



## **Leitfaden Musikproduktion**

Eine Handreichung für die Planung und Kalkulation einer Audio-  
Veröffentlichung

**Autor**

Wolfgang Gottlieb



## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung</b> .....	<b>3</b>
<b>2. Selbstreflexion</b> .....	<b>3</b>
<b>3. Musikproduktion</b> .....	<b>4</b>
3.1. Listenings .....	5
3.2. Formate (Edit, Cut) .....	5
3.3. Finanzplan .....	6
3.4. Projektdaten .....	7
<b>4. Social Media</b> .....	<b>8</b>
<b>5. Digitaler Vertrieb</b> .....	<b>9</b>
<b>6. Presse Info / Pressekit</b> .....	<b>9</b>
<b>7. Videos</b> .....	<b>10</b>
<b>8. Cover</b> .....	<b>11</b>
<b>9. Physische Veröffentlichung</b> .....	<b>11</b>
<b>10. Zeitplan</b> .....	<b>11</b>
<b>11. Häufige Fehler</b> .....	<b>14</b>
<b>12. Nützliche Links</b> .....	<b>15</b>



## Über das PopBoard NRW

Das PopBoard NRW ist die Vertretung der Popmusik des bevölkerungsreichsten Bundeslandes und hat sich als solches aus der aktiven Szene selbst gegründet. Es deckt die ganze Musiklandschaft ab – von den freischaffenden Musiker\*innen über die soziokulturellen Zentren und Clubs bis hin zu Labels, Verlagen und Vertrieben. Dabei ist es Ansprechpartner für Politik und Verwaltung, setzt sich für mehr Wertschätzung und Gleichberechtigung der Popmusik ein und bietet allen in der Popmusik aktiven Personen in NRW Unterstützung und Lösungsvorschläge.

<https://www.popboard.nrw/>

<https://www.instagram.com/popboardnrw/>

<https://www.linkedin.com/company/popboard-nrw>

<https://www.facebook.com/PopBoardNRW/>

## Gesellschafter



Das PopBoard NRW wird gefördert durch das

Ministerium für  
Kultur und Wissenschaft  
des Landes Nordrhein-Westfalen





## 1. Einleitung

Durch die fortschreitende Digitalisierung in den Bereichen Musikproduktion, Vertrieb und Marketing haben sich einerseits eine Vielzahl neuer Möglichkeiten ergeben. Einiges ist einfacher und auch kostengünstiger geworden. In der Theorie kann jeder ein enorm großes Publikum erreichen. Andererseits ist aber auch vieles unübersichtlicher und sogar komplizierter geworden. So ist es beispielsweise nahezu ausgeschlossen, sich als unbekannter Act bei einem Label zu bewerben, ohne bereits über eine größere Anzahl an Follower\*innen in den sozialen Netzwerken zu verfügen.

Dieser Leitfaden soll dir daher Orientierung dabei geben, was im Zusammenhang mit einer Audio-Veröffentlichung in der aktuellen Situation zu beachten ist.

Do it yourself (DIY) ist zu einem Schlagwort für viele unbekannte Künstler\*innen geworden, wenn es um die Veröffentlichung der eigenen Musik geht. DIY bedeutet jedoch auch, dass man sich selbst um alles kümmern und dazu die Spielregeln der Industrie kennen und diese berücksichtigen muss. Besonders das Erstellen und Einhalten von Zeit- und Budgetplänen wird von Newcomer\*innen oft vernachlässigt. Da diese aber enorm wichtig für den Erfolg eines Projektes sind, soll genau darüber Aufschluss gegeben werden.

---

## 2. Selbstreflexion

Als Erstes sollte man sich selbst gut einschätzen können. Natürlich ist ein gesundes Selbstbewusstsein wichtig, aber sich selbst zu überschätzen ist nicht förderlich für eine Karriere im Musikbusiness. Genauso wenig führt es zum Ziel, sich unter Wert zu verkaufen. Heutzutage gibt es jedoch Faktoren, anhand derer man gut reflektieren kann, welchen Stellenwert man selbst in der Musiklandschaft hat. Ein erster Indikator kann eine Suchmaschinenabfrage zum eigenen Namen sein, um zu sehen, was im Internet zur eigenen Person zu finden ist.

