německo a Anglii co do podmínek srovnal?

Vašek: O Anglii se často říká, že péče o kapely na turné tam bývá dost špatná. My jsme to ale na posledních dvou turné s Or (až na výjimky) nezažili. Bylo tam všechno, co jsme potřebovali – spaní, jídlo, slušné peníze, koncerty většinou v pohodě. I lidi, se kterými jsme se bavili, nám říkali, že jsme měli štěstí na promotéry. Neznamená to ale, že jsme tam nezažili i špatné koncerty, které stály naprosto za houby. Myslím si, že z tourování se opravdu těžce vyvozují obecně platné vzorce. Je to hodně o štěstí, o tom, jestli člověk dostane ten správný kontakt, ideálně přes kamaráda nebo kamarádku, kteří u daného člověka už hráli a propojí vás přes společnou známost. To funguje nejlíp. A samozřejmě je potřeba vytrvalost (třeba v bookování), anebo se na místa vracet a vytvářet si tam posluchačstvo. A co se týče Německa, s tím mám nejlepší zkušenost – na tamní promotéry je spoleh a bývá tam komfort. I s Or to bylo z hlediska peněz i pohodlí vždycky nejlepší. Skvělá

veganská večeře, většinou snídaně, pohodlné spaní. S lidmi to bylo různé, občas horší, občas fajn, ale celkově jsem měl pocit, že pokud jet do zahraničí, tak Německo je zároveň nejblíž a v rámci Evropy nejprofesionálnější. I ti nejvíc grassroots promotéři to mají většinou dobře zorganizované.

Měli jste na turné nějaký grant?

Bára: Ano, jednoduchý cestovní grant ze SoundCzechu. Věděla jsem od Venduly Pukyšové ze sinks, že SoundCzech vypisuje výzvy zhruba jednou za čtvrt až půl roku a je možné se přihlásit o finanční podporu na cestovné. Napsala jsem jim už s konkrétními termíny a místy a spočítala jsem, kolik nás bude stát cesta. Tu jsme tím pokryli.

Jak vlastně vznikl nápad jet po Německu společně a jak jste postupovali dál – kde jste žádali, na koho jste se obraceli?

Vašek: Myslím, že s tím nápadem jsem přišel já – řekl jsem si, že by mohlo být relativně snadné zabookovat Báru, protože zpívá anglicky a je to přístupná hudba. Chtěl jsem to zkusit a Bára souhlasila.

Postup u mě vždycky vypadá tak, že začínám od lidí a kontaktů, které znám, nebo od lidí, o kterých vím, že už někde hráli. Napíšu jim a zeptám se, jaké to tam bylo a jestli by doporučili tam napsat. Když se to takhle

rozjede, vznikne kostra cesty a je jasnější, jestli se to vůbec vyplatí. Nejdřív jsem obepisoval staré kontakty ještě z Or, pak jsem se ptal kamarádů, kteří byli nedávno na turné, případně jsem se koukal, kde hráli, a psal tam. Pak už byla nějaká kostra hotová a psal jsem si třeba s Markem Kolihou z Ida The Young, který mi dal spoustu kontaktů. Mít velký seznam kontaktů je důležitá věc, ale má nevýhodu, že člověk s ní píše naslepo, pošle stovky prakticky identických mailů. A podle mě to není moc efektivní. Bavil jsem se o tom nedávno s Tomášem Niesnerem, se kterým jsem nějaké kontakty sdílel, má stejnou zkušenost. Někdo ho pozval do Groningenu, kde teď hraje, ale shánět koncerty po cestě přes tohle náhodné obesílání pro něj taky bylo složité. Myslím, že to je zkušenost spousty lidí.

Kolik to celé zabralo času – bavíme se o týdnech, nebo měsících plánování?

Ve srovnání s jinými turné to bylo relativně rychlé. Plánování turné s Or trvalo déle, ale ta turné byla i delší a neměli jsme takovou síť. Tady si myslím, že základní kostra byla hotová asi za měsíc, pak jsme ještě nějakou dobu dolaďovali dva tři koncerty a nakonec se to nějak vyřešilo. Klíčové je mít kostru, která zaručí, že se vůbec vyplatí někam jet. Zbytek se pak „dopytlíkuje“, i za cenu jednoho volného dne navíc. Hodně záleží na kontextu – tady

jsme jeli v podstatě do neznáma, nikoho jsme neznali a nikdo neznal nás. Navzdory tomu se to podařilo celkem rychle, možná hrají roli i nějaké zkušenosti, že už trochu vím, kam má typologicky cenu psát a kam ne.

Pokryli jste výdaje, nebo jste museli něco doplácet ze svého?

Bára: Pokryli, ale ten grant od SoundCzech pomohl.

Vašek: Záleží, co se počítá jako náklady. Reálné náklady jsou vyšší než jen benzín, je v tom i opotřebení auta, cena a údržba nástrojů, u kapel je třeba stabilní náklad nájem zkušebny a další věci. Ale počítáme-li jen cestovní náklady s nějakou amortizací, turné se určitě zaplatilo. Byl jsem docela překvapený, že dostat 300 eur za koncert je dneska normální, na to nejsem zvyklý. Teď už se to snad mění, ale dřív jsme byli rádi za cokoliv, většinou šlo o door deal. Dnes už je celkem běžné říct si o víc. Taky ale šlo možná o to, že tohle turné bylo trochu pro jinou scénu, mimo squaty a sociální centra, kde jsem hodně hrával dřív s kapelou.

Využili jste nějaké institucionální databáze kontaktů?

Přijde mi, že databáze moc nefungují, nebo o nich prostě moc nevím (alespoň ty institucionální, jak říkáš – popravdě moc nevím, co to je). U různých databází od kapel mám

pocit, že je lidi spíš moc nechtějí sdílet, což chápu, sám jsem svoje vytvořené listy svého času sdílel jen nejbližším kámošům, protože práce za jejich sestavením je enormní. K řadě z nich se ale dá dostat, kontakty se překrývají a sdílejí se i v různých skupinách na sociálních sítích. Jenže výsledek z toho bývá slabý, pokud se člověk vysloveně netrefí do vkusu a žánru daného místa. Mně spíš funguje ptát se kamarádů a spoléhat se na osobní vazby než čerpat z databází.

Byl to dobrý výlet?

Vašek: Jo, byl. Některá místa a města byla fakt hezká, třeba Brusel nebo Aachen se mi moc líbila, navíc jsme v Bruselu navštívili Bářinu kamarádku, takže to bylo příjemné. Myslím, že je to i trochu jiná zkušenost, když člověk jede v kapele, ne jen ve dvou. Je v tom víc lidí, je to takové přátelské povyražení.

Bára: S tím určitě souhlasím. Lidi se navzájem líp podrží, dělí se o pocity. Když to zrovna nestojí za nic, líp se to snáší ve víc lidech. Jeden řekne, že to bylo hrozné, druhému to je líto. A je vždycky dobré, když je přítomný ještě někdo další, kdo zahlásí: „Kašlete na to, jdem na pivo."

Barbora Hora s kapelou – Tiny Flájská Session
→ youtube

zpět na obsah ↑

Co se děje na Balkáně?

Zbytečně špatná pověst

„Pohraniční policie v Nizozemsku, se mě opakovaně ptala, jestli nejsem prostitutka,“ **vypráví mezinárodně uznávaná bulharská jazzová hudebnice Ruth Koleva o pověsti, kterou mají země Balkánského poloostrova na západě Evropy. Tenhle region obestírá spousta předsudků a možná vás vůbec nenapadne, že právě tady by se mohlo odehrát nejzábavnější turné vaší kariéry. Přitom je to škoda. Balkán je sice dost izolovaný od infrastruktury zemí Evropské unie, zdejší scéna se uvnitř ale sdružuje do velmi živého a barvitého celku, který stojí za to prozkoumat.**

Bulharsko, Chorvatsko a Slovinsko jsou v Evropské unii, přechod hranic je v případě turné tedy hladký. Další země Balkánského poloostrova (Albánie, Bosna a Hercegovina, Severní Makedonie, Černá Hora, Kosovo, Srbsko) mají zatím status takzvaných kandidátských zemí a pro převážení nástrojů nebo merche tedy potřebujete ATA karnet – dokument umožňující dočasný dovoz a vývoz zboží bez nutnosti platit clo nebo daně. Přechod hranic do Srbska nebo Albánie nemusí být nutně horor, je ale důležité být připravený a mít nastudované své povinnosti.

Za tu práci to stojí. „Kolem klubů je živá komunita, většinou samotní muzikanti, zažili jsme neuvěřitelně vřelé přijetí,“ popisuje v rozhovoru o svých zážitcích z turné po Balkáně o několik stránek dále basačka

Vendula Pukyšová. Jestli aspoň základně sledujete mezinárodní politiku, víte, že to tu v posledních letech dost žije. Mladí lidé v balkánských zemích stojí v čele protestů a debat o budoucnosti tohohle regionu. V Srbsku propukly studentské protesty v roce 2025 po zřícení pochybně zasmluvněného, nově postaveného nádraží ve městě Novi Sad. V Albánii se zas v roce 2026 spustila vlna celostátního odporu potom, co dcera amerického prezidenta Ivanka Trump oznámila, že se chystá v oblasti albánského chráněného přírodního území vybudovat luxusní hotelový rezort. „Tahle země není na prodej," křičelo se na demonstracích a mladí lidé tu dávali najevo, že se nehodlají sklánět před západními penězi. Politoložka, spisovatelka a albánská rodačka Lea Ypi nazývá tohle období dokonce historickým momentem nalezení velkého respektu k sobě samým.

Odhodlání je cítit i z kulturní scény. Lidé se naučili nespoléhat na pomoc institucí a budují grassrootový systém, který drží na dlouhodobě opečovávaných vztazích. Skvělým příkladem takového spojovatele a nadšence je původem Holanďan Koen ter Heegde, který do regionu pod hlavičkou svého projektu Yugofuturism přiváží už několik let kapely především ze střední a východní Evropy. Právě o něm padne první zmínka v téhle kapitole, v rozhovoru s Vendulou Pukyšovou ze sink, potkáte ho ale ještě o pár stránek dál – v propojování evropských hudebních scén toho udělal opravdu hodně. Tohohle člověka a jeho projekty stojí rozhodně za to sledovat, pokud vás zajímá, jak si svépomocí zorganizovat dobré turné a jak se stát

nepostradatelnou součástkou v hudebním ekosystému nějaké oblasti. Koen po Balkánu provezl české kapely sinks a Fotbal. Za zorganizování tours si nebere peníze a vysvětluje to jako součást své širší filozofie: „Za velké balkánské turné, které jsem nabookoval pro sinks a Football, dvě české kapely, jsem dostal tak možná pár set eur, nebo jsme si vyměnili nějaká trička, něco takového. Nešlo mi o peníze. Šlo o to vrátit něco zpátky těm dvěma kapelám, které mi toho tolik umožnily, když jsem je požádal o pomoc s turné v Česku a na Slovensku – zkrátka udržet tu reciprocitu a rovnováhu ve věcech, které děláte na přátelské bázi," popisuje.

Balkánský poloostrov má celou řadu dobře recenzovaných hudebních showcasů. Zřejmě nejlepší pověst a celou řadu procítěných pozitivních reportů ze všech koutů světa má každoročně lublaňský MENT festival. Teprve několik ročníků má za sebou festival s chorvatském Šibeniku s názvem SHIP, jeho dramaturgie i filozofie přesto působí velmi neotřele. Návštěva balkánského festivalu, který je v rámci Evropy trochu méně exponovaný, může přinést ovoce – česká hudebnice Aiko třeba ke své smlouvě na sync s Netflixem přišla na konferenci So Alive v bulharské Sofii: „Networkovala jsem na showcase festivalu v Bulharsku,jen jsme si tak povídaly u drinku, už někdy pozdě večer. Ta slečna se pak podívala na moji hudbu a vybrala si song, který jsem ještě nikde nehrála a který jsem produkovala skoro sama. Zajímavé bylo i to, že na tenhle festival jezdí podstatně míň lidí než třeba na Eurosonic nebo South by Southwest, networking je tam v podstatě jednodušší."

Co charakterizuje hudební scény v jednotlivých zemích? Koen říká, že ve Slovinsku nezávislá scéna stojí na základech silného squatterského hnutí z devadesátých let, země navíc hostí jeden z celoevropsky nejuznávanějších showcasových festivalů MENT. V Chorvatsku jde podle něj sledovat velkou hudební obrodu a nové festivaly a konference. Severní Makedonie zaujala indie hlavy svým organizátorským kolektivem Gola Planina. Na území bývalé Jugoslávie jde vypozorovat stále funkční pozůstatky rozsáhlé sítě kulturní center – v Srbsku může vaše kapela hrát v KC Živa nebo KC Grad, v Chorvatsku v MKC Split, ve Slovinsku v Mladinskij Center Valenje.

Zní vám to lákavě? Začněte na super zpracovaném rozscestníku → indiebalkans.com a prozkoumejte, kde jsou na Balkáně právě vaši lidé. „Najdete tam kontakty na kluby, poskládáte si turné, je tam databáze hudebních médií, nahrávacích studií a labelů. Pokud chcete licencovat svou skladbu v Chorvatsku nebo najít rozhlasový kontakt v Bulharsku, najdete to tam. Vybudovali jsme celou infrastrukturu, která nikde jinde v Evropě neexistuje," říká Ruth Koleva, která ji spoluzaložila.

Užitečné kontakty, zajímavé balkánské kluby, kolektivy, festivaly:

M Média

K Kolektivy

P Platformy
Labely

A Akce
Konference
Kluby

Bosna a Hercegovina

Tuzla Live Association, BH → tuzlalive.org
Nezisková organizace z Tuzly, která pořádá koncerty a festivaly (například Džumbus Festival) a provozuje hudební školu Tuzla Rock School.

P

Bulharsko

Pave Club, BG → www.clubpavesofia.com
Undergroundový klub ukrytý pod Městskou knihovnou v Sofii, kde se konají koncerty i DJ večery.

A

Mixtape bulharské indie hudby od Liveurope, BG → liveurope.eu Výběr současné bulharské nezávislé hudby, který sestavila evropská síť klubů Liveurope podporující začínající interprety.

M

So Alive Music Conference, BG → soalivemusicconference.com Hudební konference a showcase v Sofii, menší a přehlednější než velké západní showcasy, takže se tu snáz navazují kontakty.

A

Tales of Sinemoria, BG → talesofsinemoria.com
Dvoudenní festival nové hudby v přímořském Sinemorci na jihu bulharského pobřeží.

Toplocentrala Sofia, BG → toplocentrala.bg
Regionální centrum současného umění v Sofii v přestavěné bývalé teplárně, s programem koncertů, divadla a výstav.

Bulharská hudební asociace (BGMA), BG → bgma.bg Profesní sdružení bulharského hudebního průmyslu, které propojuje tamní hudebníky, vydavatele a organizátory.

Chorvatsko

Klubskascena, HR → www.klubskascena.hr
Nejčtenější regionální portál o elektronické hudbě, od roku 2001 denně přináší zprávy z DJ scény, pozvánky a reportáže z klubů a festivalů.

Ravno do dna, HR → ravnododna.com Záhřebský hudební portál zaměřený na alternativní a nezávislou scénu, který funguje od roku 2011.

Ship festival, HR → ship.hr Mladý showcase festival v Šibeniku s neotřelou dramaturgií, zaměřený na indie, alternativu, elektroniku a experiment.

Surf Festival, HR → surffestival.live
Nový čtyřdenní festival na ostrově Krk, který pořádá bělehradský Kišobran a kombinuje DJ sety a živé koncerty z oblasti experimentální a klubové hudby.

Antonio Poščič, HR → antonio.poscic.net Chorvatský hudební publicista, který o regionální i experimentální hudbě píše pro zahraniční média jako The Quietus nebo The Wire.

Klub Močvara, HR → mochvara.hr Legendární záhřebský klub alternativní hudby na břehu Sávy s pestrým programem od punku po elektroniku.

Exportní kancelář We Move Music, HR → wemovemusic.hr Chorvatská hudební exportní kancelář, obdoba našeho SoundCzech.

Kulturní centrum Kontejner, HR → kontejner.org Záhřebská organizace pro současné umění, která se pohybuje na pomezí umění, vědy a technologií a pořádá i zvukové a performativní projekty.

Muzika.hr, HR → muzika.hr Chorvatský hudební portál se zprávami, recenzemi a rozhovory z domácí i zahraniční scény.

izvorišta (Substack), HR → izvorista.substack.com Newsletter Emira Fulurije na Substacku, věnovaný hudbě z celého světa.

Azimut Šibenik, HR → azimut.art Nezávislé kulturní centrum v Šibeniku s koncerty, výstavami a vlastní videoplatformou o místní scéně.

MKC Split, HR → mkcsplit.hr Multimediální kulturní centrum ve Splitu, které pořádá koncerty, výstavy,

festivaly i klubový program.

Novi prostori kulture, HR
→ noviprostorikulture.hr Městská instituce v Záhřebu, která spravuje kulturní prostory po celém městě a pořádá program i mimo centrum.

Kosovo

Defy Them Records, XK → instagram Alternativní kulturní centrum a vydavatelství v Prištině, které hostí koncerty, festivaly i debatní akce.

Montenegro

Festival mladyh umjetnika, ME
→ festivalmladihumjetnika.com Regionální festival z Podgorice, který propojuje mladé umělce z různých oborů a přibližuje současné umění popkultuře.

Makedonie

Mrtov Konj label, MK → bandcamp Nezávislé makedonské vydavatelství, které na Bandcampu vydává místní alternativní a experimentální hudbu.

Gola Planina, MK → článek Pořadatelský kolektiv ze Skopje, který podle Koena ter Heegdeho výrazně oživil makedonskou nezávislou scénu; odkaz vede na článek Easterndaze o něm.

Srbsko

Student Cultural Center Kragujevac, RS
→ skckg.com Studentské kulturní centrum v Kragujevaci s koncertním, divadelním a výstavním programem.

Long Play, RS → longplay.rs Bělehradská koncertní a promotérská agentura, která zastupuje regionální jména a pořádá festival Arsenal v Kragujevaci.

HellyCherry, RS → hellycherry.com Srbský webový magazín o kultuře, který od roku 2003 píše o hudbě, filmu, komiksu a literatuře.

Zaokret Cafe, RS → instagram Klub v bělehradském komplexu Cetinjska 15, kde se konají koncerty alternativních kapel, mimo jiné festival Hali Gali.

Hali Gali kolektiv, RS → instagram Bělehradský kolektiv mladých alternativních kapel, který vydává kompilace a pořádá každoroční celonoční festival.

Cetinjska arthub, RS → cetinjska.com Komplex klubů a barů v bývalém pivovaru v centru Bělehradu, jedno z center tamní alternativní scény; odkaz vede na prostor Kula.

Klub Studentata Tehnika, RS → facebook Jeden z nejstarších bělehradských studentských klubů s dlouhou tradicí rockových a alternativních koncertů.

Inverted spectrum records → bandcamp Srbské nezávislé vydavatelství, které vydává hudbu na Bandcampu.

Kišobran, RS → facebook Bělehradská promotérská platforma a vydavatelství, které stojí za kompilacemi Hali Gali i za festivalem Surf na Krku.

KC Grad, RS → kcgrad.rs Bělehradské centrum pro kulturu a debatu v nábřežní čtvrti Savamala, s koncerty, výstavami a festivaly.

Kontakt Beograd, RS → kontaktbeograd.rs Hudební konference a showcase v Bělehradě, která od roku 2017 propojuje profesionály z celého regionu a každoročně vypisuje otevřenou výzvu pro kapely.

Oblakoder magazin, RS → oblakodermagazin.rs Srbský hudební magazín zaměřený na domácí i zahraniční nezávislou scénu.

Slovinsko

Druga godba, SI → drugagodba.si Lublaňský festival world music a alternativní hudby s dlouholetou tradicí.

Ment Festival, SI → ment.si Lublaňský showcase festival a konference, který mezi hudebníky i profesionály patří k nejoblíbenějším v Evropě.

Radio Študent, SI → radiostudent.si Jedno z nejstarších nezávislých rádií v Evropě, které od roku 1969 vysílá v Lublani a dává prostor nezávislé hudbě.

Kino Šiška → kinosiska.si Lublaňské centrum městské kultury s koncertními sály a pestrým programem, pořadatel festivalu MENT.

AKC Metelkova, SI → wikipedia Autonomní kulturní centrum v bývalých kasárnách v Lublani, které je

srdcem tamní alternativní a klubové scény.

Ljubljanajazz.si, SI → ljubljanajazz.si
Jeden z nejstarších jazzových festivalů v Evropě, který se koná v Lublani.

Sploh, SI → sploh.si Lublaňský institut pro improvizovanou a experimentální hudbu, který pořádá koncerty a vydává nahrávky.

Mladinskij center Velenje, SI → facebook
Mládežnické centrum ve Velenje, které pořádá koncerty a kulturní akce.

Music Slovenia, SI → musicslovenia.si
Slovinská hudební exportní kancelář.

Slovenian Music Information Center, SI → sigic.si Instituce, která shromažďuje informace o slovinské hudbě a propojuje hudebníky s domácí i zahraniční scénou.

Šaleški študentski klub, SI → ssk-klub.si
Studentský klub ve Velenje, který pořádá koncerty a kulturní program pro mladé.

Mladinski kulturni klub eMCe plac, SI → emceplac.si Klub mládežnického centra ve Velenje s koncertním programem.

Jaša Bužinĕl, SI → instagram Slovinský hudební publicista, kurátor a DJ, editor taneční hudby v The

Quietus a spolukurátor festivalů MENT a SONICA.

Cankarjev dom, SI → cd-cc.si Největší kulturní a kongresové centrum ve Slovinsku, kde se v Lublani konají koncerty všech žánrů.

Minoriti kulturrní čtvrť, SI → minoriti.si Kulturní čtvrť v mariborském Lentu, kde se konají koncerty, divadlo a festivaly.

Svůj karnet ATA měj vždy připraven

Rozhovor – Vendula Pukyšová (sinks)

Sinks byli na nezávislé scéně mimořádně populární kytarové trio zpěváka Antonína Miky, basačky Venduly Pukyšové a bubeníka Peter Štímela. Brněnská formace se vyznačovala hlučným noise rockem s post-punkovými prvky a charakteristickou výraznou rytmickou sekcí.

V dubnu 2023 se skupina vydala na desetidenní turné z Rakouska přes Srbsko, Makedonii a Kosovo zpátky přes Maďarsko domů. Trasu i booking jim zařídil Koen Ter Heedge z platformy Yugofuturism a kapela si díky tomu užila vřelého přijetí, komunitní atmosféry i poznávání balkánských měst. Basistka a zpěvačka Vendula Pukyšová vypráví, co jim tahle cesta dala, proč se vyplatí mít papíry v pořádku ještě před hranicemi a jak se povedlo, že koncerty v Prištině a Skopje byly jedny z nejsilnějších zážitků, jaké kapela na cestách zažila.

Můžeš nejdřív připomenout, kdy jste jeli a kudy vlastně vedla trasa?

