

# Jak mohu podpořit svou hudbu v digitálních obchodech v roce 2023?

Již dlouho je poměrně jasné, že digitální platformy typu Spotify, Apple Music, YouTube a další našly své pevné místo na trhu a staly se nedílnou a velmi důležitou součástí hudebního průmyslu. Jejich výnosy rok od roku stoupají oproti klesajícím prodejm fyzických nosičů, v tomto případě hlavně CD. Streamovat hudbu je dnes jednoduché a každý dnes může mít miliony skladeb ve svém mobilu, jak rády propagují zmiňované platformy. Je tedy jasné, co bude udávat trend do budoucna, a současní umělci již vědí, že nemít přístup do Spotify for Artists a nemít proveden tzv. pitch nového singlu do playlistů je v podstatě velká chyba.

TEXT: TOMÁŠ LACINA, PAVEL TURNER (Believe)

Pojďme se tedy společně podívat na to, jak vypadá současný hudební trh v České republice, jakým způsobem dnes umělci mohou distribuovat své nahrávky do digitálních obchodů a hlavně jak je na těchto platformách možné podpořit a promovat svůj singl či album.

## Řečí čísel

Převedeme-li velikost trhu na peníze, tak podle pravidelného globálního reportu IFPI dosáhly výnosy hudebního průmyslu v České republice v roce 2021 celkové výše 65,8 milionu dolarů (data za rok 2022 v době přípravy článku ještě

nebyla k dispozici). Z toho 54,7 % z této částky patří streamingu, 1,9 % downloadu, 15,3 % fyzickým nosičům, 26,1 % výnosům z práv výkonných umělců a 2 % připadají na synchronizaci (pozn. redakce: OSA vybral ze streamingu v roce 2021 pro autory 58 mil. Kč, v roce 2022 79 mil. Kč).

V kategorii TOP 5 digitálních obchodů dle počtu předplacených služeb se na prvních pěti místech umístily, v abecedním pořadí, Apple Music, Deezer, Spotify, Tidal a YouTube. A jedno dodatkové číslo, abychom čtenáře nezahltali mnoha údaji, v meziročním srovnání let 2020 a 2021 došlo k nárůstu trhu o 19,5 %.

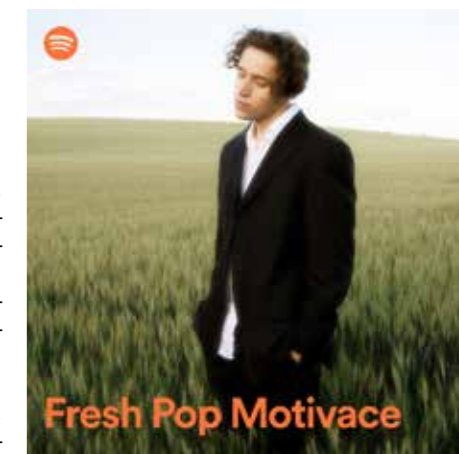
Z výše uvedeného asi nikoho nepřekvapí, že stoupá i počet placených předplatných. V meziročním srovnání je to vidět na loňském roce versus roce 2021, kdy byl nárůst o 26 %, a v porovnání s rokem 2020 dokonce o 72 %.

## Možnosti digitální distribuce v ČR

Dostat svou hudbu do digitálních obchodů je dnes již docela jednoduché a existuje dost způsobů, jak to provést. Některé z nich jsou funkční i na tuzem-

jinam. Menší nevýhodou může být, že pokud potřebujete něco změnit nebo se na něco dotázat, komunikovat lze pouze přes jejich jednotný e-mailový support. Většinou fungují v angličtině. U nás nejnámější a patrně nejoblíbenější jsou, mimo jiné, DistroKid, TuneCore, Aval nebo CD Baby.

Další možností je využití lokálních nezávislých distributorů. Výhodou je možnost domluvit vše napřímo v češtině se zástupcem distributora. U nás takto funguje například portál Prodejhudbu.cz. Pak ještě zbývají velké zahraniční distribuce, které mají zastoupení ve většině zemí po celém světě a věnují se nejen distribuci, ale i propagaci vaší hudby na jednotlivých platformách a de facto suplují systém velkých major labelů. Fungují na procentuálním dělení. V České republice je to například francouzský distributor Believe, který v Česku a na Slovensku funguje od roku 2013.



Obr. 1

k vyšší streamovanosti, a tím i k vyšším příjmům umělce/vydavatele.

Pojďme se nyní podívat, jaké možnosti platformy poskytují a jak je co nejlépe využít.



