Foto: archiv Davida Urbana

Intuice mizí. Promotérskou práci dneska zvládne cvičená opice s vhodnými nástroji

V říjnu uplyne třicet let od chvíle, kdy zorganizoval úplně první koncert. David Urban přišel této kratochvíli na chuť a od té doby přivezl do Česka jako promotér přes tisícovku umělců, od těch neznámých, začínajících až po světoznámé hvězdy, a to bez ohledu na žánr. Nemalou měrou tak ovlivňuje vkus posluchačů. A ve své práci stále ctí klasické metody. Možná jako jeden z mála.

TEXT: PETR ADÁMEK

Začněme od Adama. Popiš mi co nejsrozumitelněji, co je náplň tvojí práce.

Práce koncertního promotéra se točí kolem tří hlavních těžišť: umělec, místo, kampaň. V první fázi sháním produkt, tím se rozumí umělec. Pro něj připravuju vhodné zázemí a prostředí pro prezentaci, tedy zjednodušeně místo. A ve finále musím ten produkt prodat. To je kampaň. Říká se, že dělat promotéra je privilegovaná práce, já si ale myslím, že je to práce jako každá jiná. Proto jsem použil ty striktně ekonomické termíny.

A teď to zkusme vzít trochu konkrétněji. Co jsi třeba dneska dělal v kanceláři?

Dnes jsem doúčtovával koncert Hilltop Hoods ve Foru Karlín. To znamená, že jsem sháněl chybějící nákladové položky. Příjmové už máme, ale chybělo ještě dopočítat elektřinu a podobné věci. Mimo to se blíží konference v Anglii, na kterou se chystám, takže část dne jsem věnoval přípravě. A jako každé pondělí jsem kontroloval prodeje našich akcí. Na základě čísel pak upravuju nastavení kampaní nebo řeším větší zapojení lidí, kteří na tom dělají.

Předpokládám, že zrovna účetnictví není ta úplně zábavná část práce, nebo se pletu?

Naopak. Když je akce úspěšná a jsme v zisku, tak neznám lepší činnost než účtování.

Návrat do minulosti. Co bylo v 90. letech hlavním důvodem, proč ses rozhodl uspořádat první koncert?

Tehdy jsem hrával jako DJ, takže jsem se v téhle branži pohyboval. Měl jsem poměrně dobré organizační schopnosti, začal jsem něco dělat pro české kapely a postupně jsem přičichl k pořádání zahraničních akcí. Štvalo mě, že moje oblíbené umělce sem velké agentury nevozily, byla to pro ně ztráta času. A klubové promotéry jako Roberta Vlčka nebo Reného Brejlu zase zajímala jiná hudba. Tak jsem s tím začal sám. Všechno jsem se učil krok po kroku. Něco jsem v té době pochytil od Borka Holečka z Rachotu, se kterým jsem tehdy seděl v kanceláři. Když jsem kancelář opustil, pracoval jsem z domova. V začátcích jsem chodil s drobnými do budky nebo posílal faxy z práce od své sestry. Ve chvíli, kdy už jsem měl patřičné zázemí a vybavení, jsem byl jeden z prvních u nás, kdo začal používat pro komunikaci e-mail. Koncem 90. let byli i v Anglii agenti, co neměli e-mail, a všechno se posílalo faxem.

V začátcích jsem chodil s drobnými do budky nebo posílal faxy z práce od své sestry.

Jak bys srovnal tehdejší a dnešní podmínky?

Tehdy byl zásadní nedostatek informací. Roostery kapel nebyly volně k dispozici. Bylo těžké se k agentovi vůbec dostat, sehnat na něj kontakt. K Transglobal Underground, jedné z prvních velkých kapel, které jsem dělal, jsem se dostal přes místní Sony, které je vydávalo, a Aaron Kirtz, který byl velký fanoušek toho, o co jsem se snažil, mi sehnal kontakt na jejich agenta. Nejdříve jsem od něj dostal Revolutionary Dub Warriors, pak Loop Guru a pak přišli na řadu TGU. Dneska přitom existují servery, které za určitý obnos dokážou všechna data zprostředkovat. Získat všechny potřebné informace je jednoduché, pořádat pak samotný koncert je jen otázka peněz. Samotná práce, založená na určité intuici, postupně mizí. Někteří mí konkurenti už jedou čistě jen na podkladě dat, nikoli intuice. Na jednu stranu tu jsou tradiční nástroje, respektive zdroje dat, jako sledování hitparád, streamů nebo poslechovost v rádiích. A pak jsou analytické nástroje, které vygenerují, kolik potenciálních zákazníků dokáže daný umělec v konkrétní zemi oslovit.

Něco takového existuje?

