5. CDs in Kleinserien

Für Werbung, Konzerte und Radiosender

"Technikfeindlichkeit erklärt sich häufig aus dem Umstand,
dass man die Bedienungsanleitung nicht versteht"
(Gabriele Henkel)

Der Transport Eurer Musik
CDs sind für einen Erfolg im Musikgeschäft unerlässlich und beim heutigen Stand der Technik ist die Herstellung einer CD ein leicht erreichbares Ziel.

Eine CD hat nur einen Zweck, Eure Musik zu anderen Menschen zu transportieren, damit möglichst viele in den Genuss Eurer Musik kommen. Somit ist eine CD der Träger Eurer gedanklichen und musikalischen Empfindungen.

Einsatzgebiete einer CD
Ihr braucht die CDs zum einen für die Bewerbung Eurer Konzerttermine und für die Pressearbeit, wenn Ihr Euch der Öffentlichkeit vorstellt - die Presse schreibt auch gerne über neuveröffentlichte CDs. Dann braucht Ihr die CDs zur Bemusterung der regionalen und überregionalen Radiosender, damit Eure Musik auch über den Äther zu hören ist. Ganz wichtig dabei ist ein "Airplay", doch dazu mehr im Punkt "Radiobemusterung".

Und zum guten Schluss braucht Ihr CDs, damit Eure Fans Euch auch mit nach Hause nehmen können, also Eure Songs natürlich. Denn jeder Fan erinnert sich gerne an ein Konzert von Euch, wenn er eine kleine Silberscheibe sein eigen nennt.

CDs im Verkauf
Und schon kommen wir zum Geschäft mit den CDs. Die CDs zur Bewerbung, die Promotions-CDs für Printmedien und für die Radiobemusterung kosten Euch erst einmal Geld, bringen Euch aber einen Mehrwert, was Euren Bekanntheitsgrad betrifft - und auch dafür muss man etwas investieren - von alleine kommt das nicht.

Bevor Ihr aber die Presse und Radiosender mit Eurer CD bemustert, noch ein paar Worte zum Vertrieb einer CD. Durch den Fortschritt der Technik und den Verkauf einzelner Songs durch Download-Portale im Netz und natürlich durch das "Schwarz-Brennen" von CDs ist der Verkauf im Handel komplett eingebrochen.

Solange Ihr also keinen Bekanntheitsgrad wie Herbert Grönemeyer habt, bringt es Euch nichts, den Handel mit tausenden von CDs zu bestücken. Im Handel ist man ein Künstler oder eine Band von tausenden und keiner möchte ja das Risiko eingehen, auf den tausenden CDs sitzen zu bleiben - das wird Euch auch niemand finanzieren.

Selbst bei großen Künstlern und bekannten Stars ist der CD-Verkauf über den Handel teilweise sehr zurückgegangen oder sogar ganz eingebrochen. Die meisten CDs werden aber immer noch bei Liveauftritten also bei Konzerten verkauft. Hier erleben die Fans Euch hautnah, sind von Eurer Musik begeistert und emotionalisiert und sind dann auch gerne bereit, direkt eine CD von Euch zu kaufen. Deshalb lohnt es sich immer, bei den Konzerten einen kleinen Tisch mit CDs einzurichten.

Mehr zum Vertrieb einer CD unter dem Punkt "Vertrieb von CDs".

Vervielfältigung einer CD

Die folgenden Punkte könnt Ihr selber fertigstellen oder unseren Service dafür nutzen. Folgendes ist bei einer CD-Produktion zu beachten:

1. Rohlinge
Die normalen CDs haben 120 mm Durchmesser.
Es gibt auch kleine CDs mit 80mm Durchmesser.
CDs können in Kleinserien bis zu 500 Stk. gebrannt werden.
CDs ab 500 Stk. sollte man wegen der geringeren Kosten dann pressen lassen.
Hierzu wird ein extra Glasmaster benötigt, was die Pressanstalt dann anfertigt.
Gepresste CDs laufen übrigens einwandfrei auf jedem handelsüblichen CD-Player.
Bei selbstgebrannten CDs kann es schon einmal vorkommen, dass ein älterer CD-Player die Daten der CD nicht erkennt und die CD nicht abspielt.

Wenn Rohlinge mit Bildern und Texten bedruckt werden, spricht man von einem Label-Aufdruck. Hier gibt es auch wieder zwei Möglichkeiten:
- Tintenstrahl-Druck: etwas preiswerter, aber nicht immer zufriedenstellend
- ThermoRetransfer-Druck: optimaler digitaler Aufdruck auf eine CD
Auch werden Rohlinge erst mit weiß bedruckt und erst darauf werden dann die vier Grundfarben bedruckt. Man kann auch nur mit den vier Grundfarben drucken, sieht dann auf Silber auch gut aus.