Dann dient sicherlich die Anzahl der Konzertbesucher\*innen als wichtige Kennzahl. Spielt man beispielsweise in der Stadt, aus der man kommt, ein Konzert, das nur von 20 zahlenden Gästen besucht wird, macht es in der Regel wenig Sinn, Konzerte in anderen Städten zu spielen in der Hoffnung, dort mehr Besucher\*innen zu bekommen. Der Satz "Think global, act local" wird in verschiedenen Kontexten wie Planung, Umwelt, Bildung, Mathematik und Wirtschaft verwendet. Für DIY-Künstler\*innen bedeutet das, die Möglichkeiten des Internets zu nutzen und global Menschen anzusprechen, aber die Möglichkeiten der Fanrekrutierung in der eigenen Stadt nicht zu vergessen. Dort kann man klassisch mit Flyern oder Postern werben. Die Lokalpresse unterstützt oft heimische Künstler\*innen und auch die gute alte Mund-zu-Mund-Verbreitung sollte eingesetzt werden. Wenn ihr ein Konzert in der Heimatstadt habt, spricht Freund\*innen und Familie an und bittet sie, euch zu unterstützen,



um eine Fanbasis zu generieren. Zudem gibt es des Öfteren Veranstaltungsreihen für neue Künstler\*innen oder Partys mit Livemusik, die in der Regel gut besucht sind und bei denen man mit einem Auftritt neue Fans für sich gewinnen kann.

Follower\*innen-Zahlen in den sozialen Medien sind für jede\*n sichtbar und stellen daher mittlerweile eine wichtige Kennzahl für die Musikindustrie dar. Die Zeit, die man für das Kreieren und Posten der Inhalte nutzt, sollte daher wie Arbeitszeit verstanden werden. Erst einmal ist es ratsam, über die Form der Inhalte nachzudenken. Sie sollten dem Format gerecht werden und nicht zu kompliziert in der Herstellung sein. Ein aufwendig produziertes, längeres Video einmal im Monat wird dich weniger zum Erfolg führen, als schnell produzierte, kurze und interessante Videos, die du täglich herstellen und veröffentlichen kannst. Es ist wichtig, regelmäßig und in kurzen Zeitabständen "Content" zu erstellen und zu veröffentlichen. Es lohnt sich, am Ball zu bleiben“, auch wenn der Erfolg am Anfang ausbleibt. Hartnäckigkeit ist ein wesentlicher Faktor in der Welt der sozialen Medien. Zudem sollten die verschiedenen Plattformen miteinander vernetzt sein, sodass zum Beispiel ein TikTok-Reel automatisch auf YouTube, Instagram und Facebook gepostet wird. Das von der Plattform TikTok entwickelte Format "Reels" (kurze Videos im Hochformat), ist mittlerweile unerlässlich, wenn man in den sozialen Medien Reichweite erzeugen möchte. Für "richtige" Musikvideos im Querformat hat sich YouTube komplett durchgesetzt und im Moment gibt es kaum eine nennenswerte Alternative.<sup>1</sup>

Wenn man auf den Plattformen in den Bereich sechsstelliger Follower\*innen, Abonnent\*innen oder Views kommt, ist man auch plötzlich für größere Partner wie ein Musiklabel interessant.

---

### 3. Musikproduktion

Heutzutage ist es, gerade was elektronisch erzeugte Musik angeht, möglich, ohne ein großes Tonstudio mit Aufnahmeräumen und einer Regie, Produktionen in guter Qualität herzustellen. Dadurch ist die Fertigung solcher Musik auch deutlich günstiger geworden. Dennoch solltest du beachten, dass bestimmte Vorgänge wie das Aufnehmen mit Mikrofonen, das Mixen oder besonders das Mastern durch Profis zu einer deutlichen Verbesserung deiner Produktion führen kann, auch wenn damit Kosten verbunden sind. Es ist daher ratsam, vorab ein Budget für die Musikproduktion festzulegen. Kleinere Studios fangen hier mit einem Tagessatz von etwa 300 Euro an, größere und renommiertere Studios können bis 1.000 Euro am Tag oder mehr kosten.

---

<sup>1</sup> Mehr zu Thema Social Media und Posting-Strategien findet ihr in unserem **Leitfaden Social Media**.



Im Vorfeld solltest du unbedingt deine musikalischen Ziele definieren. Welche Art von Musik möchtest du produzieren? Welches Genre, welche Stimmung, welches Publikum möchtest du ansprechen? Suche dann ähnliche Produktionen, um deine eigene an diese anzupassen. Du kannst auch Gespräche mit anderen Künstler\*innen und Produzent\*innen führen um deine Ziele zu definieren.

