



FOT. EMI

Sprzęt grający i scenę zespołu Rolling Stones przywiozło na koncert do Polski 40 ciężarówek.

Koncertowa organizacja, czyli jak dowieźć na koncert gwiazdę show-biznesu?

Nie bez kozery o muzykach mówi się, że są współczesnymi obieżyświatami. Polscy artyści są doskonałym przykładem niejako z konieczności: z powodu powszechnego piractwa internetowego z roku na rok coraz mniejszą część ich dochodów stanowi sprzedaż płyt. Straty wyrównać mogą tylko w jeden sposób — intensywnie koncertując. Tu zaczyna się poważne wyzwanie logistyczne zarówno dla menedżerów muzycznych gwiazd, jak i dla początkujących, dopiero marzących o sławie zespołów. Zaglądamy za kulisy tego biznesu.

MARCIN KOSTASZUK

Zorganizacją logistyki musi sobie poradzić nawet najmniejszy zespół, który wyrusza w trasę koncertową. W tym przypadku jednak muzycy działają według zasady: „zrób to sam”.

„WEEKENDOWCY” I POCZĄTKUJĄCY

— Nie żyjemy z muzyki. Jej tworzenie i występy na żywo są tylko dodatkiem do naszej codziennej pracy — mówi Rafał Kasprzak, lider, wokalista, gitarzysta i zarazem menedżer grającego punk-rock i reggae zespołu Alians. Jego członkowie mieszkają w dwóch oddalonych od siebie o 100 kilometrów miastach,

co utrudnia przeprowadzanie regularnych prób i pracę nad piosenkami.

W podobnej sytuacji jest mnóstwo innych kapel, których członkowie godzą pracę z koncertowaniem. Nie poświęcają się muzyce w stu procentach, nie liczą na gwiazdorskie stawki. Sami załatwiają wszystkie formalności związane z funkcjonowaniem zespołu, zatrudniając co najwyżej na umowę-zlecenie kierowcę z autem, pełniącego czasem również funkcję technicznego.

ZAWODOWCY Z MARKĄ

Rezygnacja z „etatu” i poświęcenie się w całości zawodowi muzyka — oto granica, poza którą artysta może mówić o sobie „zawodowiec”. Prawie zawsze zatrudniają oni menedżera, standardem jest już niewielkie grono osób, zajmujących się sprawami technicznymi.

Zazwyczaj inwestują we własne auta, służące do koncertowych podróży — najczęściej w busy, pozwalające na załadowanie całego backline'u. Tak określa się zestaw instrumentów i wzmacniaczy, czyli sprzętu, od którego zależy specyficzne brzmienie danego wykonawcy. Resztę — głośniki, konsole, mikrofony — wynajmują od profesjonalnych firm, zajmujących się nagłośnieniem i oświetleniem koncertowym. W takiej sytuacji jest lwia większość profesjonalnych polskich wykonawców. Z własnym kompletem sprzętu podróżuje bodajże tylko Budka Suflera, próby podejmowali także inny wykonawcy, między innymi pop-rockowe Łzy.

SUPERGWIAZDY

Kryterium przynależności do tej kategorii wyznacza skala działalności, nie ograniczająca się do jednego kraju. Czy są w Polsce? Można o tym dyskutować w przypadku zespołów niszowych, które zdobyły popularność w wielu krajach. Do takich zalicza się od lat grupa Vader, której trasy koncertowe obejmują kilkanaście krajów europejskich, a także Stany Zjednoczone.

Najczęściej grają jednak w klubach mieszczących około 1000 osób. Status supergwiazd zarezerwowany jest dla takich wykonawców, jak The Rolling Stones, U2, Madonna, Depeche Mode, Ozzy Osbourne czy Iron Maiden, które pod każdą szerokością geograficzną mają rzesze fanów, zdolnych wypełnić największe hale i stadiony.

W takich krajach jak Polska zatrzymują się co najwyżej na jeden koncert dla kilkudziesięciu tysięcy osób. Częściej koncertują w Niemczech, Francji Wielkiej Brytanii, dłuższe trasy odbywają jedynie po Stanach Zjednoczonych — największym rynku muzycznym na świecie.

POLSKIE DROGI NIE DLA NIGHTLINERA

W polskich realiach nie sprawdza się modelowe, amerykańskie rozwiązanie transportowe: autobus typu nightliner, którym może podróżować zarówno zespół, jak i jego obsługa, a duża przestrzeń bagażowa umożliwia zapakowanie całego potrzebnego sprzętu nagłośnieniowego i oświetleniowego.

