

Interjú Rozs Barbarával

Kérdező:

Az első témakörön belül az első kérdésem az lenne, hogy hogyan írnád le a zenekarod, vagy a ti pályafutásotokat?

Barbara:

Ez volt az a kérdés, amin talán legjobban mosolyogtam, mert szerintem egészen érdekes a mi életutunk, vagy hát legalábbis szokványosnak nem nevezhető, az biztos, mert hogyha az egészét nézzük, akkor rengeteg átalakulás volt a zenekarban. Sőt, hogyha lehet mondani, akkor a Kősz a halakat! zenekar, aminek az alkotóközössége már lassan tíz éve létezik és együtt zenél, az így nincs. A Kősz a halakat! igazából egy éve létezik, viszont ennek az előfutára, még egy ilyen gimis kezdeményezésből született, tipikus gimis rockzenekar volt az összes heartbreak-kel, amit el tudsz képzelni, és rendszerkritikus, de demagóg gondolkodással, tehát, hogy minden ilyesmi megjelent, illetve a tinédzserkornak ez a szorongása.

Aztán nyilván mi is egyetemisták, meg fiatal felnőttek lettünk, először nagyon-nagyon pici helyeken játszottunk, például az S8-ban, aztán valahogy kaptunk olyan lehetőségeket, hogy elmehettünk a Dürerbe játszani, ami nekünk nagyon-nagyon fontos volt, háromszor egymás után, aztán megalakult az új zenekar, amivel már az A38-ra tudunk elmenni zenélni és egy teltházas koncertet csinálni, csak az Orrbárban, ezt most megjegyezném, nem a nagy részén, aztán most pedig az Akváriumba megyünk, ami, bár mindkettő kicsi helyszín, azért mégiscsak nívós és neves, de hogy válaszoljak is kérdésedre, igazából egy konstant átalakulás jellemzi ezt a zenekart tagcserékkel, mindennel, és azt érzem, hogy igazából most fog elindulni, úgy igazándiból, mert most már van az az állapot, hogy már nagyobbak is vagyunk, érettebbek és komolyabban tudunk foglalkozni a zenéléssel.

Kérdező:

Akkor datáljuk onnantól, hogy a jelenlegi felállással vagytok együtt.

Barbara:

Igen, szerintem is ez egy jó irány.

Kérdező:

Milyen olyan kihívásokat tudnál mondani, amik abszolút kirívóak, vagy amikkel szembesültetek az elmúlt bő egy év során? Bármiféle kihívás, amit úgy érzel, hogy érdemes megemlíteni.

Barbara:

Hogyha az elmúlt egy évet nézzük, akkor itt egy nagyon combos tagcsere is belejátszik. Azért nagyon meghatározó része volt a zenekar életének. Már volt egy doboscserénk és szerintem te talán pontosan tudod, hogy egy dobost találni, az mennyire iradatlan nehéz. Kevés a képzett zenész Magyarországon, azt érzem, főleg a képzett dobos.

A másik pedig az érvényesülés, hogyha szabad ilyen esernyő fogalommal élni. Az egyik legnehezebb talán az, hogy hogyan jutsz el egy bizonyos koncerthelyszínre. Tudsz-e nagyobb zenekar előtt föllépni, az, hogy egyáltalán megmutasd magad, annak a lehetőségeit megtalálni és azokkal élni, az szerintem rettentően nehéz egy kis zenekarnak. Most már talán ezt kevésbé érzem, de azért még mindig jellemző, hogy van egy általános zártság, egy nyitottság hiány a hallgatóság és a közönség felől. Amit egyrészt megértetek, hiszen én is szeretem a saját kedvenceimet hallgatni, és akkor ugyanez jellemző és elmondható a rádióról, elmondható a helyekről is, a fesztiválokról, stb. Nyilván persze értjük, hogy ez egy lukratív és profitorientált dolog mindegyik, amiről beszélünk, de azt érzem, hogy sokan nehezen hívnak el és nem teremtik meg a környezetét annak, hogy kisebb előadók meg tudják mutatni magukat, megismerhessenek másokat. Úgyhogy talán ez az, ami most így elsőként beugrik és fájó pont, azt gondolom, nem csak nekünk, hanem sok másik zenekarnak is.