Obr. 2

ském hudebním trhu. Nejjednodušší možností a pro začínající umělce možná nejlepší variantou je použít některého z takzvaných agregátorů. Vytvoříte si účet, nahrajete album či singl, zaplatíte poplatek za nahrání, a vaše hudba se objeví na Spotify, iTunes a v dalších storech. Vypadá to jednoduše, ale samozřejmě ne všichni agregátoři to mají nastaveno stejně, někteří si ještě mohou strhnout roční poplatek nebo naopak fungují na procentuálním rozdělení výnosů. Výhodou je, že máte vše pod kontrolou a kdykoliv můžete přejít

## Nejjednodušší možností a pro začínající umělce možná nejlepší variantou je použít některého z takzvaných agregátorů.

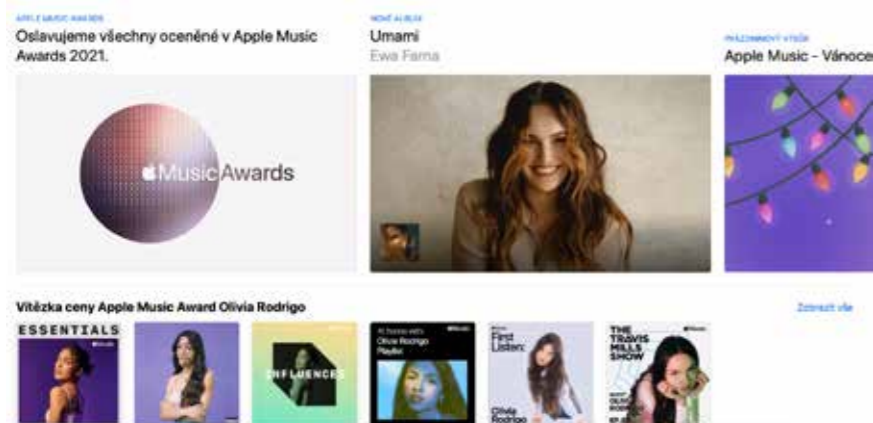
### Co umělce a vydavatelství zajímá nejvíce?

Jednou z nejdůležitějších věcí pro umělce i vydavatelství jsou možnosti, jak v rámci digitálních platform propagovat svoji hudbu. Zviditelňuje se tak umělec, ale přirozeně takové zviditelnění vede

Nejčastější a zároveň pro umělce i uživatele asi nejzajímavější formou podpory je zahrnutí releasu umělce do tzv. editorial playlistů, které sestavují týmy editorů jednotlivých platform. Takové playlisty bývají nejčastěji žánrové nebo jinak tematické. Důležité pro prezentaci lokálních umělců v tomto



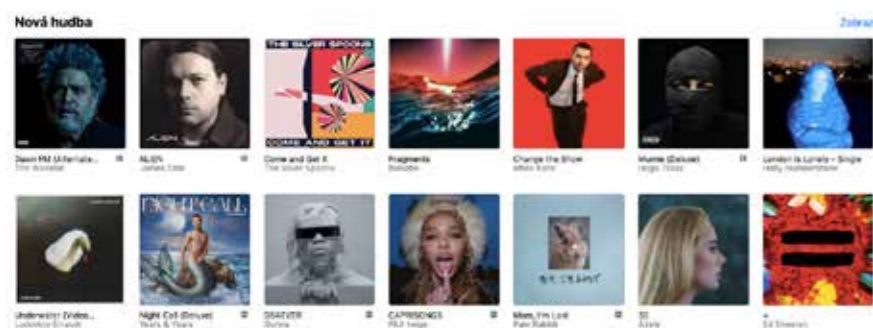
## Prohlížení



Obr. 3a

případě je, zdali má platforma v daném regionu editorský tým, což není vždy samozřejmostí. V současnosti pro český a slovenský trh fungují editorské týmy pouze u dvou nejsilnějších streamovacích platform v našem regionu – Spotify a Apple Music. V minulosti tomu tak bylo i v případě služby Deezer, která však již editorský tým ze střední a východní Evropy stáhla. Není asi překvapením, že streamovací platformy se o tomto často rozhodují na základě vývoje velikosti trhu a trendu v počtu předplatitelů.

Nejrozvinutější systém podpory releases a umělců má bezpochyby služba



Obr. 3b

Spotify. Kromě zahrnutí do playlistů mohou být umělci prezentováni také na obálkách (coverech) playlistů, což je pro zviditelnění umělce velmi zajímavé (viz obrázek 1). Spotify může většinou významnější releases podpořit také různými bannery na hlavní stránce aplikace (homepage takeover), které se zobrazují

uživatelům placené (Premium) nebo neplacené (Freemium) verze služby (viz obrázek 2). Jelikož má Spotify tyto dvě formy, předplatitelskou a neplacenou verzi, prostor dostává i komerční formát reklam (audio, video, bannery) doručovaných uživatelům Freemium verze. Takové reklamy většinou probíhají v rámci

větších kampaní a rozpočtů, a bývají tak často nakupovány spíše velkými distributory nebo vydavatelstvími. Na některých trzích už ale funguje nástroj s názvem Marquee, který umožňuje jednotlivým umělcům nakupovat a nastavit jednorázové kampaně ve formě bannerů, které vyskočí na uživatele při otevření mobilní aplikace. Tento formát je také jediným v rámci všech digitálních platform, který cílí jak na uživatele Freemium verze, tak i na předplatitele, kteří projeví v minulosti zájem o vaši hudbu. Na českém a slovenském trhu není ještě nástroj k dispozici, ale je pravděpodobné, že se ho zanedlouho