Wähle eine geeignete DAW (Digital Audio Workstation) aus. Entscheide dich für eine Software, die sowohl deinen Anforderungen als auch deinem Budget entspricht. Die Kosten können dabei recht unterschiedlich sein, von Open-Source-Anwendungen wie Reaper für 60 US-Dollar oder Ardour für 120 US-Dollar bis hin zu Industrieprogrammen wie Ableton Live 12 Suite für 599 Euro oder Avid Pro Tools Studio Perpetual für 700 Euro. Bei Aufnahmen von Instrumenten und Stimmen stelle sicher, dass der Raum nicht zu räumlich klingt und frei von Störgeräuschen (Lüftungen, Umgebungsgeräusche etc.) ist und dein Equipment, wie das Mikrofon und das Audio Interface, professionellen Ansprüchen genügt.

Editing und Mixing ist unglaublich wichtig und setzt Erfahrung und technisches Know-How voraus. Bearbeite die aufgenommenen Spuren, um eine kohärente Klanglandschaft zu schaffen. Du kannst auch mit Effekten experimentieren, um den gewünschten Sound zu erreichen. Wenn du das DIY durchführen möchtest, solltest du dich auf Fachbücher oder Lehrvideos auf YouTube oder LinkedIn Learning beziehen. Falls du damit nicht vertraut bist, frage in deinem Umfeld nach Personen, die dir dabei helfen können.

Das Mastering ist sicherlich der komplexeste und schwierigste Vorgang. Es geht um die Anpassung und Optimierung des Mixes an unterschiedliche Wiedergabesysteme und Einhaltung der jeweiligen technischen Anforderungen, was die Lautheit und die Stereobreite angeht. Das sollte man auf jeden Fall professionell umsetzen lassen oder eine KI<sup>2</sup> benutzen, wenn die Klangqualität ausreicht. Es ist ratsam, Dritte in den Prozess einzubeziehen, da sie den nötigen Abstand zur Beurteilung des Audiomaterials haben. Die Kosten für ein professionelles Mastering belaufen sich auf etwa 100 Euro pro Song. Es gibt auch Angebote im Internet für 25 oder 50 US-Dollar pro Song, aber dabei weiß man nie, was man bekommen wird und nachträgliche Änderungswünsche sind oft mit weiteren Kosten verbunden.

### **3.1. Listenings**

Höre regelmäßig deine eigenen Tracks und vergleiche sie mit Referenzaufnahmen, um dein Gehör zu schulen und deine Produktionen zu verbessern. Hole dir Feedback von Freund\*innen, Familienmitgliedern oder anderen Musikproduzent\*innen, um verschiedene

---

<sup>2</sup> Mehr zum Thema KI findet ihr in unserem **Handbuch KI**: [https://www.popboard.nrw/handbuecher/#dearflip-df\\_22494/1/](https://www.popboard.nrw/handbuecher/#dearflip-df_22494/1/)



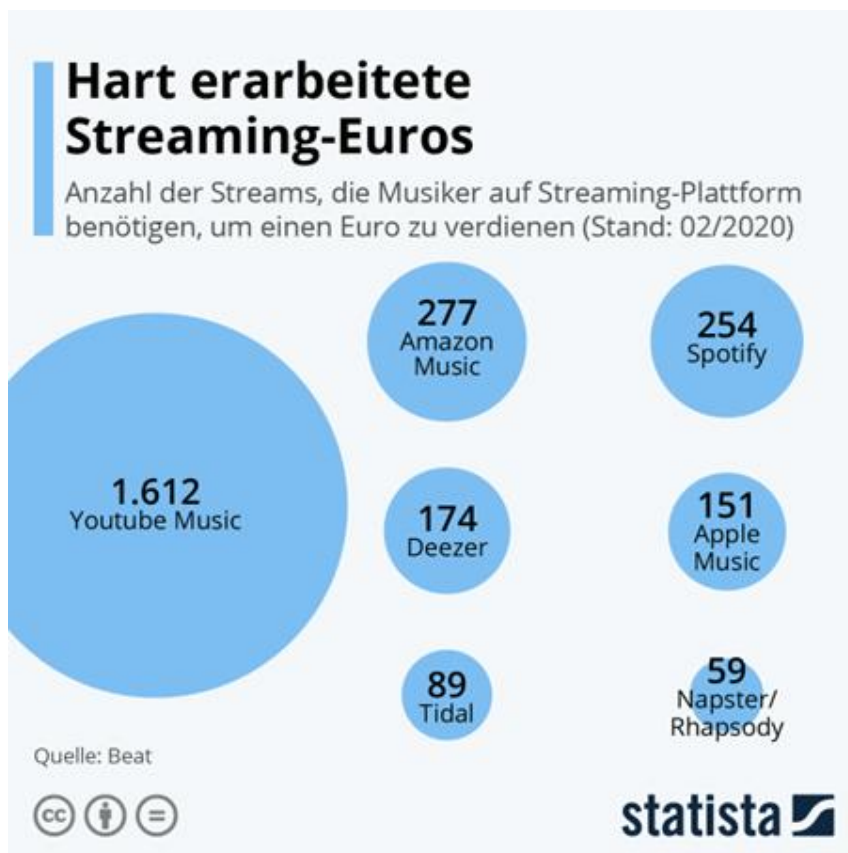
Meinungen zu erhalten und gegebenenfalls noch einmal Verbesserungen an deinem Track durchzuführen.

