

Fábián Máté

Kérdező:

Kérlek mondd el először is, mi a zenekarotok neve, és hogy milyen pályát jártatok be eddig így nagy vonalakban!

Máté:

Mi vagyunk a Moszkva Tér Zenekar. 2022 augusztusában alakultunk meg hivatalosan. Azelőtt voltak korábbi tagcserék, de akkor egy gólyatáborban megalakultunk, mert kiegészültünk a szóló gitárosunkkal, Kovács Mikivel. És utána nagyon hirtelen össze kellett tennünk egy koncertet, mert meghívtak minket a Manyiba játszani. Ezután elterjedt, hogy a Moszkva Térrel jó fellépni, úgyhogy akkor „hívjuk a Moszkva Teret”. És akkor igen, először a Manyiban, aztán a Lámpásban játszottunk, azt hiszem Mikinek a kapcsolataink keresztül. Ezután hívtak, hogy gyertek-gyertek, játsszatok, és akkor úgy voltunk vele, hogy persze, tökre örülünk, mindegy, hogy mi, csak menjünk, koncertezzünk. Ekkor nagyon sok koncertet csináltunk, el is kezdtünk egy olyat kialakítani, amit Moszkva Tér Klubnak hívtunk, mert egy-két havonta oda vissza-vissza mentünk és kiharcoltuk, hogy jó, de akkor a fogyasztást adják ide készpénzben, mert nem volt belépődíj, hanem mindig ingyen jöhetett mindenki. Ezt egy ideig tökre élveztük, csak aztán elkezdtek mondani, hogy „Na mi van, már megint Moszkva Tér Lámpás koncert?” és akkor abból így kicsit el akartunk szakadni. Elég szerencsés helyzetben voltunk, mert nem nagyon kellett szervezgetnünk koncertet, mert mindig az volt, hogy „Cső! Hallom, jó bulit csináltok, nincs kedvetek velünk jönni, XY zenekarral?” És akkor volt közös fellépésünk először a Manyiban, aztán a hívtak minket a Mikszáth-ba, Backstage pubba hívtak még minket. Voltunk a Gödörben is, ami egy nagyon jelentőségteljes koncert volt, mert szerintem ott játszottunk a legtöbb ember előtt. Ott utózenekarnak hívtak minket, ami ráadásul még egy plusz faktor volt, hogy annak ellenére, hogy nem mi szerveztük, mi zártuk a koncertet. Ez nagyon király volt! Most szépen lassan adódik kézzől-kézre, szájról-szájra a nevünk, és például hívott minket a Klisé zenekar, hogy nyomjunk együtt egy koncertet. És most ütköztünk bele egy olyan problémába, hogy oké, csináljunk közös koncertet, de hol csináljuk? A Vortex merült

fel, mint ötlet, meg helyszín. Most nyílt, voltam a jam-en, tök jó a hangosítás, jó a cucc, jó a hangulat, csak így bementek, hogy igen, 200 ezer forint kibérelni a helyet. És akkor ott álltunk így két kezdőzenekar, hogy hát oké, a legnagyobb közönségünk, amit a központba vittünk be, szerintem 70-75 fő volt, ami ott teltháznak számított. Ide meg 2000 forintos a belépőjegyár, ami azt hiszem, hogy a közönségünk inger küszöbének a teteje. Kiszámoltuk, hogy hát jó, akkor be kéne vinni 100 embert, hogy nullán legyünk, és akkor az így annyira nem oké, korábbi tapasztalatokból okulva, mert például voltunk a Turbinában, a Javó zenekar társaságában és ott csak 100 ezer forint volt kibérelni a helyet. Viszont bejöttek plusz költségek, meg hát a fogyasztásunk is picit megugrott, ami kicsit túlszámlázás gyanús volt nekünk, de mindegy, lenyeltük, és ott is ilyen ráfizetés lett a buli, hogy amúgy behoztunk annyi vendéget, amivel nullást tett volna, de valahogy 25-öt rá kellett fizetnünk, úgyhogy ezek ilyen nagy csapdák voltak.

Kérdező:

A helyeken kívül milyen, vagy a helyszínbérlésen kívül, milyen akadályokat tudsz még említeni, ami konkrét kihívás a zenekar számára?

