

Anonim résztvevő

Kérdező:

Mesélj röviden arról, hogy miket csinálsz, vagy hogy mi volt a feladatod a Peron Klubban.

Anonimus1:

Jó, alapvetés szerint én ilyen szuper klasszik, elkallódó bölcsész voltam, és akkor egy idő után annyira szerettem koncertekre járni, hogy úgy voltam vele, hogy mi lenne, hogyha ezt lehetne valami szakmává módosítani. Úgyhogy elmentem, és felnőttképzésben tanultam zeneipari menedzsmentet. Ott tanultam ezzel kapcsolatban, meg onnan sikerült valamilyen szinten betenni a lábamat zeneiparba, és hosszan keresgéltem. Nekem elsőre egyértelműen az volt a vágyam meg az elképzelésem, hogy kisenekar mellett elkezdni, és akkor közösen fölépíteni, és így eljutni a csúcsig. Úgyhogy aztán hosszan válogattam. Hogy ez mi legyen, ki legyen, és végül a Quack zenekar mellett kezdtem el dolgozni, akik akkor még tényleg teljesen induló négytagú zenekar voltak, amikor én szegődtem melléjük, aztán később már egy ilyen tíztagú zenekarrá avanszáltak, és hirtelen sokkal nehezebb lett minden.

Kérdező:

Ők honnan indultak, vagy milyen székhelyűek voltak?

Anonimus1:

Hát mi úgy határoztuk meg anno, hogy Komárom-Esztergom megyei, nagyjából mindenki abból a megyéből jött, de hogy ilyen Tata és vonzás körzete. Akkor még egy teljesen ismeretlen, kicsi zenekarról volt szó. Nem állítom, hogy most olyan hatalmas sztárok, de mondjuk most már második éve szerepelnek a Dalban például. Meg járogatnak ilyen-olyan fellépésekre, de nem dolgozom velük egyébként. De egyébként meg nyilván, hogyha olyan ideálisan lehetett volna haladni, ahogy mondjuk egy Carson Coman-nak sikerült, ugye ők a nagy kivétel egyébként a hazai zeneiparban. Az egyik zenekarnak átlagosan tíz év, mire eljut odáig, hogy rendes rajongótábora van, és rendesen mondjuk jó esetben meg is tud élni abból, hogy zenél. Ez az ipari standard,

meg amit szoktak mondani, az tényleg ez az évtized körülbelül, és akkor mindig vannak az olyan kivételek, mint a Carson Coma volt, akik meg tudták csinálni ezt három év alatt, El tudom mondani azt az infót, hogy ők sem tudták megmondani, hogy minek volt köszönhető, hogy nekik összejött ez három év alatt. Na hát nekünk a Quack-kal nem sikerült ennyire fényesen. És hát igen, elég küzdelmes dolog a kiszekarozás. Sok benerakott pénzt és energiát igényel, és közben meg nem túl motiváló. Folyamatosan azzal találkozok az ember, hogy küszködik, mindent belerak, mindent elkövet, és aztán megint csak hárman voltak a koncertemen, mit tudom én, Szombathelyen. Én alapvetés szerint azzal próbálkoztam, hogy összerakni nekik egy stabil hátteret, ami jelent legális, céges hátteret például. Azt, hogy tudjon adni számlát a zenekar, azt, hogy legyenek fix megbeszélések, legyen pénzügyi elszámolás egyszer. Tehát egy csomó ilyen alap háttér feladatot próbáltam ellátni. És aztán elkezdtem a Peronban dolgozni, egyébként ez köszönhető volt annak is, hogy a Quack mellett elkezdtem dolgozni. Onnan keresett meg igazából Pap Tibi a Peronnak a vezetője, hogy mi lenne, ha náluk szerveznék koncerteket. És akkor az nagy részt ott föl is emésztette azokat a fölös energiáimat, amiket addig a Quack-ba tudtam ölni. Ők is már inkább szerettek volna valakit, aki nagy cégtől, nagy kiadótól van. Logikus a gondolkozás, de általában a gyakorlat azt mutatja, de általában nem ez szokott lenni a vége. És ők is, szóval a Univerzáltól jött egy hölgy, és kezdett velük foglalkozni, természetesen nem ingyen, mint ahogy én azt addig tettem, de ezzel sokkal előrébb nem jutottak. És én akkor elkezdtem a Peron Music Club-ban koncerteket szervezni. A Peron maga az egy ilyen összetettebb intézmény, a klub az csak az egyik lába igazából. Alapvetés szerint itt inkább könnyűzenei oktatással foglalkozó intézményről beszélünk, akiknek amúgy van egy 300 fős, kicsi, vidéki klubhelysége. És akkor ott még a Covid előtt egész szépen beindult a koncert szervezés, és erre kerestek akkor utána egy idő után külön embert, mert hogy érezhető volt, hogy a sulis vezetés, meg a külsős projektek, meg a minden mellett igazából nincs már arra kapacitása a Tibi-nek egy személyben, hogy még koncerteket is szervezzék. Így kerültem én a képbe. Azt hiszem, hogy 2022 tavaszi szezon volt az első, vagy hát ott csatlakoztam a dolgokba. Egyébként az első hétvége az nagyon jól leírta, hogy később is, hogy hogy nézett ki a Peronban a munka. Volt egy Péterfy Bori koncert, az első, amelyen részt