— Przekonali się o tym ostatnio muzycy legendarnej grupy Canned Heat. W USA podróż nightlinerem na długich, ale dobrze przygotowanych trasach jest przyjemnością. Stan polskich dróg sprawia jednak, że u nas taki autobus porusza się bardzo wolno. Doskwiera to zwłaszcza ekipie technicznej, która musi mieć czas, na przygotowanie miejsca koncertu do próby i właściwego występu. Najczęściej zatem ekipa podróżuje dwoma bardziej zwrotnymi busami (najpopularniejsze to Mercedes Sprinter i Ford Transit), w których jest zarówno 7-8 miejsc siedzących, jak i spora przestrzeń bagażowa — mówi Krzysztof Ranus, organizujący koncerty od ponad 20 lat.

Dwa busy to tylko jeden z wariantów. Czasem ekipa liczy nawet cztery auta: pierwszym podróżują technicy ze sprzętem, drugim akustyk, trzecim muzycy, a czwartym... gwiazda, czyli lider grupy. Wbrew pozorom nie jest to wyjątek: sam z menedżerem podróżuje Kazik Staszewski, lider Lady Pank Jan Borysewicz z własnym kierowcą, natomiast Dorota „Doda” Rabczewska jeździ tylko z osobą na etacie kierowcy i ochroniarza jednocześnie.

Przykład z innej strony to Andrzej Nowak — legendarny gitarzysta TSA jest dla swoich kolegów także... kierowcą. Z upodobania.

Komplikacje z kilkoma środkami transportu sprawiają, że jego koszty wliczone są najczęściej w honorarium wykonawcy. Dla organizatora taki sposób rozliczenia się z muzykami oznacza znaczne uproszczenie rachunkowości.

ZAKWATEROWANIE

Oczywiście hotel dla muzyków i ekipy,

choć... nie zawsze. Na trasach zdarzają się bowiem koncerty dzień po dniu w miejscowościach oddalonych od siebie o kilkaset kilometrów i wtedy hotel albo jest niepotrzebny, albo też pokoje służą tylko do odpoczynku i „odświeżenia się” muzyków przed dalszą drogą.

Jaki hotel? Sprecyzowane wymagania mają tylko największe gwiazdy, ale warto zauważyć, że koszty zakwaterowania są często dzielone pomiędzy organizatora a wykonawcę i są przedmiotem negocjacji. Warto też zauważyć, że same hotele skłonne są do finansowych ustępstw lub wręcz sponsoringu: obecność gwiazdy, która pozostawia życzliwy wpis w księdze gości albo plakat z autografami i podziękowaniem za gościnę, może bowiem być elementem PR-u. Czasami bardzo skutecznego.

— Pewien właściciel bardzo lubił rock'n'roll i stwarzał wykonawcom tak miłą atmosferę, że wracali do jego hotelu nawet prywatnie. Doszło do sytuacji, że kwatrowali się w nim wszyscy odwiedzający dane miasto rockmani, co z kolei kusiło innych gości. Miejsce zyskało bowiem markę takiego, w którym można spotkać znanych ludzi — wspomina Krzysztof Ranus.

A co z potencjalnymi szkodami w rodzaju telewizorów fruwających przez okna do hotelowego basenu podczas słynnych rockowych imprez? Pouczający może być przykład pewnego hotelu w Zurychu, z którego za demolkę wyrzucono kiedyś Rolling Stonesów. Ci obrazili się na śmierć i życie i już nigdy do niego nie wrócili, nawet mimo oferty skorzystania z usług... za darmo.

SPRZĘT

Podstawowym dokumentem, jaki udostępnia organizatorowi wykonawca, jest tak zwany rider techniczny. Zawiera on listę potrzebnego sprzętu (głośniki, mikrofony, kable, mikser, rack efektowy), schemat podłączeń poszczególnych urządzeń do konsoli oraz plan rozstawienia sprzętu nagłośnieniowego i oświetleniowego na scenie. Rider może być mniej lub bardziej szczegółowy: sześciuosobowy zespół Dżem mieści wszystkie informacje na dwóch stronach, ale już solista Stachurski na dziesięć.

W riderze każdy zespół wyznacza markę i rodzaj poszczególnych urządzeń. Każdy ma inne preferencje, dlatego organizatorzy korzystają z usług firm wynajmujących nagłośnienie i oświetlenie wraz z obsługą. Tych

ostatnich jest niewiele — ze względu na koszty.