Dann gibt es noch verschiedene Formen und Farben von Rohlingen.
Kleine Viereckige als Visitenkarten-CDs und andere Sonderformen.

2. CD-Hüllen
Die meisten CDs sind in Standard-Hüllen verpackt. Man spricht hier von "JewelCase", "SlimCase" oder auch einer "Maxi-Box". Die Hüllen sind transparent und bieten Platz für eine CD, einer CD-Inlay-Card oder einem dünnen Booklet.

Wer es stilvoller haben möchte, kann seine CD in einem Digipak unterbringen. Die Digipaks sind direkt bedruckte Papp-Hüllen mit mehreren klappbaren Teilen. Auch gibt es Digipaks in denen mehrere CDs eingelegt werden können. Die meisten Digipaks haben kleine Schlitze, in denen dann ein mehrseitiges Booklet eingesteckt werden kann.

Die preiswerte Alternative sind einfache CD-Taschen. Die gibt es in Plastikform oder auch als Papier- oder Papptaschen. Die Papier- und Papptaschen lassen sich bequem bedrucken und bieten auch Platz für ein kleines dünnes Booklet.

3. Drucksachen / Inlaycard / Booklet
Hier stehen alle Informationen über die Lieder, die Texte, Informationen über die Künstler und die Informationen zur Produktion einer CD. Preiswert sind hier einfache Inlaycards, die beidseitig bedruckt werden. Etwas aufwendiger sind Booklets mit 2 bis 16 oder sogar 36 Seiten. Die nutzt man, wenn man z.B. seine Texte mit abdrucken möchte.

4. Cover-Design und ART-Work
Achtet bei den Drucksachen auf ein optimales Erscheinungsbild. Der erste Eindruck einer CD entsteht über die Verpackung. Wenn einem Musikredakteur Euer CD-Cover gefällt und sein Interesse weckt, hat man gute Chancen, dass er sich auch ein paar Lieder der CD anhört. Ist das Cover unschön, landet die CD im großen Korb. Die CDs werden dann verlost oder verschenkt, aber nicht über den Sender gespielt.

Wichtig beim Layout Eures CD-Cover ist ein durchgängiges Design. Als Grundlage dafür dienen Euch die Fotos von Eurer Fotosession, die Ihr bereits gemacht habt. Nutzt das schönste Foto als Pressefoto für Eure Pressemappe, als Plakatmotiv, für Eure Webseite und natürlich für Euer CD-Cover. Der Wiedererkennungswert ist immer wichtig: "Ahhh, das schöne Foto habe ich doch schon mal gesehen!".

5. GEMA
Ganz ohne Schriftverkehr geht es natürlich nicht bei CD-Duplikationen. Produziert eine Plattenfirma eine CD mit einem Künstler, gibt es dazu "Künstler- Produzentenverträge und lange Bandübernahmeverträge. Aber wir wollen Euch ja dazu ermuntern, Euch selbst zu vermarkten und dazu könnt Ihr auch selber Eure CDs duplizieren lassen.

- Wenn Ihr Songs von anderen Künstlern singt und covert oder Eure eigenen Songs singt, die bei der GEMA gemeldet sind, muss das Brenn- oder Presswerk für jede CD eine Tantieme an die GEMA zahlen. In der Regel sind das 10% vom Händler-abgabepreis oder 13,7% vom Endverbraucherpreis, mindestens aber immer 0,62 Cent für eine CD oder 0,25 Cent für eine Maxi-CD. Eine genaue Übersicht über die Tantiemen gibt Euch Euer Presswerk oder die GEMA.

- Bringt Ihr Lieder auf eine CD, die nicht bei der GEMA gemeldet sind, braucht das Brenn- oder Presswerk von Euch eine Freistellungserklärung. Die Presswerke sende Euch die Erklärung dann per Post oder Mail zu.

6. LC-Nummer, ISRC-Nummer, EAN-Strichcode
Den EAN-Strichcode habt Ihr schon oft gesehen. Das sind diese Linien auf einer CD mit einer Nummer darunter. Diesen Code brauchen die Geschäfte, um ein Produkt einfach und schnell in ihrem PC-System zu listen. Fragt mal bei einem Euch bekannten Hersteller eines Produktes nach, ob er Euch für Eure CD

einen Code generieren kann. Das ist kein großer Aufwand. Sollte das nicht gehen, lasst ein kleines weißes Feld auf Eurem Booklet frei. Manche Firmen können auch darüber ihren eigenen Barcode drüberkleben.