Máté:

Nekünk a próbaterem kérdése nagyon sokáig kihívás volt. Hogyha most összekéne számolnom, akkor legalább két kezem kellene hozzá, hogy hány próbateremben voltunk két év alatt. Először az Oricsban kezdtünk, aztán utána voltunk a Pénzverdében, a Népligetnél, mert ott egy közelebbi, meg olcsóbb hely volt, de onnan egy hónap múlva kikerültünk. Akkor mentünk az analógba, onnan mentünk az Asztalosba, onnan egy másik próbaterembe, mert az beázott, és most a hatodikként találtuk meg azt a próbatermet, amit ki tudtunk magunknak alakítani. Elég sok pénz, meg idő volt, hogy azt kiszígezzük, mert ez ugye egy társasház alatt van, és az, hogy a szomszédoknak ez elfogadható legyen, és hogy ne járjanak ránk, sok pénzbe és időbe került. Ez egy nagy nehézség volt.

Nagyon nagy nehézséget okoz az is, hogy bár mindenki Budapesten él most, de hétfévente hazajárunk Sopronba, Szegedre. Emiatt össze-vissza érünk rá. Például Miki, a gitárosunk, ő hétfévente általában hagnizik, én is el szoktam menni vagy hagnizni,

vagy roadolni, Ákos, a basszusgitárosunk is szokott menni, de Robi, meg a Bálint gyakran Sopronban van hétvégén. Mindannyiunknak más az órarendje, négyen tanulunk, Robi dolgozik. Ez is nehezen összeegyeztethető. Amíg kőbányások voltunk mindannyian, addig viszonylag könnyű volt, mert kőbányához kerestünk közel helyet. Ott próbáltunk, és nagyjából hasonló volt az órarendünk. Az, hogy most mindenki tényleg másik iskolában van, ez így megnehezíti a helyzetet.

Kérdező:

Amikor az élő fellépésekre gondolsz, van-e még ezen felül más olyan akadály, mint hogy drágák a bérleti díjak?

Máté:

Az gyakori probléma szokott lenni, hogy mi egy eléghangos zenekar vagyunk, és Robinak muszáj hallani a tonalitást, ahhoz, hogy jól tudjon intonálni. Ez mindig egy zsákhamacska, hogyha olyan helyre megyünk, ahol nincsen elég jó hangosító, hogy na, akkor most fogja-e magát hallani, lesz-e elég monitor, elég hangos lesz-e, tudjuk-e a fülmonitort használni, tud-e befele reverb-öt adni, mert neki ez a mániája. Mindig reverb-öt kér befele. Sokszor mémeljük ezzel egyébként, meg a hangtechnikusok is mindig mondják, hogy „Reverb-öt befele? Minek?”. Úgyhogy ekkor meg mindig feljön az a kérdés, hogy oké, akkor tök jó lenne saját technikust vinni. Most elkezdtünk egy saját technikussal dolgozni - a Művészetek Völgyére, egyébként például már ő jött - meg még voltunk egy BME-s rendezvényen játszani, akkor is ő jött, ez az Azulis Laci, kárpátaljai koma. Nagyon szeretünk vele dolgozni, mert ő mindig megcsinálja úgy, hogy befele jól szóljon, csak hát neki ugye egy ára van, egyrészt az, hogy őt ki kell fizetni, mint a munkadíját, és az, hogy ő bérlő a rack-eket, a vezeték nélküli cuccot, a mikrofonokat, ezek mind pluszköltségek. Úgyhogy őt nem tudjuk olyan helyre hívni, ami kicsi, meg ahol mi is kevés pénzt kapunk. Próbáljuk hogyha mondjuk ilyen nem klubos fellépés van, hanem fesztiválos fellépés, akkor úgy árajánlatot küldeni, hogy neki bele legyen kalkulálva a gázsija, meg a cuccainak a bérleti díja, és ezt vagy megadják, vagy nem.

Kérdező:

Tehát bevételben azért akkor ezek szerint pozitívan szoktatok kijönni, tehát ti nem puszira mentek.