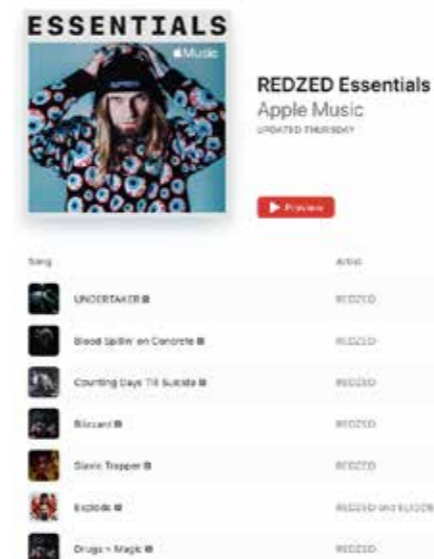
## Nejrozvinutější systém podpory releases a umělců má bezpochyby služba Spotify. Kromě zahrnutí do playlistů mohou být umělci prezentováni také na obálkách (coverech) playlistů, což je pro zviditelnění umělce velmi zajímavé...

také dočkáme. Dalším prostorem, který Spotify pro propagaci umělců a jejich releases poskytuje, jsou sociální sítě, a to prostřednictvím instagramového profilu Spotify pro jednotlivé země, jehož česká verze (@spotifyczechrepublic) byla založena přibližně před 2 roky, a poskytuje tak platformu pro české, ale i slovenské umělce. Spotify zde propaguje umělce formou postů, stories, ale i speciálních relací jako převzetí celého profilu umělcem na jeden den apod. Netřeba zdůrazňovat, že taková podpora je v dnešní době velmi hodnotná.

Tento celý koncept Spotify, vytvořit společně s umělci komunitu, se odráží i v uživatelském prostředí pro umělce Spotify for Artists, kde umělci mohou kromě sledování statistik o jejich katalogu také přímo nabízet svoji novou hudbu ke zvážení editorům.

I druhá streamingová platforma v pořadí co do počtu předplatitelů, Apple

Music, nabízí řadu způsobů promování nových releases. Ve srovnání se Spotify je ale prostoru méně, včetně možností interakce platformy, uživatelů a umělců. Apple Music sice také disponuje vlastním rozhraním pro umělce, nicméně její možnosti jsou omezené. Platforma poskytuje prostor pro zviditelnění umělců prostřednictvím žánrových a tematických editorial playlistů, které však nemají personalizovanou obálku, a dále prostřednictvím bannerů na hlavní stránce (tzv. heroes) a bannerů soustřeďujících se na novinky (viz obrázek 3). Zajímavým formátem jsou tzv. essentials, což je jakési „best of“ umělce, které Apple Music nabízí sledovanějším umělcům



Obr. 4a

a tento playlist následně prezentuje na své hlavní stránce (viz obrázek 4).

### Jak nejlépe připravit svůj release pro úspěch na platformách?

Viděli jsme, jaké možnosti platformy v našem regionu nabízejí. Jak ale získat tuto podporu pro svůj release? Již jsme zmiňovali, že Spotify například umožňuje nabídnout přes uživatelské

## I druhá streamingová platforma v pořadí co do počtu předplatitelů, Apple Music, nabízí řadu způsobů promování nových releases. Ve srovnání se Spotify je ale prostoru méně, včetně možností interakce platformy, uživatelů a umělců.

rozhraní Spotify for Artists svoji hudbu editorům napřímou. Je ale zřejmé, že množství těchto požadavků je značné a není snadné se ve vysoce kompetitivním prostředí prosadit. Důležité je proto nalézt distribučního partnera

před samotným vydáním, kdy je vhodné mít připravené všechny potřebné materiály k vydání, jako finální master, obal alba/singlu, promo fotografie umělce, popis vydávaného projektu, PR a marketingový plán. Tento kontext je velmi

### Essentials

Ewa Farna Essentials  
Apple Music

Obr. 4b

s prémiovým přístupem k jednotlivým digitálním platformám, který pomůže váš track nebo album prosadit do playlistů a vyjednat další podporu ve formě bannerů, reklam nebo prezentací na sociálních sítích. Nesmíme ale také opomíjet přípravu na straně umělce nebo vydavatelství. V tomto ohledu je zásadní mít dobře sestavený release plán s dostatečnou četností a pravidelností nových vydání. V release plánu je třeba počítat také s lhůtami (3–4 týdny)

důležitou součástí každého tzv. pitchu, kdy váš distributor nabízí vaši hudbu editorům a snaží se je přesvědčit, že právě do ní by měli vložit svoji podporu. Mezinárodní distribuční společnosti jsou často schopné prosadit relevantní releases také v zahraničí, což je snem mnoha umělců. Zde je ale zmíněný kontext dvojnásob důležitý a prostý fakt, že „zpěvák má opravdu dobrou angličtinu“, většinou nestačí. ☒