Byli jsme tam v dubnu 2023. Začínali jsme ve Veselí nad Moravou a pokračovali do Rakouska

a Maďarska, pak do Srbska, Makedonie a Kosova a zpět domů. Některé koncerty nám nakonec odpadly – v Srbsku byla zrovna střelba na škole v Bělehradě a vyhlásili národní smutek, takže se cesta trochu zkrátila.
Na některých místech jsme hráli i dvakrát, takže dohromady šlo o osm vystoupení, na cestě jsme byli asi deset dní.

S jakou motivací jste se vlastně rozhodli vyjet do zahraničí, ať už na Balkán, nebo obecně?

Asi nás trochu omrzelo pořád jezdit jenom po Česku. Ne že by tu nebyla zajímavá místa! U nás je toho hodně, dá se tu jezdit léta a člověka to nepřestane bavit, ale zároveň jsme znali zahraniční kapely a chtěli jsme vidět, jak to funguje jinde. Inspirovaly nás i naše vazby v Grazu, kde kapely tourují mnohem víc, protože v Rakousku zase není tolik míst, kde hrát. Bylo zajímavé sledovat, kam jezdí ostatní, a zkusit to taky.

A proč zrovna Balkán?

To je vlastně celé zásluha Koena. V té době jsme se dost skamarádili a on má takovou misi propojovat kapely napříč Evropou, hlavně směrem na Balkán. Celé nám to domluvil sám, byla to čistě jeho iniciativa, my jsme z toho jenom měli radost, že nám ušetřil spoustu práce.

Bral si za to nějaký podíl?

Ne, to vůbec nebyl jeho záměr. Měli jsme peníze z hudebně-exportní kanceláře SoundCzech, z výzvy On Road, tak jsme mu něco z toho poslali, ale nebyl tam jasně daný podíl nebo nějaká dohoda.

Jak probíhala domluva konkrétních klubů a míst?

Moc jsme o tom nedebatovali. Koen má na všech místech osobní kamarádské vazby a všechno domluvil úplně bez mého přičinění. Až když měl vše potvrzené, propojil nás. Já jsem pak řešila jenom technické detaily. Dal nám nástřel, měli jsme jeden společný call, kde vysvětlil, co je to za místa a proč bychom tam měli jet. Popsal svoje vazby s lidmi, kteří tam koncerty organizují, většinou jsou sami muzikanti. Kontakty nám zůstaly, ty kapely teď jezdí zase sem. Jeho záměr se povedl. Navíc nám to strašně pomohlo. Se sinks jsme sice mezitím skončili, ale díky kontaktům by bylo mnohem jednodušší se tam vrátit a navázat, zároveň je lze využít pro naše další projekty a kapely.

Pojďme k praktické stránce cesty, jaká byla?

I když bylo vše domluvené, praktická stránka je vždycky trochu stresující. Navíc jsme byli mimo EU, neměli jsme data, která jsou tam hodně drahá, takže jsem se snažila vše vyřešit mailem předem, abych pak nemusela otevírat telefon.

Ne vždycky to ale vyšlo. Největší trápení jsme určitě měli s karnetem ATA.

To řešíme s kapelami pořád – jakmile zjistí, že jedou mimo EU, karnet je hned první věc, jíž zmiňují jako složitost.

Předtím jsme jednou jeli na otočku jen do Bělehradu a tam jsem teprve zjišťovala, co to vůbec je a jestli ho potřebujeme. Řešila jsem to čtyři dny před odjezdem, ještě jsem tomu moc nerozuměla, tak jsme to nakonec riskli a jeli jen s kytarami bez karnetu. Ale tentokrát jsme jely dvě kapely s obrovskou dodávkou plnou vybavení, takže jsme si ho nechaly vyřídit pořádně.

Máš nějaký tip, jak na to?

Určitě začít co nejdřív. Musíš mít sepsaný seznam veškerého vybavení, ideálně se sériovými čísly a hodnotou každé věci. To nám trvalo nejdéle. Karnet se navíc musí vystavit na někoho, kdo je registrovaný v živnostenském rejstříku. V té době z nás nikdo neměl IČO, takže jsme museli sehnat člověka ochotného nechat si na sebe věci napsat. Ten pak musí sepsat plnou moc pro někoho z posádky, kdo bude všechno na cestě vyřizovat. U nás to bylo ještě specifické tím, že jsme jeli do Kosova, které nemá s EU uzavřené hospodářské dohody, museli jsme tedy sepsat prohlášení, že tam karnetové vybavení nebudeme používat,

a prakticky ho z té části cesty vyškrtnout. Karnet vyzvedneš v sídle Hospodářské komory. Dostaneš tlustý sešit se seznamem věcí a trhacími listy v pořadí, v jakém budeš překračovat hranice. My jsme vyjížděli z Chorvatska, na hranici do Srbska jsme dostali razítko u vstupu, na výjezdu ze Srbska zase razítko a vytržený papír, pak pár metrů dál stejná procedura při vstupu do Makedonie. A takhle na každé hranici. Díky vyřízeným papírům nám ale nikde neotevírali auto, nemuseli jsme skládat žádné celní zálohy a nikde jsme výrazně nečekali. Stálo nás to tehdy asi devět tisíc korun. Znám kapely, které se na karnet vykašlaly, někomu to prošlo, někomu ne. Slyšela jsem historky, že na hranici s Makedonií kvůli tomu vrátili kapelu kamarádů zpátky. Takže já rozhodně doporučuju to řešit.

A samotné přechody hranic pak nebyly stresující?

Ne, prostě jsme vždycky s papíry zašli do kanceláře, celníkům to stačilo a razítko jsme dostali bez problémů.

Jaké byly samotné koncerty – chodili lidi?

Skvělé, hlavně v Makedonii a Kosovu. Funguje to podobně jako tady, kolem těch míst je komunita, většinou samotní muzikanti, a bylo to neuvěřitelně vřelé. Připadali jsme si tam jak doma, stejně jako v českých DIY prostorech.

Párkrát jsme se i dojetím rozbrečeli. Ve Skopje a v Prištině nám místní dokonce uspořádali prohlídku města. Ve Skopje jsme strávili dokonce dva dny, protože nám kvůli té střelbě zrušili koncert v Bělehradě a organizátoři nám narychlo sehnali náhradní koncert v malé vesnici na hranicích s Albánií. Všichni tam s námi jeli a byli neuvěřitelně ochotní.

A co zázemí jako spaní, jídlo?

Všude naprosto v pohodě, ve Skopje jsme měli i hotel. Hospitalita byla stoprocentní. Jediné, s čím jsme měli trochu nervy, bylo parkování, ale to je asi všude stejné. Komunikace před koncerty byla vždy bezproblémová.

Finančně vám to vyšlo na nulu, vydělali jste, nebo prodělali?

Bez peněz ze SoundCzechu, bylo to asi třicet tisíc, bychom určitě prodělali. Takhle nám to vyšlo tak akorát, nic jsme nedopláceli.

Jaké jste měli dealy?

Vždycky door deal, který pokryl základní náklady – jídlo, spaní, dopravu. Fixní honoráře jsme neměli nasmlouvané. Zbytek jsme dopláceli z grantu.

Jak celé turné zpětně hodnotíš, stálo to za to?

Rozhodně. I kdybychom byli hodně v mínusu, myslím, že bychom se tam sami od sebe

nikdy nevypravili. Asi bych si jen tak neřekla, že pojedu do Kosova. Byl to skvělý impuls od Koena, že nás tam poslal. A díky vazbám, které nám s kapelami a promotéry zůstaly, mi každá taková cesta do zahraničí přijde nesmírně přínosná.

sinks – Resistor Sound Session
→ youtube

zpět na obsah ↑

Co se děje v zámoří?

Více nákladů, hodně zážitků

Vyrazit za oceán je o poznání dražší a administrativně náročnější než jet k sousedům. Václav Havelka, který s Please The Trees opakovaně jezdí po USA, otevřeně mluví o letech práce a o vízech za 150 až 200 tisíc korun. Bára Zmeková zase popisuje, jak se v Japonsku bez certifikátu COE a promotéra, který za kapelu ručí, nedá zahrát ani v malém klubu a jak se o grantech často dozvíte až po návratu. Oba se ale shodují, že se to vyplatí, pokud od cesty nečekáte okamžitý průlom. Havelkovi přineslo poloprázdné vystoupení v Brooklynu kontakt na filmaře, se kterým je dodnes v kontaktu, a v Austinu dnes hraje díky vztahům budovaným roky. Zmeková si z Japonska odvezla publikum, které umí pozorně poslouchat, a z texaského SXSW zjištění, že tamní dveře nejsou zavřené ani pro tichou hudbu. Klíčem je pro oba spolehlivý místní kontakt, trpělivost a ochota brát úspěch dlouhodobě. Havelka tomu říká jiná forma realizace, Zmeková nehmatatelná hodnota.

Z DIY scény do zámoří

Václav Havelka o USA

„Je důležité stát nohama na zemi, být součástí lokální scény, komunity, a všechny zkušenosti předávat bez lpění dál,“ zdůrazňuje písničkář, producent a aktivista Václav Havelka známý především jako frontman kapely Please The Trees, která má za sebou nahrávání i koncertování v zahraničí. Václav je ale také dramaturgem pražského klubu MeetFactory a zkušeným stage managerem a technikem, který spolupracoval s velkými festivaly. V roce 2026 vydal své první sólové album „A Snake Crawling up a Broken Ladder“, na kterém spolupracoval s mnoha dalšími hudebníky a hudebnicemi, včetně zahraničních jmen, a dostalo se mu pozornosti zahraničních médií. To, že se může učit a posouvat skrze svou tvorbu, vnímá jako bohatství. Je pro něj důležité neustrnout v zajetých mantinelech a neustále se otevírat a růst. Jak prohlásil v rozhovoru pro Magazín UNI, nechce skončit jako „zapšklej rocker“. Uvědomuje si také, že pozice hudebníka vyžaduje určitý druh odolnosti a smíření se s odezvou na tvorbu, která může být jakákoliv. Realita na hudební scéně je tvrdá a Václav sám pocítil, že pokud dělá hudbu, která nemá potenciál ho uživit, je to těžké. Jeho definice úspěchu je udržitelnost i úcta k lidem, se kterými spolupracuje.

„Trpíme tím, že Amerika má finanční základ a její hudební průmysl válcuje celý svět. Americké kapely jezdí všude. Mají tady otevřené dveře a jezdí sem vydělávat peníze. Ale pokud chceš jet do Ameriky jako umělec nejen z Čech a z Evropy, ale i z jiné části světa, tak jsi ve strašně složité pozici. Protože než se tam dostaneš, stojí tě to nejen rok a půl práce, ale tolik peněz, že je to nepředstavitelné. Když někomu řeknu, že víza stojí 150 nebo 200 tisíc, je to šílené. Nemůžu si to obhájit ani sám před sebou. Na druhou stranu se to vždycky někam posouvalo a hlavně se rozrůstá globální síť kontaktů a vztahů. Kamkoliv přijedeš, s těmi lidmi se znáš, pomůžou ti a ty pomůžeš jim. Je to o síti vztahů a každý v ní má nějakou roli, i fanoušci. To, že se někam dostanu, je práce hromady lidí a já si toho strašně vážím. Našel jsem si v tom nějak místo a způsob, jak to dělat. Ale vidím kolem sebe, jak strašně náročné je to i pro mladé lidi. Jak se máš věnovat kapele nebo něco tvořit, když tě život stojí to, co tě stojí?“

Během posledních deseti let se Václavovi podařilo s kapelou Please the Trees koncertovat v zahraničí, a dokonce natočili několik desek v USA, i přesto, že z domácí scény se zdá Severní Amerika opravdu nedostupná (a vzhledem k obrovské hudební konkurenci a nákladům to tak nakonec pro většinu českých kapel opravdu je). Nahrávání alba ve Státech ale prý vyšlo finančně podobně jako v profesionálním lokálním studiu, jen k tomu přibyly náklady na cestu a víza. Metou se pro Václava stalo spolupracovat s těmi lidmi, kteří dělají s jeho oblíbenými tvůrci. A to jsou především hudebníci a hudebnice z indierockové

a postrockové scény Spojených států, kde naposledy strávil přes měsíc koncertováním a nahráváním i s projektem fyield s islandským hudebníkem Panem Thorarensenem a českým producentem Kryštofem Křížekem. V rámci interdisciplinárního projektu Krajiny budoucnosti zpracovávající téma klimatické změny, jehož součástí byl také dokumentární film Ivo Bystřičana.

„V roce 2023 během amerického turné jsme hráli jako vůbec první hudební projekt z česka live session v rádiu KEXP v Seattlu, což byl pro nás splněný sen. Ale zastávka v New Yorku byla extrémně náročná. Pronajali jsme si klub v Brooklynu a byli jsme sami sobě promotéry. Na celé to turné jsem zaplatil PR agenturu, ale i tak tam nakonec přišlo málo lidí. Byl mezi nimi ale filmový režisér, jehož doporučil Will Oldham, který nám pomohl domluvit koncert v Louisville. Napsal tehdy tomu režisérovi zprávu, že na nás v New Yorku musí jít, a on přišel se ženou, která je taky filmařka, dodneška jsme v kontaktu, že bychom třeba i něco udělali. Potkal jsem se s ním teď v únoru v New Yorku znovu. Takže vlastně nikdy nevíš. Nikdy to není jen ten samotný koncert. Realita je ale nekompromisní, umím si představit, že by to někoho mohlo úplně zdrtit. V tom klubu nám třeba ani nechtěli dát nahrávku našeho koncertu. Chtěli ji zaplatit, a že když nezaplatíme, tak nám ji nedají. Ale to, že mi můj idol pomohl zorganizovat koncert v Louisville a ještě psal lidem, aby na nás šli… Co víc si přát. Asi je třeba do toho jít s nějakou autenticitou a upřímností. Když se lidem v zahraničí otevřeš a vysvětlíš jim svoje kontexty, tak zírají,

protože speciálně v Americe si neumí představit, že jsi z takového prostředí, z takové dálky, a přesto dokážeš objet s kapelou celou zemi.“

Jezdit do zahraničí opakovaně bohužel ještě neznamená, že se pro vás situace bude zlepšovat, i v USA se, podle Václava, situace hudebních klubů mění spíše k horšímu. Nemůžete očekávat, že vás někdo někam pozve. Smlouvy často nedostanete a smlouvat ohledně podmínek z pozice kapely z východní Evropy není snadné. Snažíte se tedy uhrát aspoň důstojný čas a místo. Musíte mít auto, své nástroje a ubytování si řešíte sami.

S Please the Trees Václav několikrát vystoupil také na světoznámém showcasovém festivalu SXSW v Texaském Austinu. Zahrát si na takovém festivalu v dobrém čase a na dobrém místě je ještě těžší než v případě evropského ESNS.

„Hráli jsme tam vícekrát, ale naposledy třeba v nějaké díře někdy odpoledne. Když jsme tam byli poprvé, tak jsem měl předtím turné s Butthole Surfers a poznal jsem se se spoustou lidí, kteří dělají na tom festivalu. Takže jsme měli dobrou základnu v tom, že o nás věděli místní nebo lidi z těch scén. Mělo to trošku jiný dopad, než když tam jedeš jako česká kapela a jsi vržen do jámy lvové oné spousty interpretů. Ale ta platforma se taky strašně změnila. Byl jsem tam potom taky dělat stage managera, chtěl jsem do toho nahlédnout a zase jsem si utužil kontakty. A v Austinu teď hrajeme pokaždé, když jedeme turné, protože

se s těmi lidmi známe. Zase jde o nějaké postupné budování vztahů. Vždycky jsem si říkal, že buď tam budu já, nebo tam bude někdo jiný. Když tam můžu být, udělám pro to maximum a uvidím, co mi to přinese. Mým snem vždy bylo vydat desku venku. Mít label a dostat se regulérně do infrastruktury. Být třeba na labelu s někým, koho mám rád, a být tam jako rovnocenný partner. Díky labelu jste také pak v určitém kontextu. Lidé, kteří label sledují, vám pak automaticky věnují pozornost. Ale to, podle mě, nejde udělat bez práce."

Realitu hudební scény Václav nahlíží z více stran, nejen jako hudebník a booking agent v jednom, ale například také jako dramaturg pražského klubu MeetFactory, kde má příležitost setkat se s mnoha zajímavými zahraničními hudebními projekty. Ale jeho e-mail zaplavují i spousty nabídek neznámých kapel. Je jich tolik, že na něco také nestíhá reagovat. Avšak doporučuje to nevzdávat. Sám jako hudebník také nepřestává posílat různým lidem (doma i v zahraničí) informace o svých projektech. A neustále hledá nové informace a příležitosti. Kapelám, které se snaží vyjet do USA, doporučuje například newsletter neziskové organizace Tamizdat, která dříve sídlila v Praze a stále nabízí kapelám, jež se chystají na turné do USA, například i právní podporu. V kontaktu se zahraničím je pro Václava výhodou velmi dobrá znalost angličtiny a zkušenosti se sociálními sítěmi. Zároveň pokud texty songů nejsou v angličtině, nevidí to jako překážku. Na svou hudbu s českými texty má ze zahraničí velmi pozitivní reakce. „Když s nimi komunikujete anglicky,

udělají si obrázek o obsahu. A když zazpíváte česky, jsou nadšení. Jde určitě o věc, která tomu spíš pomáhá, protože ta hudba má nějakou autenticitu. Nejsi zase jeden z amerických umělců.“

Celkově zhodnotit úspěšnost turné v zahraničí je ale možné spíše z hlediska dlouhodobé perspektivy. Třeba až za rok, nebo když se snažíte domluvit další turné a můžete se zaštítit dosavadními zkušenosti, které mohou přesvědčit i další promotéry a kluby. Z hlediska financí to zůstává pro hudebníky a hudebnice nelehké i na domácí scéně.

„Většinou to není tak, že něco děláš, vrátí se ti to a máš důstojný život – že čím víc to děláš naplno, tím líp se ti daří. U umění to tak bohužel není. Ale na druhou stranu si říkám, možná je to tak dobře. Je to jiná forma realizace.“

Václav Havelka at Wertig Room
→ youtube

Nehmatatelná hodnota koncertování v Japonsku

Bára Zmeková o Japonsku

Skladatelka a zpěvačka Bára Zmeková má za sebou vydání třetího alba, na kterém prozkoumávala potenciál písňové formy na pomezí žánrů. Od svého vítězství v lokální talentové soutěži 1BAND2PLAY v roce 2013 stihla posbírat mnoho pochvalných recenzí i dvě nominace na cenu Anděl, zaujala mezinárodní porotu na Czech Music Crossroads a byla vybrána, aby reprezentovala českou hudební scénu na mezinárodním festivalu WOMEX – The World Music Expo v roce 2020. Již na svém lokálním turné v roce 2019 spolupracovala se zahraničními hudebníky, vystupovala s japonským duem Mikka Mangetsu, spolupráci ale přerušila pandemie. O šest let později se znovu potkali při vystoupení na Expu v Ósace, které tamní publikum nadchlo. Se svým hlasem, klavírem i syntezátorem a dalšími spolupracovníky se Bára Zmeková vydala na turné do Japonska i v roce 2026. Tentokrát mělo turné už osm zastávek a krátce nato ji čekala hned tři vystoupení na prestižním showcasovém festivalu SXSW v USA.

„Uspořádat koncerty v zahraničí není až tak složité. Největší problém jsou vždycky finance a potom všechny oficiální věci. Třeba v Americe jsou to pracovní víza. Na SXSW jsme ale jeli hrát jako

oficiální výběr South by Southwest, v tom případě žádná pracovní víza potřeba nejsou, nedostáváš za to totiž žádné peníze. Nemáš pokryté vůbec nic a musíš si na to sehnat finance sám. Velký ranec toho stresu okolo hraní v zahraničí jsou tedy především finance. Na první turné jsme měli podporu od MKČR, OSA a SoundCzechu. Na to poslední jsme měli podaný grant, ale byla to velká nejistota. Pokusili jsme se obepsat nějaké nadace, ale nic nevyšlo. Paradox je, že u projektů, které se hlásí o podporu a mají deadline v září, padne rozhodnutí až v průběhu první poloviny následujícího roku, ve které se mají konat. Takže jsme ještě 14 dní po návratu z japonského tour a USA nevěděli, jestli vůbec dostaneme nějakou podporu od Ministerstva kultury, a nakonec jsme se dozvěděli, že nedostaneme. To samo o sobě není něco, na co bych se zlobila. Spíš je to asi systémový problém – a na tom se teď shodne celá kulturní sféra. Je to náročné pro všechny organizátory i pro nás. A nejde o to, že bychom si stěžovali, že nemáme peníze, ale o to, že třeba nevíme, jestli je dostaneme, nebo ne. My jsme měli obrovské štěstí, že našeho kolegu napadlo podat grant znovu a požádat o podporu ještě zpětně, což se nakonec vyplatilo a podporu jsme získali. Ta nejistota je ale obrovská.“

Nejen Bářina zkušenost je taková, že cestičky na zahraniční hudební scény ještě zdaleka nejsou prošlapané. Přípravám takového turné je tedy nutné se intenzivně věnovat s dostatečným předstihem a prezentace hudby a hledání příležitostí zabere mnoho

času i mimo dobu strávenou ve zkušebně a s publikem v klubu.

„Pro mě je důležité, že se každou takovou cestu, kdy mám výjezd nějak podpořený, snažím opravdu poctivě využít. Ne že si tam odbydu tři dny na showcasu a užiju si hranolky, ale opravdu se snažím hledat cesty, jak z toho člověk může něco získat. Jednak pro sebe, pro svoji hudbu, a jednak i pro scénu tady, protože ty cestičky nejsou vůbec prošlapané. A je trošku škoda, že podpora nefunguje ještě o něco líp. V zahraničí totiž vnímám, že když země mají podporu na výjezdy a umělci se mají o co opřít, tak je potom o hudbě i scéně slyšet. Všechno je snáze realizovatelné."

Že byla vybrána na prestižní showcase SXSW v texaském Austinu, se Bára Zmeková dozvěděla pouhých 14 dní před začátkem japonského turné. Zařízenou měli tedy pro jistotu jen jednosměrnou letenku, což kromě nejistoty znamenalo i větší výdaje. Podpora přišla, ale například od ambasády ve Washingtonu a také Českého centra. A organizace turné už neležela jen na Báře, s praktickými věcmi pomáhal i baskytarista Pavel a Petr Blažek z 420 Production, který na SXSW kurátoroval speciální koncerty v rámci programu Czech House (místa, kde se prezentovala česká kultura, bussines a politika). Hraní v jiných městech USA tentokrát nepřipadalo v úvahu. Pracovní víza by bylo nutné řešit půl roku předem. Hraní na showcasovém festivalu povolení nevyžadovalo, vzhledem k tomu, že kapela za něj nedostává žádný honorář. Administrativa tedy odpadá, ale je nutná značná investice. Vyrazit na obří

showcasový festival je někdy sázka do loterie. Získat něčí pozornost v záplavě dalších kapel a pracovních schůzek není vůbec lehké a hrát pro průběžně odcházející publikum chvátající na další koncert nebo dělat kulisu byznysovým akcím může být frustrující. Naštěstí pro Báru byla zkušenost nakonec velmi pozitivní.