### 3.2. Formate (Edit, Cut)

Bereite deine Musik für verschiedene Formate vor, einschließlich Radio-Edits, Remixe und alternative Versionen, um die Reichweite zu maximieren und verschiedene Zielgruppen anzusprechen. Sehr große Bedeutung haben mittlerweile die Kurz-Clips auf den Social-Media-Plattformen. Erstelle z.B. auch A capella und Kurzversionen für TikTok, YouTube und Instagram. Auch Instrumentals sind äußerst wichtig, falls deine Musik als Hintergrundmusik für einen Film oder eine Serie angefragt wird.

### 3.3. Finanzplan

Führe einen detaillierten Finanzplan, der alle Kosten für Studiozeit, Ausrüstung, Marketing, Promotion, Vertrieb und andere Ausgaben berücksichtigt. Plane realistische Einnahmequellen ein, um deine Investitionen zu decken und Gewinn zu erzielen. Das können unter anderem Konzerteinnahmen sein oder zu erwartende Einnahmen aus dem Verkauf von Tonträgern oder der Nutzung von Streaming-Diensten. Die Einnahmen, die man heute mit Streams erzielen kann, sind leider recht gering. Hier ist ein kleiner Überblick, wie viele Streams du erzeugen musst, um bei einer Plattform einen Euro zu verdienen.



Quelle: <https://de.statista.com/infografik/20941/anzahl-der-noetigen-streams-fuer-einen-musikerverdienst-von-einem-euro/>



Physische Tonträger können durchaus lukrativer sein als Streaming-Einnahmen. 100 CDs kann man für etwa 600 Euro herstellen lassen. Das entspricht einem Stückpreis von 6 Euro und bei einem Verkaufspreis auf einem Konzert zum Beispiel von 15 Euro ergibt das eine Marge von 9 Euro pro CD. Dabei darf man jedoch nicht die Kosten für ein Pre-Master und die Covergestaltung vergessen. Der Gewinn kann größer werden, wenn eine größere Auflage hergestellt wird. 1.000 Stück kosten in der Herstellung etwa 1.500 Euro. Damit liegt der Stückpreis bei 1,50 Euro. Diese Menge lohnt sich jedoch meist nur in Verbindung mit einem physischen Vertrieb wie Rough Trade, Cargo-Records, Soulfod etc. und Marketing- und Promotion-Maßnahmen, was jedoch die Kosten erhöht und die Marge wieder kleiner werden lässt. Es handelt sich hierbei um eine Investition, und das Risiko, Geld zu verlieren, ist deshalb groß.

Bei der Vinylherstellung sieht es ähnlich aus, jedoch sind die Herstellungskosten deutlich höher. Dort beginnen die Kosten bei etwa 1.700 Euro für 100 Stück und je nach Ausstattung können 1.000 Stück sogar leicht 5.000 Euro kosten. Der Verkaufspreis liegt hier zwischen etwa 20 und 30 Euro. Auch hier übernehmen die physischen Vertriebe die Auslieferung der Platten an die Schallplattenläden und den Mailordern.

Schau, ob du eine passende Fördermaßnahme findest, um die Kosten besser zu bewältigen. Bundesweit hilft dabei die Initiative Musik. Sie ermöglicht finanzielle Unterstützung für Solokünstler\*innen oder Bands für ihre Musikprojekte und Konzerte. Aber auch lokal lohnt es sich, sich umzuschauen. Die Kulturbüros deiner Heimatstadt haben teilweise Mittel und Möglichkeiten, Künstler\*innen und Bands mit Rat und Tat zur Seite zu stehen.<sup>3</sup>

### **3.4. Projektdaten**

Sichere alle wichtigen Daten wie Songtexte, Instrumentalspuren, Mixing- und Mastering-Projekte, um zukünftige Remixe, Lizenzierungen oder andere Projekte zu erleichtern. Es ist wirklich aufwendig, Projektdaten nach einer längeren Zeit wieder herauskramen und wiederherstellen zu müssen. Wenn du die Daten direkt generierst, kannst du wesentlich schneller agieren.