vettem, majdnem teltházzal, és másnap jött egy rockabilly zenekar, akiknél pedig mondjuk a öt fizető vendég volt. Igen. Ilyen hatalmas nagy kontraszttal rögtön el tudtam kezdeni, és ez egyébként viszonylag jellemző is volt a későbbi években is. Nagyjából azt hiszem, talán ennyi.

Kérdező:

Így áttérve a Perón klubra, ott milyen képzések vannak?

Anonimus1:

Ott ténylegesen élmény alapú könnyűzenei oktatás folyik, bárki jelentkezhet, tehát ez nem egy tényleges profi képzés, nincsen semmi előfeltétel, követelmény. A zene ovitól kezdve a nyugalmazott testnevelés tanárokig terjednek a diákok nagyjából. Túlnyomó részt egyébként középiskolás diákokról beszélünk, akik zenét szeretnének tanulni, és egy jó részük olyan, aki már járt hagyományos zeneoktató intézménybe, tehát zeneiskolába, klasszikusba, és mondjuk egy idő után rájöttek, hogy az abszolút nem azt adja, amit ők szeretnének. A Peronban az van, hogy bejössz, leültetnek a dob mögé, és az első órán már valami olyan neked is tetsző, de nyilván nagyon egyszerű rock számot, vagy pop számot játszol, vagy amit csak szeretnél. És az elejétől kezdve ezen az élmény alapon működik az oktatás zenekari gyakorlatokkal. Egyébként zeneelmélet oktatással együtt. Tehát pop zeneszerzés oktatással együtt van egy saját stúdiónk, úgyhogy lényegében az első akkord lefogásától a profi színpadi gyakorlaton keresztül a stúdió gyakorlatig el lehet jutni. A Peronban az szokott lenni a kedvenc példám, hogy mindig meglepődtek, amikor vittünk valahova fellépőket, így szerveztünk a gyerekeknek extra koncerteket is és akkor meglepődtek a helyi technikusok, hogy jönnek a 16 éves lányok, és olyan magabiztosan és magától értetődően kezelik a fülmonitor rendszert, ahogy egyébként 30-50 éve a szakmában lévő zenészek nem. Mert hogy ez nálunk az oktatásnak a része. Úgyhogy nagyjából ez az alap kiindulás. Van 7-8 tanszak, különböző hangszereken lehet tanulni és akkor amellet van a klubhelység, meg van a stúdió, meg egyébként külsős helyszínekre viszünk színpad technikát. Igazából azon próbálkozik a Peron folyamatosan, hogy valahogy életben maradjon, mert ez elég nehézkes kérdés, és akkor ebben igyekszünk minél többféle módon nyitni bármire, ami egy kicsit is zene. Igazából

ez az elgondolás.

Kérdező:

Ott esetleg van menedzseri képzés is, vagy van egyéb, a háttér menedzsmenthez kötődő képzés?

Anonimus1:

Egyelőre kimondottan nincs. Annyiban igyekeztünk bevenni a tananyagba, hogy időről időre például én tartottam ilyen extra kurzusokat, vagy vannak ilyen workshopok, és akkor ott volt, aminek ilyen volt a tematikája. De kimondottan menedzsmentképzés nincs. Most a nagy újdonság az az lesz, hogyha összejön, hogy a Debreceni Egyetemen indult könnyűzene oktatói szak, és tárgyalásban vagyunk, hogy egy kihelyezett tagozat nyíljon Tatán a Peronban nálunk, és akkor tényleg azt tudjuk mondani, hogy a zene ovitól az egyetemi papírig el tudunk vinni valakit zenében. Ami szerint tök menő.