„South by Southwest nám přinesl jednu důležitou věc, zjištění že to tam pro nás není zavřené. Říkala jsem si: ‚Koho by to v USA zajímalo?' Ale reakce lidí, když přišli na náš poslední koncert do kostela, kde měli příležitost si sednout a poslouchat v klidu, v tichu, bez piva, bez baru… byla úžasná. To přijetí bylo hrozně hezké. Měli jsme standing ovation a bylo to krásné. Ocenili nás. Byli jsme fakt potěšeni. A navíc, mohla jsem tam hrát na křídlo, to vytvoří magii navíc jak pro publikum, tak pro mě."

Motivací vyrazit znovu do Japonska byla nakonec také pozitivní reakce publika, které se Báře dostalo v rámci koncertu na veletrhu EXPO 2025, ačkoli naplánovat turné v tak vzdálené a odlišné zemi není vůbec jednoduché.

„Měli jsme pocit, že to tam má opravdu smysl, že tam lidé naši hudbu skutečně vnímají a že ji oceňují. A bylo nám s nimi dobře. Komplikované to bylo hlavně kvůli tamní imigrační politice**.** Úřady kontrolují, zda mají kapely a muzikanti pracovní víza. Na každý koncert musí mít člověk potvrzené pracovní vízum, které získává na základě COE certifikátu, Certificate of Eligibility. Tím, že

se nám tenhle šíleně tvrdý oříšek podařilo rozlousknout na našem prvním tour v Japonsku, jsme věděli, jak na to. Měli jsme už promotéra, který umí COE vyřídit s úřady v Tokiu, a věděli jsme, že to nějak zvládneme. V Japonsku je zakopaný pes v tom, že jde stěží domluvit jakýkoliv koncert bez COE. Ale COE dostaneš jen na základě potvrzeného koncertu. Je to tam asi nově, protože o tom často nevědí ani kluby. A lokální muzikanti vůbec netuší, že něco takového musíme mít. Takže když nám pomáhali domluvit nějaký koncert, bylo pro ně velké překvapení, že ho tam nesmíme udělat, protože to neprošlo přes příslušný úřad. Bylo potřeba se zorientovat v tom, jak tahle oficiální sféra vůbec funguje. Díky tomu, že už jsme měli v Japonsku kontakty, jsme se dostali k člověku, který byl jako jediný ochotný a schopný nám COE zařídit. Ten japonský promotér na sebe totiž musí vzít zodpovědnost a musí pokrýt všechny naše koncerty. Nesmí se tam měnit ani místo, ani datum, musí to být všechno pevně dané. A v momentě, kdy si vystavíme tour, promotér vše posílá na úřad, kde z toho můžou ještě vyškrtat věci, které se jim nezdají. Je to zajímavé v tom, že nám třeba nedovolí hrát v sálech, které jsou pro méně než sto lidí, nebo v sálech, kde není šatna velká osm nebo devět metrů čtverečních. Jsou to taková nelogická pravidla. A ze zákona je dané, že promotér s námi musí na těch místech skutečně být. Anebo tam musí být nějaký Japonec, který podepíše, že za nás ručí.“

Pokud by byla kapela přistižena při vystupování na honorovaných koncertech bez COE, mohlo by to znamenat i doživotní zákaz vstupu do země, proto

kapela raději volila oficiální cestu. A také pro toto turné Bára zvolila cestu spolupráce s lokálními umělci. Každý koncert byl spojený s jiným japonským hostem, což obnášelo i specifickou přípravu. S většinou hostů se neznali, Bára jim předem poslala materiál, noty i playlist, a potkali se až na místě. Přestože scházely informace o tom, jak to v tamních klubech bude zvukově, kouzlo okamžiku zafungovalo. A nakonec i kluby byly velmi různorodé.

„Začínali jsme v Tokiu v klubu Moon Romantic, taková menší ségra Paláce Akropolis, hezký a pěkně vybavený klub. Mají tam kamery, světla, skvělý zvuk. Je to takový střední klub, kde nám to slušelo. Pak jsme ale byli i na takových úplně undergroundových místech, třeba v Nagoji. Klub přímo ve viaduktu, takže nad námi každé dvě minuty projel vlak nebo metro, což bylo dost strašidelné, ale to místo mělo svoje velké kouzlo. Pak jsme hráli i v jednom krásném domu z 19. století; taková holandská architektura s výhledem na oceán. Hodně často mají v klubech křídla nebo piana, na tom si Japonci docela zakládají. A když tam backline není, člověk jej většinou musí sám pronajmout. Kluby fungují tak, že se nikdo s nikým moc nepáře. Buď je to na procenta, nebo se platí nájem, to je podobné jako u nás.“

Se zapůjčením nástrojů vypomohli kamarádi kamarádů, ale také lokální zastoupení firmy Arturia, která přes své kolegy v Japonsku zařídila pro Báru syntezátor na několik zastávek turné. Spolehlivé kontakty v zemi, kam jedete, považuje Bára za klíčové, i kdyby to byl na začátku jeden kontakt, který vám pomůže napojit se

na další lidi. S výdaji na vnitrostátní cesty v Japonsku nakonec pomohlo i tamní České centrum. A s propagací pomáhali místní, se kterými se kapela seznámila například na Expu nebo i náhodně po příjezdu na druhé turné. Poslednímu albu se dostalo speciální pozornosti od japonské publicistky, která si nastudovala i texty a jejíž recenze vyšla japonsky i anglicky. Instagram prý v Japonsku příliš nefunguje, spíš síť X, nakonec ale největší úspěch měly tištěné materiály v japonštině, do kterých se tamní lidé ochotně začetli.

„Je to vždycky hrozně náročné, ale mít lidi, kteří ti na té cestě chtějí a mohou pomoct nebo tě propojit dál, je nejlepší. My bychom to bez toho nedali. Naštěstí jsou tam opravdu ochotní a podle mě i nadšení. Rádi se sbližují s lidmi ze zahraniční. Obzvlášť si myslím, že někteří Japonci fakt zbožňují Česko, takže to je o něco jednodušší. A máme trošku vyšlapanou cestičku Dvořákem. Japonci jsou schopní zaposlouchat se. Jsou takové hodně otevřené, nehodnotící publikum. A jsou strašně milí a pozorní. Zažila jsem i dojemné chvíle s lidmi, kteří znali mou tvorbu už dlouho. Měla jsem pocit, že to je takový bezpečný prostor. A na tom je přesně vidět, jak se tady někdy hraje na čísla a pořád se řeší, kolik lidí přišlo a kolik jsme vydělali a tak. Mně tohle přijde vlastně daleko důležitější. Hodnota je v tom taková nehmatatelná.“

Bára zároveň dodává, že z její zkušenosti se nedá očekávat, že se k úspěchu člověk s takovou hudbou prolomí marketingem. Je prý třeba si to „objezdit“. „Když je zpětná vazba většinou to, že koncert pro ně byl

pohlazením na duši nebo že jim hudba pomohla projít nějakým těžkým obdobím, to podle mě prostě nezlomíš čísly nebo imagí. Nedovedu si to moc představit... Kdybych věděla jak, tak to už dávno udělám.“

Pokud jde o propojení se zahraničními hudebními scénami, šlo to prý Báře přirozeně. Měla vždy nějaké kamarády ze zahraničí a už na její první desce hostovala cellistka z Austrálie, která se stala její dlouhodobou spolupracovnicí. Během práce na hudbě pro divadlo v Londýně se snažila, aby se k tomu přidalo i něco dalšího. O každé cestě do zahraničí uvažovala jako o příležitosti domluvit si rovněž koncert. Ale je to kontinuální práce.

„Přirozená součást mého bytí je, že prostě hraju. Takže když jsem měsíc byla někde na cestách, třeba s kamarády v Austrálii, protože se mi po nich stýskalo a nemohla jsem to bez nich v Praze vydržet, bylo jasné, že si tam domluvím koncerty. A není to tak, že by potom člověk očekával, že z toho něco bude mít, ale je to nedílná součást a nějak to potřebuješ. Díky tomu jsem mohla hrát třeba v čínské knedlíčkárně. Skládá se to dohromady a člověk postupně získává zkušenosti. Je to opravdu běh na dlouhou trať. Ale třeba běžím delší cestou, než je nutné, nevím. Vlastně nemám recept na to, jak se dostat za hranice. Rozhodně je to o spojování se s muzikanty a o tom, že člověk musí počítat s investicí. Šetřit na to, aby člověk mohl udělat tour v zahraničí, je bohužel komplikované. Jenže jak to udělat jinak, než že si tam vytvoříš fanouškovskou základnu?“

Při zamyšlení nad dalšími komplikacemi a překážkami se Báře vybaví jedna zásadní, kterou sama pocítila a stále pozoruje kolem sebe. Je to určitý vnitřní boj samotných umělců a umělkyň způsobený společenským nastavením vůči umění a kultuře.

„Myslím, že tady člověku strašně dlouho trvá, než sám sobě dokáže, že má právo to prostě dělat. A to je hrozná škoda. Myslím si, že se tím cesta strašně prodlužuje. Možná to mladší generace teď už bude mít jinak. Přijde mi, že mladší muzikanti jdou rovnou do toho; už vědí, že to je jejich místo, a tak to dělají. Ale vím, že nejsem jediná, kdo to měl takhle. Trvalo to strašně dlouho. V zahraničí vnímají lidé kulturu jako něco skutečně důležitého, takže si tam najednou připadáš, že děláš důležitou věc. Hrozně tě to podporuje v sebevědomí a v tom, co děláš, najednou mnohem snáz vidíš smysl.“

Ráda bych ale ještě řekla, že i v té dlouhé cestě vidím smysl, protože člověk nikdy neví, z jaké strany a kdy se mu to jeho úsilí vrátí. A vždycky se vrátí. Tím jsem si stoprocentně jistá.

Bára Zmeková & Mikka Mangetsu Live at EXPO 2025
→ youtube

zpět na obsah ↑

Jaké profese mohou s cestou do zahraničí pomoct?

Jaké profese mohou s cestou do zahraničí pomoct?

Když se bavíme o tom, jak málo se ví o české hudbě v zahraničí, často debatujeme o kvalitě nebo výkonu umělců a umělkyň samotných. Méně se ale hovoří o tom, kolik lidí tu dělá práci v backstagi. Kdo spolu se samotnými kapelami, songwriterkami a songwritery nebo producenty a producentkami bookoje turné, pomáhá jim s jejich stage presence nebo s jejich mediální prezentací. Nakonec jsou to často právě oni, na kom se láme chleba.

První vystoupení slovenské kapely na britském festivalu Glastonbury zařídila zapálená manažerka Katja Thaler, s jejímž přístupem k práci se můžete seznámit o pár stránek dál. Naopak třeba frontmanka kapely Vesna Patricie Kaňok Fuxová říká, že jejich velmi dobré umístění v Eurovizi i navázání přátelských vztahů v mezinárodní hudební komunitě se jim v dlouhodobější zahraniční spolupráci nepovedlo přetavit právě kvůli tomu, že neměly šikovné manažery nebo manažerky. Svůj zážitek z mezinárodního evropského hudebního klání popisuje Kaňok Fuxová, jako kdyby vás země vyslala na olympiádu bez podpůrného týmu: „Měly jsme nachystanou desku, která vyjde po soutěži, nalily jsme spoustu peněz do kostýmů i choreografie. Absolutně ale selhala manažerská struktura, musely jsme si všechno v kuloárech domlouvat samy a zároveň se soustředit na umělecký výkon. Bylo to, jako bychom jely na olympiádu, zajely závod v dobrém čase, ale neměly

žádné servisáky, kteří nám ‚naštelují' snowboard a celý gear, nebo někoho, kdo za nás vyplní administrativní záležitosti," říká.

Následující stránky představují lidi, na které v hudbě nesvítí reflektory, ale bez nichž by žádné koncerty nikdy nebyly. O tom, jak kapely dostat na Glastonbury nebo do New Yorku, mluví slovenské manažerské wunderkid, Katja Thalerová. Praktické tipy dává hudebník, promotér a booking agent Martin Šolc. O zkušenosti se zahraničním vzděláváním vypráví manažerka Anežka Pokorná. Nela Mikošková demytizuje hudební management jako obor – dělat to podle ní můžete, i když nejste vůbec cool.

Lidský přístup a železná vytrvalost

Rozhovor – manažerka Katja Thalerová

Katja Thalerová patří k lidem, bez kterých by slovenská nezávislá hudební scéna vypadala úplně jinak. Stála u vzniku showcase festivalu SHARPE, působí jako projektová manažerka exportní kanceláře LALA Slovak Music Export. Obstarává booking celé řadě slovenských interpretů a umí je dostat opravdu daleko. Kapelu Tolstoys se jí podařilo dostat jako první slovenskou skupinu vůbec na legendární britský festival Glastonbury. Zpěvačku Eriku Rein dovedla až do jihokorejského Soulu, kde jako první slovenská interpretka vystoupila na prestižním showcase festivalu Zandari Festa. Postpunkové trio Berlin Manson zase dostala až do New Yorku, kde kapela odehrála koncert po boku dalších slovenských a českých jmen.

V rozhovoru Katja popisuje, jak nad svou prací přemýšlí. Její tajemství nicméně podle jejích vlastních slov nespočívá v byznysové nekompromisnosti. Říká, že své kapely dostala tak daleko hlavně díky lidskému přístupu, skutečnému spřátelení se s lidmi z hudební branže a vytrvalosti.

Co je základ, bez kterého se kapela na zahraniční tour nedostane?

Myslím, že je potřeba odvést práci na propagaci. Kapela musí mít kvalitní promo text, srozumitelný rider, hezké fotky a nějaké reprezentativní video, pohyblivý obraz prostě funguje. Nemusí to být video, kde přímo mluví interpret, stačí animace nebo část klipu v dobré kvalitě. Festivaly dnes prezentaci na určité úrovni vyžadují. Kapely s tím občas zápolí, pamatuju si, jak festivalový grafik musel jednou umělci dotvářet digitálně kus hlavy do fotky, protože byla tak divně oříznutá, vůbec nesedla do připraveného rámečku a navíc byla ve špatné kvalitě. Pokud chce být kapela braná vážně, musí tomu odpovídat i materiál, který dáváme promotérovi, je to naše odpovědnost vůči němu.

Jak ses rozhodla, že budeš dělat export hudby?

Pracovala jsem pro showcase festivaly a přirozeně jsem potkávala hodně lidí ze zahraničí. Uvědomila jsem si, že je to skvělá šance, jak pomoct konkrétním kapelám, ale vlastně i celé zemi, aby bylo její jméno v zahraničí trochu zvučnější. Myslím si, že slovenská hudba je taková neobjevená věc, a já mám velkou chuť ji ukázat světu, to je pro mě dobrá motivace. Chtěla bych, aby středoevropské země měly trochu významnější postavení na hudební mapě. Tak cestuju po showcasových festivalech a upozorňuju delegáty a delegátky na zajímavá jména. Často se potkávám s promotéry a promotérkami,

kterým se nic nevybaví, když se řekne slovenská hudba. Tak jim doporučím – pusťte si to a to. Odhaduju, co by je mohlo zaujmout, a nabízím jim takový výběr na míru.
Myslím že Česko i Slovensko mají pár úspěšných individuálních příběhů interpretů, kteří prorazili v zahraničí. Obecně ale máme málo úspěšných case studies, kterých by se šlo chytit a jejich postup zopakovat. A to je trochu omezení, taky mě to ale fascinuje. Je to neprobádané teritorium a baví mě přemýšlet, kam až by to kapely mohly dotáhnout, kde všude by slovenská hudba mohla hrát a co pro to můžu udělat.

Máš hodně skvělých zářezů, ale nejvíc se mluvilo asi o tom, když jsi dostala kapelu Tolstoys na britský festival Glastonbury. Jak se to povedlo?

V podstatě všechno, co dělám, je learning by doing, učím se za pochodu. A tohle byl stejný případ. Na jednom festivalu jsem se sblížila s britskou delegátkou, v průběhu času jsem zjistila, že pracuje pro Glastonbury. Festival trval pět dní, podnikaly jsme spolu různé věci, chodily na koncerty, na konci festivalu mě napadlo, že bych jí mohla ukázat Tolstoys. Říkám jí, že by se jí mohli hodit na Glasto. A protože jsem jí s tím předtím čtyři dny neuháněla a nevyvíjela jsem nátlak, tak řekla, super, díky za tip, pustím si to.

Někteří lidi hodně tlačí na pilu a jsou orientovaní na byznysovou stránku věci. Můj styl je jiný – musím si sednout lidsky s daným člověkem, trochu se navzájem poznat, sblížit se, vybudovat si nějakou důvěru. Navzájem se na sebe pak díváme trochu jinak než jen jako na kontakty. A hudební doporučení pak mají jinou váhu.

Takže jsem jí poslala Tolstoys. Ona je samozřejmě strašně zaneprázdněná, takže se pak dlouho nic nedělo. Přemýšlela jsem, jak to posunout dál, tak jsem napsala našemu společnému kamarádovi, ať jí dá referenci. Že to je moje kapela a stačí napsat, že jsou fajn. Tahle delegátka v životě neslyšela o slovenské hudbě, celý náš region pro ni byl naprosto neznámý, nikdy by ji ani nenapadlo hledat slovenské umělce. Věděla jsem, že se budu muset připomínat.

Referenci dostala, řekla, okej, zajímavé, ale zase nic. Občas jsem se jí připomněla, pak jsem byla na Eurosonicu, kde jsme se normálně bavily. Byly jsme spolu na jedné recepci, žádný trik v tom nebyl, prostě jsem se chovala přirozeně, jako člověk k člověku.

Pak následovalo další setkání, říkala, že se jí to líbí. Ale neví, jestli může mou kapelu zařadit na line-up, protože se soustředí spíš na produkci své stage a lineup dělá její kolega, který má poslední slovo. Pak naše komunikace na chvíli utichla, ale já se znovu ozvala. Byla jsem přátelská, ale vytrvalá. Když mi někdo zavře

dveře, najdu si okno, projdu sklepem nebo přes sousedův balkon. Nerada se vzdávám! Mám v sobě drive zkoušet věci, které jsem ještě nezkusila.
Komunikovaly jsme dál, a když jsme byly na festivalu MENT, přišla mi konečně na Facebooku zpráva: „Víš co Katjo, pojďme do toho!“ Po devíti měsících! Hned jsem to psala kapele, nejdřív tomu nemohli vůbec uvěřit, ale pak souhlasili. Bookerka mi řekla, že ještě čeká na oficiální schválení, to pak přišlo. A náš sen se splnil.
Hrozně jsem věřila tomu, že Tolstoys na velký festival opravdu patří. A nenásilně, jemně, ale důsledně jsem k tomu mířila. Je to o spoustě detailů a malých krůčcích.
Kapela si nakonec vystoupení na Glastonbury i zopakovala. Udělali jsme dobrý dojem, zvládli jsme trochu bojové podmínky – je tam prach, špína, společné záchody pro všechny, slyšela jsem i o kapelách, co to nedaly. My jsme byli hodně samostatní a snaživí a oni si nás zapamatovali v dobrém. Dokonce jsme si vyměnili drobné dárky, třeba desky. A pak jsme si na MENTu v roce 2025 s delegátkou řekly: „Pojďme to dát ještě jednou!“ A vyšlo to. Jsem s touhle ženou pořád v kontaktu, občas si napíšeme.
Myslím si, že je potřeba kombinovat profesionalitu s lidským přístupem. Profesionalita za mě znamená být připravená, umět věci funkčně doručit ve chvíli, kdy se to

hodí. Ale je třeba nad tím přemýšlet jako nad nástrojem. Hudba je sice průmysl, ale pořád je tu potřeba radosti.

Pro hodně interpretů je export takový svatý grál, v tvém podání to ale všechno zní hrozně příjemně a dosažitelně.

Možná se to nezdá, protože festivalů je hodně, ale zahraniční hudební komunita je ve skutečnosti dost malá. Lidi z velkých festivalů se navzájem většinou znají. A dobrá pověst se pak šíří snadno. Je to podobné jako u nás na Slovensku – řekneme si mezi sebou, že tahle kapela je skvělá a spolehlivá, a oni si to řeknou taky. Proto se snažím jednat lidsky a nespálit si mosty kvůli jednomu koncertu.
Myslím, že je důležité umět se bavit. Jeden delegát z velkého festivalu mi po MENTu v Lublani psal, že mu československá delegace poskytla bezpečný únik před všemi promotéry a agenty, kteří ho naháněli. Nepodnikali jsme žádné oficiality, šli jsme na večeři, užili jsme si hezký večer, vyprávěli jsme si. A to jsou podle mě ty drobnosti, co dělají rozdíl.

Při čem ses nejvíc zapotila?

Nedávno se nám povedla hezká věc – udělali jsme koncert Arlety, FVCK_KVLTa a Berlin Manson v Českém centru v New Yorku. Podali jsme nějaké granty, domlouvali jsme tuhle akci několik měsíců dopředu. Když už jsme tam

všichni letěli, chtěli jsme využít příležitosti a zahrát koncert ještě na nějakém jiném místě. Bookli jsme teda nějaký klub. Lístky se ale špatně prodávaly a opravdu pár dní před konáním mi odtamtud napsali, že se koncert ruší. Byli jsme zrovna v galerii a já místo toho, abych si užívala Moneta a Picassa, jsem seděla na lavičce, psala nekonečné zprávy o tom, proč by akce měla proběhnout, a nakonec jsem se šla vybrečet na záchod. Říkali nám, že jsme jedni z tisíce, že v New Yorku ten večer probíhá hromada jiných akcí. Já jsem ho ale přeargumentovala, byly za tím měsíce příprav, neměli jsme druhou šanci, do USA už zase dlouho nezamíříme. A dopadlo to dobře, byla jsem vytrvalá, koncert proběhl a nakonec došlo dokonce asi padesát lidí.

Co mají kapely mít, když chtějí pracovat s tebou?

Nejsem nijak vyhraněná, myslím, že o tom svědčí rozmanitost kapel, se kterými spolupracuji. Platí ale, že nechci jen odepisovat na maily a vyřizovat telefonáty, ale spíš také přemýšlet, co se s tím či oním materiálem dá podniknout. Snažím se kapelám otevírat různorodé cesty, v tom vidím svůj největší přínos. Řeším veškerou administrativu, plánuju turné, dávám tomu strukturu a systém a zároveň do naší společné práce vnáším vášeň pro navazování nových vztahů v zahraničí. To mě prostě fascinuje.

Dělám to, na co mám chuť. Záleží mi na tom, aby mi kapela byla sympatická lidsky a pak i hudebně. Dostávám hodně nabídek, ale hudba mě musí naplno zaujmout, musím v ní vidět potenciál, se kterým chci pracovat.

Co pro tebe znamená exportní úspěch? Je to jeden koncert? Turné? Trvalé přátelství s někým ze zahraniční scény?