---

<sup>3</sup> Mehr zum Thema Förderangebote findest du in unserem Handbuch Förderangebote: [https://www.popboard.nrw/handbuecher/#dearflip-df\\_18472/1/](https://www.popboard.nrw/handbuecher/#dearflip-df_18472/1/).



## 4. Social Media

Nutze unbedingt Social-Media-Plattformen wie Instagram, Facebook, X (ehemals Twitter), YouTube und TikTok, um deine Musik zu promoten, mit Fans in Kontakt zu treten und dein Publikum zu erweitern. Schau dir auch die Werbemöglichkeiten dieser Plattformen an und was diese kosten. Die Kosten für Social-Media-Marketing können zwischen wenigen Euros und tausenden von Euros monatlich liegen, je nach Umfang. Es gibt auch die Möglichkeit, mit spezialisierten Agenturen zu arbeiten, die individuell nach deinen Bedürfnissen Pakete gestalten. Dort liegen die Preise ungleich höher, bei mindestens 500 Euro. Das ist jedoch für Newcomer\*innen nicht ratsam. Viel besser ist es, erst einmal regelmäßige Beiträge zu planen und aktiv mit deinen Follower\*innen zu interagieren, um eine engagierte Community aufzubauen. Für mehr Reichweite auf den Plattformen musst du dort vielleicht irgendwann auch Werbung schalten, aber es ist empfehlenswert, zunächst mit einem kleinen und überschaubaren Budget zu starten.



Quelle: <https://de.statista.com/infografik/21643/kosten-von-social-media-werbung/>



## 5. Digitaler Vertrieb

Auf Plattformen wie YouTube, Bandcamp oder SoundCloud kannst du deine Musik selbst vertreiben, bei Plattformen wie Spotify, Apple Music, YouTube Music oder Deezer ist es nicht möglich, deine Musik über ein eigenes Profil direkt zu vertreiben. Dazu benötigst du einen digitalen Vertrieb. Du solltest einen Digitalvertrieb wählen, der seinen Sitz in der EU hat, dann gilt europäisches Recht und sollte es Probleme geben wären diese leichter und kostengünstiger zu lösen. Bei international tätigen Unternehmen sollte zumindest ein deutsches Büro vorhanden sein. Mit Ausnahme der Berliner Firma Recordjet gehören die hier empfohlenen Digitalvertriebe zu einem traditionellen Vertrieb für physische Tonträger. Hier eine Auswahl etablierter Digitalvertriebe:

- ▶ Cargo Digital Services (verbunden mit Cargo Records in Wuppertal, einem Spezialisten für physischen Vertrieb)
- ▶ Kontor New Media (gehört zur deutschen Edel AG)
- ▶ Recordjet
- ▶ TuneCore (gehört zur französischen Believe AG).
- ▶ Über den deutschen Ableger des Musikkonzerns Sony Music könnt ihr auch Kontakt zu The Orchard aufnehmen, die von Sony Music Int. gekauft worden sind und im Konzern mit einem großen Personalteam einigermaßen unabhängig agieren. Als Newcomer\*innen unterzeichnet ihr aber auch dort einen Vertrag nach US-Recht.

Die Kosten sind recht unterschiedlich und die zusätzlichen Angebote auch. Es lohnt sich daher, eine gute Internet-Recherche durchzuführen, um den richtigen Anbieter zu finden. Berücksichtige die Vor- und Nachteile der verschiedenen Vertriebskanäle und stelle sicher, dass deine Musik in den relevanten Online-Stores und Streaming-Diensten verfügbar ist. Die Kosten der verschiedenen Vertriebsanbieter für Zusatzangebote können recht unterschiedlich ausfallen, daher ist es ratsam, diese vorher zu vergleichen. Natürlich ist es toll, Freund\*innen und Familie zu zeigen, dass man auf den bekannten Plattformen wie Spotify oder Apple Music vertreten ist. Aber bedenke, dass das auch mit Kosten für den Vertrieb verbunden ist. Erst wenn du gut aufgestellt bist, Zeitpläne für Werbung und Promotion berücksichtigen und umsetzen kannst, sowie lokal und global eine Reichweite aufgebaut hast, lohnt sich auch eine Veröffentlichung.

---

## 6. Presse Info / Pressekit

Erstelle ein umfassendes Presse-Kit mit Biografie, Pressefotos, Kontaktinformationen und anderen relevanten Materialien, um Journalist\*innen und Influencer\*innen eine einfache Möglichkeit zu geben, über deine Musik zu berichten. Lade diese Daten zusammen mit deiner Musik in komprimierter Form (MP3 oder AAC) bei einem Filehosting-Dienst wie Google Drive



oder Dropbox hoch, um sie den Interessent\*innen bei Bedarf vor der Veröffentlichung verfügbar zu machen. Viele Musiker\*innen sehen hier ein Problem bezüglich des Urheberrechts. Generell sollte man daher wissen, dass das Urheberrecht ein unveräußerliches Recht ist, das ab der Komposition des Liedes gilt und nicht mit einer Mitgliedschaft in einer Verwertungsgesellschaft wie der GEMA verbunden ist.