Máté:

Változó, de azért igyekszünk. A fesztiváloknál mindig arra törekszünk, hogy ne puszira, és hogy legalább Lacit ki tudjuk fizetni, és ha meg valami bejön, akkor vissza tudjuk forgatni stúdiózásra. De kluboknál azért más, mert ott például van olyan, hogy hívnak minket, és ha egy olyan lehetőségnek játszunk, ami releváns közönség gyarapítás szempontjából, akkor elvállaljuk. Most például hívtak minket a Lámpásba játszani, azt mondták, hogy fejenként 5000 fogyasztásért, amit lehet készpénzben is kérni. Ezzel mondjuk úgy vagyunk, hogyha ott egy olyan színpad van, ami progresszív az utunk tekintetében, akkor elvállaljuk nyilván. Vagy hogyha úgy érezzük, hogy tud új közönségünk lenni, mert valakivel megyünk. De így, hogy egyedül mennénk, és ki akarjuk nőni ezt, hogy ne ezzel mémeljenek minket megint, akkor úgy erre ilyenkor már például nemet mondunk. Mindig van egy hármass, vagy több szempont, hogy például mennyit fizetnek, milyen a színpad, milyen a közönség, és hogy mondjuk kikkel, melyik zenekarral játszunk közösen. Ebből hogyha kettő-három már meg tud felelni, akkor az jó. Tehát elmegyünk úgy ingyen játszani, hogyha mondjuk barátzenekarral lépünk fel és jó a színpad. Vagy barátzenekarral, akiknek a közönségük úgy érezzük, hogy minket is szeret. De volt már olyan is például, hogy a Stifler-ben BME-s rendezvény volt, az építészmérnököknek és ott konkrétan a színpad az nem létezett. Teljesen alkalmatlan egyébként élő zenére az a hely. Még ott is volt a Laci, és valahogy rá akarta dugni a keverőjét az ő keverőjükre, mert azon volt egy limiter. És akkor ott két óráig ezen ment a huzavona, hogy akkor lehet, hogy nem is lesz koncert, meg amúgy nem is jönnek igazából sokan, mert március 15. előtti csütörtökre sikerült szervezni. És akkor úgy voltunk, hogy főlépünk egy nem létező színpadon, rossz hangtechnikával pár embernek. De kapunk érte pénzt, és volt ilyen is. Ott mondjuk az is releváns volt, hogy a BME-s építészmérnök lányok köztudottan elég szépek. Úgyhogy ez a kettő volt ott, ami ilyen húzóerő volt. De mondjuk játszottunk nyáron a Wild East Rock Fesztiválon, amit ajándékba kaptunk. Ott csak utazási költséget kaptunk, de nagy színpadon játszottunk,

kb. három embernek, meg tizenöt motornak, de úgy éreztük, hogy ez jó buli, ez a nagy színpad. Úgyhogy ezekből a feltételekből egy-kettőnek, de inkább háromnak meg kéne felelnie, hogy egy jó szájizzal elhagyott helyszín legyen, és egy jó koncert legyen.

Kérdező:

Akkor, hogyha már itt úgyis a jó koncertekről van szó, egy kicsit elvontabb a kérdés, hogy van-e mondjuk zenekarilag egységes megítélések a sikerről? Vagy hogy ha nincs, vagy erről nem beszéltetek még, akkor mondjuk te hogyan ítéled meg a sikert?

Máté:

Hát több lépcsős a sikerre vezető út. Ami mondjuk jól esik, hogyha felismerik az embert random bárban. Már azt is sikernek lehet nevezni. Meg egy ilyen kezdeti magja, hogyha például az Akváriumban, a Kishalban, vagy a Kobuciban le tudnánk szervezni egy egyéni bulit. És tényleg ilyen értelmezhető mennyiségű embert be tudnánk vinni. És akkor azt látnánk, hogy igen, az, hogy mi akkor írtunk dalokat, meg hogy koncertezünk, az oda vezetett, hogy akkor már ennyien kíváncsiak ránk.

Kérdező:

Tehát nálatok akkor a közönségszám növekedés az, ami a sikerindikátor. És mit gondolsz, hogy az élő koncertek mennyiben járulnak hozzá a zenekarnak a sikerességéhez? Főleg arra építetek, vagy pedig a felvételekre?

