

musiker

MAGAZIN

Matija

Die Ruhe
vor dem Sturm

CousCous

„In einer
anderen Welt“

April Art

Kraftvolle Musik mit
einer Aussage,
die im Kopf bleibt

Deutscher Rock & Pop Preis

Am 9. Dezember
in der Siegerlandhalle,
Siegen

DIE PLANK

Musik mit wildem Herzen







DIE PLANK

Musik mit wildem Herzen

Julia Plank ist Musikerin mit ganzem Herzen. Mit 15 Jahren den ersten Songcontest in ihrer Heimat gewonnen, hat sie heute, 20 Jahre später, viel über sich selbst und Musik gelernt. Ihr aktuelles Album „Wildes Herz“ berichtet genau von diesen Erfahrungen und der Sehnsucht nach mehr. Im Interview erzählt sie von ihrer Solokarriere als „Die Plank“ und erklärt uns, warum sich Crowdfunding für junge Musiker nicht rechnet.

MM: Im letzten Jahr ist dein Debütalbum „Wildes Herz“ unter deinem Künstlernamen „Die Plank“ erschienen. Was können Hörer von diesem Album erwarten?

JULIA PLANK: Das Album ist eine Hommage an eine Zeit in meinem Leben, als ich noch nicht so recht wusste, wer ich eigentlich bin. Die Songs erzählen davon, wie sehr man sich verlaufen kann, von den damit verbundenen enttäuschten Erwartungen an Menschen und Situationen. Und es erzählt von der Sehnsucht, sich selbst eine neue, eigene Richtung zu geben. Die Songs heißen beispielsweise „Kaffee“, „Spiel mit mir“, „Durch die Nacht“ – und sie laden ein, sich wirklich Zeit zum Zuhören zu nehmen. Es ist Singer-Songwriter-Pop, zwischen Folk, Jazz und Chanson. Wir haben bewusst alles ganz pur arrangiert und die Geschichten der Songs in den Mittelpunkt gestellt. Und weil wir den Leuten gern Zeit schenken möchten, wirklich reinzuhören und in Texte und Melodien abzutauchen, gibt's das Album nicht nur digital und als CD, sondern auch als Schallplatte.

MM: Das Album hast du durch Crowdfunding finanziert. Was gefällt dir an diesem Vorgehen?

JULIA: Nach meinen Erfahrungen sehe ich das Ganze heute differenziert und würde eine Projektfinanzierung für ein kleines Solo-Musik-Projekt nicht mehr per Crowdfunding machen. Auch wenn mein Album damit erfolgreich finanziert werden konnte. Crowdfunding hat mich eingefangen mit dem sympathischen, unkonventionellen Vorgehen, der scheinbaren Einfachheit und der Öffentlichkeitswirksamkeit, die erzielt werden kann. Nachdem ich beruflich aus dem Bereich Marketing und PR komme, wusste ich, dass ich mit eigenen Mitteln in der Lage bin, eine Low-Budget-Kommunikationskampagne über alle Kanäle auszurollen. Mailings, Social Media, lokale Presse und das persönliche Netzwerk. Mein Spielfeld! Und trotzdem haben nur rund 60 Personen tatsächlich mitgemacht. Da habe ich erstmals ein Gefühl dafür bekommen, wie viel interdisziplinäre Maßnahmen-Power dahinterstecken muss, wenn die ►►

»Entstanden ist eine wunderschöne Nischen-Produktion und eine Interpretation meiner Songs, die sich an nichts misst, als an der Atmosphäre, die uns bei den Aufnahmen begleitet hat.«

Unterstützer in die Tausende gehen. Wer hier keine Erfahrung hat, dem würde ich raten, sich bewusst zu machen: Das Internet ist kein Selbstläufer! Man braucht eine Menge finanziellen Schub, Handwerkszeug und Erfahrung, um Menschen nicht nur zu erreichen, sondern sie auch noch zu bewegen, Geld zu geben, für etwas, das sie noch nicht sehen, hören oder anfassen können.

Unterschätzt habe ich selbst aber den ganzen Bereich der Finanzierungsthematik. Da hatte ich nämlich damals wenig Ahnung. Und da liegt meines Erachtens auch die Krux: Crowdfunding setzt da an, wo die Ahnung der meisten aufhört, und verknüpft mit Öffentlichkeitsarbeit und Finanzierung zwei komplexe Disziplinen miteinander, die über das Online-Portal scheinbar zum Kinderspiel für jedermann werden. Dass daraus in Wahrheit für den Nutzer eine superteure Finanzierungsform entsteht, im Vergleich zu möglichen anderen, wird natürlich nicht gesagt. Denn auch wenn die Crowdfunding-Portale eine tolle und auf ihrer Seite kostengünstige Sache sind, sie sind allenfalls Vermittler auf dem Markt der Ideen und bringen Akteure und Unterstützer zusammen. Das ist hipper, als jemanden einfach zur Bank zu schicken, wo diese ja ohnehin um ihr Image ringen. Als Finanzierungsform betrachtet, rechnet Crowdfunding sich unterm Strich allerdings nicht. Jedenfalls nicht für Künstler, die ihre eigenen kleinen Projekte wie Alben und Videos damit realisieren möchten. Denn da die Unterstützer im Vorfeld v. a. definierte Produkte oder Dienstleistungen von den Künstlern kaufen, und nicht nur frei gewählte Beträge geben, fallen auf die verkauften Dinge regulär Steuern an. Unser erzielttes Crowdfunding-Budget wurde auf diese Weise um rund ein Drittel gekürzt. Diese Reduzierung muss man von Anfang an in seine Kalkulation einplanen, sonst erlebt man eine böse Überraschung. Das wiederum kann man aber nicht wirklich, weil nicht vorhersehbar ist, welche Unterstützungsform gewählt wird.