Kérdező:

Említetted azt, hogy tulajdonképpen a lehetőségek szűkösek, és ami van, az is nehezített terep. Mi az, ami a helyszíneken túl okozhat még nehézséget egy élő fellépés szervezésében?

Barbara:

Másik visszatérő, de szerintem nagyon-nagyon nagy és sokakat érintő probléma az az egymáshoz való viszonyulás a staff-al. Tehát például az ott dolgozó szakemberek hogyan viszonyulnak egy kis zenekarhoz, általában nem jól. Tehát, hogy általában

bunkók vagyunk egymással, nem vesszük a másikat komolyan, nem vesszük a másik kérését figyelembe, csak le akarjuk tudni az egészet. Ez tud kicsit komoly helyzeteket szülni szerintem, és azért nyilván egy élő, egy órás fellépés alatt senki nem akarja magát feszélyezve érezni a színpadon, azért mert éppen nem úgy szól a gitárja, nem hallja befelé magát, bármi legyen is, rossz a fény, vagy ilyesmi.

Kérdező:

Mi a saját személyes koncepciód arról, illetve hogyan ítéletek meg a sikert a zenekar pályafutásában?

Barbara:

Szerintem egészen eltérő gondolatok vannak erről a zenekaron belül, tehát biztos más mondanának a többiek, mint amit én mondok.

Én ezt kétfelé bontanám, mert egyrészt van a zenélésnek csak az az ága, ami örömuzene, és szerintem ezt te is tudod, hogy csak úgy jó zenélni és zenét írni, stb. Úgyhogy már önmagában az, hogyha kapsz egy visszajelzést, hogy valakinek tetszik az, amit te csináltál, egy dal, egy album, vagy bármi, az rettentő sokat tud dobni, és akkor azt már meg lehet élni egy sikerélményként szerintem. Vagy legalábbis én így élem meg. Lehet a sikert számokban is mérni, hányan jönnek el a koncertre, Spotify-on hány darab lejátszásod van, azért ez is mozgatja a fantáziámat és szeretem, hogyha ezek a számok minél magasabbak, meg amikor az Artisjus-tól jön az éves utalásom, a szerzői jogdíjam, hogyha ez minél magasabb. De alapvetően én próbálom nem ebben meghatározni a sikert, hanem az, hogy amit csinálok, az tetszene elsősorban magamnak, a zenésztársaimnak és a hallgatónak.

Kérdező:

Mit gondolsz, hogy a zenekar pályafutásában, életútjában, mekkora részt tesz ki mondjuk az élő zene? Mennyire járul hozzá a koncertezés a sikerekhez?

Barbara:

Szerintem rettentően. Én azt gondolom, hogy mi még kicsit rosszak vagyunk abban, hogy hogyan kell egy albumot vagy egy bármilyen stúdiófelvételt elkészíteni. Valahogy az élő zenének van egy másféle része, az ott megteremtett közeg és kommunikáció, ami végbemegy a közönséggel, ez egy olyan pluszt ad, amit egyszerűen egy stúdiófelvételen

nem vagyunk képesek közvetíteni. Úgyhogy én tudok ilyenről, hogy valaki meghallgatta a zenét és nem tetszett neki, de amint eljött a koncertre, mert valaki elrángatta, ott rettentően megszeretett minket. Úgyhogy azt gondolom, hogy nagyon sokat hozzátesz az élőzene, ami siker.

Kérdező:

Mennyire preferáljátok mondjuk a koncertezést vagy mennyire elégedtek meg azzal, hogyha elkészül egy jó minőségű hangfelvétel?

Barbara:

Igen, abszolút fontos. Sőt, a mi lelkiünknek nagyon kell az élő zenélés, mert tényleg más, tiszta.

Kérdező:

Hányszor szoktatok átlagban fellépni?

Barbara:

Ez az egy év, mivel ilyen tagcserés, várakozós és lemezírók időszak volt, ezért most a tendencia az ilyen kéthavi, kettő-három havi.

Kérdező:

Milyen helyszíneken szoktatok fellépni?

Barbara:

Abszolút kisebb klubok a jellemzőek, S8, Zegzug, rengeteg ilyen van.. A fesztiválok a kedvenceim, ami nem zenei fesztivál, hanem kifejezetten az ilyen falunapszerű dolgok. Egyébként azok zseniálisak, nagyon szerettük, azokra állandóan eljáráltunk. Aztán jöttek a nagyobb klubok, amiket már akkor érintettünk is. Bár lélekszámra nem nagyobb, de a nívója meg a neve az sokkal nagyobb, mint ezeknek. A Dürer, amit kiemelnék, az A38, és akkor most az Akvárium.