Máté:

Mivel november 29-én fog megjelenni az első single-ünk, ezért eddig 100%-ban csak az élő koncertekből jött be a közönség.

Kérdező:

Nagyjából mi az a fellépés szám, amivel szoktatok menni? Átlagosan egy hónapban, hogy szokott alakulni a fellépések?

Máté:

Az előző évben ez a havi egy, az körülbelül beállt. Akkor volt ez a Moszkva Tér Klubban, ami így tök jól beállt, meg kialakult, de onnantól fogva, hogy így nőttek az igényeink, a koncertek száma lecsökkent, inkább ilyen két havontára körülbelül, két-három havonta.

Kérdező:

Milyen helyeken szoktatok fellépni? Említettél már egy párat, de volt-e még ezen kívül más?

Máté:

Voltunk kisklubokban, kocsmákban, már kisebb-nagyobb fesztiválokon is és magánrendezvényeken. A legelső demónkat azért csináltuk, mert volt valami divattervező ismerőse Robi angoltanárának, akinek lett volna egy meglepetés buli. Oda kellett valami anyag, és akkor az első demónk az igazából ezért készült el. Hívtak minket városnapokra, meg egyetemi kollégiumok találkozójára, de ezek mindig elvéreztek. Az e-mailezésben amikor árajánlatot adtunk - pedig nem lóttünk fölé - hirtelen már nem voltunk érdekesek, mert valószínűleg azt szerették volna, hogy ingyen vagy olcsóbban játszunk.

Kérdező:

Nem lehet, hogy amúgy amiatt, mert nincsen felvételek?

Máté:

Persze, ez nekünk nagy hátrányunk, meg már nagyon frusztrál minket, hogy két éve nyomjuk, de még mindig nem lehet semmit sem mutatni, hogy „Na hallgass meg! Ezek vagyunk mi!”. De felvettünk öt számot, ugye, még nyáron, és akkor november 29-étől elkezdünk havonta megjelentetni egy-egy számot.

Kérdező:

Hogyan szokott rátok hatni a fellépési helyszín típusa?

Máté:

Hát nagyon-nagyon meghatározza a koncertnek a hangulatát, mert egyrészt függ attól, hogy egy kisebb helyen könnyebb zsúfolt tömeg hatását elérni, ami nagyobb, meg koncentráltabb energiaszinteket biztosít, és az általában egy stenkesebb, meg erőteljesebb koncert szokott lenni. Az, hogy milyen a színpad, hogy mennyire férünk el, hogy hogyan halljuk magunkat, az is nagyon sokban befolyásolja, hogy milyen a koncert. Úgyhogy ezek nincs számítanak. Na, nagyban függ azért, hogy milyen a helyszín. Most például hívtak minket az Aurora-ba, ahol még sosem voltunk és ma

megyünk megnézni a helyet, mert már sokszor futottunk bele olyanba, hogy persze, megnézzük Google-térképen a képeket, ja, jó lesz ez, aztán oda megyünk, és nem férünk el, a színpadnak a közepén egy DJ-pult van beépítve, amit amúgy nem lehet arrébb tenni, és amúgy kong-bong az egész, és teljesen alkalmatlan előzenére. Úgyhogy most már ebből tanultunk, és megnézzük előbb a helyet, mielőtt rávágjuk lelkesen, hogy persze, megyünk.

Kérdező:

Milyen elvárásokat szokott egy hely támasztani felétek, ami mondjuk kihívást jelent?

Máté:

A Muzikumban a belépőjegynek mondjuk 20%-a a helyé, 80%-a a zenekaré, de cserébe elvárják azt, hogy bevigyél 200 embert. Ilyennel mi még nem találkoztunk. Olyan túl sok elvárást nem szoktak elénk tenni, mert ugye vagy előzenekarként, vagy közös koncertként megyünk úgy, hogy hívnak minket, és akkor azt ők kommunikálják le. A Központban volt, hogy mondták: „Ennyi százaléka tiétek, ennyi a miénk, minél több embert hoztok, annál jobban megéri nektek.”

Kérdező:

Volt-e már arra példa, hogy a helyszín egy már nagyobb nevet, vagy egy már befutottabb előadót preferált, és ebből nektek kellemetlenség adódott, vagy versenyhelyzetbe kerültetek?