Určitě mi nejde o jeden samotný koncert. V zákulisí jednoho koncertu se odehrává obrovská práce a já chci, aby z ní bylo něco i dál. Nad každým jedním koncertem přemýšlím jako nad prerekvizitou pro jiný. Vystoupení na Glastonbury bylo pro Tolstoys velkým štemplem kvality. Pro Berlin Manson podobně zafungovalo vystoupení na budapešťském festivalu Sziget – když si zahráli tam, byli najednou důvěryhodní pro pořadatele v menších maďarských městech. Podobně to fungovalo i s vystoupením na polském OFFu. Pak se kapela také vrátila na menší polské turné.

Zahraničí kapelám otevírá jiné cesty. A v tomhle asi vidím svůj největší přínos – řeším za ně administrativu, plánuju třeba turné, dávám tomu strukturu a systém, a zároveň do toho přináším vášeň pro zahraničí, protože mě fakt fascinuje. Je to obrovská práce, která se odehrává v zákulisí, a pak ještě další velká práce na tom, aby se s tím dál něco dělo. Nejde

jen o to dostat kapelu do zahraničí, ale i o to budovat tam kolem ní nějakou scénu. Pořád je ale důležité kromě zahraničí budovat a udržovat silné publikum i v Čechách a na Slovensku, bez toho to nejde.

I vy jste hudební ekosystém

Rozhovor – agent a promotér Koen Teer Heegde

Nejen u nás se stává, že pokud se chcete do hudební scény zapojit, skončíte tak, že zastáváte více rolí současně. Zvlášť pokud vás baví alternativní hudba nebo okrajovější žánry. V takovém prostředí se uchytí často dobrodružnější a odolnější povahy, které pro hudbu chtějí dýchat, a stanou se několika chybějícími články hudební infrastruktury, což pomáhá nejen jim samotným, ale i ostatním kapelám nebo rozvoji celé nové subkultury.

Jedním ze zajímavých příkladů zahraničního profesionála, který se stále řídí principy DIY kultury, v níž si sami musíte udělat nejen hudbu, ale i budovat příležitosti a prošlapávat nové cesty, je Koen Ter Heegde. Nizozemský nezávislý promotér a agent, jehož platforma Yugofuturism se zaměřuje na podporu mladých kapel ze střední a východní Evropy, Balkánu a Pobaltských zemí. Už 20 let také vede svůj label Subroutine Records. Ve svých aktivitách se řídí nejen podle svého hudebního vkusu a „čichu“ na příležitosti, ale především podle základních lidských hodnot. I jako promotér a kurátor se snaží budovat mezinárodní spolupráce a udržitelnější hudební ekosystém zdola. A své zkušenosti rád sdílí nejen na různých konferencích, ale také jako vyučující na Groningenské univerzitě.

Koen je manažerem postpunkové kapely Tramhaus a spolupracoval už i s několika českými kapelami, včetně sinks, kterým pomohl připravit zahraniční turné. Skrze dobrovolnickou práci v Makedonii poznal lépe Balkán i východní Evropu a doteď se snaží využívat své mezinárodní sítě, aby spojil kapely s novými příležitostmi.

„Dominantní postavení má stále anglo-americký hudební průmysl a dostat se na západ pro kapely není jednoduché. Když se ale podíváte na Schengenskou zónu, nejsou tu tvrdé hranice a větší města od sebe nejsou tak daleko, takže si kapela snadno zařídí turné o deseti zastávkách, mezi kterými nebudou ani tak dlouhé přejezdy. Soustředit se na svůj region je klíčové, zlepšujete se jako hudebníci v koncertování a budujete si svou vlastní síť kontaktů, po které se pak příště vydáte do Nizozemí nebo Francie a Británie. A třeba Severozápadní Balkán, tedy Chorvatsko a Slovinsko, má skvělou infrastrukturu, jejíž část stojí na autonomních místech a squatech, které vznikaly v raných 90. letech na počátku tamní éry nezávislosti. Vznikají nové festivaly i showcasové festivaly, vláda a regiony do scény investují, aby vytvořili pro kapely příležitosti. Pak je to daleko jednodušší i pro kapely z dalších regionů, pokud se chtějí nějak napojit na tamní scénu. Na ose od Pobaltí a Balkánu se prostě dá najít spousta příležitostí ke koncertování. Ale samozřejmě kapely často láká západ, protože má stále dominantní postavení v médiích a populární kultuře.“

Úspěch v hudebním průmyslu je většinou pomíjivá realita, proto pokud jde o budování kariéry i v zahraničí, dává Koen důraz na pevné udržitelné vztahy. Velkou část jeho práce tvoří neustále budování nových osobních vztahů, na které se dá skutečně spolehnout. O své práci přemýšlí jako o kulturní diplomacii, kde je také nutné budovat dlouhodobě udržitelné vazby především s konkrétními lidmi. „*Věřím v hudební průmysl, který je postavený na sdílených hodnotách, ne na teritoriálnosti, finančních vazbách a jakýchsi odosobněných pokusech něco někde obsadit. Když se bavíme o termínech jako DIY nebo underground, vždy je to pro mě hlavně morální otázka. Nechci pracovat s lidmi, kteří škodí ostatním, ani s firmami, které někoho vykořisťují. Kapela Tramhaus, se kterou spolupracuji, je nyní vlastně docela úspěšná, ale když se podíváte, co je za tím, většina členů kapely stále aktivně pořádá koncerty a prostě se na scéně nějak podílí. I české kapely, se kterými spolupracuji, uvažují podobným způsobem. Lepší je začít v malém a růst společně. Nehledat hned agenty nebo labely, ale přirozeně navázat vztahy osobně, ne jen najít kontakty.*

Pokud hrajete proaktivní roli v hudebním ekosystému, stanete se důležitou zastávkou undergroundové nebo alternativní scény. Pokud pomáháte pořádat koncerty, s každou kapelou, která přijede ze zahraničí, se rozrůstá vaše síť kontaktů. Třeba někomu nabídnete nocleh u sebe doma nebo někomu uvaříte večeři, když je u vás na turné. Jsou různé způsoby, jak se na scéně podílet. Když si budujete svou síť sami, je to daleko udržitelnější, vztahy jsou pak vaše osobní, ne nějakého

agenta. Začnete od malého okruhu a potom se můžete posouvat i online, sledujete třeba kapely, které vás baví, a zjišťujete, kde hrají. Každé turné začíná nejdřív jedním koncertem mimo vaše město.“

Když už začínáte pomýšlet na zahraniční turné, je třeba začít plánovat včas a oslovovat kluby a promotéry aspoň půl roku, spíš třičtvrtě roku dopředu, upozorňuje Koen. Z jeho pohledu se spolupráce se zahraničními bookingovými agenturami nemusí vždy vyplácet, protože kapele nevybudují potřebné vztahy a nepomohou s propagací, často musí dávat důraz na krátkodobou návratnost. „Kapela Tramhaus, se kterou pracuji, zároveň spolupracuje s osmi různými booking agenty v rámci celé Evropy. Ve chvíli, kdy se o něco můžeme postarat sami, nepouštíme to z rukou. Je to pak taky uspokojivější. Myslím, že zrovna booking agent není to pravé řešení na výzvy, kterým kapely čelí. Já osobně preferuji práci s kapelami, které dělají trochu experimentální, divnější hudbu. Naštěstí mám svou platformu a nejsem závislý na penězích z bookingů. Nikdy bych nechtěl pracovat pro kapelu, jejíž hudba mě nebaví. I moje spolupráce s některými českými kapelami nebyla o výdělku. Byl to způsob, jak jim oplatit, že mi pomohly na jejich lokální scéně. Je to prostě udržování jakési rovnováhy na přátelské bázi. Takže, co se týče bookování, nejsem asi ten správný příklad. Yugofuturism je tu pro to, aby se kapelám dostalo více pozornosti, nevznikl kvůli výdělku.“

Koen sice nespolupracuje jen tak s nějakými kapelami, ale rád své znalosti a zkušenosti sdílí

třeba prostřednictvím workshopů na showcasových festivalech. Doporučuje hlavně ty kompaktnější a dostupné jako Sharpe v Bratislavě, Ment v Ljubljani nebo Tallin Music Week, které vidí jako mikrokosmos příležitosti k vzdělávání i seznamování se s lidmi, na které se v budoucnu budete moci spolehnout. „Tyto showcasy organizují také tzv. speed meetingy. Když máte vstup na konference, můžete se na ně zdarma přihlásit. Za tu hodinu se tam s očí do očí pobavíte třeba s deseti hudebními profesionály. Když si s někým z nich sednete, můžete se pak potkat na skleničku nebo zajít společně na koncert. Během pandemie jsem si uvědomil, jak jsou tyhle osobní kontakty důležité. Vyměnit si s někým vizitku během dvaceti vteřin, to nic moc neznamená, člověk si vás pak možná ani nezapamatuje, ale užít si společně koncert, popovídat o tom, jak se nám na hudební scéně daří, o tom, že vás zajímá spolupráce s balkánskou scénou nebo jaké plánujete turné, to otevírá dveře. Ostatní si o vás taky mohou udělat jasnější představu, víc vás poznat. A i když se po takovém setkání třeba nenaskytne příležitost spolupracovat, mohu vás pak po takové zkušenosti třeba propojit s někým jiným.“

Plánujete zahraniční turné?

Začněte v malém, třeba jen víkendem se dvěma koncerty. Průběžně si tvořte dokument s kontakty, kde budete mít e-mailové adresy, kontakty na platformy, kolektivy a nezávislé kluby z různých měst. Jakmile pak dojde na

plánování, budete připraveni. Koukněte se na mapu a zvažte délky přejezdů mezi městy.

Vyrážíte na turné po Evropě autem?

Nezapomeňte na dálniční známky a další poplatky na cestách.

Podepisujete smlouvu?

Pokud jde o dohodu o vzájemných investicích, která zahrnuje větší sumy peněz, najděte si určitě odbornou pomoc. Zeptejte se kapel, které znáte, na jejich zkušenosti se smlouvami nebo kontaktujte SounCzech, ti vás mohou napojit na osobu, která vám pomůže. Ale spolupráce s agenty se musí zakládat především na vzájemném respektu a pochopení. Pokud s někým spolupracujete a něco vám nevyhovuje nebo se chcete ubírat novým směrem, můžete si najít někoho jiného. Prozkoumávejte dál.

Plánujete turné na Balkán?

Nezapomeňte, že Srbsko je mimo Schengenský prostor a Evropskou unii. Budete tedy překračovat tradiční hranici, je třeba mít vyřízené veškeré papírování – musíte prokázat, že jste vlastníky nástrojů i případného merche, který vezete s sebou, a celý přejezd může trvat déle. Turné je vždy třeba dopředu dobře připravit, mít všechny dokumenty a doklady, ale také dopředu řešit propagaci a vše

s organizátory probrat do detailu včas a vše si dokumentovat.

Co je zásadní pro rozvoj hudební scény, která umožní mladým kapelám vyrůst?

Potřebujeme, aby lidé v Evropě volili liberální strany, které se orientují na budoucnost. A naše scéna potřebuje malé kluby, žádná kapela nezačíná v klubech pro 500 lidí. Bohužel ve střední Evropě spousta klubů mizí kvůli gentrifikaci, lidé si často stěžují na hluk. Pro začínající kapely jsou potřeba kluby s kapacitou padesát až sto lidí, v nich mohou odehrát svůj první koncert, zlepšovat se. Naštěstí existují projekty jako třeba LiveEurope, síť klubů, jež získává podporu pro kluby na honoráře kapel, které tam přijedou hrát ze zahraničí. V Česku je to Palác Akropolis, na Slovensku Cvernovka, které jsou zapojeny do této iniciativy. Ale malým klubům často trvá 20 let, než si vybudují reputaci, dramaturgii a publikum. To vše se ale může ze dne na den zhroutit. A dnes je velmi těžké získat v centrech měst povolení nebo vůbec najít místo pro hudební klub. Tohle je reálná hrozba, která brání v rozvoji celistvého hudebního ekosystému. Doufám tedy, že i regionální političtí zástupci se naučí pečovat o taková menší místa kultury. V minulosti jsem byl součástí několika projektů, které získaly podporu na propojení menších klubů napříč Evropou. Takové přemýšlení je mi velmi blízké.

Dejte si pozor na velké sliby

Hudební průmysl má zájem na tom, aby vám prodal tu starou pohádku'když s námi budeš spolupracovat, proslavíme tě'. Tak si stále udržuje příliv mladých kapel, které může vykořisťovat. Znám mnoho skvělých lidí v hudebním průmyslu, ale ten průmyslu musí neustále hledat nové kapely. A pokud se kapela stane zcela závislou na lidech z průmyslu, finančně nebo co se týče vztahů obecně, ať už jde o vydávání desek, nebo koncertování, může to položit jejich kariéru. Pokud se na budování kariéry budete podílet vy sami a budete se řídit hodnotami DIY scény, nikdo vám to nemůže vzít a bude to vždy zásadní součástí vaší osobnosti a způsobu, jak s kapelou budujete vztahy.

Prostě vydržte!

Rozhovor – hudebník a promotér Martin Šolc

Martin Šolc je zakladatelem a ředitelem firmy Space Tape Music (KAMEN!CE, VIMPERK a další) a spoluzakladatelem stejnojmenného nahrávacího studia na pražském Smíchově. Zároveň působí jako A&R manažer v hudebních vydavatelstvích SUPRAPHON a Sony Music CZ/SK. Znát ho můžete také jako moderátora hitparády neobjevených Startér na Radiu Wave, ambasadora exportního projektu Czeching nebo kytaristu pražské skupiny I Love You Honey Bunny. Podílel se na organizaci festivalů a akcí, jako Koncert pro budoucnost, Mladí Ladí Jazz, Student Fest a řada dalších. Stál i za iniciativou Kultura pro Ukrajinu. Vystudoval bakalářský obor Arts management na Vysoké škole ekonomické a navazující magisterský obor produkce na Divadelní fakultě Akademie múzických umění v Praze.

Za třináct let svého působení stihla kapela Martina Šolce I Love You Honey Bunny získat mnoho zkušeností i v zahraničí. Na velkém českém festivalu si poprvé zahráli v roce 2015 a o deset let později u příležitosti vydání své třetí desky už vyprodali pražský klub MeetFactory. Na evropském turné doprovázeli kanadskou kapelu Rare Americans a na svých dalších zahraničních turné se snažili na tuto zkušenost navázat už sólo. Podle Martina jim to nyní funguje

lépe v zahraničí, pokud nepočítá úspěchy koncertů v největších českých městech. Na anglicky zpívanou tvorbu se prý místní publikum nemusí napojit tak rychle jako na tu s českými texty.

„V každé zemi je to trošku jiné. Souvisí to i s tím, jak reagují lidé v daných zemích na jednotlivé písničky. Vždycky jsem si myslel, že to musí fungovat nejdřív tady v Čechách a teprve potom začnete exportovat. Vůbec to tak není. Můžou být projekty, které tady nefungují, ale pokud je za nimi základní dávka profesionality a know how, vůbec to neznamená, že se nemohou prosadit venku dřív než v Čechách. A naopak, když je nějaká kapela úspěšná tady, třeba i anglicky zpívající, neznamená to, že to bude fungovat venku. Lidé si do života nesou jiný kulturní kapitál podle toho, v jaké zemi vyrostli. Proto jsou pak zvyklí na úplně jiné věci. V Holandsku fungují daleko víc naše elektroničtější věci a v Čechách paradoxně ty kytarové. Teď mluvím o hraní pro nějaké mainstreamovější publikum vyňaté z alternativnější bubliny, které je taky velmi omezené. V Maďarsku taky daleko víc fungují kytarové věci. A na německý trh jsme paradoxně hodně alternativní. V Čechách jsme na hraně. Na každém trhu je to úplně jiné.“

Kapela spolupracuje s místním zkušeným manažerem a booking agentem Danem Nguyenem, v zahraničí pak například také s Holandským agentem Jackem Parkerem. I pro indierockovou kapelu znamená snaha

rozvíjet svou hudební kariéru doma i v zahraničí značné investice.

„Děláme tisíc věcí a tohle je pro nás ta srdcová věc, ale víme, že nemáme šanci se takhle uživit. Všechny peníze se dávají na jednu hromadu a až poslední tři roky fungování kapely si individuálně bereme peníze z koncertů. Teď už v Čechách hrajeme za víc peněz, občas odehrajeme nějakou firemní akci, ale pak peníze vezmeme a investujeme je někde venku, kde nám to dává smysl. Platíme to všechno z vlastní kapsy. V roce 2024 se nám ale povedl grant v rámci Národního plánu obnovy. To nám zaplatilo poslední desku, což bylo boží. Díky tomu jsme pak mohli jet s klukama do Brightonu, dělat tam na desce, trochu si tak splnit sen a zároveň poznat spoustu dalších lidí venku. Takže bez toho by to vůbec nešlo. Ale to je úplná výjimka. Ta příležitost se naskytla jen díky investicím EU po Covidu. Až na výjimky, jako jsou například mikrogranty exportní kanceláře SoundCzech nebo OSA, těch dotačních možností v porovnání se zahraničím v Čechách moc není.“

Po vydání desky u Indies Scope si kapela založila vlastní label/kolektiv Space Tape. Martin teď ale pracuje i pro major label Sony Music, pod který patří český Supraphon, což přináší mnoho dalších výhod nejen při distribuci hudby.

„Když jedeš turné v nějaké zemi, je dobré, aby tomu tamní pobočka labelu dala servis a aby se to objevilo v playlistech dané země. Pak se to všechno

může nabalit. Bez toho to prostě nejde, pokud člověk chce, aby projekt rostl, jako že každý projekt nemusí růst, může to být jen zábava. Může jezdit malé věci, a to je taky úplně v pohodě. Musí se to ale aspoň trošku posouvat, aby to člověka nějak drželo, hlavně hudebně nebo kreativně, aby měl pocit, že to dává smysl. Když se teď koukneš, jakým věcem se venku daří, tak většinu z těch věcí mají na svědomí lidi, kteří odjeli studovat na vysokou do zahraničí. Protože když jsi venku, tak najednou vidíš, že to jde a že tam jsou kapely, které řeší stejné věci jako ty. A není to o tom, že bychom tady měli nekvalitní věci. Máme tady super, talentované lidi. Spíš je problém, že ti lidé hrozně brzo zjistí, že to nejde, takže se na to buď vykašlou, začnou zpívat česky, nebo začnou dělat různé jiné ústupky, aby to pro ně mohla být kariéra.“

Martin i baskytarista jejich kapely Kristián Kraevski měli na střední škole možnost na rok vycestovat do zahraničí. Sám Martin měl tehdy v Texasu hardcorovou kapelu, se kterou i vystupoval. Vnímá tedy, že poznat zahraniční scény a napojit se na ně je zásadní. Potom ale přichází také přemýšlení o tom, jak na to, aby se úspěch opravdu dostavil. Pokud si kapela chce zahrát v klubu, který má už své publikum, je třeba řešit to i rok předem.

„Vždycky nás nejvíc bavilo hrát a s klukama se snažíme hrát co nejvíc. Ale po pár letech nám došlo, že pokud chceme, aby na koncerty někdo přišel a aby to fungovalo, tak pro to musíme udělat ještě spoustu dalších věcí okolo. A teď mluvím

o headline turné, kdy člověk nejede s nějakou jinou kapelou. Teď jsem právě zvědavý na první headline tour v Holandsku, kde máme booking i PR agenta. Štěstí jsme měli i u tamních rádií, která dávají prostor mladší, fresh tvorbě. Lístky se zatím celkem prodávají, ale jsou to kluby s kapacitou 250 lidí. Kdyby se nám povedlo nějaký z těch klubů vyprodat, budu šťastný. V Amsterdamu je teď prodaných 50 a je to v listopadu (pozn. 2025), takže dobré. Často jsme ale sami sobě promotérem; Česko, Slovensko a Maďarsko už dost často děláme na sebe. V Maďarsku máme taky svého agenta, který se o nás stará. U Polska záleží. Připadá mi, že je to tam v každém městě jiné. V nějakých městech už máme lidi, kteří pro nás dělají koncerty, a někde si to děláme sami. Kluby dost často ani nepřistoupí na to, že úplně no name kapelu vezmou, protože tam můžou mít tisíc lepších kapel, na které jim přijde víc lidí. Právě proto kapela potřebuje agenta, který se za ní postaví. Samozřejmě, když se to jednou povede, je to už daleko lepší. Často se stane, že když nějaký nadšenec v zahraničí řekne ‚super, já vás sem pozvu, klidně do dvou měst', tak to často bývají kluby, které samy o sobě nemají takový following. Jde o to, co člověk chce. Ale když se chce dostat na ty dobré lidi, tak za ním už musí někdo trochu stát."

„Díky spolupráci se zkušenými hudebními profesionály se kapely mohou vyhnout potížím s administrativou i tomu, že by samy sebe podhodnocovaly a přijímaly od promotérů nevýhodné nabídky. I když u nás zatím nemáme

žádná oficiální doporučení o výši honorářů pro kapely, smlouva o uměleckém výkonu by měla být samozřejmostí a mělo by tomu tak být i v zahraničí. Realita je ale mnohdy jiná, zvláště na alternativní hudební scéně.“

„V tomhle jsme v Čechách paradoxně hodně daleko. Málokterá země má komplexnější smlouvy než my, což může být z různých stran dobře i špatně. Teď jsem narazil na zajímavou věc. Jak jedeme holandské turné, máme místní předkapelu. A Holanďané mají určené minimální fee, které musí kapela dostat za support koncerty. Takže té kapele musíme platit nějaké minimální honoráře za support, což je věc, kterou by v Čechách nikdo neřešil.“

Showcasy a co funguje, když chcete ven?

Martin se dívá na hudební scénu z více úhlů, které se doplňují. Sedět na více židlích se někdy zdá jako nevýhoda malé scény, kde je těžké se v kultuře uživit. Dá se to brát ale i jako výhoda. Postupně poznáváte hudební scénu do detailu a zároveň se dokážete vcítit do lidí, se kterými zrovna spolupracujete, protože víte, jaké je to mít kapelu, pořádat koncerty i jak musí uvažovat label, když chce, aby se deska, kterou vydá, šířila a prodávala.

Když se chystáte představit na mezinárodním showcasovém

festivalu, načasování je klíčové. Přihlaste se až v tu pravou chvíli.

*S I Love You Honey Bunny jsm*e byli na Eurosonic zabookovaní po čtyřech letech fungování kapely. Ale díky Davidovi Nguyenovi jsme to tehdy odmítli a jsem mu za to doteď vděčný. Tehdy jsem byl nejvíc vyděšený ten e-mail napsat, ale prostě jsem to udělal a Oskar z Eurosonicu to tehdy hrozně ocenil. Pak jsme tam hráli až po sedmi letech fungování kapely. To už jsme cítili, že jsme na to připravení, vyšlo druhé album a tak. Bylo to dobré rozhodnutí, protože lidi už nás znali z jiných showcasů, hráli jsme v klubu, byla tam na nás fronta, nedalo se tam dostat. Najednou člověk vytvořil trošku hype, díky tomu máme holandského agenta a povedla se nějaká support turné. Teď už všechny ty věci vidím taky, ale na začátku nám hrozně pomohlo, že David řekl: ‚Na Eurosonic musíte jet, když o vás lidi už vědí, protože je tam dvacet dalších koncertů ve stejný moment. Prostě vydržte.‘ Showcasy samozřejmě nejsou vůbec všespásné a jejich cílem by mělo být to, aby si člověk našel nějakého agenta.

