



Foto: Petr Klapper

Jugi

Booking není jen o tom, aby si kapela odvezla smluvený honorář

Pokud v Česku dlouhodobě existuje místo vhodné pro živé hraní, ví o něm. Alespoň to o sobě Tomáš „Jugi“ Staněk tvrdí. A jakožto člověku, který v zavedené bookingové agentuře RedHead dlouhé roky zajišťuje desítkám umělců koncerty, není důvod mu nevěřit.

TEXT: PETR ADÁMEK

Jugi, jak jako booking agent vnímáš náplň svojí práce v té nejobecnější rovině?

Úkolem booking agenta je co nejlépe zastupovat umělce v jednání s pořadateli. Každý projekt přitom vyžaduje trochu něco jiného. Jsou umělci, kteří se na začátku potřebují hlavně ukázat, potřebují co nejvíc hrát, ideálně na místech, kde je uvidí co nejvíce lidí. V tomto stadiu kariéry není až tak podstatný honorář kapely, jde o to, ukázat se. Například poslední měsíce pomáháme kapele Byt č. 4. Jsou na začátku, vložili jsme do nich důvěru a postupnými kroky se snažíme přesvědčit lidi, že by jim měli dát šanci. Za velký úspěch považuju, že letos vystupovali na festivalu Hradý CZ. Podařilo se nám dostat je i jako support před zavedená jména. Díky tomu je vidí hodně lidí. Dobře na ně reagují, a tím pádem se kapela rychle posouvá. Kapela sama cítí, že se jim daří, a o to víc se snaží pracovat. To je model spolupráce, který nás všechny těší. Jinak samozřejmě pracujeme s projekty, které jsou na scéně delší dobu a mají za sebou již úspěšné singly a koncerty.

Jakým způsobem vytváříš jako booking agent strategii?

Vždy je třeba sledovat současný stav a nastavení kapely a pracovat s výhledem na dva až čtyři roky. Strategii obvykle rámuje určité období, např. release desky. Když má etablovaný umělec nové album, chce jej představit komplexně své fanouškovské základně. Tedy například v prvním roce po vydání alba jsou v rámci strategie preferované vlastní koncerty a turné. Často se plánuje jeden velký megakonzert spojený s křtem alba.

Velké koncerty mají nepochybně v rámci koncertní strategie význam. V rámci scény se pak mluví o tom, kdo vyprodal Forum Karlín nebo O2 arenu, a umělcova kariéra se tím posouvá nebo se upevňuje jeho postavení na scéně. Když je umělec ve fázi, kdy produkuje méně obsahu, dává se v rámci strategie přednost třeba hraní na festivalech, někdy velká kapela vyrazí i na klubové turné, aby si zažila atmosféru menších prostor a přiblížila se fanouškům. Strategii a možností je mnoho. Je to také o kapele samotné. Jsou kapely a umělci, kteří živé hraní stále milují a chtějí být spolu na pódiu a hrát co nejvíce, i když by třeba bylo v rámci strategie lepší zvolnit. I s tím musí umět booking agent pracovat.

Jak probíhá samotný proces bookování?

Je to proces, který se skládá z více fází. Od vybrání vhodné lokace a termínu přes logisticky vhodné usazení termínu, nasazení předprodeje, práci s eventem, promo a marketing akce až po vyúčtování akce. Určitě to není o tom, že se do kalendáře zapíše termín a tím to končí. Agent musí sledovat vývoj předprodejů, na základě toho ladit sám nebo ve spolupráci s lokálním promotérem investice do marketingu. Prodat promotérovi koncert, nestarat se o něj, pak přijet na místo, aniž by agent věděl, kolik je prodaných lístků, to je špatně. Opravdu nejde jen o to, aby si kapela odvezla smluvený honorář. Pro kapelu není strategicky dobré, když někde hraje pro málo lidí. Proto jedním z úkolů agenta je vybírat venues tak, aby bylo ideálně vždy vyprodáno. Je třeba dát pozor na přecenění

velikosti kapely nebo naopak na podcenění. To se stane, když booking agent není schopen navnímat aktuální pozici umělce, jeho stav na trhu, a udělá například turné do velkých sálů, ačkoliv kapela má klubový potenciál, nebo naopak.

Zmínil jsi kapelu Byt č. 4. Jak se vám povedlo dostat nováčky na tak obří akci?