Kérdező:

Így áttérve a klubos részre, milyen szempontok szerint választotok fellépőket, tehát milyen tényezőket vettél figyelembe, és hogy helyezkedett el ebben mondjuk egy feltörekvő kiselőadó?

Anonimus1:

Ja, egyrészt az nagyon fontos, hogy a Peron Alapítvány 1993-ban, tehát 31 évvel ezelőtt, úgy indult el, mint az első könnyűzenei tehetségkutató Magyarországon. És azóta is nagyon-nagyon kiemelt, fontos küldetés a feltörekvő zenekarok segítése. Úgyhogy emiatt nálunk ez a koncert szervezésben is megmutatkozott, és belementünk olyan koncertekbe is, amikről lehetett tudni előre, hogy nem lesznek mondjuk a legjobb finansziális bulijaink. De úgy voltunk vele, hogy ezek nagyon szuper zenészek, nagyon lelkes feltörekvők, próbáljuk megadni a lehetőséget. Ez nekem is egy ilyen nagy kísérletezés volt, hogy hogyan tud ez működni. Nem voltam én azért akkora szakember, és pláne vidéki klubot nem vittem előtte egyáltalán. Dolgoztam fesztiválon, dolgoztam budapesti klubnál, dolgoztam ugye kisenekarnál, de vidéki klub az megint egy teljesen más világ, még akár egy budapesti kis klubhoz képest is. Úgyhogy nagyon sok

kísérletezés volt, főleg az elején, amikből aztán sok minden elkopott később, ahogy egyre inkább arra szorultunk, hogy pénzügyileg hát legalább nullára kijövő klubot csináljunk. Mert ha nullára kijött, akkor már az NKA-s pályázattal együtt lényegében pluszban vagyunk. De azért összességében véve inkább egy üzleti alapon önállóan többé-kevésbé eldöcögő klubot próbáltunk összehozni, és hát ehhez leginkább a helyi közönséget kellett megismerni. Hogy mennyiben különbözik, illetve inkább úgy mondom, hogy sok más vidéki klubbal is egyeztetve annyira nagyon nem különbözik az, hogy például feltörekvő előadóknak a koncertjeire nem igazán járnak el emberek. Nálunk ez egy külön nehézkes volt abból a szempontból, hogy mi nem vagyunk alapvetés szerint egy kocsmá, hanem mi egy koncerthelyszín voltunk, ahol egyébként van italozási lehetőség, de hogy ami mondjuk Tatabányán, a Roxi-ban megvolt, hogy tök mindegy, hogy kilép fel péntek este, attól még 50-100 ember van, akik csak lementek azért, mert az a nagy kocsmá a környéken, és akkor lehet piálni, meg van élőzene. Kit érdekel, hogy ki játszik, de hogy attól még ott vagyok. Nálunk ez egyáltalán nem volt, nálunk csak az működött, hogyha előadót hívtunk, akkor arra eljöttek az emberek, hogyha érdekelte őket, ha meg nem érdekelte őket, akkor nem. Ez egy nagyon szomorú kitétel volt, hogy ilyenekkel nem fogunk tudni nagyon előre lépni, illetve az is a tapasztalatom kisczene-klubok kapcsán, hogy a másik, amit tud az ember csinálni, hogy előzenekaroknak bepakolja őket különböző nagyobb formációk elé. Ezt is igyekeztünk a lehető legtöbbet alkalmazni. Amennyire lehetett természetesen különböző inkább tatai, tehát helyi zenekaroknak, vagy Peronhoz kötődő feltörekvő zenekaroknak minél több lehetőséget adni. De ott is egyébként, meg egy csomó más hozzánk bejelentkező, egyébként csak simán budapesti, vagy bármilyen érkező kisczenekart is igyekeztünk a lehető legtöbbet szupportálni. De ott is az volt a tapasztalat, amúgy, hogy az emberek még az előzenekarra sem mennek el. Tehát annyira kimondottan az érdekli őket, aki az estének a headlinere, és akire ő megvette a jegyet, hogy még az sincs, hogy hiába érvényes ugyanúgy a jegye, hiába jöhetne be, és ihatna meg egy sört addig, ameddig a zenekar játszik - akik általában teljes erőbedobással játszanak, hiszen a kisczenekaroknál élet-halál kérdése minden koncert – nem jönnek. Tehát, hogy ez meglepő módon egyébként a nekem meglehetősen távoli és ismeretlen hip-hop-os irány volt az, ahol ez még működött. Ez a klasszikus