Koncert na showcasovém festivalu je třeba pojmout jinak než váš běžný koncert

Showcasový set, který stavíš, musí být úplně jiný, protože na showcase vždycky přijdou ti důležití lidé jen na dvě písničky a zmizí. V tom setu nesmí být moment, kde byste za sebou

zahráli tři věci, které nejsou největší hity. Člověk to musí rozházet úplně jinak, než když se staví normální set.

Ne všechny showcasy jsou ty pravé

Zažili jsme i úplně bizarní showcasy, které nedávaly moc smysl. Hezký koncert jsme měli na Tallinn Music Weeku nebo také na BUSH v Maďarsku. Dohráli jsme koncert, přišel známý Márk Bóna a řekl nám: ‚To byl nejlepší koncert, který jsem viděl na tomhle showcasu. Nechcete letos přijet na Sziget?' A my jsme říkali: ‚Jo, jasně.' Booknul nás za naprosto absurdní honorář, ale hráli jsme na velké stagi s LEDkou v osm hodin večer. I takové věci se na těch showcasech občas dějí, což je strašně skvělé. To si pak člověk řekne, že to dává smysl. Zároveň když se nám povedly nějaké velké věci, zpětně jsme možná měli pocit, že to pomohlo daleko víc, než to reálně pomohlo. Třeba se dostaneš na velký festival, zahraješ si a říkáš si: ‚Super, když mě tady uvidí 500–600 lidí hrát, tak příště přece můžeme přijet do klubu a přijde na nás 50–100 lidí.' Ale vůbec to tak není, když tomu pak člověk nedá další support a není tam nějaká návaznost. Prostě je to hrozná práce.

Smlouva s labelem nestačí, hledejte kontakty a spolupracujte se zahraničními kapelami

Podepsáním smlouvy s labelem pro kapely ta

práce nekončí, ale daleko víc začíná. Dostaneš jen nějaký support, ale stejně tam musí být někdo, kdo za kapelu totálně kope. A ta kapela si stejně musí budovat kontakty všude okolo. A to není jen o napojení na hudební profesionály, ale samozřejmě i na místní scény. Zahraniční featuringy jsou super a byl bych rád, kdyby se to daleko víc dělo i v Čechách. Málokdo dělá nějaké mezinárodní kolaborace. Ale je to jedna z cest, jak se hudba může dostat ven.

Propagace zahraničních koncertů

Tiskovou zprávu a základní briefy přeložíme vždy do angličtiny a pošleme PR agentovi v dané zemi. Ten nám třeba pomáhá i s radio pitchingy v dané zemi. Investujeme ale také do placených kampaní.

Hudební senzací díky TikToku, nebo radiu?

V dnešní době může hudba bouchnout na TikToku, ale ta korelace mezi TikTokem a live hraním není tak velká. Mezi TikTokem a streamingem je daleko větší, ale mezi úspěchem na TikToku a živými koncerty je to složitější. Když tě hrajou rádia, která jsou celkem poslouchaná třeba ve veřejném prostoru, tak lidi začnou ty věci shazamovat. A algoritmus Spotify strašně zkoumá, co je kde shazamované. Ve chvíli, kdy si nahrávky v dané zemi lidi víc shazamují, tě pak Spotify samo tlačí do playlistů v konkrétní zemi. A najednou

se to takhle nabaluje. Rádia jsou strašně důležitá kvůli tomu, jaký to udělá multiplikační efekt. A nejen proto, že si to tam lidi nějak poslechnou, ale i proto, že skrze rádia pořád objevují hudbu. A to mi přijde důležité.

Význam spolehlivé infrastruktury a udržitelnost hudební kariéry

Hlavně bych chtěl, aby naše generace pro lidi, kterým je teď 18 nebo 19, tvoří svou hudbu a jsou dobří, dokázala vytvořit takové podmínky, aby hudbu mohli začít vnímat jako aspoň trochu udržitelnou kariéru. Aby to nemuselo být tak, že dělám dvě práce a k tomu hudbu, ale abychom opravdu dokázali udělat takové podmínky, ve kterých by to nějaké projekty mohly zkusit na 100 procent. Když se bavíš s mladými lidmi ve Švédsku nebo v Holandsku, berou to takhle: ‚Budu dělat hudbu a zkusím to. A buď to vyjde, nebo ne.‘ A co vidím tady v Čechách, když třeba podepisujeme mladé umělce v Supraphonu? Často se stane, že se zároveň ptají na brigádu a ty říkáš: ‚Ale my potřebujeme, abyste dělali hudbu!‘ Říkám teď na rovinu, jak to je. Ale naprosto to chápu, protože stejně to máme my všichni – děláme tisíc věcí a tohle je pro nás srdcová věc, ale víme, že nemáme šanci se uživit. Takže bych hrozně chtěl, abychom byli schopní udělat takovou strukturu a support, že to pro někoho může být opravdu udržitelná kariéra.

Rozhlasový projekt Radia Wave Czeching pomáhá kapelám prorazit v zahraničí

Jakožto člen Evropské vysílací unie má stanice Českého rozhlasu Radio Wave každý rok možnost nominovat kapelu na největší evropský showcasový festival Eurosonic. Kolem této možnosti vznikl celý projekt Czeching, který představuje nadějné české kapely zahraničním profesionálům. Z vybraných kapel poté jedna získá finanční podporu na natočení videosinglu, možnost zahrát si na Eurosonicu a dalších showcasových festivalech i profesionální koučink na téma vlastního výběru ve spolupráci s hudební kanceláří SoundCzech. Do rozvíjení projektu je zapojený i Martin Šolc.

„S Filipem Černým (dramaturg Radia Wave) se snažíme vybírat na základě toho, o kom si myslíme, že by měl na Eurosonicu šanci udělat nějaký zásah. Aby se udělal krok B a opravdu mu to dalo nějaký support. Máme spoustu jmen, která bychom jen rádi viděli, ale ještě jsme je nepozvali, protože nebyla připravená. Takže na spoustu jmen čekáme. Řekl bych, že největší Czechingový úspěch je ze všech těch jmen historicky asi Aiko. A kapela Island Mint teď taky fungovala celkem dobře. Eurosonic je vlastně veletrh. A je to celé úplně nechutné, ale tak to je. Ti lidé tam jdou nakupovat kapely, které dávají smysl, a agenti se perou o ty, o kterých si myslí, že porostou. To je vlastně celé, co se tam děje.“

Cool hard job pro pár vyvolených?

Rozhovor – booking agentka Nela Mikošková

Hudební booking neboli domlouvání koncertů a vyjednávání podmínek vystupování má svá specifika a hudební scéna se velmi rychle proměňuje, nestačí vám tedy vystudovat obor „arts management“. Mnoho zkušených osobností napříč lokální hudební scénou se shoduje, že právě booking agenti a agentky i manažeři a manažerky tu citelně chybí. Kapely sice mají možnost rozvíjet svou kariéru nezávisle skrze nejrůznější internetové streamingové i prodejní platformy, ale jak zmiňuje v rozhovoru i Martin Šolc, je důležité mít někoho, kdo za vás kope. Hudebníci a hudebnice se chtějí zabývat hudbou a ne vždy chtějí trávit čas krmením nejrůznějších kontroverzních sociálních sítí nebo trénováním vyjednávacích taktik s promotéry. Naštěstí se i v oblasti hudebního bookingu objevují nové talenty. Jedním z nich je Nela Mikošková, která spolupracovala například s Annou Vaverkovou nebo kapelou Yasha 96, projekty původně z Čech, ale usazenými v zahraničí. Nyní už spolupracuje s jednou z větších lokálních agentur,která se věnuje hlavně popu, Championship Music, a také s klubem MeetFactory. Zkušenosti získala například při spolupráci s festivaly United Islands nebo

Metronome a stále se podílí na sérii klubových akcí Crave.

Jak se učí booking agenti a agentky?

Ten náš rybník je malý a málokdo ti tady dohodí nějakou práci, protože si ji radši vezme pro sebe, a není se čemu divit. Ohledně managementu se dají informace ještě najít, ale o bookingu vůbec. Málokdo tě o tom chce edukovat, protože má pocit, že ty cenné informace nemůže s nikým sdílet. Ještě jak je to zamlžené takovým hávem hrozně cool hard jobu pro pár vyvolených. To mi taky osobně moc nesedí a myslím si, že to je strašně devadesátkový přístup. Já věřím, že je lepší věci sdílet, být s lidmi v kontaktu a zadobře než naopak. Ve vnímání hudebního světa mě ovlivnil určitě můj profesor ve sboru. Zpívala jsem na gymplu v rockovém sboru a dostala se na různé koncerty, tam se mi zalíbilo zákulisí a vznikla touha ho poznávat. Pak jsem pracovala po produkčních guest service jobech při střední a výšce. A chvilku taky pro polskou music marketing agency, takže jsem na to dostala zase trošku jiný náhled. Určitě i šéf té agentury, který mě najal, mi dal jinou perspektivu. V českém rybníčku mě ohledně bookingu hrozně moc naučila Bára Šubrtová, se kterou jsem pak bookovala Metronome a United Islands. Hodně věcí jsem

taky odpozorovala v praxi. Studovala jsem arts management, ale o bookingu a managementu jsem se toho tolik nedozvěděla. Dalo mi to ale zas nějaké ekonomické hledisko na přemýšlení o kulturních projektech. Spousta lidí v kulturním sektoru ho nemá, ale je důležité. Nakonec v Česku většinou neděláš nikdy jenom booking, je to i produkce a guest service. Přijde mi, že lidí, kteří dělají booking, ubývá. Neznám žádné mladé super nadšené bookery, kteří by teď byli pro řemeslo nějak zapálení. A není divu, protože tady máme jen pár institucí a festivalů, které tě na takové pozici zaměstnají.

Co dělat, když chcete nabídnout kapelu do zahraničí?

Pokud je to pro nějakého promotéra, který má minimální přehled o lokální scéně, tak je vždy nezbytné vypíchnout všechny důležité festivaly na lokální scéně, které umělec nebo ten daný projekt hrál. Vypíchnout největší lokální úspěchy. Funguje taky, když zmíníte všechny zajímavé support sloty, tedy komu ta kapela předskakovala. Třeba s Annou Vaverkovou jsme dělaly support The Last Dinner Party. Všechny tyto zajímavé věci, které se zahraničnímu promotérovi s něčím spojí. Když je to turné po zemích Evropy, které jsou v těsném kontaktu s Českem, tak o tom většinou velké festivaly mají nějaké povědomí. Všechno, o čem promotér může mít byť

malé povědomí, se snažit zmínit, včetně rádií a nebo nějakých mezinárodnějších úspěchů, třeba hraní na showcasech. Podívat se na to očima promotéra a říct si: „Co by mohl znát?“ Zestručnit informace o projektu, pak se snažit nabombit úspěchy a pak tam dát odkazy na hudbu a ideálně vždycky nějakou nahranou live session. To si myslím, že už je naprostý standard v komunikaci s trochu větším nebo středně velkým promotérem, bookerem, kýmkoliv. To je nutnost. Pak ještě pomáhá, a v tom se někdy i lže, třeba napsat: „Hele, my máme koncert město od tebe, můžeme si zahrát i u vás?“ To taky funguje. To je,myslím, taková milosrdná lež.

Co hraje roli, pokud chcete, aby váš projekt uspěl?

Velkou roli hraje i štěstí, kdy projekt začne, v jaké době se vyjeví na povrch a s jakým typem skladeb. První EP Anny Vaverkové bylo hodně zvučné a mělo catchy songy. Myslím si, že tam byla kombinace postcovidového DIY přístupu, který byl tehdá hrozně přínosný nebo na něj hodně lidí slyšelo, ale zároveň to v sobě mělo mainstreamovou hravost a melodičnost. Průsečík mezi tím, co se zrovna poslouchá versus jaká je doba, to je něco, co hraje roli, ale je to hrozně nevyzpytatelné. Určitě bych to rozdělila na faktory nevyzpytatelné a vyzpytatelné, které můžeš ovlivnit. Ty, které můžeš ovlivnit,

zahrnují lidi, které potkáš a kteří ti dají nějakou podstatnou radu. To je velmi důležité. Spíš než klasické složky, které bych mohla vyjmenovávat, jako třeba PR.
Čísla poslechovosti nebo čísla na sociálních sítích jsou samozřejmě něco, na co se díváme, a je to i argument pro promotéry. Třeba v případě shánění koncertů na Slovensku jsem to dělala tak, že jsem jim říkala: „My v Bratislavě máme po Praze a Brně největší poslechovost.“ Paradoxně ne moc promotérů na to slyší. A já se jim asi zas tak nedivím. Jdou spíš za svým vlastním úsudkem a za svou zkušeností. Ví, kolik lidí přibližně přijde na kapelu takové velikosti. Dost pak pomáhají showcasy a třeba účast na cestách ProVisit, které pořádá kancelář SoundCzech. Je to dobré jak z hlediska kontaktů, tak ale i v tom, že ti lidé v tamních klubech na rovinu řeknou: „To nás zajímá, pojďme to udělat.“ Ale pak řeknou taky třeba: „Bude to door deal,“ nebo „Dáme vám malý honorář,“ anebo „Pojďme to udělat, ale spojme to s někým výrazným z naší scény, aby to mělo nějaký dosah a aby pak lidé přišli.“ Na to jsou super osobní setkání, která se dají zprostředkovat buď skrze showcasy, nebo skrze ProVisit výjezdy, na kterých jsem byla asi dvakrát a vždycky mi to přišlo moc přínosné. Byť to hledisko může být dlouhodobé. Ono se to nemusí stát za rok ani za dva, ale třeba to bude za tři nebo po dalším albu. Přijde mi, že vždycky hodně tlačíme na to, aby z každého

showcasu nebo čehokoliv, co pořádá exportní kancelář, byly výsledky vidět hned. Ale to se bohužel neděje.

Na co si dát pozor v otázce smluv?

Zahraniční smlouvy velkých agentur jsou šílené. Teď to říkám z pohledu festivalového bookera, který měl možnost nahlédnout do těch hustých právnických smluv. A nebyli jsme v pozici, kdy bychom je předali festivalovému právníkovi, ať nám to proškrtá. U nezávislejších projektů je to o poznání jednodušší. Myslím, že asi nejužitečnější rada ohledně dohod je, udělat si svoji smlouvu, jednoduchou, ale všeříkající. Asi se do toho nezamotávat a nekopírovat složité právnické odstavce ze smluv, které najdeš, jen abys to měl i ve své smlouvě, ale spíš si udělat svoji jednoduchou ve dvou verzích, česky a anglicky, a posílat vždy vlastní smlouvu. Promotéři menších zahraničních klubů nebo akcí tě většinou nechají si svoji smlouvu poslat a u větších festivalů záleží, jaký typ umělce jsi. Někdy musíš respektovat tu jejich.

Na co si dát pozor v otázce zapůjčení nástrojů a backline?

K tomu máme historku spojenou se South by Southwest, kde jsme byly s Annou Vaverkovou. Tady zafungovaly skvěle muzikantské sítě v rámci scén. My jsme požádali Vaška Havelku, který má v Americe spoustu kontaktů, jestli

by nám nedoporučil někoho, kdo by nám tam nasharoval backline, a Vašek nás spojil se známým z Austinu, který všechno nachystal, jenom jsme si to u něj vyzvedli, a to bylo super. Takže jsme nemuseli vůbec řešit potíže s převážením nástrojů. I když tedy bubeník si nakonec vezl nějakou věcičku, malý nástroj, nevím, co to bylo, a zabavili mu to. Hlavně je potřeba zkusit najít cestičku k někomu, kdo v zemi, kam chcete vyrazit, působí a kdo by pro vás mohl udělat nějakou službu –že vám buď na tom místě půjčí backline za rozumné peníze, anebo vás ideálně spojí s hudebníky, kteří vám půjčí nástroje. A ještě důležitý poznatek, často se i kolem alternativní scény ochomýtají šmejdi, kteří slibují něco, co ale nejsou schopni splnit.

Jaké máš zkušenosti z velkých showcasů SXSW a M for Montreal?

Bylo pro nás poměrně složité se v tom zorientovat. Jak pro mě, která jsem tam jela jako booking manager support, tak pro kapelu, protože jsme se to dozvěděli v prosinci a v březnu už jsme tam jeli. Takže prostor někoho oslovit nebo něco připravit nebyl zas tak velký.
Myslím, že v tom určitě hraje roli nemít očekávání extra nastavené, že teď tam jedu a teď se musí všechno stát, protože ve většině případů to tak asi není. Na druhou stranu si myslím, že třeba letos měla česká scéna lepší fokus (pozn. 2025). Když jsme tam my

byli loni, dostali jsme se tam vyloženě skrze dramaturgický výběr festivalového týmu. Letos tam byl větší fokus na české kapely, tím pádem dostaly i lepší sloty, lepší kluby. Pak v tom hrají roli drobné vazby, které se od té doby, co jsme tam byli my, ještě navázaly. A to pomohlo zas někomu jinému, kdo tam jel letos. A je to úplně fér. A třeba tam zase pojedeme za dva roky a už to bude jiné. Ale tehdá pro nás bylo strašně těžké se v tom zorientovat, vůbec nevíš, co děláš a co neděláš, protože je toho tolik. Ale možná i to je ona zkušenost, něčím takovým si projít, protože já jsem na žádné takové akci předtím nebyla. Příště bych si přípravu udělala možná větší, ale zároveň si nemyslím, že by mi extrémně pomohla. P když nevíš, do čeho jdeš, nevíš, kde se tam střetávají lidi, kde se dějí důležité věci, tak se ti těžko něco plánuje. Když už tu zkušenost máš, tak si řekneš příští rok: „Ok, takže se zaměřím na tyhle venues, kam chodilo hodně promotérů a bookerů.“ Pravidelnost v ježdění na takové akce je potom hrozně důležitá, aby se vůbec něco mohlo stát v budoucnu.

Když jsem byla v Kanadě na showcasu M for Montreal, byla to úplně ohromující zkušenost pro člověka, který to v životě nezažil, má hudbu rád a vidí, jak tam ten průmysl funguje. Pak ti to dodá i odvahu, a řekneš si: „Ok, může to nějak fungovat líp?“ Je to takové hořkosladké, ale zároveň inspirativní, že to existuje. A co se týče Evropy… Třeba s Crave, který dělám

s Bárou Šubrtovou a s Eliškou Pírkovou, jsme měly docela dobré kontakty na irskou scénu, která nám přišla hodně inspirativní. Paradoxně dost podobná té naší, ale právě v těch dobrých aspektech, jako je sdílení zkušeností. Je to taková milá scéna, což se dá říct asi i o té naší, ale taky by mohla být trochu výdělečnější.

Zažívat s kapelami reality check zas a znova

Manažerka a mentorka Anna Mašátová

„Děláte to jenom z radosti, že hrajete, nebo to děláte s tím, že se jednou chcete stát profesionálním hudebníkem nebo hudebnicí a živit se hudbou částečně, nebo úplně? Kolik do toho chcete investovat a kolik z toho chcete dostávat…,“ **shrnuje kulturní manažerka a lektorka Anna Mašátová, když diskutujeme o tom, jakou otázku je dobré si položit, když začnete přemýšlet o hudební dráze.**

Anna Mašátová má velký přehled nejen o české hudbě jako takové, ale také o její infrastruktuře a zákulisí. Je hudební publicistkou, vedla mnoho workshopů, působila jako mentorka a vedla diskuze na mnoha festivalech jako WOMEX, Ment Ljubljana, Czech Music Crossroads, World Music Festival Bratislava. Jako mentorka kapel působila také v programu MOST, který vznikl na podporu balkánské hudební scény. Je aktivní členkou nejrůznějších grantových komisí a porotkyně hudebních cen. Je zakladatelkou AMPromotions, agentury specializující se na PR, management a booking, a v současnosti pracuje také jako editorka stanice Vltava Českého rozhlasu a přednáší PR na Janáčkově akademii múzických umění v Brně.

Ze své zkušenosti mentorky dodává, že kapely jsou často právem zděšené, kolik peněz vlastně budování

hudební kariéry stojí. S kapelami probírá úplně základní pragmatické otázky: *„Odkud mají zdroje, jestli je to jenom z živého koncertování, jestli je to z merche, na kolik všechno umí monetizovat, jestli přemýšlejí nad tím, že by album nejdříve prodávali třeba na Bandcampu a až později ho zpřístupnili na streamovacích platformách, jestli využívají nějaké granty a zda jsou zapsáni u kolektivních správců, aby jim neunikala část příjmů z hudby nebo možnost čerpat specifické granty.“* Při úvahách nad budováním zahraničního publika je třeba si uvědomit, že i poměrně známým zahraničním kapelám stojí dnes v cestě překážky při plánování mezinárodního turné: *„I velké kapely jedou na procenta a s tím je potom spojené, nakolik kapela umí kolem sebe vytvořit komunitu. Je třeba ptát se, kdo je můj fanoušek a jestli se s tím fanouškem umím spojit, jestli chápu, že to není ten člověk, kterého mám na Instagramu a na Facebooku, kde možná ani moje posty nevidí, a že na něj musím mít i nějaký jiný kontakt. Musím si být jistá, že lidi, kteří na mě přišli v Praze před rokem, umím oslovit znovu. Nejen při zahraničním turné je tedy dobré využít například mailing list, kam účastníci koncertu napíšou svůj kontakt. Nabídnout jim ho můžete třeba u stolu, kde prodáváte desky nebo merch, což je další zásadní věc, o které kapely uvažují, aby zvýšily své příjmy.“* Zásadním problémem se na zahraničním turné mohou stát rostoucí cestování náklady. Nejen kvůli rostoucím cenám za pohonné hmoty radí Anna vše pečlivě předem propočítat a zvažovat ekologičtější způsoby cestování nebo minimálně snažit se cestovat s nástroj jedním autem

nebo dodávkou. Za zásadní považuje i promyšlený „hospitality rider“, ve kterém se nemusíte bát promotéry požádat o teplou večeři. Je to úleva pro obě strany, promotér nemusí nic vymýšlet a vy máte k dispozici alespoň základní podmínky pro vystoupení, od pití a jídla po uzamykatelnou backstage. Radost z úspěšných koncertů je bohužel často vykoupena nepohodlím na cestách a nekvalitním jídlem, což vede k celkové únavě.