Máté:

Szerencsére nem volt ilyen, mert főleg hívtak minket és így akkor nem volt az, hogy nagyobbat szerettek volna. Olyan, hogy saját koncertet szervezünk, úgy, hogy mi keressük meg a helyet, az gyakorlatilag most fog történni, majd a lemezbemutatón, mert szeretnénk csinálni. A Három hollóba akartunk szervezni, de közben hívtak minket, úgyhogy azt nem kell szervezni, de majd szeretnénk a Gödörbe is szervezni egyet. Ott majd meglátjuk, hogy ez hogy fog nekik tetszeni.

Kérdező:

Akkor most áttérnénk a marketinges szakaszra. Nektek milyen szerepet játszik a marketing az élő fellépések foglalásában és biztosításában? Tudsz-e példát mondani

olyan konkrét marketing stratégiára, ami nektek bevált?

Máté:

Nagyon sokáig voltunk azon a szinten, hogy oké, Facebookra akkor kipattintjuk, hogy igen, itt az esemény gyertek koncertre. Ennek nyilván akkor volt jelentősége, amikor a barátaink jöttek el főként. És ezzel új embereket nem értünk el, úgyhogy Instagramon is sokat posztoltunk, és akkor volt az, hogy különböző sztorikat tettünk ki, ahol leginkább hülyéskedtünk. De ennek még mindig csak az ismerőseinkre volt hatása. Volt egyszer egy ilyen gerillamozgalmunk, hogy amikor Ferencvárosban ez a pad festegetés volt, amikor a pad először Fradi színű volt, aztán szivárvány, aztán barna, és mi kimentünk akkor, amikor lefóliázták. Előtte nyomtattunk Moszkva Teres matricákat, hogy akkor, na hát az majd biztos hírértékű lesz, meg, hogy na majd leolvassák. És ott üldögeztünk, előtte a Pinyóban kicsit iszogattunk, ott lespanoltunk egy arccal és neki adtuk a matricákat, onnan pár követés bejött. Dehát ez a gerillamozgalom amúgy nem volt túl nagy hírértékű, mert utána lekapartatták velünk, és igazoltattak minket. Úgyhogy az, meg igazából a koncepció is eléggé ilyen gagyi volt akkor még, mert akkor még logónk sem volt, nem volt kint semmilyen anyagunk, úgyhogy oda tettünk egy Instagram QR kódot. Ennek akkor lesz jelentősége, hogyha már lesz mit hallgatni. Közben elkezdünk TikTok-on is nyomulni, amit Miki barátnője csinál nekünk, Lilla, mert ő marketinget tanul, meg ő nagyon ez az új generáció. Koncertekről szokott kis részleteket kivágni, vagy azokból, hogy éppen ökörködünk, abból összevág videókat. Általában a zenéink mennek alatta, de mivel még nincs stúdiófelvétel, így vagy koncertfelvétel, vagy demo szokott alatta menni. Már onnan is jönnek pozitív megerősítések, hogy „Hú, mikor lesz a Spotify-on?” De hogyha nincs termék mögötte, amit reklámozni kelljen, akkor úgy nem sokat ért. Voltak ott nyereményjátékok, amivel próbáltuk az algoritmust felpörgettetni, hogy akkor kommenteld be a barátodat, vagy hogy taggeld be azt a barátodat, akivel eljössz a koncertre, és akkor azok között kisorsolunk egy páros jegyet. Most az első számunknál, ami pont az Akváriumos bulink előtt lesz, mert most november 30-án játszunk az Akváriumban, erre a kettőre egy összetett nyereményjátékot fogunk hirdetni, hogy aki presave-li a számunknak a linkjét - ami ugyancsak pörgeti az algoritmust, meg jól tesz a lejátszási listáknak - azok között majd ki fogunk sorsolni egy

merch csomagot és egy páros belépőjegyet az Akváriumba. Pólót fogunk csinálni, tote bag-et, meg öngyújtót. Úgyhogy körülbelül ezek az ilyen marketing stratégiák, illetve kiadás szempontból ezt tervezzük, hogy akkor most ezt az öt számot úgy kiadni, hogy első hónapban egy single, másodikban második, harmadikban harmadik, és a negyedikben kiadjuk akkor egyben ezt az öt számos EP-t. És akkor az adott hónapban mindig ezerrel nyomni, hogy minden közösségi média felületen az folyjon, hogy ez a dalunk, ez a refrénje, tessék belemászni a fülbe. És akkor hozzá különböző ilyen kontextusokat, ahol valószínűleg ökörködni fogunk.