Das wichtigste ist die LC-Nummer. Die brauchen die Radiosender, dass sie Eure CD in ihrem Schallarchiv auch archivieren können. Gerade bei den öffentlich- rechtlichen Sendern, kann nur das über den Sender laufen, was auch im Archiv ist. Mit dem LC-Code können die Radiosender dann korrekt mit der GVL abrechnen

Um eine eigene LC-Nummer zu erwerben, müsst ihr eine eigene Plattenfirma, also ein eigenes Label gründen. Dies ist etwas aufwendig, da ihr einen Künstlervertrag braucht und viele weitere Formulare ausfüllen müsst.

Der einfachste Weg ist, wenn Ihr eine Plattenfirma aus Eurer Umgebung fragt, ob sie Euch ihre LC-Nummer für Eure CD zur Verfügung stellen. Dies machen die meisten Plattenfirmen gerne, da sie ja von der GVL Geld erhalten, sollten die Lieder Eurer CD über einen Radiosender gespielt werden.

Damit auch wir uns finanzieren und Euch noch mehr Informationen zur eigenen Selbstvermarktung geben können, stellen auch wir Euch gerne unsere LC-Nummer und unser Label-Logo gerne zur Verfügung. Schreibt uns dazu einfach an und sendet uns Eure Songs, die Ihr auf CD haben wollt. Wenn Eure Musik in unser Profil passt, nehmen wir gerne Kontakt mit Euch auf und besprechen die Nutzung unser LC-Nummer.

Zum Schluss bleibt noch die Info zur ISRC-Nummer. Das ist eine Nummer die den einzelnen Tracks beim Mastering zugeordnet wird. Wenn Ihr später z.B. einzelne Songs über Online-Downloadportale verkauft, kann mit dieser Nummer der Verkauf, sprich der Verkaufserlös den einzelenen Songs zugeordnet werden. Geht aber meistens nur, wenn Ihr Eure CD bei einem Label produzieren lasst.

7. Auflage

Generell kann man sagen, dass der Verkauf von CDs über den Handel komplett in den Keller gegangen ist. Der Onlinevertrieb einzelner Songs und auch das "Schwarz-Brennen" von CDs von den Verbrauchern hat dazu geführt, dass im Handel fast keine CDs mehr verkauft werden, es sei denn man hat den Bekanntheitsgrad wie H. Grönemeier.

Deshalb lohnt es sich für Newcomer nicht, gleich mit einer riesengroßen Auflage zu starten und die in die Geschäfte zu stellen. Wenn man einen guten regionalen Vertriebs-partner hat, reichen meistens schon 200 bis 500 CDs um die wichtigsten Geschäfte in Eurer Umgebung oder Eurem Sendegebiet mit Euren CDs zu bemustern.

Die Bemusterung bei der Werbung hängt auch davon ab, wieviele Radiosender, Zeitungen oder auch Musikclubs Ihr mit Eurer CD bemustern wollt. Ein genauer Plan ob Ihr dazu regional oder überregional bemustern wollt, ist da immer hilfreich.

Die meisten CDs werden aber immer noch bei Konzerten verkauft, wenn begeisterte Fans eine kleine Silberscheibe von Euch mit nach Hause nehmen können.

Wir empfehlen daher immer mit einer professionell produzierten Kleinserie an den Start zu gehen. Das sieht gut aus und wenn Ihr seht, dass Eure CD gut ankommt, dann sind auch schnell weitere CDs auch in einer größeren Auflage produziert. Haltet das Risiko daher so gering wie möglich, denn nichts ist frustrierender, als wenn man im Keller plötzlich 3.000 CDs hat, die nicht mehr weggehen. Das bindet Platz und Kapital, das ihr an anderer Stelle geschickter einsetzen könnt.

8. Vertrieb Eurer CDs

Dazu gibt es ein eigenes Kapitel, in dem Ihr weitere wichtige Infos findet.

Solltet Ihr nun Fragen haben, stehen wir Euch jederzeit gerne zur Verfügung. Wir vermitteln Euch an die richtigen Kooperationspartner oder produzieren auch Eure CDs nach vorherigen Absprachen. Genaue Spezifikationen zur Duplikation von CDs senden wir Euch dann detailliert zu.

>>> wieder nach oben...