dolog, hogy van egy kicsi feltörekvő rapper Székesfehérvárról, aki eljön a, mit tudom én, a Bongor előtt rappelni, és az a 60 ember, aki hajlandó volt eljönni Bongor bulira, az egyébként mind ott volt bent az előzőkön is, és végig tombolta, és végig hallgatta, és szupportálta. És ez nem azon az egy ilyen bulin történt meg, hanem utána kimondottan ezért kezdtem keresni a lehetőséget, hogy ilyen rapper, hip-hop-os irányba szervezzek, mert nekem tök izgalmas volt azt látni, hogy ez az a szcéna, ami úgy működik, ahogy, a filmekben a rock szcénát képzeled el. Hogy igen, és ott vagyunk, bulizunk, nem számít, hogy ki nyomja, micsoda, mindenkit támogatunk, és ez bármi más műfajnál nem működött egyáltalán, beleértve a jazz koncerteket, akár a Góbé-féle folkos vonalat, ami még viszonylag jól ment nálunk. Az ilyen Aurevoir, Góbé, Bohemian, meg ezek viszonylag jól mentek, de nagyon nehézkes volt kicsi zenekarokat ebbe beleilleszteni. Az elején volt ilyen bérletünk is, hogy vegyél, 6 ezer forintért egy bérletet, és akkor bejöhetsz, tartunk három feltörekvő estét egy szezonban, föllép összesen kilenc feltörekvő zenekar. És 6 ezer forintért kilenc zenekar, szerintem azért nagyon rossz. Nulla darabot adtunk el a bérletben. Annyira nem érdeklődtek, hogy hiába mondom azt, hogy ezek jók lesznek, érdekesek lesznek, és ha még csak nem is azok, akkor is olyan olcsón tudtál eljönni, hogy lényegében nem vesztettél semmit. Nem, nem, sajnos továbbra is azt, tapasztaltam, hogy ez nem nagyon mozgatja meg az embereket. Ahol kivétel volt, az a Meg Egy Cukorka zenekar a Blahalouisiana előtt. Az viszonylag több embert meg tudott mozgatni. Ott azt éreztem viszont, hogy azok, akik bementek a Meg Egy Cukorkára, azok vagy kimentek a Blahalouisiana-ról, tehát, hogy ténylegesen azért a zenekarért jöttek, vagy ha nem is kimentek, de annyira nem igazán az érdekelte őket, hanem inkább csak az előzenekar miatt jöttek el. Ilyen volt, de olyan, hogy csak azért eljövök, hogy meghallgassam az előzenekart, olyan nem nagyon.

Kérdező:

Tehát ez egyfajta probléma vidéken, hogy a kiselőadóknak halmozottan hátrányos a helyzetük, viszont te, mint szervező, milyen egyéb problémákat véltél felfedezni, amikor velük dolgoztál? Tehát ez egyfajta probléma, hogy nem igazán tudják megmozgatni az embereket, de mi az, ami még esetleg kihívást okozott velük kapcsolatban?

Anonimus1:

Az még érdekes, hogy például ilyen technikai felkészültség, meg ilyen problémába soha nem ütköztem kicsi zenekarral sem. Tehát, hogy most már aki nem profi, az is annyira profi, hogy egyáltalán nem okoz neki gondot az, hogy igen, ez itt a monitorláda, igen, légy szíves, hangosan énekeljél a mikrofonba. Ezek az ilyen alap mindenfélék. Ezek már egyáltalán nincsenek. Én úgy vettem észre, hogy sokkal profibban érkezik mindenki ma már, mint akár tíz évvel ezelőtt. Ami furcsa volt, bizonyos esetekben, de ez egyáltalán nem általánosan értendő, hogy voltak olyan zenekarok - ez egyáltalán nem csak a kicsikre jellemző, de a kicsiknél volt az igazán szembetűnő-, ahol lényegében semmit vagy a semmihez nagyon közelállót tettek, nem tett a zenekar konkrétan azért, hogy mégis csak megmozgasson akár csak öt embert. Én csomószor találkoztam azzal, hogy mi költjük a pénzt a Facebook hirdetésre, meg az Insta hirdetésre, nyomatjuk a zenekart, aki tulajdonképpen nem érdekel senkit, és mi mégis próbálkozunk összehozni ezt a dolgot, mert ők megkerestek, és azt látom, hogy az ő Facebookjukon, Instájukon pedig se híre, se hamva annak, hogy lesz egy ilyen koncert. Tehát még annyit se tesznek, és ez egy ilyen általános tendencia egyre inkább. A kicsi zenekar is azt gondolja, hogy „Jaj, de jó, itt végre van egy klub, aki hajlandó volt szóba állni velünk, akkor mostantól ez így el van intézve, ez a dolog.”. Maximum elfogadom a felkérést tárgyszervezőnek a Facebook eseménynél, és akkor mostantól majd hullani fog a lóvé, és minden szuper. És az az igazság, hogy vidéki koncerteknél még az ilyen, Carson Coma, Kis Pál, Azahriah, ilyenek nem fordultak meg nálunk, hiszen 300 fő az alatta van annak a limitnek, ami alá ők nem mennek. De az ilyen közepesen nagyok, mint a Kis Csillag, Blahalouisiana, Hiperkarma, Margaret Island, egy csomó olyan zenekarnál is éreztük ezt, de tényleg a legfeltűnőbb, amikor ezt kislemezzenek csinálták, hogy egyáltalán nem foglalkoztak semmilyen szinten a promóciójával a koncertnek. Ez nagyon visszás, és egy ponton túl őszintén a klubnak, meg hát a szervezésnek a kedvét is megtöri abban, hogy biztosan akarok-e én ezzel foglalkozni, hogy én itt így egy csomó pénzt belerakok, nem csak a hirdetésbe, hanem önmagában, tudom, 100 ezer forint önköltsége egy klubnak, mondjuk, hogyha egy este kinyit, most csak úgy körülbelülre mondtam valamit és akkor még nem volt semmi bevétel, meg semmi, és a zenekar meg közben jól

láthatóan nem csinál semmit. Meg egy csomószor azt láttuk, hogy csak azért jönnek, mert hogy kell nekik a pályázat teljesítéséhez még egy dátum vidéki helyen, ami egy teljesen jogos indok, nincs ezzel baj, de hogy attól még esetleg lehetne azzal mégiscsak foglalkozni. Ami még másik ilyen érdekes probléma, és eszembe jutott, és talán te is mondtál, hogy menedzsment szemlélet hiányzik sokszor a kisénekarok, kiséőadók közűl, vagy mögűl. Jöttek úgy, hogy valóban úgymond profi zenészek, az ilyen kicsi, és közepes zenekaroknál, de nagyon sokszor érződött az amatőr szervezés, az, hogy most a legkézenfekvőbb, leghétköznapibb dolgok, hogy nem érem el telefonon a zenekart a koncert előtt három napon keresztül, meg nem érkezik válasz az e-mailre, mert tudod, válaszolnak az e-mailre, de nem arra, amit kérdeztem, meg, szóval egy csomó ilyen egyébként természetesen áthidalható amatőr dolog. Az, amivel lehetett még találkozni, és ez sokszor visszavetette a dolgokat, de a fő probléma az tényleg egyértelműen a közönségszervezés hiánya, és a meglévő közönségnek a hiánya volt.

Kérdező:

Az például befolyásolta-e a foglalások során, hogy konkrétan előre lecsekkoltátok, hogy hogyan marketingeli magát egy-egy előadó. Tehát, hogy ez számított-e?

Anonimus1:

Alapvetés szerint számított, igen. Mindenhol azt szoktuk szeretni tényleg, hogyha azt látjuk, hiszen az a közös érdekűnk. Neki is abban van a fő érdeke, hogy minél többen legyenek bent, hiszen akkor adott esetben nem ráfizetéses neki a buli. És ez már egy vidéki klubkoncertnél, főleg ennél a kis-, középmeretű zenekaroknál, ez már önmagában szerintem nyereség. Mármint, hogy az már győzelem, hogyha kihoztad nullára a vidéki klubbulit. És igen, megnézegettűk, szoktuk szeretni, amikor látjuk, hogy valaki komolyan veszi a Facebook, Insta, mit tudom én, milyen jelenlétét. De nem minden esetben ez döntött. Talán ezt tudom rámondani. Simán bele tudtunk menni olyanba is, hogy jó, hát látjuk, hogy ez metált játszó zenekar. Tök idegen lenne tőlűk, hogyha ők Facebookon küldözgetnék az emojiis meghívókat a rajongóiknak. Úgyhogy akkor ebben az esetben akkor el tudunk ettől tekinteni. Tehát önmagában nem jelentett feltétlen kizárást az, hogyha valaki nem nagyon aktív ezeken a felűleteken, de azért jó ezt előre

látni.