Ano, ale nejsou to úplně levné věci. Já si za určité analytické nástroje platím řádově desetitisíce korun ročně. Proto říkám, že intuice odchází postupně do háje, protože tu promotérskou práci dneska zvládne udělat cvičená opice s vhodnými nástroji.

David Urban je spolupořadatelem slovenského festivalu Grape, foto: archiv Davida Urbana

Koncert Queens of the Stone Age ve Foru Karlín (2018), foto: archiv Davida Urbana

Vybavíš si svoji největší akci?

Jasně, byli to Parov Stelar v pražské Sportovní hale. Dělali jsme je celkem třikrát a na tom největším koncertě bylo devět tisíc lidí. Teď to trumfne Yungblud, ten už je vyprodaný, mělo by dorazit přes devět tisíc lidí.

To je hodně velký posun. Když k nám Yungblud přijel poprvé, měl původně vystupovat v Café V lese pro dvě stovky lidí.

Bylo to trochu jinak. Oznámili jsme ho do Café V lese, ale koncert se hned první den vyprodal, a nakonec hrál ve Futuru.

Blood Red Shoes – Futurum, foto: Čestmír Jíra

Inhaler – Lucerna Music Bar, foto: Čestmír Jíra

Futurum má kapacitu nějakých čtyři sta pět set lidí. Tentokrát bude mít dvacetkrát víc. Jaký je to pocit, u toho celou dobu být?

Když s někým takhle vyrůstáš, je to skvělý, jeden z nejlepších pocitů. Navíc se mi opravdu líbí, co Yungblud dělá. Dlouhodobě se hodně zlepšuje a dozrává. Podobný případ jako on je Tom Odell. Dělali jsme ho v Lucerna Music Baru, pak několikrát ve Foru Karlín a na podzim ho čeká taky Sportovka.

V jednom rozhovoru jsi říkal, že pořádat obří koncerty třeba v O2 areně tě neláká. Co kdyby situace s Yungbludem uzrála a příště by měl potenciál O2 arenu dát? Šel bys do toho?

Nepracuju tak, že bych uvažoval o velkých prostorech typu Eden, O2 arena nebo Letňany a vymýšlel, koho tam přivézt. Vnímám to obráceně. Hledám umělce a pro ně pak odpovídající místo. V současné době, pakliže by měl Yungblud potřebu hrát v takovém prostoru, určitě bych se snažil to zajistit. A pokud by si celosvětové turné nekoupil nadnárodní řetězec, rád bych si to vyzkoušel.

Děje se, že ti někdo vyfoukne umělce, se kterým jsi vyrůstal?

Ano, už se mi to několikrát stalo. A příliš radosti to určitě nepřinese.

Říkám si, jestli by nebylo ekonomicky zajímavější udělat každý měsíc jednu Sportovní halu než pět „myších děr“, jak s oblibou nazýváš Café V lese.

To by těch „myších děr“ muselo být tak sto, aby to bylo srovnatelné. Já mám ty malé prostory a kluby rád, vyhovuje mi to. Vyrostl jsem na tom. Baví mě, že konkrétně v Café V lese můžeš v klidu stát tři metry od pódia.

Stává se, že na akci proděláš?

Samozřejmě, to se mi stalo mnohokrát. Přesná čísla ti z hlavy neřeknu, ale bavíme se třeba o deseti patnácti procentech prodělečných akcí. Když ale na konci roku účtuju, tak jsem posledních patnáct let v plusu každoročně. Ten roční ukazatel je důležitější než měsíční.

Podle čeho si vybíráš kapely, které do Česka vozíš? Soustředíš se na své oblíbené umělce, anebo objíždíš showcasové festivaly a lovíš nová jména?

Od obojího trochu. A pak je tu ještě třetí proud. Nejsme jako agentura žánrově až tolik vyhranění, a jelikož je u nás obrovská konkurence, snažím se sledovat i určité trendy, zkrátka co zrovna jede. Vždycky

ale platí, že se mi to musí aspoň trochu líbit. Současně také platí, že nejsem promotér s cílovkou mezi patnácti a dvaceti lety. Pár takových věcí jsem zkoušel dělat, ale moc to nedopadlo. Tak si říkám, že se radši budu držet svého kopyta.

Když to srovnáš s minulostí, chodí vlastně lidi na koncerty?

Přichází období, kdy se po covidu lidi konečně vrací, to mluvím o letošku a konkrétně o koncertech zahraničních umělců pořádaných v Praze. Než v roce 2020 přišla tahle metla, tak to bylo mnohem lepší, celá desátá léta byla hodně úspěšná.

Jak vnímáš prostředí, ve kterém se pohybuješ, jako takové?