Kérdező:

Nagyjából így teljesen a lista akkor, amiket mondjuk digitális marketing eszközökből is használtok.

Máté:

Igen.

Kérdező:

Ezekből mi volt a leghatékonyabb eddig?

Máté:

TikTok. Egyértelműen.

Kérdező:

Működtetek-e már együtt például promoterekkel, tehát a helyszíneket és a más zenekarokat mondtad, de mondjuk promoterekkel működtetek-e már együtt?

Máté:

Nem, de most regisztráltunk a WMMD-hez, ahova beírtuk, hogy jó lenne. Ott be lehetett írni, hogy milyen csomagokra tartasz igényt, és az alapok mellett, hogy nyilván Pre-Sale, Streaming, meg Spotify, beírtuk azt is, hogy marketinges csomagokra is igényt tartanánk, mert úgy gondoljuk, hogy most, ami pénzt a zenekarikasszába összeszereltünk, különböző zenélésekkel, meg amit mi is így beleteszünk havonta, azt jó lenne így abba forgatni, hogy nőjön a zenekar. Azon felül, hogy a stúdiózásra költjük, például ilyen marketinges stratégiákra, meg marketinges emberekre szívesen költenénk,

akár fizetett hirdetéseket is.

Kérdező:

Számotokra mennyire fontos egy erős rajongói bázis kiépítése az élő koncertek biztosításában? Hogy álltok az új rajongói bázis építéssel, és milyen csatornákat használtok a velük való kapcsolattartásra?

Máté:

Hát, ugye nyilván nagyon fontos, hogy legyen a zenekarnak egy fix rajongói bázisa, mert anélkül nagyjából a falunapozás marad. Mi viszont szeretnénk klub koncertezni a hidegebb időszakban, és az nem megy fix közönség nélkül. Hogyan tartjuk velük a kapcsolatot? Hát nyilván egy része a barátaink, velük nyilván személyesen, de most már szerencsére egyre nagyobb tömeg jár el a koncertjeinkre, akik nem a barátaink személyesen. Velük Facebookon, Instagramon kommunikálunk, legtöbbször azt, hogy mikor és hol lesz koncert. És próbáljuk elárasztani őket mindenféle egyéb tartalommal is, ahol bele tudnak tekinteni abba, hogy hogyan zajlanak nálunk a munkafolyamatok. Milyen az, amikor megvadulunk, amikor örülködünk egymással, hogy kicsit ilyen bensőségebb legyen.

Kérdező:

Tehát akkor tulajdonképpen nektek a social media.

Máté:

Igen.

Kérdező:

Tudsz-e mondani példát olyan fellépésre, amit marketinges erőfeszítések révén sikerült megszerezni?

Máté:

Azt hiszem, hogy nem volt még olyan, hogy közösségi médiás tartalomra jött a reakció, hogy akkor „Játsszatok nálunk!”. De annak, hogy elkezdtünk TikTok-ozni, annak azért egy erős mozgatórugója volt az, hogy egy barátzenekarunkat például egy TikTok videó láttán hívták Debrecenbe fellépni a Campusra. Tehát ott annyi volt a sztori, hogy a

Campus szervezője meglátta, „Ó, igen! Tetszik ez a zenekar!” és akkor így játszottak ott.

Kérdező:

Szerinted melyik, vagy melyek azok a stratégiák, amik a leghatékonyabbak a kiselőadók számára, hogy növeljék az ismertségüket, javítsák az esélyeiket a koncertfoglalásokra?