Kérdező:

Te milyen szerepet látsz a digitális marketingben? Itt elsősorban a social mediáról volt eddig szó, de mit kéne változtassanak, vagy mit kéne javítsanak, mit kéne bevezessenek, hogy egyrészt könnyebben tudják promotálni a koncerteket, másrészt meg, hogy könnyebben találjanak maguknak helyszínt.

Anonimus1:

Hát a konzisztens jelenlét igazából nem hiszem, hogy akkora nagy spanyol viasz lenne. Azt láttam, hogy a zenekarok rájönnek egy ponton, előbb vagy utóbb, kényszerből vagy sem, de rájönnek, hogy zenésznek lenni, meg zenekarnak lenni, ez most ilyen a 2020-as években minimum azt jelenti, hogy tartalomgyártó vagy, akinek egyébként az a specialitása, hogy zenész. Tehát az a fajta tartalomgyártó, aki zenés jellegű dolgokat csinál. És ez egy nagyon szomorú, ám de elengedhetetlen felismerés. És akkor el szokott jönni ez a pillanat, amikor erre rájönnek a zenekarok, és akkor van az, hogy jó, kérjük meg a marketinget tanuló tesódat, meg a nem tudom kicsodát, hogy légy-szi, rakjon nekünk össze egy insta tervet a kövi hónapra, meg ilyen dolgok. És akkor ott beindul, meg akkor megcsinálják szerintem tényleg az insta oldalt, meg elindítják a TikTok-ot, de hogy az egészben nincsen egy olyan tervezettség, ami rendesen hosszú távon kitartana. Mert azt viszonylag könnyű megcsinálni, hogy az ember összerakja az első hónapra a posztplánt, hogy ez és ez lesz, és akkor jönnek tudod a tipikus ilyen, bemutatjuk a zenekar tagjait külön posztokban, stb. Általában egyébként senkit nem érdekel, de hogy nem baj, nem is az a lényege egyébként. De hogy egy hónapra könnyű összerakni, meg két hónapra könnyű összerakni, csak aztán az van, hogy akkor hirtelen azon kapjuk magunkat, hogy ja, hát megint nem posztoltunk három hete, mert hogy így nincs miről, vagy nincsen gazdája, nincs egy felelős. Én nem tudok ilyen képeket csinálni, én nekem nincsen hozzá a telefonom, tehát egy csomószor a folytonosság veszik ki belőle, és ezek az algoritmusok azt etetik a népekkel, aki folyamatosan és lehetőleg sok poszttal jelen van a platformjukon. És ez az, amit én ilyen crucial dolognak érzek, hogy nagyon sokszor odáig terjed ez a dolog, hogy fölfogjuk, jó esetben

fölfogjuk, hogy tartalom gyártónak kell lenni, de aztán nem tudunk tartalom gyártók lenni, ami egy nagyon faramuci dolog, mert amúgy meg nem is kéne. Jó esetben ugye te csak kiállsz a gitárral, és meghódítod a világot, és ehhez semmit nem kéne posztolni a TikTokra. De sajnos nem így működik. Úgyhogy nekem leginkább ez jut eszembe.

Kérdező:

Ezzel én is abszolút egyetértek, és ez egy jó megfogalmazás, hogy tartalomgyártó vagy, aki elsősorban zenész.

Anonimus1:

Akár tetszik, akár nem, sajnos ezen most nem nagyon lehet változtatni. Hogyha van pénz, az nagyon jó, mert akkor ezt ki lehet szervezni, és akkor esetleg van egy marketinges, aki szintén lehet, hogy a dobosnak a nővére vagy mit tudom én kicsodája. Általában ugye az szokott lenni az a legközelebbi rokon, aki tudjuk, hogy nagyon aktív Instán egyébként magánemberként, és akkor legyen már ő. Ami egyébként szintén szerintem egy teljesen jó megközelített, hogy ezzel nincsen szerintem semmi probléma az égvilágon.