U nezávislých hudebních projektů může vést kombinace počátečních investic, malých příjmů i nutnost intenzivního navazování kontaktů a zvládnutí rolí hudebního tvůrce, performera, manažera, booking agenta i PR zároveň k poměrně rychlému vyhoření, i pokud už jsou na hudbu dané kapely pozitivní ohlasy. Nutnost proaktivity nejen na koncertech může být bolestivá, „spousta lidí jsou introverti. V souvislosti s organizací práce je dobré zamyslet se taky nad tím, kdo je v kapele lídr, jestli všichni v kapele dělají práci rovným dílem, nebo jestli předpokládají, že to udělá jeden člověk a všechno nechávají na něm. Ten člověk pak dělá i tour manažera…,“ Na neschopnost podělit se o nezbytnou práci navíc podle Anny doplácí mnoho hudebních projektů. Nakonec přichází i v umění poměrně nepopulární uvědomění, že „pokud to má být udržitelné a chtějí se tím živit, jsou prostě podnikateli a musí dělat všechno to, co dělá třeba instalatér, který nejen dělá dobře svou práci, ale zkouší se také nějak nabízet, má třeba webové stránky nebo využívá sociální sítě. A kapely by se neměly bát sdělovat svým fanouškům, jaké náklady jsou s jejich tvorbou spojené. Na ten ‚reality check‘ prostě musí dojít.“

Málokdo si představuje, že „naplno se věnovat hudbě“ bude znamenat i hodiny u telefonu nebo studování právních aspektů práce a hudební tvorby. Anna ochotně kapelám nabízí náhled vzorových smluv, ale radí jim, aby v určitém bodě své kariéry raději investovali do smluv na míru od právníka. Kariéra hudebníků a hudebnic často vyžaduje vcítění se nejen do hry na hudební nástroj, ale i do situace dalších zástupců hudební infrastruktury či zástupců technických profesí v klubu, které mají na jejich činnost zásadní vliv.

Anna aktuálně spolupracuje na přeshraničních projektech, které podporují hudební výměnu Jižních Čech se sousedními regiony Rakouska a Německa, a její zkušenost je taková, že zahraniční scény mají chuť i vůli ke spolupráci a na společné přeshraniční hudební projekty se dá získat i regionální finanční podpora. A pozoruje, že v zahraničí více osob z kultury vstupuje také do komunální politiky se snahou podporovat rozvoj potřebné infrastruktury a zlepšovat pozici kultury ve společnosti, což u nás zatím tak obvyklé není, přitom na rozvoji infrastruktury bude třeba ještě zapracovat. Fungující infrastruktura, například možnost naplánovat lokální turné po stabilních kulturních institucích s odpovídajícími podmínkami, je jedním z předpokladů úspěšného exportu hudby do zahraničí.

Anna Mašátová *je hudební publicistka, lektorka a manažerka. Vystupovala na mnoha festivalech jako WOMEX, Ment Ljubljana, Czech Music Crossroads,*

World Music Festival Bratislava. Jako mentorka kapel působila také v programu MOST, který vznikl na podporu balkánské hudební scény. Je aktivní členkou nejrůznějších grantových komisí a porotkyně hudebních cen. Je zakladatelkou AMPromotions, agentury specializující se na PR, management a booking, a v současnosti pracuje také jako editorka stanice Vltava Českého rozhlasu a přednáší PR na Janáčkově akademii múzických umění v Brně.

Za vzděláním do centra dění

Dramaturgyně a zakladatelka labelu Anežka Pokorná

Zakladatelka labelu Morana a v současné době také dramaturgyně konference Prague Music Week a Skautského institutu Anežka Pokorná vystudovala Hudební management na JAMU. Jednou z inspirací na její cestě jí byla i jazzová historie města Frýdlantu, ze kterého pochází. Tamní Letní jazzová dílna Karla Velebného kdysi hostila i několik zástupců slavné Berklee College, kterou nakonec Anežka také vystudovala, konkrétně magisterský obor Global Entertainment and Music Business. Její label zaměřený na jazz a alternativní populární hudbu vznikl právě tam, jako školní projekt, který umožnil několika mladým českým hudebníkům nahrávat v tamních studiích.

„Na Berklee jsem šla hlavně s tím, že chci dělat jazz a alternativní pop. Ale nepřišlo mi, že bych někdy mohla dělat svůj label, nebo že bych se na něčem mohla dramaturgicky podílet. Berklee mi dala sebedůvěru v tom zdravém smyslu. Uvědomila jsem si, z jakého důvodu na té škole jsem, že si můžu otevřít svoje přemýšlení sama o sobě, a že tedy mohu přemýšlet třeba i o založení labelu. Zapsala jsem si praktické hodiny na téma vydávání hudby, které vedl právník Pete Dyson, ten mě ponouk

k tomu, že mohu mít i český label. Pro label jsem se rozhodla, i protože jsem chtěla vytvořit příležitost pro české a slovenské muzikanty v zahraniční. Přišlo mi tehdy, že příležitostí tolik není, proto jsem chtěla takovou platformu. Berklee má pod sebou label, který se jmenuje Disrupción Records, a můj label Morana Records vznikl jako jeho imprint, což mi umožnilo rozjezd. Dostala jsem na to i finance. Byla jsem jediná češka na celém kampusu a jedna asi ze dvou Středoevropanek a Východoevropanek, takže se povedlo, že jsem dostala diversity grant. Díky tomu jsme tam přitáhli společnými silami třeba jazzové kvarteto Verva z brněnského JAMU, jež tam nahrálo celé album. V Berklee je několik studií, kam byl zdarma přístup. Je tam spousta strašně šikovných mixing a mastering inženýrů, lidí na video a výborní muzikanti. Byla jsem překvapená, kolik lidí mi s tím bylo ochotno pomoci a byli z toho nadšení. Takže já jsem si nikdy o sobě nemyslela, že můžu mít nějaký label, nebo že bych tomu vůbec mohla rozumět. A potom jsem potkala ty správné lidi, kteří mi řekli, že to můžu dělat, tak jsem řekla, že to asi můžu zkusit. Vydali jsme několik alb i na vinylu a získali jsme také grant z OSA a JAMU. A díky Indies i dobrého distributora.“

Zahraniční studium pomáhá budovat profesní sítě v dané zemi a může být tedy cenným klíčem k důležitým dveřím na tamní hudební scéně. Představuje ale často také velkou investici. Sama Anežka dodává, že její příběh není žádná self-made

pohádka. Studium jí umožnila podpora její rodiny. A přestože díky studiu na Berklee získala cenné informace a kontakty, upozorňuje, že absolvování takové školy ještě není zárukou úspěchu, zvlášť v hudbě, důležitá je vášeň, odhodlání, cílevědomost, zájem a zvídavost.

„Na Berklee jsem měla pocit, že můžu nahlédnout do zákulisí fungování globálního průmyslu, týká se to i financí, ekonomie, prostě lidí v marketingu, kteří dělají manažerské práce, ale pracují i v labelech. Až když jsem odešla z Česka, pochopila jsem, co to doopravdy znamená a jaký obrovský komplexní balíček hudební průmysl je. Zjistila jsem třeba, co je to music supervisor, pochopila jsem, co to je vůbec sync, licencing, publishing, takové ty složitější věci. K takové expertíze jsem se v Česku nedostala. Nedostala jsem se k lidem, kteří by mi to dokázali vysvětlit. Začala jsem potom také jezdit na showcase festivaly a číst si třeba aktuality o tom, co se teď v hudebním průmyslu řeší. A narazila jsem také na spoustu platforem, vzdělávacích dokumentů a materiálů, třeba na Music Ally newsletter. Jsem za studium v zahraničí vděčná, dalo mi to strašně moc. A jedna z nejdůležitějších věcí, co si odnáším, je i to, že se můžu obrátit na své spolužáky, kteří jsou doslova rozesetí po celém světě, na všech kontinentech.“

Anežka Pokorná spolupracovala i s některými zahraničními showcasovými festivaly, například SoAlive

Music Conference, a má pocit, že prorazit v zahraničí je možné. Jen je třeba na to jít chytře, vyjasnit si priority a zvážit, co je relevantní pro náš trh a co pro zahraniční. V případě svého labelu nad tím také uvažuje.

„V současné chvíli si musím vyjasnit, jestli chci podporovat české a slovenské projekty zpívající česky a slovensky, tím pádem ty relevantní pro náš trh, anebo jestli bych chtěla spíš projekty, které by dávaly smysl i pro export, a to jsou dva různé přístupy. Ty věci, které teď mám venku, jsou hlavně anglicky zpívané nebo jsou s lidmi, kteří žijí dlouhodobě v zahraničí. Musí se na to chytře a strategicky. Není to jen o tom, že má člověk dobrou hudbu, dobrý projekt. A bohužel nikdo v zahraničí se neposadí na zadek z nějaké české kapely. Ale jeden z příkladů, jak na to jít chytře v případě koncertování, je nejít na vlastní pěst, začít spolupracovat s nějakou zahraniční kapelou. Třeba když chci jet do Berlína, vydám nějaký singl s berlínskou kapelou. Kolikrát je člověk překvapený, že se stačí zeptat a vyjdou nečekané spolupráce. Potom je možné uspořádat třeba nějaký společný dvojkoncert, takhle pomalu začínat. Obecně je také lepší cílit na konkrétní stát a města, než si říct, že mým cílem bude Evropa. Můžete se zamyslet nad tím, jestli máte nějaké kamarády v zahraničí, kteří by vám mohli pomoci, a zamyslete se hlavně, jaká země pro vás dává smysl. Je vám blízké slovanství? Tak se podívejte na Polsko. Je to asi dvacátý největší hudební trh na světě, je na vzestupu, jsou tam výborné kapely a je to tam extrémně

profesionalizované a na vysoký úrovni. Zkuste třeba napsat někomu ve Varšavě, jestli s vámi nechce nahrát singl nebo udělat společný koncert, určitě bude mít i tip na tamní klub, kde by se dal koncert pořádat. Pokud bude kapela podobná žánrově, jejich fanouškovská základna může pak ocenit i vás a začít vás poslouchat. A když vám zbydou nějaké peníze na cílenou kampaň na sítích před koncertem, tak udělejte krátká videa s kontextem pro dané město s pozvánkou na koncert.“

Českým kapelám může v oslovování zahraničního publika pomoci i postupně se proměňující vnímání východní Evropy a její hudební scény. Anežka Pokorná pozoruje, že mimo přesaturované centrum hudebního průmyslu se pozornost obrací i za určitou autenticitou.

„Pozornost se obrací i na Balkán nebo na střední a východní Evropu, mimo jiné. A je poměrně snadné získat lidi ze západní Evropy, protože je o nás víc a víc slyšet, a těm lidem připadá zajímavé, co tady máme. Už pro ně nejsme jen nějaký zavšivený komunistický východ, kde nic není. Tohle se mění i díky lidem, jako je Ruth Koleva, která je veliká ambasadorka celého Balkánu a balkánské hudby. A v tom našem rybníčku je teď hodně slyšet o Polsku a pobaltských zemích, kde to taky velice dobře funguje a mají spoustu grassroots organizací. Takže si myslím, že v současné době mají české a slovenské kapely dobré postavení a mohou se dostat do zahraničí, protože lidé ze západu začínají chápat, že to nemusí být jen kapely

z jejich scény a že může být zajímavé poslechnout si i kapely z východu. Myslím si, že to souvisí i s teorií nových rozvíjejících se trhů. Velké korporace, které na západě vydělávají v hudebním průmyslu, se snaží obracet i jinam, na méně saturované trhy. Třeba v letech 2008–2011 to byla Čína. Tehdy tam taky začala působit firma, která se jmenuje Outdustry, spolupracovala s Beggars Group a zapříčinila, že Adele měla boom právě tam. A vydavatelství Virgin, Universal, Warner i Sony si uvědomila, že i další trhy s velkým počtem lidí mají velký potenciál výdělku. Jdou tam tedy ne proto, že by je zajímali tamní lidé nebo hudba, ale protože to vidí jako investici a potenciál výdělku. To je případ i Balkánu a východní Evropy, my pro ně nejsme zajímaví, protože by si mocnáři ze západu řekli: musíme poslouchat východní kapely. Oni ví, že když přijdou na začátku, tak s tím růstem budou mít velký výdělek. Podobně taky Indie nebo Nigérie. Nigérie se teď začíná objevovat v žebříčcích IFPI, poté, co žánr Afrobeats zažil boom. Je to prostě díky tomu, že ti vlivní lidé v hudebním průmyslu tam vidí potenciál pro své produkty. Hodně jsou teď slyšet také španělsky mluvící hvězdy. A teď to čeká například také Indonésii. Už prostě nestačil jen ten americký rybníček.

Můžeme zkusit na takovou situaci přistoupit a těžit z ní? Anežka Pokorná doporučuje klást si i další otázky, například, zda o takovou pozornost jako „rozvíjející se trhy“ stojíme a zda tím potom nepřispíváme jen k obohacování největších hudebních společností

a prohlubování propastných rozdílů mezi mocnými bohatými lidmi ze západu a těmi chudými.

O úspěchu, věhlasu a o tom žádoucím „proražení“ v dnešní době bohužel nerozhoduje jenom kvalita nahrávky, talent nebo myšlenka a propracovanost. Jde taky o zázemí, peníze, a zda si to člověk může dovolit. Je neskutečné, jaký věhlas nyní zažívá Adéla, a přeju jí jenom to dobré. Je ale důležité mít na paměti, že to není self-made slovenská hvězda, která zvládla prorazit ze Slovenska. Má za sebou bohatou rodinu, která jí od malička podporovala ve studiu v zahraničí. Dostala se k nejlepšímu vzdělání, učitelům, mentorům a k dalším vlivným lidem, kteří jí na její cestě pomohli, nejen díky svému talentu, ale i díky penězům a profesní síti svých rodičů. Zkrátka ne všichni máme stejnou startovní pozici a už vůbec neplatí, že předpokladem úspěchu je pouze autenticita, kterou západ nyní vyhledává.

zpět na obsah ↑

Kalendář showcase festivalů

Ukažte se

V hudebním průmyslu je často těžké dohledat kontakty na vlivné osobnosti, které vám mohou otevřít dveře k dalším příležitostem. A pokud se vám kontakt podaří získat, zdaleka ještě není vyhráno. Tzv. showcasové festivaly, které se snaží podporovat mezinárodní cirkulaci kapel a hudebních projektů, i výměnu zkušeností hudebních profesionálů obecně na paralelní konferenci, často nabízí možnost zapojit se do otevřené výzvy. Chcete si zahrát a ukázat se nejen hudebním fanouškům, ale také zahraničním manažerům, agentům nebo médiím? Přihlašte se. Podmínky se různí, ale od lokálních institucí můžete získat například finanční příspěvek na cestu, na showcaseovém festivalu reprezentujete i svou zemi.

Pokud na nějakou tu konferenci či showcase vyrazíte, skvělým nástrojem jsou téměř vždy databáze všech účastníků s kontaktem a také networkingové „speed meetingy“, na které se můžete (většinou s předstihem) přihlásit. Ty si určitě nenechte ujít kdekoliv to jde.

Kalendář showcaseových festivalů

Leden

Eurosonic Noorderslag (ESNS) → esns.nl
leden / Groningen, Nizozemsko / indie, alternativa, pop, rock, elektronika, hip hop, R&B, soul, jazz, world music, metal, experimentální hudba

MIDEM → midem.com
leden / Cannes, Francie / pop, urban, elektronika, klasická hudba, jazz, world music, alternativa

Únor

MENT Ljubljana → ment.si
únor / Lublaň, Slovinsko / pop, indie, alternativa, post punk, punk, elektronika, experimentální hudba, ambient, jazz, world music

Březen

Babel Music XP → babelmusicxp.com
březen / Marseille, Francie / world music, jazz, fusion

SXSW → sxsw.com
březen / Austin, USA / všechny žánry

Tallinn Music Week → tmw.ee
březen / Tallinn, Estonsko / indie, alternativa, elektronika, experimentální hudba, post-punk, pop, rap, jazz, folk, metal, world music i současná klasická hudba

Duben

Budapest Ritmo → budapestritmo.hu
duben / Budapešť, Maďarsko / world music, jazz, fusion

Fira B! → firab.org
duben / Palma de Mallorca, Španělsko / indie, alternativa, elektronika, experimentální hudba, pop, rap, jazz, folk, metal, world music i současná klasická hudba

jazzahead! → jazzahead.de
duben / Brémy, Německo
Uzávěrka přihlášek: září–říjen / jazz

NEXT FEST Music Showcase & Conference
→ nextfest.pl / duben / Poznaň, Polsko / indie, alternativa, elektronika, pop, rap a jazz

SHARPE Festival → sharpe.sk
duben / Bratislava, Slovensko / indie, alternativa, elektronika, experimentální hudba, post-punk, pop, rap, jazz, folk a metal

Květen

Athens Music Week → athensmusicweek.gr
květen / Atény, Řecko / elektronika, pop, rap, indie a alternativa

Berlin Dance Music Event
→ berlindancemusicevent.de
květen / Berlín, Německo / elektronika

Classical:NEXT → classicalnext.com
květen / každý rok jiné evropské město / klasická hudba, jazz

Focus Wales → focuswales.com
květen / Wrexham, Spojené království / indie, alternativa, pop, folk, rock, elektronika a rap

Music Week Poland → musicweekpoland.com
květen / Varšava, Polsko / indie, alternativa, elektronika, pop, rap, jazz a folk

SPIKE Bulgarian Music Showcase
→ spikeshowcase.com
květen / Plovdiv, Bulharsko / indie, alternativa, elektronika, pop, rap, jazz, folk a world music

The Great Escape → greatescapefestival.com
květen / Brighton, Spojené království / indie, alternativa, elektronika, post-punk, pop, rap, jazz a folk

Westway LAB → westwaylab.com
květen / Guimarães, Portugalsko / indie, alternativa, elektronika, experimentální hudba, pop, rap, jazz, folk a world music

Červen

c/o pop Convention → c-o-pop.de
červen / Kolín nad Rýnem, Německo / pop, indie, alternativa, elektronika a rap

Červenec

A to Jazz Showcase → atojazz.bg
červenec / Sofie, Bulharsko / world music, jazz, fusion

Září

Live at Heart → liveatheart.se
září / Örebro, Švédsko / indie, alternativa, elektronika, pop, rap, jazz, folk a metal

Mastering the Music Business (MMB)
→ masteringthemusicbusiness.ro
září / Bukurešť, Rumunsko / indie, alternativa, elektronika, pop, rap, jazz, folk, metal a world music

Mercat de Música Viva de Vic (MMVV) → mmvv.cat
září / Vic, Španělsko / world music, folk, jazz, pop a alternativa

Reeperbahn Festival → reeperbahnfestival.com
září / Hamburk, Německo / indie, alternativa, elektronika, post-punk, pop, rap, jazz a folk

SHIP Festival → ship.hr
září / Šibenik, Chorvatsko / indie, alternativa, elektronika, experimentální hudba, post-punk, pop, rap, jazz a folk

What's Next in Music (WNIM) → wnim.lt
září / Vilnius, Litva / indie, alternativa, elektronika, pop, rap a jazz

Waves Vienna → wavesvienna.com
září / Vídeň, Rakousko / indie, alternativa, elektronika, experimentální hudba, post-punk, pop, rap, jazz, folk

World music festival Bratislava
→ worldmusicfestival.sk
září / Bratislava, Slovensko / world music, jazz, fusion

Říjen

MaMA Music & Convention → mama-event.com
říjen / Paříž, Francie / indie, alternativa, elektronika, pop, rap, jazz a folk

ReConnect → reconnect-brno.cz
říjen / Brno, Česká republika / elektronika, experimentální hudba, pop, rap, jazz, world music a současná klasická hudba

SoAlive Music Conference
→ soalivemusicconference.com
říjen / Sofie, Bulharsko / indie, alternativa, elektronika, pop, rap, jazz a folk

WOMEX → womex.com
říjen / každý rok jiné evropské město / world music, jazz, fusion, folk

BUSH – Budapest Showcase Hub
→ budapestshowcasehub.com
říjen / Budapešť, Maďarsko / indie, alternativa, elektronika, experimentální hudba, post-punk, pop, rap, jazz a folk

Listopad

Future Echoes → futureechoes.se
listopad / Norrköping, Švédsko / indie, alternativa, elektronika, experimentální hudba, post-punk, pop, rap, jazz, folk a metal

Iceland Airwaves → icelandairwaves.is
listopad / Reykjavík, Island / indie, alternativa, elektronika, experimentální hudba, post-punk, pop, rap, folk a metal

Linecheck Music Meeting → linecheck.it
listopad / Milán, Itálie / indie, alternativa, elektronika, experimentální hudba, pop, rap, jazz, folk a world music

M for Montreal → mformontreal.com
listopad / Montréal, Kanada / indie, alternativa, elektronika, pop, rap, jazz a folk

Most Wanted: Music (MW:M)
→ mostwantedmusic.de
listopad / Berlín, Německo / elektronika, pop, rap, indie a alternativa

Nürnberg Pop → nuernberg-pop.com / listopad / Norimberk, Německo / indie, alternativa, elektronika, pop, rap a folk

PIN Conference & Showcase → pinconference.mk
listopad / Skopje, Severní Makedonie / indie, alternativa, elektronika, experimentální hudba, post-punk, pop, rap, world music, jazz a folk

Prague Music Week → praguemusicweek.cz
listopad / Praha, Česká republika / elektronika, pop, rap, indie, alternativa a současná klasická hudba

Visa for Music → visaformusic.com
listopad / Rabat, Maroko / world music, jazz a folk

Monkey Week → monkeyweek.org
listopad / Sevilla, Španělsko / indie, alternativa, elektronika, experimentální hudba, post-punk, pop, rap, jazz a folk

zpět na obsah ↑

Co všechno na tour stojí peníze?

Co všechno na tour stojí peníze?

Když jedete hrát do zahraničí, fyzicky necestujete jen vy jako osoby, ale i váš dopravní prostředek, vaše nástroje i vaše hudba. Proto je důležité si udělat přehled toho, jakým regulacím a administrativě všechny tyhle položky v té které zemi podléhají. Je důležité mít i předběžnou představu, kolik co může stát a za co se bude na cestě vůbec utrácet. Tady je k dispozici inspirační rozpočtový checklist. Můžete si třeba udělat pozitivní rozpočet a pesimistický rozpočet a vymyslet záložní variantu, z čeho turné doplatíte, pokud skončí v minusu.

příjmy
a + b + c + d + ... = součet příjmů

výdaje
t + u + v + w + x + y + z + ... = součet výdajů

příjmy *mínus* **výdaje** *rovná se* **bilance**



záporná bilance =
ztráta
(nutné dofinancovat)

kladná bilance =
zisk
(turné v plusu)

příjmy

Položka	Částka (Kč)	Poznámka
Honoráře za koncerty (součet potvrzených fixních honorářů)	??? Kč	Podle smluv s promotéry, nebo odhadů zkušenějších přátel
Tržby z merche	??? Kč	Poptejte se spřátelených hudebníků a hudebnic
Grantová podpora (např. SoundCzech OnRoad)	??? Kč	
Ostatní příjmy (sponzoring, vlastní vklad)	??? Kč	Poptejte se spřátelených hudebníků a hudebnic
PŘÍJMY CELKEM	**PPP Kč**	

výdaje

Položka	Částka (Kč)	Poznámka
Doprava (palivo, mýtné, nájem vozidla)	??? Kč	Vč. rezervy na opravu vozidla
Ubytování	??? Kč	Za celý tým a celou dobu turné
Strava / diety	??? Kč	Dny bez cateringu od promotérů
Nájem techniky / aparatury	??? Kč	Pokud technika necestuje s kapelou
Pojištění (nástroje, zdravotní, vozidlo)	??? Kč	
Administrativa (např. karnet ATA)	??? Kč	Mimo EU i karnet ATA / vízum
Promo materiály (tisk, video, grafika)	??? Kč	
Rezerva (10–15 % rozpočtu)	??? Kč	Doporučeno počítat z celkových výdajů
VÝDAJE CELKEM	**VVV Kč**	

Příjmy celkem	**PPP Kč**	
Výdaje celkem	**VVV Kč**	
BILANCE (zisk / ztráta)	**BBB Kč**	kladné = turné v plusu záporné = nutné dofinancovat

Pokud budete vyrážet mimo EU, s největší pravděpodobností budete potřebovat karnet ATA, co to je?