V první řadě kapela sedla vkusu promotéra a šéfa Hradů Viktora Součka, který je sám rocker. Líbí se mu, proto-

a Jugiho kolega z RedHead, pozn. redaktora) má na YouTube pořad Pitevna, což je také dobrý zdroj informací o tom, co se na scéně děje. Když se shodneme, že tady něco takového chybí, jdeme do toho. Zajímají nás dlouhodobější spolupráce, a to i za cenu, že vývoj bude pomalejší. Samozřejmě se nám skupina musí jevit tak, že se za rok nerozpadne. Někdy už ta prvotní energie naznačuje, že to bude složité. Pokud si s někým máme plácnout, musíme z něj cítit talent, plíli, vytrvalost a taky pokoru. Zají-

solidní zvuk, světla a nějaké zázemí. V tu chvíli opravdu reálně pracujeme s dvacítkou míst. Je to takový vývoj. Kapely se do klubů nehrnou. Etablované skupiny si vydělají dost peněz v létě, pak dají přes rok pár vipek. Klubová turné nejezdí tak často jako dříve. Další věc je, že ubývají i samotní hudebníci. Když jsme s UDG začínali v Ústí nad Labem, napočítal jsem jen u nás v Ústí stovku kapel. Založit skupinu v klasickém složení zpěv, kytara, basa, bicí už dnes mladou generaci tolik nepřitahuje. Převažují rapové projekty, které muziku dělají doma na počítači. Osobně mě to trochu mrzí. Kromě toho ne všechny kluby a jejich majitelé či dramaturgové jsou schopni oslovit mladou cílovku, tedy dostávají se do situace, že nemají čím plnit program a ekonomicky se jim nedaří.

Váš byznys tedy stojí hlavně na letní sezoně?

Ano, festivaly a městské slavnosti, tedy od května do září, kdy třicet námi zastupovaných kapel má plné kalendáře, sednou do dodávek a jednou pátky i soboty, někdy i dvojáky. To funguje.

Existuje něco jako geografická diferenciace? Jsou konkrétní města, kde se do klubu chodí znatelně víc než jinde?

Ano. Když člověk dělá booking nějakou dobu, tak už ví, kde budou koncerty silné a kterými spíše jen doplní šňůru. Souvisí to jak s ekonomickou silou regionů, tak s kvalitou daného klubu, tedy s jeho oblibou. Perfektní byly vždycky akce v Kotelně v Litomyšli nebo ve Žlutém psu v Pardubicích. Naopak v „dírách“, jako je třeba Bastion v Jaroměři, to s návštěvností vždycky spíš drhlo.

Myslíš, že v Česku existuje koncertní prostor, který neznáš?

(dlouho přemýšlí) Spíš ne. Tím, že máme pestrou škálu umělců, od Pavla Čadka, který jede kavárny pro třicet až padesát lidí, přes kulturáky typu Davida Kollera po divadelní šňůry Anny K., tak si myslím, že pokud někde dlouhodobě existuje místo vhodné pro živé hraní, vím o něm.

Bavili jsme se o neutěšeném stavu na klubové scéně. Ty současně spolupořádáš i festivaly. Jaká je situace v tomto prostředí?

Klasických festivalů ubývá. V poslední době registruju zrušený Sázavafest nebo Přestěnice. Což byly tradiční festivaly. Příležitostí k hraní je ale stále dost. V Česku je velké množství městských slavností. Ty jsou financované z městských rozpočtů, tím pádem jsou kapelám schopné zaplatit vyšší honoráře než festivaly. Je to dobré pro kapelu, ale ne pro festivaly, které vše financují ze vstupného. Dělat festival je celkově složitý byznys. Kromě konkurence městských akcí, které jsou často zdarma, stárne i cílovka. Někdejší pravidelným návštěvníkům je dnes pětatřicet a víc a už pro ně není největší zážitek vyrazit na dvoudenní festák, tam si dát langoš, jít na toiku a spát ve stanu. Problém jsou taky rostoucí ceny kapel a kromě městských akcí festivalům nepomáhá ani fenomén koncertů v O2 areně. Umělci takovému koncertu pochopitelně udělají obrovské promo, lidé chtějí vidět jejich výjimečnou show, a pak už nemají tak velkou potřebu jít na kapelu na festival. Je to soubor mnoha věcí, ale klasické české festáky nezažívají zlatou éru.

Podílíš se na akci Prague Open Air. Jak moc problematické je dělat tuto letní sérii v situaci, kdy vám určití lidé dělají problémy kvůli hluku? Jinými slovy, jak silný soupeř je pro vás pan Závora (pozn. red.: občanský aktivista bojující proti hluku)?