Investiere in ein professionelles Fotoshooting, um hochwertige Pressefotos zu erstellen, die deine Persönlichkeit und deinen Musikstil widerspiegeln. Stelle sicher, dass du eine Vielzahl von Bildern hast (Hoch- und Querformat), die für verschiedene Verwendungszwecke geeignet sind. Schau dir auch die Formatgrößen der unterschiedlichen Social-Media-Plattformen an, damit du die passenden Bilder dort posten kannst. Um Geld zu sparen, kannst du auch jemanden in deinem Bekanntenkreis mit fotografischem Talent und einer guten Fotoausrüstung bitten, gute und passende Fotos zu erstellen.

---

## 7. Videos

Produziere Musikvideos für deine Singles, um visuelles Material für deine Social-Media-Präsenz und deinen digitalen Vertrieb bereitzustellen. Plane die Produktion und Bearbeitung der Videos im Voraus, um Zeit und Ressourcen effizient zu nutzen und eine hohe Qualität zu gewährleisten. Berechne die Kosten, indem du mit den Video Ersteller\*innen sprichst und baue diese in deinen Kostenplan ein. Ein Video kann im DIY nur wenige Euros kosten aber aufwendige und professionelle Produktionen können schnell Kosten zwischen 5.000 und 10.000 Euro verschlingen. Fun fact: Das Video von Michael und Janet Jackson für die Single 'Scream' kostete im Jahr 1995 rund 12,7 Millionen US-Dollar und gilt bisher als das teuerste Musikvideo der Welt.

Bedenke, dass du aus dem Videomaterial auch Reels für die Social-Media-Plattformen erstellst oder erstellen lässt, um im Vorfeld Ankündigungen zur Videoveröffentlichung posten zu können.

Sinnvoll kann es sein, hier auf YouTube-Werbung zu setzen, um die Anzahl der Views zu erhöhen. Ein Video mit über 10.000 Views wirkt einfach besser für Konzertveranstalter\*innen oder Journalist\*innen und erweckt den Eindruck, dass eine gewisse Aufmerksamkeit vorhanden ist. Das kann zu mehr Konzerten oder mehr Berichten führen.



## 8. Cover

Entwickle ein professionelles Coverdesign für eine Veröffentlichung. Arbeite dafür am besten mit Grafiker\*innen zusammen, die über die dafür benötigten Programme verfügen und diese bedienen können. Recherchiere, welche Formate und Größen du den Online Stores anliefern musst. Es ist gut möglich, dass du verschiedene Anpassungen des Covers benötigst. Auch hier sind im Prinzip Kosten zwischen umsonst als DIY-Projekt bis zu über 2.000 Euro alles möglich. Da Grafikprogramme wie Adobe Photoshop und Adobe Illustrator recht teuer in der Anschaffung sind, wäre hier zu erwähnen, dass gute kostenlose Open-Source-Alternativen wie Gimp oder Inkscape die Arbeit genauso gut verrichten können. Wenn man nicht ganz so viel Wert auf die Gestaltung des Covers legt, kann man mit Plattformen wie Canva oder Design Wizard einfache Cover selbst gestalten. Noch pauschaler kann ein Cover mit der KI-Plattform Midjourney generiert werden.

---

## 9. Physische Veröffentlichung

Derzeit ist der Vinylmarkt sehr gehypt, weil er in den letzten Jahren umsatzmäßig gestiegen ist. Überschätze diesen Markt nicht, er ist stark vom Genre abhängig. Das Wachstum resultiert hauptsächlich aus Wiederveröffentlichungen von Alben der letzten Jahrzehnte. Wenn du es für dein Genre für sinnvoll hältst, beachte die zusätzlich notwendigen Spezifikationen für Cover und technische Anforderungen für ein Vinyl-Mastering. Auch bei CDs musst du die Kosten sorgfältig berechnen und eine realistische Einschätzung machen, wie viele du tatsächlich verkaufen kannst. Als Faustformel kannst du damit rechnen, dass du etwa 10 Exemplare verkaufen kannst, wenn du 100 Besucher\*innen auf einem deiner Konzerte hast. Viele Musiker\*innen haben in ihrem Keller viele CDs und Vinyls von ihren Veröffentlichungen gestapelt, weil sie die möglichen Verkaufszahlen überschätzt haben.