Máté:

Azt mindenképpen hasznos terjesztési formátumnak látom, hogy a Spotify-on különböző lejátszási listákba bekerülni. Hogyha például a „Hallgass hazait”, azt szerintem sokan hallgatják, oda tök jó bekerülni. Vagy olyan rotációba bekerülni, hogy egy adott előadóhoz hasonló zene. Én mondjuk hallgatom most csak mondok egy példát, az ACDC-nek a hallgatói rádióját, akkor utána oda feldobál olyan zenéket, mint amilyen az ACDC, és hogy nekünk is akkor majd így megtalálni azt, hogy vajon kinek a hallgatóit tudjuk a legjobban bevonítani, és akkor oda valahogy bekerülni, amit még nem tudom, hogy hogyan kell, de ennek utána fogunk nézni, hogyha ez már releváns lesz, és kint lesz a számunk. Illetve a rádión én sokat agyalok, hogy az most így milyen, meg hogy azokat ki hallgatja, mert azért sokszor az a sztereotípiá, hogy azt főképp idősebbek, meg a szüleink korabeliek hallgatják ilyen 30-50 körül, nagyjából akkor, amikor bemegy kocsival a munkahelyre, vagy mondjuk a ruhaboltban van, de én azt meg magamon észreveszem, hogy még hogyha egy szám elsőre nem is tetszik, de onnantól, hogy a rádió lenyomja a torkomon mondjuk hússzor, onnantól már azért beleragad a fejembe. Tehát ilyen szempontból egy rádiós rotációba bekerülni az nem hátrány.

Kérdező:

Vannak-e olyan marketing eszközök, amiket még nem használtatok, de szeretnétek?

Máté:

Hát ez a Spotify, meg ezek a lejátszási listák. Ezek meg egyértelműen olyanok, mivel nem volt még mit kiadni. Azon kívül, hát majd még szeretnék feladni TikTok-ra ilyen fizetett hirdetést, esetleg Instagramra. A Divend-nek, akiket hívták a Kampuszra is játszani, ők letesztelték, azt, hogy Facebookra, Instagramra és TikTok-ra ugyanolyan

összegeben tettek fel hirdetést, és nézték, hogy az elérési számok, meg a releváns megkeresések, a hallgatottságok, azok milyen arányban jönnek be, és toronymagasan a TikTok nyert. A Facebook elenyésző volt, az Instagram meg oké. Úgyhogy, ha fizetett hirdetést fogunk feltenni, az mindenképp Instagram meg TikTok lesz. Nagyrészt TikTok.

Kérdező:

Vettetek már igény be például támogatást olyan szervezettől, aminek a célja az volt, hogy kis előadókat támogasson?

Máté:

Most jelentkeztünk az NK-nak az induló előadó pályázatára, meg programjára, aminek hát ugye a hetekben fog kiderülni az eredménye, de az azért nagyon segítene, hogyha be tudnánk húzni. Azon kívül még nem volt.

Kérdező:

Úgy érzed, hogy ez számottevően tudná akkor segíteni az előrehaladásotokat?

Máté:

Igen-igen. Az azért egy elég komoly pénzjutalom, és nagyon sokat segítene.

Kérdező:

A pénzen kívül mi az, amit még biztosít a pályázat?

Máté:

Biztosít egy mentort, aki egy éven keresztül egyengeti az utatokat, vagy az utunkat.

Kérdező:

Ez alatt a Hangfoglalót értjük most?

Máté:

Igen-igen. Adnak nekünk kontaktokat, kapunk fesztiválos fellépési lehetőségeket, ahol ha jó bulit csinálunk, akkor lehet számítani arra, hogy visszahívnak. Úgyhogy ezek mind olyan dolgok, amik nagyon előre lendítenének.

Kérdező:

Vannak-e olyan támogatások, tehát ami nem csak pénzt, hanem vagy tudást vagy

kapcsolatot, vagy egyéb, akár marketinges segítséget nyújtana, amire szívesen pályáznátok?

Máté:

Ez az előzenekaros pályázat, ami még nagyon szimpatikus volt, mert az, hogy elmenni egy olyan zenekarnak a koncertjére előzenekarként, akiknek már van kiépített rajongótáboruk, és nekik releváns lehet a mi zenénk, meg valószínűleg tetszeni fog nekik. Egy olyan turné szerintem igazán nagyot tudna dobni a zenekarunk fejlődésén. Erre mindenképp szeretnénk majd pályázni. Illetve hát a nagylemez pályázat az ad pénzt is, de ott produceri segítséget is kapnánk, ha jól tudom, mert ott ugye akkor egy producerrel dolgozik együtt az ember, meg csinál nagylemezt is, és mindig jó, hogyha egy külső fül, aki már csinált sok lemezt, az így picit tudja csiszolni a mi produktumunkat.

