



dem Gesang) in einem Rutsch aufzunehmen. Zwar sind auch schrittweise Aufnahmen (von den Drums ausgehend, ein Instrument nach dem anderen) möglich, doch klingt das steriler und läßt quasi keine Spontanität zwischen den Musikern zu. Gleichfalls können auch 24-Spur-Digitalaufnahmen bei Jericho getätigt werden. Für eine CD-Release-Party bietet sich ein Auftritt im Saal des Bonhoefferhauses an, den die Betreiber Jens-Markus Meier und Andreas Schiklowski gerne vermitteln. Außerdem brennt Jens Kleinstauflagen von CDs gleich selbst.

Und dann verstaubten sie

Wer größere Auflagen plant, greift auf ein professionelles Preßwerk zurück: schließlich wird in Fachmagazinen oft genug der Service eines vierfarbigen Booklets, Beschriftung der Scheibe etcetera gleich mitgeliefert, und das zu einem Preis, der nur geringfügig höher liegt als der, den man für CD-Rohlinge zu bezahlen hat. Vorsicht ist angesagt: wie immer, wenn es um Vervielfältigung geht, wird der Einzelpreis bei steigender Auflage erheblich günstiger, doch sollte man sich vorher überlegen, wie man die Teile auch wieder loswird.



Jens-Markus Meier bei der Arbeit

Schade, daß die „ewigen Verlierer“ das nicht getan haben, als sie ihr Geld zusammenschmissen und einen Auftrag für 3.000 CDs rausschickten. Die Augen glänzten ange-

sichts einer - wie man sagen muß - Milchmädchenrechnung. Nichts gegen Milchmädchen, aber 3.000 CDs mit einem Verkaufspreis von 30 Mark zu multiplizieren und sich so einen Gewinn von über 60.000 Mark auszurechnen, war ziemlich naiv, denn unbekannte Bands sollten Tonträger nicht in erster Linie zum Verkaufen, sondern zum kostenlosen Verschicken verwenden - zumindest, wenn nicht ein Großteil der Silberlinge bis zum jüngsten Tag in ungeöffneten Pappkartons verbleiben soll.

Raus aus der Backstage!

Um die Kosten hineinzubekommen, empfiehlt es sich, etwa die Hälfte der Scheiben für Werbungszwecke (beispielsweise an Freunde, lokale Veranstalter, Musikzeitschriften oder Stadtmagazine wie das, in dem diese Worte stehen) einzuplanen und den Rest auf den Gigs zu verkaufen. Da viele Menschen nach wie vor für die Stones durch die halbe Republik reisen, die Musik ihrer Nachbarn aber für minderwertig halten, möchten sie nicht viel bezahlen - wenn sie nicht ohnehin erwarten, eine geschenkt zu bekommen. 20 oder 25 Mark - mehr sollte es nicht sein. Wie viele Bands machen übrigens auch die „Ewigen“ den Fehler, daß sie ihre CD auf der Bühne erwähnen und dann dem Publikum keine Möglichkeit geben, sie käuflich zu erwerben! In der Backstage haben die Dinger nichts verloren! Ein treuer Freund, der im Eingangsbereich die Teile verscherbelt, ist sicherlich die bessere Idee.

Eine umfangreiche Liste mit Tonstudios folgt aus Platzgründen auf der Regionalband-Seite in der April-Ausgabe!

musikmesse weekend



**06.-07.
März
1999**

Live on stage auf der Musikmesse.

„Jazz-Power“

Charly Antolini:

So. 12:00h/14:00h

Bill Bruford &

Kenny Aronoff:

Sa. 11:30h/15:30h

So. 10:30h/15:30h

John „Jabo“ Starks &

Clyde Stubblefield:

Sa. 13:30h & So. 12:30h

Yngwie Malmsteen:

Sa. 18:00h – 20.00h

Mike Mainieri:

So. 15:00h – 15:30h

(und weitere 100 Top-Musiker auf 5 Bühnen.)

**auf dem Messegelände
Frankfurt am Main**

Eintrittspreise: An der Tageskasse: 31,- DM •
Ermäßigung für Schüler und Studenten: 20,- DM •
Kinder von 6–12 Jahren: 12,- DM

Mit freundlicher Unterstützung