Kérdező:

Melyik volt eddig a kedvenc, és miért?

Barbara:

A kedvencem az A38. Teltházas buli volt és rettentő jó volt a hangulat. Tánc, üvöltés, ének és pogózás volt, amit én még eddig saját koncertünkön nem láttam. De hozzátett az is, hogy a Covid alatt nekünk jelentősen megnyekkent a kis zenekarunk. És ez volt az első igazi saját koncertünk, vagy fellépésünk azután. Bennünk is egy olyan felszabadultságérzet volt, ami ezt felejthetlenné tette. Illetve erről felvétel is készült, aztán lement az MTVA-n. Úgyhogy mindenképpen volt ennek nemcsak füstje, hanem lángja is.

Kérdező:

Hogyan szokott rátok hatni a helyszín?

Barbara:

A mi zenekarunkat, ha egy nagyobb színpadon lépünk fel, az talán feszélyezi, mert a kicsihez vagyunk szokva, hogy mindenki egy lépésre van, és ott tudunk reagálni a másoknak minden rezzenésére. Illetve általában, hogyha nagy színpad, akkor valószínűleg nagyobb helyszín. Illetve, ha kicsi a tér, és nem annyira ment a jegyeladás, az még rendben van, de hogyha ez ugyanígy egy nagy térben történik meg, akkor az nagyon kellemetlen. Feszélyezi az előadót, hogyha kevesen vannak. Vagy feszélyezi az előadót, hogyha a térben székek vannak, ahova a néző rendszerint leül. Ez egy nagyon rossz dolog szerintem előadóként, rockzenében főleg, hogyha egy ülő közönséget lát. Hogyha nincsen backstage, arra azért tudjuk húzni a szánkat. Ha nincsen hol elkészülnünk. Vannak olyan helyek, amik lepukkantak, vagy nagyon szocik vagy igénytelenek, és attól persze te is feszengsz, illetve feszeng a közönséged is, amitől aztán te is újra feszengsz.

Kérdező:

Milyen elvárásokat szokott felétek támasztani a helyszín, és mi az, ami ebből akadályt szokott jelenteni?

Barbara:

A helyet általában ki kell bérelni. Ennek van egy bérleti díja, és nekünk is szerintem most egyelőre ez a legnehezebb feladat, hogy tudjunk olyan nézőszámot hozni a fellépésre, hogy aztán ez a bérleti díj minél kisebb vagy nulla legyen, és legyen nyereséges a fellépés. Azt látom most már egyre inkább, hogy kis zenekarok számára is

olyan bérleti díjak vannak, amik nehezen megfizethetők.

Egyszer volt egy nagyon extrém eset, amikor azt mondták, hogy hát jegyszedőt azt nem tudnak biztosítani, ezt mi hozzunk.

Szerintem már az párját ritkítja, amikor a hely ajánl marketing támogatást a zenekarnak, úgyhogy nekem az mindig magától értetődő volt, hogy ezt a zenekar saját magának csinálja, vagy az arculatát az eseménynek, vagy bármi.

Kérdező:

Nálatok milyen szerepet játszik a marketing a zenekar életében, a koncertek biztosításában? Akár mondjuk az is, hogy hogyan publikáljátok a számokat.

Barbara:

Nem tudom még, hogy erre hogyan válaszoljak jól, és most elmondom, hogy miért.

Mert hogy tényleg annyira apró zenekar vagyunk, hogy az, hogyha valaki minket hallgat, az inkább szájhagyomány útján terjedő dolog. Vannak kint hirdetések az eseményről, vagy arról, hogy meg fog jelenni egy lemez, majd megy ki hirdetés a Facebookon, TikTokon, Instagramon, különböző platformokon. De alapvetően nem ez határozza meg azt, hogy az élő fellépés egyáltalán jól sikerül-e, hogy sokan jönnek-e el. Azért írtunk jó néhány lapnak és rádiónak, ezeket a ziccereket nem szabad kihagyni, hiszen egyrészt nagyon jó referencia forrás a későbbiekre, így is lehet bevonítani közönséget. De nem gondolnám most ebben a pillanatban jelentősnek.