Řekl bych, že to prostředí je docela toxické. Já nemám hroší kůži, nejsem splachovací, takže jsem na to citlivější. Třeba se mi stalo, že nám na festivalu Grape kapela zrušila vystoupení. A když měli přijet příští rok, tak chtěli víc peněz. Tak agentovi vysvětluju, že by měl být trochu fér. A on na to: „Oddkdy je férovost součástí konceptu hudební branže?“ Někdo jiný je zase schopný říct, že jestli hledám loajalitu, tak si mám pořídit psa. Agenti jsou často arogantní, nepřístupní, nemilosrdní a povýšení. Samozřejmě to neplatí pro všechny a taky je nutné říct, že i oni mají nad sebou tlak.

A co tvoje konkurence v Česku? Je mezi vámi řevnivost, nebo respekt?

Od obojího trochu.

Oblíbená otázka – ridery. Stále se v nich objevují, řekněme, ne úplně legální položky? Říká se, že existuje i jakési krycí jméno: bílé ponožky.

Já s ridery nepřicházím až tolik do styku, mě vždy jen zajímá, kolik to bude stát, takže to nedokážu konkrétně posoudit. Doba je ale radikálně klidnější než dřív, přesto myslím, že to úplně nevymizelo. Tedy aspoň doufám, že jsou tu stále rockeři, kteří dělají alotria. A když ne oni, tak aspoň jejich crew. A ano, říká se tomu bílé ponožky.

Jak to máš v průběhu let s guestlisty? Otravují tě stále známí před koncerty?

Dřív se to dělo víc a byl jsem mnohem víc benevolentní a měkkej. Dneska to není až tak dramatické, možná je to tím, že celá moje generace zestárla a na akce už tolik nechodí. Když mi někdo zavolá, tak se rovnou zeptám: „A co děláš ty, že bychom to spolu vybarterovali?“

Předpokládám, že abys mohl dělat práci, kterou děláš, musíš být sám fanoušek muziky. Potkáváš se s kapelami v backstagi?

Yungblud – Malá sportovní hala, foto: Čestmír Jíra

Saint Agnes – Café V lese, foto: Čestmír Jíra

Agenti jsou často arogantní, nepřístupní, nemilosrdní a povýšení. Někdo je třeba schopný říct, že jestli hledám loajalitu, tak si mám pořídit psa.

Málokdy, už tam nechodím. Jen výjimečně jdu pozdravit staré známé, namátkou třeba The Subways, IAMX nebo Transglobal Underground. Jinak ne.

Vedle sólo akcí máš zkušenosti i s bookingem na festivalech. Jak moc odlišná disciplína to je?

Když poptávám klasický koncert, tak si u nás nejčastěji konkurujeme s Fource nebo Amebou. Většinou se potkáváme s jedním dalším promotérem, výjimečně se dvěma. Když bookuješ festival, tak proti tobě stojí konkurence dvaceti festivalů po celé Evropě, často s mnohem vyšším budgetem. Navíc je rozdíl, když kapela jede na turné tři týdny v autobuse a hraje i ve všední dny. Oproti tomu festivaly probíhají jen o víkendech, takže se reálně bavíme o nějakých osmi dnech v měsíci, což jsou pro booking mnohem náročnější dispozice. Ve výsledku kapela, která v klubu stojí deset tisíc eur, stojí na festivalu klidně násobně tolik.

Co tě dnes ve tvé práci nejvíc omezuje?

Co se týká Prahy, jsou to poplatky za živou produkci. Ty se jinak platí jenom v Maďarsku, žádné další okolní země to nemají. Ve Foru Karlín jsou to 3 % z tržeb, na Praze 7 je to mezi 1,5 % a 2,5 %. Na Praze 4 u venkovních akcí dokonce 5 %, to je ten neslavný Lex Ledárny a pan Záhora. Potom mě štve někdy až zbytečné množství byrokracie a papírování. Krásný příklad je povolení jízdy kamionu v neděli, eventuálně v době prázdnin, kdy je to striktnější. U nás žádáte čtrnáct dní před akcí o povolení jízdy s informacemi, kde daný kamion vjede do Česka a kde vyjede, potažmo jakého koncertu či kulturní události se to týká. Všude kolem stačí promotérovo čestné prohlášení, že dotyčný kamion přiváží techniku na ten a ten koncert.

Jak moc je tvoje práce vzrušující a jak moc se z ní stala rutina?

Když ti chybí dva dny před koncertem tři tisíce prodaných vstupenek, tak si myslím, že to docela vzrušující je. (smích) Ne že by se mi to poslední dobou dělo, nebo alespoň ne v takovém rozsahu.

Dokážeš odhadnout, jak dlouho ještě můžeš u své práce vydržet?

Letos mi bylo šedesát. Odhadoval bych to ještě na deset let. I když nevím, co by pak měl člověk dělat. Sedět v parku a krmit holuby? Myslím, že nějakou dobu tady ještě strašit budu. ●