Ich habe also gelernt: Planbarer, sicherer und deutlich günstiger bei der aktuellen Niedrigzinslage ist einfach ein klassischer Ratenkredit mit festem Zinssatz. Mein Fazit: Erstens: Ich würde in jedem Fall beim nächsten Mal direkt zur Bank gehen. Zweitens: PR und Fanarbeit sind wichtig, muss man aber auch unabhängig von Crowdfunding machen. Drittens: Crowdfunding ist nicht gleich Crowdfunding. Es wird auch von Plattenfirmen produkt-strategisch eingesetzt als Investition im Sinne einer PR-Kampagne, die sich gleich noch zum Teil selbst gegenfinanziert. Die leuchtenden Beispiele, an denen man sich aber als Künstler in Eigenregie nicht zu orientieren braucht.

MM: Beim Crowdfunding bietet man den Unterstützern sogenannte Dankeschöns an. Dadurch duften deine Fans bei einem Musikvideo mitspielen und du hast Wohnzimmerkonzerte gegeben. Wie war es, deine Fans so nah und persönlich kennenzulernen?

JULIA: Bei den Leuten zu Hause in ihren eigenen vier Wänden zu spielen ist immer ein Erlebnis, weil es so direkt und unmittelbar ist und du viel besser verstehst, wer deine Musik eigentlich hört. Ich mag das sehr! Und außerdem gibt's an den selbst gemachten Buffets immer die leckersten Dinge! Der Videodreh zum Song „Wo kommst du denn jetzt her“ mit unseren Unterstützern war schon etwas ganz Besonders. Wir hatten ältere Herrschaften ebenso dabei wie Kinder und wir haben mit ihnen, passend zum Song, Begegnungsszenen gespielt. Da sind so schöne, goldige Sequenzen entstanden, dass ich vor lauter Freude zum Schluss noch in den unbeheizten Außenpool unserer Location gesprungen bin. Im November.

MM: Erklärtes Ziel des Albums war auch die Ansprache von Labels, Agenturen und Radios. Wie hat das bisher geklappt?

JULIA: Stimmt, das hatten wir in unseren Kampagnen-Teaser des Crowdfundings geschrieben. Aber schon im Studio haben wir festgestellt, dass wir noch nicht bereit sind, uns musikalisch von unseren Wurzeln zu lösen und wirklich kommerziell zu klingen. Entstanden ist eine wunderschöne Nischen-Produktion und eine Interpretation meiner Songs, die sich an nichts misst, als an der Atmosphäre, die uns bei den Aufnahmen begleitet hat. Das wird gern von unseren Regionalsendern gespielt, findet natürlich aber keinen Platz auf Playlisten kommerzieller Radiosender. Agenturen und Labels habe ich erst einmal hinten angestellt, da ich gerade noch ein nebenberufliches Studium begonnen habe, für das ich viel Zeit brauche. Dafür darf ich an vielen Stellen, so

wie mit euch hier im MUSIKER MAGAZIN, über unser schönes Projekt sprechen. Ich war zudem im Frühjahr u. a. Titelstory des Frauenmagazins „Rosenheimerin“, mit dem Song „Barfuß“ live zu Gast in der Abendschau des Bayerischen Rundfunks und bei „Mensch, Otto!“, der bekannten bayerischen Radio-Talk-Show auf Radio Bayern 3.

MM: Du arbeitest im Marketing, mit Promotion hast du also Erfahrung. Gibt es bestimmte Tricks, auf die man als Musikerin zurückgreifen kann, um Aufmerksamkeit zu gewinnen?