---

## 10. Zeitplan

Erstelle einen detaillierten Zeitplan für deine Musikproduktion, einschließlich Aufnahme-, Editing-, Mixing- und Veröffentlichungsphasen. Berücksichtige dabei auch Promotion-Aktivitäten, Live-Auftritte und andere relevante Termine, um einen reibungslosen Ablauf deiner Musikkarriere zu gewährleisten. Du kannst dafür sinnvolle Tools wie ein Kanban-Board oder ein Gantt-Diagramm verwenden. Für die überschaubare Erstellung von Zeitplänen gibt es im Internet auch gute Plattformen wie das Trello-Board oder JetBrains.



Bedenke, dass nicht alles am nächsten Tag fertig oder bereitgestellt ist und alles seine Zeit braucht. Erst wenn deine Musikproduktion komplett abgeschlossen ist, du Pressefotos und Presstext hast und absehbar ist, dass das Video fertig auf der gewünschten Plattform hochgeladen ist, kannst du anfangen, die anderen Dinge zu planen. Pressearbeit für Promotion dauert in der Regel zwei bis drei Monate. Auch digitale Vertriebe brauchen etwa vier Wochen, bis das Material korrekt an die Online Stores ausgeliefert ist. Im Fall eines sogenannten Waterfall Release, wo jeder Track eines Albums Monat für Monat veröffentlicht wird, ist die Terminierung noch komplizierter und muss sehr genau durchgeführt werden.

Hier ein Beispiel, wie ein detaillierter Zeitplan für die Veröffentlichung eines Albums oder EPs mit Singles aussehen könnte:

### Woche 1

- ▶ Vorbereitung und Planung. Definiere das Konzept und den Stil des Albums. Entscheide über die Anzahl der Tracks, die Titelliste und das Artwork.
- ▶ Beginne mit der Produktion der ersten Single. Auswahl des Songs, Aufnahmen, Editing und Mixing.

### Woche 2

- ▶ Fortsetzung der Single-Produktion: Feinschliff am Mix und Mastering.
- ▶ Beginne mit der Planung des Musikvideos für die erste Single. Konzeptentwicklung, Drehbuchs schreiben und Auswahl des Produktionsteams.

### Woche 3

- ▶ Fertigstellung der ersten Single. Überprüfe den finalen Mix und das Mastering, erstelle Radio-Edits und alternative Versionen.
- ▶ Abschluss des Musikvideos für die erste Single. Dreharbeiten, Bearbeitung und Postproduktion.

### Woche 4

- ▶ Fertigstellung des Albums oder der EP. Überprüfe den finalen Mix und das Mastering, Erstellen von Radio-Edits und alternativen Versionen.
- ▶ Beginne mit der Promotion. Teaser auf Social Media, Ankündigung des Veröffentlichungsdatums.

### Woche 5

- ▶ Abschluss des Artworks und des Booklets. Layoutdesign, Textkorrekturen, Druckvorbereitung.
- ▶ Fortsetzung der Promotion für das Album oder der EP. Versand von Pressemitteilungen, Organisation von Listening-Partys.



## Woche 6

- ▶ Fortsetzung der Promotion für die erste Single. Teaser auf Social Media, Ankündigung des Veröffentlichungsdatums, Versand von Pressemitteilungen an relevante Medien.
- ▶ Planung von Live-Auftritten oder Akustik-Sessions zur Promotion der Single.

## Woche 7

- ▶ Fortsetzung der Single-Promotion. Versende Promo-E-Mails an Radiosender und DJ's, arrangiere Interviews und Reviews.
- ▶ Beginne mit der Produktion der nächsten Single: Auswahl des Songs, Aufnahmen und Editing.

## Woche 8 & 9

- ▶ Upload auf die digitalen Vertriebsplattformen, starte eine Social-Media-Kampagne als Vorankündigung der Single-Veröffentlichung.

## Woche 10 & 11

- ▶ Fortsetzung der Promotion für die erste Single. Engagement auf Social Media, Teilnahme an Podcasts oder Radiointerviews.
- ▶ Abschluss der Produktion der nächsten Single: Überprüfe den finalen Mix und das Mastering, erstelle alternative Versionen.

## Woche 12 bis 15

- ▶ Veröffentlichung der ersten Single. Veröffentlichung des Musikvideos auf YouTube und anderen Video-Plattformen. Teile das Musikvideo, erstelle Instagram-Stories, starte Werbeanzeigen.
- ▶ Upload der zweiten Single auf digitalen Vertriebsplattformen. Beginne mit der Promotion der zweiten Single: Teaser auf Social Media, Versand von Pressemitteilungen.