Kérdező:

Hogyan látod a hazai kiselőadók jövőjét így itthon? Milyen irányba halad jelenleg a helyzetük? Könnyebb lesz, nehezebb lesz?

Máté:

Azt látom, hogy egy darabig könnyebb volt, azért, mert bejöttek az NK-s támogatások, meg a Hangfoglaló Program. Segítettek felvenni számokat, akkor bekerültek fesztiválokra, csak ugye minden évben 20 zenekar kap ilyen támogatást, és ez azt jelenti, hogy minden évben 20 zenekarnak kell ugyanazon a fesztiválon, ugyanazon a közönségen osztoznia. És így mivel egyre több mindenkit támogatnak, egyre nehezebb fennmaradni. Mert sokakon látom azt, hogy nyertek két éve NK-s támogatást, akkor tök jó, mentek fesztiválokra, felvették a lemezt, viszont utána azzal küszködnek, hogy oké, nagyon jó koncertet adtunk a Fishing on Orfűn és tőkre visszamennénk, meg azt mondták, hogy visszavárnak, de nem fértek bele a költségvetésbe. Kicsit olyan, mintha a piaci körülmények fölé emelne, és aztán onnantól, hogy elengedik a kezedet, onnantól a piac az, ami vissza ránt magába.

Kérdező:

Szerinted milyen változtatásokkal lehetne javítani mondjuk a hazai kiselőadók

helyzetén?

Máté:

Ezt a külső segítséget elégnak érzem. De ami tök jó tud lenni, meg amit többször kéne szerintem csinálni, hogy közös koncerteket többet kellene adni szerintem. Ilyen klub koncerteket. Talán még a klub kérdést azt meg lehetne oldani, mert az, hogy ilyen lehetetlen helyzet elé állítanak, hogy elmehetsz egy olyan helyre játszani, ahol nincsen színpad, de mondjuk nem kell kibérelned a helyet, és kapsz fogyasztást, és örülj magadnak, hogy játszhattál, de akkor van az, ahol kell fizetni, de mondjuk nem feltétlen tudsz annyi embert behozni, hogy ez megérje neked, viszont a klubot ez egyáltalán nem érdekli, mert ő megkapta a bérleti díját. Talán valahogy ezeket a klub koncerteket, hogyha jobban támogatnák. Az NK-nak egyébként van klubbátogatási programja, de ez valahogy azért nehéz mindig.

Kérdező:

Ilyen szempontból, hogy látod a jövőjét az élő fellépéseknek?

Máté:

Szerintem mindig lesz szükség élő felvételekre itthon.

Kérdező:

Tehát van remény, vagy ez egy ilyen visszafordíthatatlan folyamat?

Máté:

Biztos, hogy egyre nehezebb lesz, mert ahogy az AI is fejlődik, úgy már.. tehát eddig mondjuk az volt, hogy oké, már nem kell egy zenekart elhívni egy rendezvényre, hanem elég mondjuk egy DJ-t. Meg nagyon divat lett az, hogy van a nagy zenekaros, a kis zenekaros, meg a fél playback csomag, és rengeteg rendezvény választja a kisebb csomagot, kevesebb pénzért. Nyilván ez is egy nehezítő tényező. Az például, hogyha már az AI is fog tudni DJ-zni, akkor már a DJ-kre se lesz szükség. Ez egy nehezen kezelhető folyamat, de kikopni nem fog.

Kérdező:

Az utolsó kérdéshez érkeztünk, és az pedig az, hogy milyen tanácsot adnál azoknak a

kiselőadóknak, akik szeretnék a jövőben koncerteket szervezni?

Máté:

Adják ki minél előbb a számaikat. Ez mindenképp hasznos. Gyártsanak TikTok-ra, meg a különböző közösségi médiákra sok kontentet. Fektessenek bele pénzt, mert hogyha nem tesznek bele pénzt, akkor nem fog visszajönni. És kooperáljanak barátzenekaraikkal, mert a közönségosztás elég jó, főleg az elején.