To je velké téma, je to těžký soupeř, erudovaný a neuvěřitelně intenzivní. Kasárna Karlín dostal na stavební nedostatky, nikoli na problém s hlukem. V Ledárnách Braník hudba prakticky nikoho neruší. Nejsou tam obytné domy, prostor se nachází uvnitř dopravního uzlu. Hluk z dopravy je tam větší než hudební produkce, která navíc vždy končí před 22. hodinou. Máme vyladěný směrový aparát a dodržujeme limity. Jeho iniciativa útočí i na další hudební a kulturní akce v Česku. Lidé, kteří proti Ledárnám brojí, mají politické ambice a chtějí tímto tématem oslovovat



Putovní festival Přehrady fest, foto: archiv festivalu

potenciální voliče po celé ČR. Aktivita této skupiny prakticky usilují o zákaz veřejné produkce ve městech, což by bylo pro živou kulturu likvidační.

Další z projektů, na kterých se podílíš, se jmenuje Hudba na vinicích. O co jde?

To je projekt, z kterého mám velkou radost. Jednoduchá kombinace krásných venues, k tomu dobré víno od místních vinařů a k tomu kapely, na které lidé rádi chodí. Někdy něco strašně dlouho koumáš, vymýšlíš, přetváříš, a ono to nefunguje. A pak si něco jednoduše sedne a funguje to skoro samo. To je případ Hudby na vinicích.

Zpátky k bookingu. Máte s některým ze svých současných či už bývalých umělců vyslovené špatné zkušenosti?

Umělci jsou lidé, kteří často jednají spíše emotivně než racionálně. Na to jsme zvyklí. Když se objeví někdo s egem tak velkým, že spolupráce začne skřípat a začne přinášet více starostí než radostí, když se někdo stane tak náročným, že trávíme dvě hodiny denně obhajováním naší práce místo toho, abychom ten čas věnovali práci samotné, tak spolupráci ukončíme. Nikdy v tom ale není zlá krev, je to racionální rozhodnutí. V agentuře jsme kámoši a práce je pro nás i zábava a tuhle hodnotu musíme udržet.

Co drogy a alkohol? Je to u umělců problém, anebo máme oproti americkým kapelám z 80. a 90. let co dohánět?

My jsme dlouho dělali Hentai Corporation. Zastupoval jsem je v jejich nejdivočejších letech, takže tu zkušenost mám. Nebylo to nic hrozného. Promotéři našťáště věděli, koho si zvou, takže se až tolik nedivili, že něco vylétlo z hotelového pokoje nebo že byl v backstagi větší bordel než obvykle. Párkrát jsem řešil stížnosti, ale nic, co by stálo za řeč. Kluci byli divocí, ale současně jsou to inteligentní a hodní týpci. Často pak problémy sami urovnali.

Je někdo, koho nezastupujete, ale přáli byste si to?

Na rovinu říkám, že nás mrzí, že jsme přišli o spolupráci se Sofianem Medjemem. Stáli jsme u jeho úplných začátků, kdy Sofa vyhrál jednu talentovou soutěž. Vnímali jsme jeho talent, ale nedokázali jsme ho v daný moment správně uchopit, nebyli jsme dost rychlí a důslední. Nedošlo nám, jak rychle půjde nahoru a že se musíme dát okamžitě do akce. Zajímavé je, že Majkláč jako talent scout kdysi objevil Calina. Posílal nám jeho věci ještě v době, kdy o něm nikdo nevěděl. I tady jsme cítili potenciál, ale opět jsme ho nedokázali uchopit. Snad nám do budoucna podobné příležitosti utíkat nebudou. ☒



UDG ve Foru Karlín, foto: Petr Klapper

že mu připomíná Vypsanou fiXu, a cení, že i mladí kluci mají chuť dělat takovou muziku, dávají do toho energii a pohyb. Viktorovi patří velký dík. Ačkoliv stojí za největším českým koncertním seriálem, stále dokáže přijít do klubu podívat se na kapelu na vlastní oči. V tomto případě ho Byt č. 4 nadchl, tak jim dal šanci na festivalu, navíc ve skvělý hrací čas. Pro ty kluky je to sen.

Podle jakého klíče si vybíráte, koho budete zastupovat?

Chodí nám mnoho nabídek od kapel. Taky se věnujeme scoutingu, stále si mezi sebou s kolegy něco posíláme. Majkláč (Michal Novák, hudebník

mají nás i čísla, momentálně je nejdůležitějším ukazatelem Spotify.

Jak složité je dělat v dnešní době booking kapel do klubů?

Pamatuju si doby, kdy jsme na jaře s UDG odjeli turné o dvaceti zastávkách a na podzim turné o dalších dvaceti. A fungovalo to. To se v dnešní době zásadně změnilo. Ze stovky klubů a aktivních sálů, kde dělají koncerty, jich zbyla sotva polovina. Dobrých klubů je dvacet.

Dvacet?

Bavím se o těch smysluplných, které mají pódium o standardní velikosti,