— Dobrej klasy konsolaeta renomowanej firmy Midas to wydatek rzędu 700 tysięcy złotych, jeden „pasek” klasowych głośników to 25 tysięcy, a na średniej wielkości koncert potrzeba ich kilka, kilkanaście — szacuje Mirosław Michalski z firmy Fotis. O jej renomie świadczy lista współpracujących wykonawców: tylko w ubiegłym roku Fotis nagłośnił 5 występów Red Hot Chili Peppers w Europie, a w Polsce Pearl Jam, Genesis i Joe Cockera. Opłacalność takiej firmy także zależy od dobrej logistyki: jak mówi Michalski, latem zdarzył się weekend, w którym sprzęt Fotisa „pracował na siebie” jednocześnie na jedenastu imprezach.

Aby uniknąć niespodzianek, wykonawcy w riderach często wprost podają nazwy akceptowanych firm nagłaśniających i oświetlających. Od nich bowiem w dużej mierze zależy, czy wrażenie widzów po występie będzie pozytywne.

ZAMIAST PODSUMOWANIA

Wszyscy rozmówcy są zgodni w jednym — nie da się stworzyć jednego wzorca postępowania dla organizatora muzycznego wydarzenia. Każdy wykonawca ma bowiem swoją specyfikę i wymagania: począwszy od standardu podróżowania, poprzez sposób zakwaterowania, a przede wszystkim uwarunkowania techniczne, dotyczące nagłośnienia i oświetlenia.

Kryterium to skala działalności, wynikająca z popularności. Zasada jest prosta: im większe powodzenie, tym więcej czynników do uwzględnienia w planowaniu występów. Jest jeszcze jedna podobna zależność: im większa popularność, tym wyższe honorarium. Zespołom bluesowym i debiutantom płaci się około 2000 złotych, gwiazdy polskiego rocka (Myslovitz, Kult) za koncerty klubowe biorą około 20 tysięcy, będąca u szczytu powodzenia Doda bierze około 45 tysięcy, zaś za plenerowy występ (na przykład sylwestrowy) kultowego Perfectu czy Maryli Rodowicz trzeba zapłacić od 70 do 100 tysięcy złotych. ■

Autor tekstu Marcin Kostaszuk jest dziennikarzem muzycznym, szefem działu kulturalnego dziennika „Polska Głos Wielkopolski”

STRATEGIA GIGANTÓW

Ubiegłoroczny występ The Rolling Stones na warszawskim Służewcu był jak do tej pory największym pod względem technicznego rozmachu koncertem w Polsce.

Na Torze Wyścigów Konnych stanęła największa na świecie scena, o wymiarach 30 metrów głębokości, 70 metrów szerokości i 28 metrów wysokości. Przywiozło ją 40 samochodów ciężarowych, a montowało przez pięć dni 80 osób z pomocą czterech dźwigów i 10 wózków widłowych. Nagłośnienie, oświetlenie i pozostały sprzęt to kolejne 40 ciężarówek. Aby koncerty mogły odbywać się co kilka dni w Europie, Stonesi wynajęli trzy identyczne sceny. Wykorzystana została także druga, mała scena umieszczona wśród publiczności. Aby zapewnić dobrą widoczność artystów, wśród publiczności zamontowane były specjalne ekrany oraz tak zwane linie opóźniające z dodatkowymi kolumnami nagłośnienia, zapewniające doskonałą jakość dźwięku.

REKLAMA

RB Logistic
Logistics & Transport & Forwarding

RB Transport
Logistics & Transport & Forwarding

Nowoczesne i wyjątkowo zlokalizowane centra logistyczno-dystrybucyjne

- Magazynowanie/Logistyka kontraktowa
- Profesjonalna i pełna obsługa logistyczna
- Nowoczesny i elastyczny system IT
- Co-packing, etykietowanie, przepakowywanie
- Transport i spedycja międzynarodowa
- Sprawdzony system dystrybucji
- Doskonałe referencje obsługiwanych klientów

**Budowa terminali magazynowych w oparciu o sprawdzone rozwiązania
Doświadczony zespół pracowników**



**LOGISTYKA
I MAGAZYNOWANIE**
RB Logistic Sp. z o.o.
Al. 1000-lecia 2a,
32-300 Olkusz
tel.: +48 32 754 78 00

**PROJEKTY
LOGISTYCZNE**
RB Logistic Sp. z o.o.
ul. Jakubowska 10/1,
03-902 Warszawa
tel.: +48 22 617 05 30

**SPEDYCJA
I TRANSPORT**
RB Transport Sp. z o.o.
ul. Jakubowska 10/1,
03-902 Warszawa
tel.: +48 22 617 05 05

www.rblogistic.pl
www.rbtransport.pl