Karnet ATA
Mezinárodní celní dokument, který umožňuje dočasně vyvézt zboží do zahraničí bez placení cla a daní a bez skládání finanční jistoty, protože za držitele ručí obchodní komora dané země. Pro kapely je klíčový při cestách mimo EU (uvnitř Unie se nepoužívá), kdy je potřeba přes hranice převážet nástroje a techniku.

V ČR karnety vystavuje a garantuje Hospodářská komora ČR. Platnost je maximálně rok od vydání, používat se dá jen ve smluvních zemích (celkem asi 80 zemí světa) a u některých destinací platí ještě zvláštní omezení, např. kratší platnost nebo povinná registrace před vstupem.

Od června 2026 probíhá přechod na digitální verzi (eATA), zatím v přechodové fázi souběžně s papírovými karnety, ty ale u některých zemí končí definitivně k 30. červnu 2026.

Prakticky jde o dokument, který kapele ušetří jednání s celnicí na každé hranici zvlášť a chrání ji před tím, aby dovoz nástrojů byl posouzen jako běžný (zdanitelný) obchodní dovoz.

zpět na obsah ↑

Jak na sync a licenco-vání hudby?

Jak na sync a licencování hudby?

Online distribuce hudby je jedním z možných zdrojů příjmů i způsobů propagace hudebních projektů. Alternativní hudební scény často úspěšně využívají například platformu Bandcamp a možnost prodávat tam vedle digitalizovaných alb i fyzické nosiče nebo merchandise (jakékoliv další výrobky spojené s kapelou). Bandcamp si z prodeje strhává 10–15 %.

Hudební streamingové platformy v čele se Spotify se staly téměř normou pro populární hudbu i díky dostupnosti velkého objemu hudby za poměrně malý měsíční poplatek pro posluchačstvo. V posledních letech jsou ale tyto platformy stále více kritizované za neetické a netransparentní využívání AI i neférové odměňování hudebníků a hudebnic. Rozvíjí se také diskuze o tom, zda jsou vlastně pro hudební kariéru nezbytné, jak někteří hudební profesionálové radili, a řeší se, co vlastně přináší kapelám z regionu střední a východní Evropy. Ve výzkumu Příležitosti a bariéry přeshraniční distribuce české hudební produkce odkrývali geografické nerovnosti na streamingových platformách Miloš Hroch a Petr Szczepanik v článku → Playlisting the periphery a zabývá se jimi například také bulharská hudebnice a zakladatelka konference → SoAlive Music Ruth Koleva.

Hudební streamingové platformy ale mohou být také zdrojem pro nejrůznější hudební supervizory, kteří si mohou existující hudbu vybrat a licencovat ji do filmů

nebo seriálů.

Licencování hudby (neboli druhotné užití hudby) se tedy stalo hojně diskutovaným tématem i na mnoha konferencích. Kapelám se naskýtá příležitost umožnit za poplatek užití své existující hudby například ve filmu, seriálu, reklamě nebo v počítačové hře. Kromě zvukového designu a autorských soundtracků od skladatelů a skladatelek zaměřených primárně na filmovou hudbu se objevuje mnoho příkladů licencování neboli tzv. synchronizace současné autorské populární hudby, např. i do historických seriálů. Jaký pozitivní efekt na kariéru může mít zařazení konkrétní skladby do populárního seriálu, bylo možné sledovat na spojení seriálu Stranger Things a písně Running up That Hill z roku 1985 zpěvačky a skladatelky Kate Bush. Tzv. synchronizace, tedy spojení audio a vizuálního díla, je stále se rozvíjející odvětví, které roste i s množstvím nových seriálů produkovaných streamingovými platformami, jako je Netflix, a zajímavé je i z hlediska příjmu, který mnohonásobně převyšuje průměrný příjem z hudebních streamingových platforem, zvlášť když jste autory, výkonnými umělci, výrobci i vydavateli své hudby, a jste tedy držiteli všech práv. Synchronizace do mezinárodně distribuovaného filmu nebo seriálu vám může navíc pomoci i při budování povědomí o vaší hudbě v zahraničí.

Z diskuze o synchronizaci na konferenci Reconnect na podzim roku 2025,
které se zúčastnili Andrew Campbell a Tanya Timofeeva ze Steam Music Group a také Josh Rabinowitz, hudební

konzultant zabývající se licencováním a profesor Berklee College of Music, vyplynulo, že

* je třeba mít přehled o autorském právu a přehled o kreditech na svém díle, aby to mohli například tvůrci filmu tzv. „vyklírovat“, ošetřit všechna práva a mít jistotu, že po nich nikdo další nebude vyžadovat kompenzaci. Předpokládá se, že svá díla máte přihlášena u OSA a Intergramu, abyste mohli za jejich užití dostávat poplatky

* je třeba ohlídat si dobře metadata u skladeb, aby i digitální nahrávka nesla všechny potřebné informace

* vaše písnička se může stát oblíbenou, protože se objeví v nějakém vizuálním díle, které zasáhne velké množství lidí, ale málokdo se dozví jméno vaší kapely

* pokud chcete svou existující hudbu dostat do filmu nebo seriálu, připravte si k dispozici STEMy (oddělené skupiny zvukových stop jednotlivých nástrojů ve skladbě) a také instrumentální verzi

Kde ale začít? Odpovědí hudební supervizoři a supervizorky na vaši nabídku, pokud se vám vůbec podaří získat jejich kontakt? Jednou z cest je obrátit se na lokální partnery, kteří danému trhu a způsobu licencování dobře rozumí. V Česku se licencováním hudby aktivně zabývá například vydavatelství Supraphon. Pro zahraniční produkce je zajímavé zejména díky rozsáhlému katalogu klasické hudby

a československé populární hudby 60. a 70. let. Se Supraphonem, který je od roku 2025 součástí Sony Music, je možné uzavřít také samostatnou smlouvu o digitální distribuci prostřednictvím portálu Prodejhudbu.cz, která obsahuje i možnost vaši hudbu po dohodě dále licencovat.

Oblasti synchronizací hudebních nahrávek se v Supraphonu věnuje Tomáš Faugner. Vybrali jsme několik jeho praktických tipů:

> *Zařazení hudby kapely do úspěšného filmu nebo seriálu může mít velmi pozitivní dopad na její kariéru. Proto je dobré mít předem uzavřené všechny potřebné dohody a smlouvy, aby byly nahrávky připraveny k okamžitému licencování. Možnost rychle získat licenci ke všem potřebným právům bývá pro tyto obchody často rozhodující.*

> *Je dobré pokusit se získat přímý přístup k nabídkám a briefům agentur a hudebních supervisorů, kteří mohou hudbu dostat do filmů, seriálů nebo reklam. Hromadné rozesílání nabídek vlastní hudby nemá příliš smysl, protože supervizoři jsou podobnými nabídkami zahlceni. Nejlepší cestou proto zůstává osobní kontakt nebo dobrá zkušenost z předchozí spolupráce.*

> *Jakmile supervizor ucítí jen malý zádrhel v procesu licencování skladby, najde něco*

jiného. Většinou dá přednost skladbě, kterou má již takzvaně „vyklírovanou“, tedy skladbě s kompletně ošetřenými právy nebo takové, u níž je licencování jednodušší. Je proto vhodné mít minimálně písemně stanovené podíly jednotlivých členů kapely a autorů hudby a textu na skladbě, aby bylo možné licenci vyřídit rychle.

Dejte si pozor na zásahy do skladby. Smlouvami bývá povoleno maximálně nějaké krácení nebo malý fade out skladby. Samozřejmě použití skladby a jeho kontext by nikdy nemělo poškodit autora nebo autorku ani interprety.

Další zdroje informací k licencování a synchronizaci, které by se mohly hodit

Prodej hudbu – digitální distribuce hudby přes Supraphon → prodejhudbu.cz

Informace o synchronizaci na webových stránkách Supraphonu → supraphon.cz

Podcast na téma synchronizace hudby → supraphonline.cz

Mezinárodní agentury zabývající se poradenstvím a licencováním → europeinsynch.net, → steam-music.com

Záznamy diskuzí a podcast Guild of Music Supervisors → youtube

Obecné informace o licencování → berklee.edu

Zpráva o stavu licencování hudby do videí v době AI 2026 → berklee.edu

zpět na obsah ↑

Kam vyrazit a kde hledat in-formace

Kam vyrazit a kde hledat informace

Nejlepší je začít u sousedů

Se sousedními zeměmi má naše hudební scéna již vybudované vztahy a cestovní náklady nebývají tak veliké. Začít u sousedů, nejen s koncertováním, opakovaně radí většina aktivních hudebních profesionálů. Cestičky jsou trochu více prošlapané, kontakty se snáze navazují, neřešíte hraniční kontroly, přejezdy nejsou tak dlouhé a investice také nejsou tak vysoké. V budování vztahů se zahraničními hudebními profesionály a institucemi pomáhá také lokální proexportní kancelář SoundCzech, která zorganizovala i několik výprav s názvem ProVisit. Vybraní zájemci z řad lokálních hudebních profesionálů se díky nim podívají do konkrétních regionů nebo měst sousedních zemí, kde se seznámí se zástupci tamních institucí i dalšími hudebními profesionály a navštíví hudební kluby. Pokud o prezentaci hudby u našich sousedů uvažujete, budou se vám možná hodit tyto tipy na databáze klubů i nejrůznější instituce a platformy, které by mohly být relevantní pro české hudební projekty chtějící navázat kontakt se zahraničními hudebními scénami.

Slovensko

Naši bývalou druhou polovinu snad ani nepovažujeme za zahraničí. Stále si dobře rozumíme a kulturní výměna funguje přirozeně. Slovensko je nejen Pohoda, festival světového formátu dbající na společenskou odpovědnost, nebo showcasový festival

SHARPE, který si získává stále větší přízeň zahraničních profesionálů, ale také síť kulturních center i nezávislých hudebních klubů, kde je prostor i pro menší nebo alternativní kapely.

Music Export Slovakia – kluby a festivaly
→ musicexport.sk

Maďarsko
Hlavní město Maďarska Budapešť je snadno dostupné vlakem a leží velmi blízko Bratislavy a Vídně. Ve městě máme zastoupení v podobě Českého centra a zajímavé kontakty tam najde i experimentální elektronická scéna. České hudební projekty se prezentovaly například na festivalech Sziget nebo Budapest Showcase Hub, ale také na alternativním UH Festu. Informace o maďarské hudební scéně, včetně tipů na kluby, najdete v dokumentu iniciativy European Music Exporters Exchange.

EMEE Music Market Study Hungary
→ europeanmusic.eu

Rakousko
Země krásných horských masivů a jezer má zároveň inspirující hudební kancelář MICA a exportní úspěchy i v žebříčcích globálních hitparád. Znáte nějaké tamní hudebníky a hudebnice kromě Mozarta? Cestou na slovinský showcasový festival MENT je můžete naladit na stanici FM4 a kromě Vídně byste se mohli zastavit

třeba i v Linci, Salzburku nebo Štýrském Hradci. Tamní showcase Vienna Waves nebo festival institutu Ars Electronica, Donau Festival i akce Hyperreality jsou mezinárodně významné akce pro současnou elektronickou a experimentální hudební scénu.

Vienna Club Commission
→ viennaclubcommission.at
Music Export Austria → musicexport.at
Music Austria → musicaustria.at

Polsko
Náš severovýchodní soused Polsko má výhodu v podobě velkého hudebního trhu, a to mu přináší i větší pozornost ze strany velkých subjektů hudebního průmyslu, jako je Spotify. Historicky se naše hudební scéna propojovala s tou Polskou například přes jazz, dnes už i přes experimentální elektronickou hudbu, třeba na festivalu Sanatorium of Sound poblíž hranic nebo na showcasu Music Week Poland. Databáze klubů, festivalů i rozhlasových stanic najdete na webu polské exportní kanceláře.

Music Export Poland → musicexportpoland.org
Culture Hub Poland → culturehubpoland.com

Německo
Domov šlágrů, ale i elektronických legend Kraftwerk s techno scénou v hlavním městě tak pověstnou, že byla zařazena na seznam UNESCO. Pátý největší

hudební trh má kromě elektronické taneční scény i velkou rapovou scénu. Na tamním showcasu Reeperbahn se už představily i české kapely a českou kulturu na pravidelných akcích prezentuje i tamní České centrum v Berlíně. Spojkou s německou kulturní scénou může být také pražská pobočka Goethe-Institutu.

German Music Export → initiative-musik.de
Club Commission → clubcommission.de
Berlin Music Venues → music-hub.com
Music Board Berlin → musicboard-berlin.de
Informační portál pro mobilitu umělců z a do Německa → touring-artists.info
Studie německého hudebního trhu → musikindustrie.de

Databáze německých hudebních klubů a festivalů informačního centra pro hudbu MIZ → miz.org

Cena pro německé hudební kluby **Applaus Award** → applaus-award.de

Inspiraci najdete také v reportu z cesty do Mnichova organizované kanceláří SoundCzech **ProVisit Mnichov** → SoundCzech

Další informace o zahraničních scénách, klubech a festivalech najdete na stránkách nejrůznějších asociací a platforem
Síť klubů Live DMA → live-dma.eu
Síť klubů Liveurope → liveurope.eu
Platforma Europavox → europavox.com
Databáze Music Festival Wizard
→ musicfestivalwizard.com
European Music Exporters Exchange
→ europeanmusic.eu, a jejich **databáze užitečných informací** → europeanmusic.eu, kde najdete také **vhled do hudebních trhů** mnoha nejen evropských zemí. → europeanmusic.eu

Mohou se hodit i vyhledávače koncertů
Songkick → songkick.com
Bandsintown → bandsintown.com

Někteří hudebníci a hudebnice vytvářejí své databáze kontaktů, které sdílí s ostatními.
Databáze Roryho Hincheyho z kapely Alpha Strategy:
→ alphastrategy.net

Zeptejte se v okolí, jestli nemá někdo svou databázi.

Pokud zatím nechcete nebo nemůžete využít služeb právní kanceláře a nechat si vytvořit smlouvu na míru nebo si existující smlouvu nechat zkontrolovat odborníkem, můžete využít veřejně dostupných rad některých zahraničních institucí nebo právních kanceláří.

Co by mělo být ve smlouvě o hudebním vystoupení
→ beck-law.eu
S jakými typy smluv se můžete setkat na německé hudební scéně → touring-artists.info
Vzor smlouvy o hudebním vystoupení z Velké Británie
→ ism.org
Vzorová smlouva britské Musician's Union
→ musiciansunion.org.uk
Férové odměňování a výpočet honorářů v Rakousku
→ musicaustria.at
Tamizdat – spojka a právní podpora pro oblast USA
→ tamizdat.org

Lokální zdroje informací a instituce, které vás mohou podpořit a nasměrovat

Oficiální hudební kancelář **SoundCzech** → SoundCzech
Na jejich stránkách najdete databáze, nové otevřené výzvy k získání podpory cest do zahraničí nebo aktuální workshopy se zahraničními profesionály.

Program Go&See → idu.cz
Možnost získat podporu zahraničních výjezdů.

Národní institut pro kulturu → infopoint.nipk.cz
Tipy na další zdroje podpory zahraniční kulturní spolupráce.

Česká centra v zahraničí → czechcentres.gov.cz
Síť českých center ve světě podporuje dobré jméno České republiky prostřednictvím kultury, vzdělávání, vědy, inovací a mezinárodní spolupráce.

Music Managers Forum → mmf-cr.cz
Síť sdružující hudební manažery a manažerky

Svaz autorů a interpretů na svém webu nabízí příručku **Muzikantův průvodce praxí** → sai.cz

Základní informace týkající se praktické a finanční stránky vaší hudební činnosti najdete na webu Národního institutu

daně v evropském kontextu → infopoint.nipk.cz
pojištění → infopoint.nipk.cz
sociální pojištění → infopoint.nipk.cz
víza a povolení k pobytu → infopoint.nipk.cz

V rámci výzkumných projektů CIRG vzniklo v roce 2025 a 2026 několik manuálů pro umělce a umělkyně, které se týkají používání streamingových platforem, zastupování kolektivními správci a pod. → cirg.upol.cz

Dalšími výstupy výzkumu hudebního exportu jsou také články nebo interaktivní mapa českého exportu → cirg.upol.cz

zpět na obsah ↑

Průvodce v kostce

Průvodce v kostce

Tady najdete soupis odpovědí všech respondentů a respondentek na základní otázky koncertování v zahraničí. Které z nich vám dávají největší smysl? Vyberte si přístupy, které vám nejlíp sedí a sestavte si z nich svá zlatá pravidla na cesty.

- → **Kam vyjet?**
- → **Jak vybrat místa, kde chci hrát?**
- → **Jak si dobře vytyčit ambice?**
- → **Jak zabookovat klub?**
- → **Co poslat v prvním mailu?**
- → **Jak s kluby řešit podmínky?**
- → **Jakou administrativu a praktické věci vyřešit před cestou?**
- → **Jak se na turné nezbláznit?**
- → **Jak se přestat bát selhání?**
- → **Jak si promyslet rozpočet?**

Kam vyjet?

„Soustředit se na svůj region je klíčové, zlepšujete se jako hudebníci v koncertování a budujete si svou vlastní síť kontaktů, po které se pak příště vydáte do Nizozemí nebo Francie a Británie.“ (Koen ter Heegde)

„Na ose od Pobaltí a Balkánu se prostě dá najít spousta příležitostí ke koncertování. Ale samozřejmě kapely často láká západ, protože má stále dominantní postavení v médiích a populární kultuře.“ (Koen ter Heegde)

„Začít doma a hrát a hrát a hrát. Tam si vybudovat fanouškovskou základnu a tým spolupracovníků. […] Pak teprve začít sousedními zeměmi: Slovensko, Polsko, Německo…“ (Petr Blažek a Hana Podhorská, MMF)

„Celkově jsem měl pocit, že pokud jet do zahraničí, tak Německo je zároveň nejblíž a v rámci Evropy nejprofesionálnější. I ti nejvíc grassroots promotéři to mají většinou dobře zorganizované.“ (Václav Orcígr)

„Vždycky jsem si myslel, že to musí fungovat nejdřív tady v Čechách a teprve potom začnete exportovat. Vůbec to tak není.“ (Martin Šolc)

„V Holandsku fungují daleko víc naše elektroničtější věci a v Čechách paradoxně ty kytarové. […] V Maďarsku taky daleko víc fungují kytarové věci. A na německý trh jsme paradoxně hodně alternativní.“ (Martin Šolc)

„Funguje to podobně jako tady, kolem těch míst je komunita, většinou samotní muzikanti, a bylo to neuvěřitelně vřelé. Připadali jsme si tam jak doma, stejně jako v českých DIY prostorech.“ (Vendula Pukyšová, sinks, o Makedonii a Kosovu)

„Možná jsme měli štěstí a je to naše první turné v Británii, ale myslím, že to souvisí i s brexitem, jezdí tam teď méně zahraničních kapel, takže je menší konkurence.“ (Marek Koliha, Ida the Young)

„Zajímavé bylo i to, že na tenhle festival jezdí podstatně míň lidí než třeba na Eurosonic nebo South by Southwest, networking je tam v podstatě jednodušší.“ (Aiko, o So Alive v Sofii)

„Měli jsme pocit, že to tam má opravdu smysl, že tam lidé naši hudbu skutečně vnímají a že ji oceňují. A bylo nám s nimi dobře.“ (Bára Zmeková, o Japonsku)

„Protože než se tam dostaneš, stojí tě to nejen rok a půl práce, ale tolik peněz, že je to nepředstavitelné.“ (Václav Havelka, o USA)

Jak vybrat místa, kde chci hrát?

„Užitečné je taky sledovat tour karty kapel podobné velikosti, které hrají ve srovnatelně velkých klubech jako my.“ (Marek Koliha)

„Vybírat si může dovolit kapela, která už má jméno. My prostě píšeme úplně všem.“ (Marek Koliha)

„Nejlepší strategie je psát skutečně všem a moc neřešit, co je to za místo – s výjimkou toho, s čím by člověk sám nesouhlasil, třeba politicky.“ (Marek Koliha)

„Jenže výsledek z toho bývá slabý, pokud se člověk vysloveně netrefí do vkusu a žánru daného místa.“ (Václav Orcígr)

„Začnete od malého okruhu a potom se můžete posouvat i online, sledujete třeba kapely, které vás baví, a zjišťujete, kde hrají.“ (Koen ter Heegde)

„Žádná kapela nezačíná v klubech pro 500 lidí. […] Pro začínající kapely jsou potřeba kluby s kapacitou padesát až sto lidí, v nich mohou odehrát svůj první koncert, zlepšovat se.“ (Koen ter Heegde)

„Často se stane, že když nějaký nadšenec v zahraničí řekne ‚super, já vás sem pozvu, klidně do dvou měst‘, tak to často bývají kluby, které samy o sobě nemají takový following. Jde o to, co člověk chce.“ (Martin Šolc)

„Poté vybírat showcase v zemi, kde má kapela fanoušky a kde je populární její žánr.“ (Petr Blažek a Hana Podhorská, MMF)

Jak si dobře vytyčit ambice?