Kérdező:

Igazából még egy kérdésem van, amire már úgy nagyjából adtál választ, de hogy akkor a Peronban a reklámozás, vagy hát ugye a marketingelése egy eseménynek tulajdonképpen mind a két oldalról zajlott. Tehát, hogy ugyanúgy ti is végeztétek, és ez mondjuk elvárás is volt, hogy a zenekar is tegye, vagy ez csak ilyen kimondatlanul volt elvárás? Tehát, hogy ez hogy nézett ki?

Anonimus1:

Mindenképpen jeleztem ezt a zenekarok felé, sőt, én segíték is nekik, adok javaslatokat, hogy figyelj, nem arról van szó, hogy itt, 40 ezer forintot kell elkölteni a Facebookon, rakjál rá egy 5 ezer forintos hirdetést, ami jól van targetálva, és nagyon jól fogunk járni mind a ketten. Úgyhogy részünkről ez, hogyha nem is egy ilyen direktben kimondottan elvárás volt, de hogy egy ilyen azért volt. És ez egy tökéletes szembenállás volt, amit többen meséltek, meg megerősítettek, hogy ez tökéletesen ellentétesen működött Budapesten a kiskluboknál, vagy a nagykluboknál, vagy a bármilyen kluboknál.

Folyamatosan azt hallottam, hogy ott a klubok, amennyire lehet, nyilván, hogy nem igazán tettek azért, hogy a kis zenekarnak bármi jó legyen, hanem nagykegyesen megengedték, hogy náluk felépjenek ezek a zenekarok. Nálunk ez, vagy hát vidéken, általánosságban, mert tényleg mondom, azért viszonylag sok klubossal tudtam egyeztetni ilyen ügyekben, vagy hát beszélgetni igazából. Nálunk ez azért eléggé megfordított dolog volt. És akkor mi megpróbáltunk minél többet megadni, tényleg próbálkoztunk, volt időszak, amikor nekem a klubmenedzsmentnek a fontos része volt, hogy a csepelbiciklimmel jártam körbe Tatán, és plakátoltam mindenhol a koncerteket. Meglehetősen kidobott pénz volt, sajnálatos módon ebben a fajta offline marketingben nem nagyon láttunk, miután ott igyekeztünk kérdőívezni a bejövőket, hogy hányan jöttek plakát alapján, de nem nagyon mondták senkik. De hogy az egy ilyen tök furcsa ellentét volt a budapesti kisklub versus vidéki kisklub között, hogy mi igyekeztünk tenni, és igyekeztünk rávenni erre a zenekart is, míg azt hallottam, hogy Budapesten sokkal inkább úgy működik, hogy a zenekar csinál mindent. És a klub pedig tényleg maximum odaadja a logóját, hogy jó van, akkor rárakatod az esemény képre.

Kérdező:

Nálatok milyen eszközök voltak? Tehát csak Facebook, vagy meta hirdetések, meg akkor most mondtad ezt az offline-t, ezen kívül volt-e még valami?

Anonimus1:

Igen, és aztán egy idő után, amikor rájöttünk, hogy már egy kicsit ez fölül van a mi tudásunknak, akkor mi is elkezdtünk külső partnerrel dolgozni. Most is egy marketing ügynök csinálja igazából a Peronnak az összes kommunikációját. Az egy tök érdekes dolog, hogy Tata az egy ilyen sznob hely viszonylag. Tehát, hogy nálunk megvolt ez a szembenállás, hogy Tatabánya az a telepi hangulat, és a rock kocsmák és az Akela koncert. És nálunk egy Akela koncert nem jött volna be, de nálunk cserébe az Európa kiadó, meg az ilyen a hasonló alterebb, bölcsész vonal. Ez a vonal, ez viszont tök jól ment, és ennek megfelelően a mi kommunikációnk, az főleg egyébként a metára, és azon belül is a Facebookra ment, mert hogy a mi közönségünk az nagyjából az a korosztály volt, aki leginkább ott található meg. Úgyhogy nekünk, bár volt TikTok kampány, de

hogy annyira sikertelennek bizonyult, hogy aztán egy idő után abban az irányban nem is nagyon mentünk tovább. Ezt hely válogatja, hogy éppen hol, meg mint. Egy egyetemi városban, ez biztos, hogy tök másként működik, nálunk azért inkább a 35 pluszos korosztály volt az, aki eljött a koncertekre. Túlnyomó részt. Nyilván a Bongor bulin nem azok voltak, de azok meg inkább a kivételek voltak, amikor sikerült.