Kérdező:

Az eddigi pályafutásotok során, ha volt olyan időszak, amikor erre fektettetek nagyobb hangsúlyt, mit csináltatok?

Barbara:

Volt. Ilyen volt az első albumunk megjelenése is. Az pre-save-es volt, tehát csak úgy lehetett elérni, hogyha az Indexen keresztül nyitod meg. Ez nyilván az Indexnek nagyon jól volt, hiszen forgalmat terelt a saját lapjára, de közben nekünk is ott akkora elérésünk lett, vagy hallgatottságunk a lemezen, ami azelőtt még soha. Lehet, hogy ez az akkori Index olvasóknak a nyitottságáról árulkodik, ki tudja, de az ott nagyon jól sikerült, mert olyan nagyságú számokat láttunk, amire nem számítottunk.

Kérdező:

Használtok-e jelenleg, vagy használtatok-e digitális marketingeszközöket?

Barbara:

Igen, akkor az egyik, amit ugye már említettem, ezek az online hirdetések. Ezek, hogyha ilyen különböző események vannak, vagy életesemények a zenekar történetében, akkor azokat mindenképp nyomjuk. Azt muszáj, vagy legalábbis mi úgy érezzük, hogy muszáj és szükséges a hangsúlyt erre is tenni. A social médián mindenhol jelen vagyunk, ahol kell. Facebook, Instagram elsősorban, ahová azért próbálunk konzisztensen posztolni legalábbis sztorikat, mert azért ezt látjuk, hogyha folyamatosan etetjük ezt az algoritmust, akkor arra jól reagál a nézettségszám. Nyilván ez kicsit ilyen lutri, meg szerencséjáték, hogy éppen mennyien tekintik meg, mennyien reagálnak valamire, de azért látjuk, hogy ez konzisztensen kifizetődő. Nemrég alkottuk meg a TikTok fiókunkat, úgyhogy mostanában azzal vagyok elfoglalva, hogy különböző TikTok trendeket találok ki, vagy hogy hogyan tudná ezt a zenekar megcsinálni, tudjuk, hogy a TikTokon iszonyú nagy eléréseket lehet szakítani.

Kérdező:

Amit eddig használtatok, azok közül mik voltak a leghatékonyabbak?

Barbara:

A legtöbb elérés Instagramon jött be. Tehát, hogy mind megtekintésben azt látjuk, hogy a korosztályunkba sorolható hallgatók az Instagramon kattintottak például anno a lemezeinkre.

Kérdező:

Működtetek-e már együtt promoterekkel, vagy akár helyszínekkel, más zenekarokkal ahhoz, hogy növeljétek az élő koncertek létszámát?

Barbara:

Egyszer tagjai voltunk egy közösségnek, aminek az volt a neve, hogy Verze. Ők egy ilyen alkotói közösséget hivatottak létrehozni, illetve segítettek a bookingban, meg a management és az admin feladatokban. Így tudtunk különböző zenekarokat benyomni helyekre, szóval ezt talán lehet említeni, de más nem jellemző nálunk. Vagy ha közvetett

módon lehet, akkor például nekünk is van olyan zenekartársunk, akiket sokszor hívunk, vagy gondolunk a másokra, hogyha esetleg mi nem tudunk egy fellépésre elmenni. Tehát ilyen szorosabb kötelékek vannak, de talán ez így nem a legjobb válasz a kérdésre.

Kérdező:

Végül is ez is egy megoldás, szóval igen. Egyrészt ti hogyan álltok jelenleg rajongói bázis kiépítésével, másrészt számotokra mennyire fontos az, hogy mondjuk egy koncertet bebiztosítsatok? Számoltok-e azzal, hogy mondjuk XY számú ember meg fog jelenni, vagy ez ettől független?

Barbara:

Még nagyon az elején vagyunk, tehát tényleg azt érzem, hogy most indul. Astart kockáról fogunk most indulni ezzel az új lemezzel. Úgyhogy azt, hogy rajongói bázis, az még egy erős szó, én azt gondolom. De mindig van a keménymag. Én akkor ezt a szót használnám, akiről tudod, hogy el fog jönni. Most már szerencsére nem csak az van, hogy a legjobb barátaid a keménymag, ez azt jelenti, hogy 25 ember, aki fixen ott lesz. Tudjuk annak fontosságát, hogy ezt muszáj lesz majd bővíteni és ezen fogunk is dolgozni, természetesen. Az a cél, hogy kételyek soha ne legyenek, hogy minimum valamennyi ember eljön-e a koncertre.