„Děláte to jenom z radosti, že hrajete, nebo to děláte s tím, že se jednou chcete stát profesionálním hudebníkem nebo hudebnicí a živit se hudbou částečně, nebo úplně? Kolik do toho chcete investovat

a kolik z toho chcete dostávat…“ (Anna Mašátová)

„Každý projekt nemusí růst, může to být jen zábava. Může jezdit malé věci, a to je taky úplně v pohodě. Musí se to ale aspoň trošku posouvat, aby to člověka nějak drželo, hlavně hudebně nebo kreativně, aby měl pocit, že to dává smysl.“ (Martin Šolc)

„Třeba se dostaneš na velký festival, zahraješ si a říkáš si: ‚Super, když mě tady uvidí 500–600 lidí hrát, tak příště přece můžeme přijet do klubu a přijde na nás 50–100 lidí.‘ Ale vůbec to tak není, když tomu pak člověk nedá další support a není tam nějaká návaznost.“ (Martin Šolc)

„Lepší je začít v malém a růst společně. Nehledat hned agenty nebo labely, ale přirozeně navázat vztahy osobně, ne jen najít kontakty.“ (Koen ter Heegde)

„Každé turné začíná nejdřív jedním koncertem mimo vaše město.“ (Koen ter Heegde)

„Myslím, že v tom určitě hraje roli nemít očekávání extra nastavené, že teď tam jedu a teď se musí všechno stát, protože ve většině případů to tak asi není.“ (Nela Mikošková)

„Ono se to nemusí stát za rok ani za dva, ale třeba to bude za tři nebo po dalším albu.“ (Nela Mikošková)

„Nad každým jedním koncertem přemýšlím jako nad prerekvizitou pro jiný.“ (Katja Thalerová)

„Že nedostanou podmínky jako doma. Každá země je nový trh a buduje se od nuly.“ (Petr Blažek a Hana Podhorská, MMF)

„Většinou to není tak, že něco děláš, vrátí se ti to a máš důstojný život – že čím víc to děláš naplno, tím líp se ti daří. U umění to tak bohužel není. Ale na druhou stranu si říkám, možná je to tak dobře. Je to jiná forma realizace.“ (Václav Havelka)

„Je to opravdu běh na dlouhou trať.“ (Bára Zmeková)

„Když jsem přišla na koncert a znala jsem v klubu všechny návštěvníky i organizátory, měla jsem chuť se posunout.“ (Aiko)

Jak zabookovat klub?

„Nejdůležitější je mít od začátku přehledný seznam, do kterého se postupně zapisují všechny užitečné kontakty, ať už na tuhle tour, nebo do budoucna. Nejlepší je poptat se kamarádů, kteří už na turné byli a mají vlastní seznam kontaktů – člověk se od toho odrazí a zároveň vidí, jak to má vypadat.“ (Marek Koliha)

„Kromě toho existují databáze klubů, třeba česká stránka DarkZin.cz, kde jsem našel dost zahraničních klubů i festivalů.“ (Marek Koliha)

„Na listopadové dvoutýdenní turné jsem poslal skoro dva tisíce e-mailů, z toho pak vzešlo patnáct

koncertů. Je to obrovský nepoměr mezi vloženou prací a odezvou.“ (Marek Koliha)

„Často se mi stává, že klubu se hudba líbí, ale mají už vybookovaný celý rok a napíšou mi, ať to zkusím za rok. I když se snažím začínat brzo, skoro nikdy to není dost brzo.“ (Marek Koliha)

„Postup u mě vždycky vypadá tak, že začínám od lidí a kontaktů, které znám, nebo od lidí, o kterých vím, že už někde hráli. Napíšu jim a zeptám se, jaké to tam bylo a jestli by doporučili tam napsat. Když se to takhle rozjede, vznikne kostra cesty a je jasnější, jestli se to vůbec vyplatí.“ (Václav Orcígr)

„Mít velký seznam kontaktů je důležitá věc, ale má nevýhodu, že člověk s ní píše naslepo, pošle stovky prakticky identických mailů. A podle mě to není moc efektivní.“ (Václav Orcígr)

„Klíčové je mít kostru, která zaručí, že se vůbec vyplatí někam jet. Zbytek se pak „dopytlíkuje“, i za cenu jednoho volného dne navíc.“ (Václav Orcígr)

„Je to hodně o štěstí, o tom, jestli člověk dostane ten správný kontakt, ideálně přes kamaráda nebo kamarádku, kteří u daného člověka už hráli a propojí vás přes společnou známost. To funguje nejlíp.“ (Václav Orcígr)

„Průběžně si tvořte dokument s kontakty, kde budete mít e-mailové adresy, kontakty na platformy, kolektivy

a nezávislé kluby z různých měst. Jakmile pak dojde na plánování, budete připraveni. Koukněte se na mapu a zvažte délky přejezdů mezi městy.“ (Koen ter Heegde)

„Když si budujete svou síť sami, je to daleko udržitelnější, vztahy jsou pak vaše osobní, ne nějakého agenta.“ (Koen ter Heegde)

„Kluby dost často ani nepřistoupí na to, že úplně no name kapelu vezmou, protože tam můžou mít tisíc lepších kapel, na které jim přijde víc lidí. Právě proto kapela potřebuje agenta, který se za ní postaví.“ (Martin Šolc)

„Pro začátek je však možné oslovit kluby či festivaly rovnou i bez tamní agentury a domluvit první koncerty v dané zemi sám. S nějakou vybudovanou historií se pak bude agent hledat snadněji.“ (Petr Blažek a Hana Podhorská, MMF)

„Lidem je třeba se neustále připomínat, opakovaně psát e-maily, volat jim, zvát je na koncerty.“ (Petr Blažek a Hana Podhorská, MMF)

„Byla jsem přátelská, ale vytrvalá. Když mi někdo zavře dveře, najdu si okno, projdu sklepem nebo přes sousedův balkon.“ (Katja Thalerová)

Co poslat v prvním mailu?

„E-mail: stručný, bez příloh, s odkazy, bez chyb, s kontaktem, rozhodně NE hromadný.“ (Petr Blažek

a Hana Podhorská, MMF)

„Záznam živého vystoupení, stačí krátké (např. 1,5 min), ale musí být reprezentativní.“ (Petr Blažek a Hana Podhorská, MMF)

„Nepřehánět, nemachrovat, ale vypíchnout významné momenty kariéry: počet koncertů, zásadní koncerty doma a v zahraničí, recenze a zmínky v médiích a od profesionálů, televizní vystoupení.“ (Petr Blažek a Hana Podhorská, MMF)

„Většinou to dělám tak, že v prvním mailu se ptám jen na to, jestli by měli o koncert zájem, o podmínkách se nezmiňuji.“ (Marek Koliha)

„Kapela musí mít kvalitní promo text, srozumitelný rider, hezké fotky a nějaké reprezentativní video, pohyblivý obraz prostě funguje.“ (Katja Thalerová)

„Pokud chce být kapela braná vážně, musí tomu odpovídat i materiál, který dáváme promotérovi, je to naše odpovědnost vůči němu.“ (Katja Thalerová)

„Pokud je to pro nějakého promotéra, který má minimální přehled o lokální scéně, tak je vždy nezbytné vypíchnout všechny důležité festivaly na lokální scéně, které umělec nebo ten daný projekt hrál.“ (Nela Mikošková)

„Funguje taky, když zmíníte všechny zajímavé support sloty, tedy komu ta kapela předskakovala.“ (Nela

Mikošková)

„Podívat se na to očima promotéra a říct si: „Co by mohl znát?“ Zestručnit informace o projektu, pak se snažit nabombit úspěchy a pak tam dát odkazy na hudbu a ideálně vždycky nějakou nahranou live session.“ (Nela Mikošková)

„Pak ještě pomáhá, a v tom se někdy i lže, třeba napsat: „Hele, my máme koncert město od tebe, můžeme si zahrát i u vás?“ To taky funguje.“ (Nela Mikošková)

„Čísla poslechovosti nebo čísla na sociálních sítích jsou samozřejmě něco, na co se díváme, a je to i argument pro promotéry. […] Paradoxně ne moc promotérů na to slyší.“ (Nela Mikošková)

Jak s kluby řešit podmínky?

„Je to hodně různorodé. Z jednoho koncertu dostaneme sto eur, z druhého osm set. Pořád se učím, jak si o peníze říct.“ (Marek Koliha)

„Když odepíšou a zeptají se na podmínky, podívám se, o jaké místo jde – pokud dělá i větší koncerty nebo vypadá, že má grantové zázemí, řeknu si o víc peněz. Pokud jde o skupinu DIY promotérů, kteří dělají malé akce, řeknu si o míň.“ (Marek Koliha)

„Zajímavé je, že se nám občas stalo, že koncerty na door deal, od kterých jsme čekali nejméně, vynesly nakonec víc než ty s pevným honorářem.“ (Marek

Koliha)

„Na drtivé většině koncertů byla hospitality skvělá, se zajištěným ubytováním i jídlem. Myslím, že by to měl být standard, pokud to pro pořadatele jde.“ (Marek Koliha)

„Bral si 20 % z každého koncertu, což je podle mě celkem standardní podíl.“ (Marek Koliha, o booking agentovi)

„Byl jsem docela překvapený, že dostat 300 eur za koncert je dneska normální, na to nejsem zvyklý. Teď už se to snad mění, ale dřív jsme byli rádi za cokoliv, většinou šlo o door deal. Dnes už je celkem běžné říct si o víc.“ (Václav Orcígr)

„Na začátku určitě „door deal“ – podíl na vybraném vstupném (obvykle 60–80 %, možno ale i 50 %). Ideální je, pokud se podaří domluvit alespoň nějaký základní honorář bez ohledu na návštěvnost.“ (Petr Blažek a Hana Podhorská, MMF)

„Hlídat si, kdo zajistí catering a ubytování.“ (Petr Blažek a Hana Podhorská, MMF)

„Nevyskakovat si v požadavcích a snažit se být co nejvíce soběstační. Nespokojit se se špatnými technickými podmínkami, které mohou celý koncert zhatit, a tedy i investici kapely.“ (Petr Blažek a Hana Podhorská, MMF)

„Definovat, co přesně dohodnutá částka zahrnuje, kolik peněz opravdu dostanu.“ (Petr Blažek a Hana Podhorská, MMF)

„Vždycky door deal, který pokryl základní náklady – jídlo, spaní, dopravu. Fixní honoráře jsme neměli nasmlouvané.“ (Vendula Pukyšová)

„Kluby fungují tak, že se nikdo s nikým moc nepáře. Buď je to na procenta, nebo se platí nájem, to je podobné jako u nás.“ (Bára Zmeková, o Japonsku)

„I velké kapely jedou na procenta a s tím je potom spojené, nakolik kapela umí kolem sebe vytvořit komunitu.“ (Anna Mašátová)

„Ale pak řeknou taky třeba: „Bude to door deal,“ nebo „Dáme vám malý honorář,“ anebo „Pojďme to udělat, ale spojme to s někým výrazným z naší scény, aby to mělo nějaký dosah a aby pak lidé přišli.““ (Nela Mikošková)

„Myslím, že asi nejužitečnější rada ohledně dohod je udělat si svoji smlouvu, jednoduchou, ale všeříkající. […] Spíš si udělat svoji jednoduchou ve dvou verzích, česky a anglicky, a posílat vždy vlastní smlouvu.“ (Nela Mikošková)

„Takže té kapele musíme platit nějaké minimální honoráře za support, což je věc, kterou by v Čechách nikdo neřešil.“ (Martin Šolc, o Nizozemsku)

„Pokud jde o dohodu o vzájemných investicích, která

zahrnuje větší sumy peněz, najděte si určitě odbornou pomoc.“ (Koen ter Heegde)

Jen v parafrázi: Mašátová radí nebát se v hospitality rideru požádat promotéry o teplou večeři. Havelka upozorňuje, že v USA smlouvy často nedostanete a vyjednávat o podmínkách z pozice kapely z východní Evropy není snadné.

Jakou administrativu a praktické věci vyřešit před cestou?

„Určitě začít co nejdřív. Musíš mít sepsaný seznam veškerého vybavení, ideálně se sériovými čísly a hodnotou každé věci. To nám trvalo nejdéle. Karnet se navíc musí vystavit na někoho, kdo je registrovaný v živnostenském rejstříku.“ (Vendula Pukyšová)

„Stálo nás to tehdy asi devět tisíc korun. Znám kapely, které se na karnet vykašlaly, někomu to prošlo, někomu ne. Slyšela jsem historky, že na hranici s Makedonií kvůli tomu vrátili kapelu kamarádů zpátky.“ (Vendula Pukyšová)

„Navíc jsme byli mimo EU, neměli jsme data, která jsou tam hodně drahá, takže jsem se snažila vše vyřešit mailem předem, abych pak nemusela otevírat telefon.“ (Vendula Pukyšová)

„Navíc jsem neměl cestovní pojištění a za operaci na místě jsem musel zaplatit přes sto tisíc. […] Takže určitě při turné nepodcenit tohle!“ (Marek Koliha)

„Pojedeme jen ve třech, místo obvyklých pěti, aby to bylo celé snazší.“ (Marek Koliha, o Británii)

„Nezapomeňte, že Srbsko je mimo Schengenský prostor a Evropskou unii. Budete tedy překračovat tradiční hranici, je třeba mít vyřízené veškeré papírování – musíte prokázat, že jste vlastníky nástrojů i případného merche, který vezete s sebou, a celý přejezd může trvat déle.“ (Koen ter Heegde)

„Nezapomeňte na dálniční známky a další poplatky na cestách.“ (Koen ter Heegde)

„Pracovní víza mimo EU řešit včas. Pojištění – doporučené, spíš povinné.“ (Petr Blažek a Hana Podhorská, MMF)

„Letenka (+ včasný check-in) – všechny lety mít na jedné letence, ať má odpovědnost dopravce.“ (Petr Blažek a Hana Podhorská, MMF)

„Přeprava nástrojů – pozor na nadváhu dodávky (obzvlášť v Německu se opravdu váží a pokutuje).“ (Petr Blažek a Hana Podhorská, MMF)

„Nástroje nikdy nenechávat v dodávce přes noc. Využít hlídané parkoviště nebo nástroje někde uložit.“ (Petr Blažek a Hana Podhorská, MMF)

„Technické odlišnosti, frekvence In Ear monitorů či bezdrátových mikrofonů, v některých zemích je potřeba frekvence nahlásit předem na telekomunikační úřad

a zaplatit poplatek (např. UK).“ (Petr Blažek a Hana Podhorská, MMF)

„Nezapomenout, že zahraniční příjmy se taky přiznávají.“ (Petr Blažek a Hana Podhorská, MMF)

„Na každý koncert musí mít člověk potvrzené pracovní vízum, které získává na základě COE certifikátu, Certificate of Eligibility. […] V Japonsku je zakopaný pes v tom, že jde stěží domluvit jakýkoliv koncert bez COE. Ale COE dostaneš jen na základě potvrzeného koncertu.“ (Bára Zmeková)

„Na SXSW jsme ale jeli hrát jako oficiální výběr South by Southwest, v tom případě žádná pracovní víza potřeba nejsou, nedostáváš za to totiž žádné peníze.“ (Bára Zmeková)

„Když někomu řeknu, že víza stojí 150 nebo 200 tisíc, je to šílené.“ (Václav Havelka, o USA)

„Hlavně je potřeba zkusit najít cestičku k někomu, kdo v zemi, kam chcete vyrazit, působí a kdo by pro vás mohl udělat nějakou službu – že vám buď na tom místě půjčí backline za rozumné peníze, anebo vás ideálně spojí s hudebníky, kteří vám půjčí nástroje.“ (Nela Mikošková)

Jak se na turné nezbláznit?

„Lidi se navzájem líp podrží, dělí se o pocity. Když to zrovna nestojí za nic, líp se to snáší ve víc lidech.

Jeden řekne, že to bylo hrozné, druhému to je líto. A je vždycky dobré, když je přítomný ještě někdo další, kdo zahlásí: „Kašlete na to, jdem na pivo.““ (Barbora Hora)

„A taky je dobré být mentálně připravený na to, že se cokoliv může pokazit, třeba že vám někdo zruší koncert týden předem.“ (Marek Koliha)

„Hlavně je to sranda.“ (Marek Koliha)

„I když bylo vše domluvené, praktická stránka je vždycky trochu stresující.“ (Vendula Pukyšová)

„Ve Skopje a v Prištině nám místní dokonce uspořádali prohlídku města.“ (Vendula Pukyšová)

„Spousta lidí jsou introverti. V souvislosti s organizací práce je dobré zamyslet se taky nad tím, kdo je v kapele lídr, jestli všichni v kapele dělají práci rovným dílem, nebo jestli předpokládají, že to udělá jeden člověk a všechno nechávají na něm.“ (Anna Mašátová)

„Myslím, že je důležité umět se bavit.“ (Katja Thalerová)

„Realita je ale nekompromisní, umím si představit, že by to někoho mohlo úplně zdrtit.“ (Václav Havelka)

„Je to vždycky hrozně náročné, ale mít lidi, kteří ti na té cestě chtějí a mohou pomoct nebo tě propojit dál, je nejlepší.“ (Bára Zmeková)

„Návštěvnicky je to „průchoďák“, lidé se snaží stihnout více koncertů, takže nemusí zůstat na celý koncert, i když se jim líbí. Nenechat se tím rozhodit.“ (Petr Blažek a Hana Podhorská, MMF, o showcasech)

Jak se přestat bát selhání?

„Myslím, že tady člověku strašně dlouho trvá, než sám sobě dokáže, že má právo to prostě dělat. A to je hrozná škoda. […] V zahraničí vnímají lidé kulturu jako něco skutečně důležitého, takže si tam najednou připadáš, že děláš důležitou věc. Hrozně tě to podporuje v sebevědomí a v tom, co děláš.“ (Bára Zmeková)

„Říkala jsem si: ‚Koho by to v USA zajímalo?‘ Ale reakce lidí, když přišli na náš poslední koncert do kostela, kde měli příležitost si sednout a poslouchat v klidu, v tichu, bez piva, bez baru… byla úžasná.“ (Bára Zmeková, o SXSW)

„Vždycky jsem si říkal, že buď tam budu já, nebo tam bude někdo jiný. Když tam můžu být, udělám pro to maximum a uvidím, co mi to přinese.“ (Václav Havelka)

„Když člověk přijede někam, kde ho nikdo nezná, a přijde tam jakýkoli počet lidí, je to skvělý pocit.“ (Marek Koliha)

„Doporučuju nebát se psát ani do klubů, které se zdají příliš velké, i tam mají někdy programy pro nezávislé kapely a člověk může být i příjemně překvapený.“ (Marek Koliha)

„Lidi mi říkali, že je tam těžké sehnat koncerty a ještě těžší za ně dostat zaplaceno. Nám se ale povedlo tohle turné zařídit nejrychleji ze všech.“ (Marek Koliha, o Británii)

„I kdybychom byli hodně v mínusu, myslím, že bychom se tam sami od sebe nikdy nevypravili. Asi bych si jen tak neřekla, že pojedu do Kosova.“ (Vendula Pukyšová)

„Tehdy jsem byl nejvíc vyděšený ten e-mail napsat, ale prostě jsem to udělal a Oskar z Eurosonicu to tehdy hrozně ocenil.“ (Martin Šolc, o odmítnutí Eurosonicu)

„Těžko se v tom hledá nějaký vzorec. Je to hodně o náhodě a o tom, na koho člověk narazí.“ (Václav Orcígr)

„Ale možná i to je ona zkušenost, něčím takovým si projít, protože já jsem na žádné takové akci předtím nebyla.“ (Nela Mikošková)

„Nerada se vzdávám! Mám v sobě drive zkoušet věci, které jsem ještě nezkusila.“ (Katja Thalerová)

Jak si promyslet rozpočet?

„Vždycky jsme vydělali, nikdy se nám nestalo, že bychom na turné prodělali. Mám pocit, že představa, že se na tour vždycky prodělává, je trochu mýtus živený videi z Instagramu […]. Pokud jedete DIY turné, kde jsou jen lidi z kapely, je celkem snadné, aby bylo výdělečné.“ (Marek Koliha)

„Hodně pomáhá mít vlastní merch – v Německu si ho lidi kupují mnohem víc, protože mají větší kupní sílu.“ (Marek Koliha)

„Mám pocit, že pokud má kapela promyšlené, smysluplné turné o více koncertech, šance na podporu je docela vysoká.“ (Marek Koliha, o grantech)

„Kvůli cestě jsme museli řešit karnet ATA, celní dokument, a zaplatili jsme za něj mnohem víc, než jsme na koncertu vydělali.“ (Marek Koliha, o Srbsku)

„Záleží, co se počítá jako náklady. Reálné náklady jsou vyšší než jen benzín, je v tom i opotřebení auta, cena a údržba nástrojů, u kapel je třeba stabilní náklad nájem zkušebny a další věci.“ (Václav Orcígr)

„Napsala jsem jim už s konkrétními termíny a místy a spočítala jsem, kolik nás bude stát cesta. Tu jsme tím pokryli.“ (Barbora Hora, o grantu)

„Bez peněz ze SoundCzechu, bylo to asi třicet tisíc, bychom určitě prodělali. Takhle nám to vyšlo tak akorát, nic jsme nedopláceli.“ (Vendula Pukyšová)

„Velký ranec toho stresu okolo hraní v zahraničí jsou tedy především finance.“ (Bára Zmeková)

„Paradox je, že u projektů, které se hlásí o podporu a mají deadline v září, padne rozhodnutí až v průběhu první poloviny následujícího roku, ve které se mají

konat.“ (Bára Zmeková)

„Šetřit na to, aby člověk mohl udělat tour v zahraničí, je bohužel komplikované. Jenže jak to udělat jinak, než že si tam vytvoříš fanouškovskou základnu?“ (Bára Zmeková)

„Všechny peníze se dávají na jednu hromadu a až poslední tři roky fungování kapely si individuálně bereme peníze z koncertů. Teď už v Čechách hrajeme za víc peněz, občas odehrajeme nějakou firemní akci, ale pak peníze vezmeme a investujeme je někde venku, kde nám to dává smysl.“ (Martin Šolc)

„Ideálně si zpočátku nevyplácet honoráře, nebo alespoň část dát stranou a dále investovat do nové hudby, klipů, fotek, techniky, proma či zahraničních koncertů (showcasů).“ (Petr Blažek a Hana Podhorská, MMF)

„Dobře plánovat a zorganizovat turné v logickém pořadí, aby se náklady rozložily na vícero koncertů.“ (Petr Blažek a Hana Podhorská, MMF)

„Využít externí zdroje: kamarádi, rodina, přátelé, mecenáši, lokální firmy, lokální a regionální samosprávy, nadace, exportní kancelář, SoundCzech, MK ČR, Česká centra a ambasády.“ (Petr Blažek a Hana Podhorská, MMF)

„Převod cizích měn – hlídat výši kurzu a zvážit platbu hotově nebo převodem.“ (Petr Blažek a Hana Podhorská, MMF)

„Odkud mají zdroje, jestli je to jenom z živého koncertování, jestli je to z merche, na kolik všechno umí monetizovat, […] jestli využívají nějaké granty a zda jsou zapsáni u kolektivních správců, aby jim neunikala část příjmů z hudby nebo možnost čerpat specifické granty.“ (Anna Mašátová)

zpět na obsah ↑

KUDY VEDE CESTA Z ČESKA

Cesta z Česka

Průvodce za hranice domácí hudební scény

Autorky: Marie Čtveráčková, Aneta Jetmar Martínková
Přispěvatelky: Lucia Udvardyová, Anna Mašátová, MMF ČR
Grafická úprava: Jiří Vaněk
Korektura textů: Barbora Voříšková

Tento návod byl financován z prostředků Programu na podporu aplikovaného výzkumu v oblasti národní a kulturní identity na léta 2023 až 2030 (NAKI III) Ministerstva kultury ČR v rámci projektu Příležitosti a bariéry přeshraniční distribuce české hudební produkce (DH23P03OVV029).

Tento návod je zveřejněn pod veřejnou licencí CC-BY-NC-ND.

C→i←R→G

MINISTERSTVO KULTURY