## Woche 16

- ▶ Veröffentlichung der zweiten Single und des Musikvideos.

## Woche 17

- ▶ Fortsetzung der Promotion für die zweite Single: Engagement auf Social Media, Teilen von Behind-the-Scenes-Material, Interviews.
- ▶ Planung von Live-Auftritten oder Online-Events zur Unterstützung der Single-Veröffentlichung.

## 4 Wochen nach der letzten Single

- ▶ Beginne mit der Promotion des Albums oder der EP.
- ▶ Fortsetzung der Promotion und Engagement auf Social Media.



## 6 Wochen nach der letzten Single

- ▶ Abschluss der Promotion. Verbreitung von Reviews und Interviews, Veröffentlichung von Trailern.

## Nach Abschluss der Veröffentlichung

- ▶ Fortsetzung der Promotion des Albums oder der EP. Engagement auf Social Media, Live-Auftritte, Interviews.
  - ▶ Monitore die Performance deiner Singles und des Albums oder der EP. Verfolge Streaming-Zahlen, Chartplatzierungen und Feedback von Fans und Kritikern.
  - ▶ Plane gegebenenfalls weitere Singles oder Remixe zur Promotion des Albums oder der EP. Bereite dich auf Live-Touren oder Festivalauftritte vor, um die Musik weiter zu promoten und mit Fans in Kontakt zu treten.
- 

## 11. Häufige Fehler

Am Ende sind hier noch ein paar häufige Fehler aufgelistet, die du überprüfen und damit vermeiden kannst:

- ▶ Vermeide bei der Produktion, Klangziele zu setzen, die mit deinem vorhandenen Equipment gar nicht erreichbar sind.
  - ▶ Natürlich ist es wichtig, die Musik bei der Produktion zu editieren, aber achte darauf, die Musik nicht zu „entzaubern“ und deiner Aufnahme ihre Individualität nicht zu rauben.
  - ▶ Die Technik macht natürlich einiges möglich, aber es ist immer noch viel einfacher, aus einer gelungenen Aufnahme einen guten Mix zu erstellen, anstatt Aufnahmefehler „auszubügeln“.
  - ▶ Produziere keine teuren Videos mit zu viel Stories, die keine Reichweite erzielen, weil es häufig die Leute nicht interessiert. Das Motto sollte heißen „mehr Idee, weniger Aufwand“. Schaue dir dazu Videos von anderen Künstler\*innen an, damit du dich an Trends orientieren kannst.
  - ▶ Viele Musikvertriebe bieten dir eine Promotion an. Erwarte nicht zu viel, wenn du diese Option buchst. Eine „echte“ Promotion durch eine Agentur kann diese Option nicht ersetzen.
  - ▶ Poste regelmäßig auf den Social-Media-Plattformen. Lieber etwas Kleines, dafür am besten täglich, statt nur gelegentlich eine große Story. Die Algorithmen der Plattformen können mit regelmäßigen Posts besser arbeiten.
-



## 12. Nützliche Links

- ▶ [www.ardour.org](http://www.ardour.org)
- ▶ [www.awal.com](http://www.awal.com)
- ▶ [www.canva.com](http://www.canva.com)
- ▶ [www.cargo-records.de](http://www.cargo-records.de)
- ▶ [www.cdbaby.com](http://www.cdbaby.com)
- ▶ [www.cube-medien.de](http://www.cube-medien.de)
- ▶ [www.designwizard.com](http://www.designwizard.com)
- ▶ [www.distrokid.com](http://www.distrokid.com)
- ▶ [www.dittomusic.com](http://www.dittomusic.com)
- ▶ [www.hofa-media.de/cd-pressung/](http://www.hofa-media.de/cd-pressung/)
- ▶ [www.initiative-musik.de](http://www.initiative-musik.de)
- ▶ [www.jetbrains.com](http://www.jetbrains.com)
- ▶ [www.kontorrecords.de](http://www.kontorrecords.de)
- ▶ [www.landr.com](http://www.landr.com)
- ▶ [www.midjourney.com](http://www.midjourney.com)
- ▶ [www.soulfood-music.de](http://www.soulfood-music.de)
- ▶ [www.symphonic.com](http://www.symphonic.com)
- ▶ [www.tunecore.de](http://www.tunecore.de)
- ▶ [www.trello.com](http://www.trello.com)
- ▶ [www.reaper.fm](http://www.reaper.fm)
- ▶ [www.roughtrade.de](http://www.roughtrade.de)
- ▶ [www.virpp.com/de](http://www.virpp.com/de)