Kérdező:

Milyen csatornákat szoktatok használni, ha használtok a követőkkel vagy a keménymaggal való kapcsolattartásra?

Barbara:

Ha szeretnénk betekintést engedni a kulisszák mögé, a zenekar működésébe, például egy próbába, vagy egy interjúba, bármibe, akkor ezeket a platformokat szoktuk alkalmazni, Insta és Facebook.

Kérdező:

Hogyan szoktatok mérni a sikert a rajongók elkötelezettsége szempontjából? Esetleg van-e merch nálatok?

Barbara:

Most jelenleg nincsen merch, de volt. Persze, azért az, hogy annyira elkapkodnak bármiféle merch cuccot, visszajelzés, hogy te jól kalkuláltál, jót találtál ki, meg persze, hogy tényleg annyira elkötelezett-e a közönséged. Úgyhogy volt ilyen, sikerült már sold out-os merch cuccokat csinálni, persze.

Kérdező:

Van-e egyéb ilyen, szoktatok-e mondjuk nézni social media engagement-et, hányan reagálnak akár a posztjaitokra, vagy hogy mennyi jegyet tudtok eladni egy koncertre? Hogyan méritek az előrehaladás lépcsőfokait?

Barbara:

Persze, szerencsére most már a legtöbb közösségi média platformba van beépítve ilyen engagement tracker, most már egyre több mindent lehet bontogatni és szűrni. Úgyhogy én azokkal szoktam mókolni, meg a zenekar egy másik tagja is. Azt is mindenképp nézzük, hogyha valami nem stimmel, vagy nem az a kimenetel, amit szeretnénk, akkor változtatunk. Vagy éppen olyan emberekre, embercsoportokra irányítjuk a hirdetést, akik mondjuk kimaradtak az előző körben. Egyre több helyen van ilyen jegy tracker is, ami a helyszínnak a saját oldala ugye, és nem neked kell egy kapcsolattartót noszogatnod minden nap, hogyha éppen ezen stresszelsz, hogy hány jegy ment el, hanem ott bírod követni.

Kérdező:

Át is térek a harmadik témára, ami szintén a koncertekhez fűződik és az esetleges fejlesztésekről és az eddigi sikerekről szól. Volt példa arra, hogy tudtatok mondjuk marketinges erőfeszítések révén biztosítani magatoknak koncertet?

Barbara:

Volt egyszer egy videó, de ezt nem mi csináltuk, amibe több zenekar is bekerült, ez a Bandák Csátája volt, azon keresztül találkoztak velünk és hívtak helyekre. Ez valamilyen szinten networking, igen. De olyan, amit mi kampányoltunk volna és teljesen mi csináltuk, ilyenre még nem volt a precedens.

Kérdező:

Szerinted melyek a leghatékonyabb stratégiák a kiselőadók számára, hogy növeljék az

ismertségüket és javítsák az esélyeiket itthon a koncertek biztosítására?

Barbara:

Két dolog jut eszembe erről. Az egyik a TikTok, mert hogyha ott virális lesz valami, vagy felkapottabb, akkor iszonyú jó helyekre tudsz eljutni, mert hogyha látják, hogy van egy rajongói bázisod, akkor azért könnyebben hívnak fellépni.

A másik meg a különböző tehetségkutatók. És itt most nem az X-faktorra gondolok, bár az is lehet egy opció, hanem inkább egy Fülesbagoly, vagy bármilyen NKA-s program. Az, hogy oda elmenjél, és egyrészt network-ölj iparágon belül, ez nagyon fontos, illetve ott nagyon jó nyereményeket is lehet nyerni, itt gondolok legfőképpen a fellépésekre, fesztiválokon, vagy akár egy fellépés egy neves zenekar előtt. Ezek szerintem mind olyan dolgok, amik az ismertséget növelni tudják.

Kérdező:

Van olyan, amit szívesen kipróbálnátok, de eddig még nem sikerült?

Barbara:

Egyszer megnyernék egy ilyen tehetségkutatót, de akár marketingeszközökben is gondolkodom. Biztos van olyan, amiről nem tudok, de érdemes lenne kipróbálni.

Kérdező:

Vettetek-e már igénybe támogatást? Akár pénzügyi, akár marketinges, akár ilyen HR-es.

Barbara:

Nem.

Kérdező:

Szeretnétek?

Barbara:

Igen, lehet. Jelenleg nem releváns, az albumot is teljesen saját forrásból finanszíroztuk. De fantasztikus lenne egy tehetségkutatón megmérteni magunkat, mert nekem ez a szívem csücske. Elhozhatnánk egy olyan díjat, ami esetleg albumkiadás, videoklip

készítés, vagy esetleg fellépés. Nem feltétlen pénzbeli támogatást, hanem bármilyen szakmai segítséget szívesen fogadnánk ilyen formában.

Kérdező:

Ez hogyan változtatna az előrehaladásotokban?

Barbara:

Jó ha van, de nem ezzel számolunk elsősorban.

Kérdező:

Hogyan látod a hazai kiselőadók jövőjét itthon?

Barbara:

Most egyébként egy javuló tendenciát látok, annak ellenére, hogy van egy nyitottság hiány sokszor a hallgatók oldaláról. Azt érzem, hogy nagyon sok kiselőadó született meg mostanában, ez fog szerintem egy nagyon erős versenyt szülni, illetve a mostanit erősíteni a kiselőadók között. Viszont kevés a koncerthelyszín. Felmerülnek azok a problémák, amiket mi is már megtárgyaltunk, egyszerűen nincsen kapacitás, hogy ennyi zenekart el tudjon látni a magyar közeg.

Úgyhogy kicsit félek, hogy sokkal nehezebb lesz érvényesülni az elkövetkezendő 5-10 évben. Emellett nagyon sok kiégést fogunk látni, vagy ilyen one hit wonder szerű előadókat, akik hirtelen fölszárnynak, hatalmas elééréseket generálnak, de aztán irrelevánsak lesznek fél éven belül.

Kérdező:

És ezen a helyzeten szerinted hogy lehetne javítani? Neked van valami elképzelésed erről?

Barbara:

Hát figyelj, ez abszolút hallgatói trendeken múlik, nem biztos, hogy ez fog javulni. Tekintvén azt, hogy milyen rövid az attention span-ünk. Én azt gondolom, hogy egy társadalmi változás lesz szükséges ahhoz, hogy ez gyökeresen tudjon változni. Egy attitűd változás az, amire szerintem szükség lenne. De ezzel nyilván lehet együtt élni és meg kell találni a loophole-okat, hogy te azt mondod, akkor én most összerakok egy

olyan számot, ami lehet egy one hit és akkor ezzel tényleg szakítasz egy nagyot.

Kérdező:

Hogy látod a koncertek jövőjét, vagy az élő zene jövőjét itthon?

Barbara:

Na nekem ez is egy fájó pont, mert nagyon sok olyan előadó van, akiknek az alapjuk trackről megy, csak félig élő zene és mondjuk az élő része az a vokál. És mivel ezeket nagyon könnyű színpadra állítani, ezért azt látom, hogy az ilyen electro vonalat sokkal jobban preferálják a szervezők, hiszen kevesebb problémát jelent. És kicsit félek, hogy a valódi élő zene, főleg az ilyen metal, rock, az most jobban fog kopni az élő fellépések tekintetében.

Kérdező:

És erre esetleg van-e valami meglátásod, hogy hogyan lehetne ezt megoldani?

Barbara:

Nagyon jó élő zenéket kell írni, és azokat jól játszani. Ezt tudom elmondani, én azért voltam ilyen koncerten, amit mondtam is, hogy egy előadó és megy a track mögötte, szörnyű volt. Lehet, hogy nagyon sok ilyen előadó lesz, de benne van, hogy akár normalizálódhat is.

Kérdező:

Milyen tanácsot adnál a feltörekvő hazai kiselőadóknak, akik koncertezni szeretnének?

Barbara:

Legyenek önazonosak mindennek felett, és ne csüggedjenek, hogyha nem úgy sikerül egy koncertjük, ahogy ők azt elképzelték, vagy szerették volna, vagy ha esetleg visszautasítják őket. Szerintem még mindig ez a legfontosabb, hogy élvezzük azt, amit csinálunk, és hogyha élvezzük azt, amit csinálunk, és önazonosak vagyunk, akkor azt gondolom, hogy előbb vagy utóbb el fog jönni az a siker, amit mi sikernek vélünk.