JULIA: Puh! Das ist so eine Alles-oder-nichts-Frage. Bevor ich mich jetzt in einzelnen Maßnahmen verliere und womöglich was vergesse, versuche ich es mit einem Bild. Kommunikation ist ein Kosmos. Dass Menschen beginnen, deine Musik zu mögen und ihren Freunden von dir zu erzählen, setzt voraus, dass du einen tollen, großen, weitläufigen Raum um dich erschaffst, in dem Menschen sich wohlfühlen und in dem sie alles finden, was sie über dich wissen sollen. Er besteht aus Hard Facts, aus Geschichten rund um dein Projekt, aus deiner Musik, aus Bildern, Videos, Social-Media-Profilen und aus deiner Website, in der du alle Informationen schick und modern zusammenführst. Und dann beginnst du, Einladungen auszusprechen, dich in deinem Kosmos zu besuchen. Dazu versendest du speziell geschnürte Einladungspäckchen. Du tust genau das rein, was der andere braucht, um gut damit weiterarbeiten zu können. Veranstalter, Journalisten, dein Publikum. Manche sind ganz schön bockig (weil sie so viele Einladungen von allen Seiten erhalten), ignorieren deine freundlichen Einladungen und du brauchst eine sehr hohe Frustrationsgrenze, um nicht müde zu werden, immer und immer wieder freundlich nachzuhalten und die neuesten Highlights aus dem Ärmel zu zaubern. Ab einem gewissen Umkreis und Anzahl von Ansprechpartnern ist eine Eins-zu-eins-Behandlung dieser Art natürlich nicht mehr möglich. Dann braucht man mehr Wums im Sinne von Infrastruktur, Kontakt-Verteilern und Geld. Und das ist das, was Agenturen oder entsprechende Abteilungen von Plattenfirmen leisten.

MM: Du hast schon als Jugendliche professionell Musik gemacht, sogar Songs auf Mallorca aufgenommen. Dein Durchbruch als Sängerin scheiterte schließlich an Streitereien und Missmanagement. Was hast du daraus gelernt?

JULIA: Ja, gestritten haben wir in dieser Mädels-Band mit unseren 18,19 Jahren. Aber das Wort Missmanagement ist nicht ganz richtig. Vielmehr



»Als Künstler gibt man sich selbst gern eine unnahbare Aura, die einen von wirtschaftlicher und rechtlicher Verantwortung entbindet – aber eben auch von deren Sicherheiten und Vorteilen, die sie ja bietet.«

ist das passiert, was ganz häufig unter Künstlern und Semi-Profis passiert und was die meisten von uns kennen: Missverständnisse und Enttäuschung. Auch diese Erfahrung von damals hat dazu geführt, dass ich derzeit bei der IHK das Studium zur Betriebswirtin mache. Ich finde es schade, dass speziell Musiker gern die Disziplinen Kunst, Recht und Wirtschaft gegeneinander ausspielen, anstatt sie zu verbinden und für sich nutzbar zu machen. Als Künstler gibt man sich selbst gern eine unnahbare Aura, die einen von wirtschaftlicher und rechtlicher Verantwortung entbindet – aber eben auch von deren Sicherheiten und Vorteilen, die sie ja bietet. Es besteht die verbreitete Annahme, das sei alles zu komplex und unverständlich und bürokratisch. Das kenn ich ja selbst und zum Teil stimmt das auch. Und so bleibt man lieber vage in allem was man tut, und laviert sich durch, anstatt sich einmal genauer mit den betreffenden Bereichen auseinanderzusetzen. Wie oft habe ich Sätze gehört wie „Das machen wir schon irgendwie“ oder „Das müssen wir nicht aufschreiben, wir sind ja Freunde“. Und wo ich den Vorstoß gemacht habe, ein Projekt doch einmal fundiert aufzusetzen, bin ich auf Abwehr und Misstrauen gestoßen, weil so viel Unwissen da ist, dass die ►►



Angst groß ist, übervorteilt zu werden. So kursieren auch jede Menge falsche Informationen gegenüber Plattenfirmen und Agenturen, sodass echte Scheinheilige nicht mehr trennscharf von denen unterschieden werden, die wirklich gut für ihre Künstler arbeiten. Dadurch bleibt so viel echtes musikalisches Potenzial auf der Strecke und das finde ich sehr schade.

MM: Gibt es dadurch konkrete Dinge, die du heute bewusst anders handhabst als damals?

JULIA: Na klar. Ich weiß heute einfach selbst viel mehr und gehe konkreter an die Dinge heran. Ich brauche keine Angst mehr zu haben, über den Tisch gezogen zu werden, weiß, worauf grundsätzlich zu achten ist, und ich weiß auch, wann ich für besondere Fragen einen Spezialisten hinzuziehen sollte.

MM: Inspiration zu einem zweiten Versuch als Sängerin fandest du auf einer Kuba-Reise. Was hat dich dort so fasziniert?

JULIA: Ganz prinzipiell ist Kuba ein wunderschöner inspirierender Ort, zum Lachen und zum Weinen. Größte Lebenslust liegt da direkt neben tiefster Verzweiflung und mangelnden Zukunftsperspektiven. Aber die Menschen haben Herz. Dieses Gefühlsgemenge, in Verbindung mit den vielschichtigen ethnischen, kulturellen und religiösen Hintergründen seiner Bewohner, ist ein Brutkasten für Kultur. Und weil Kultur auch Unterhaltung ist und Unterhaltung ein politisches Instrument, werden alle künstlerischen Disziplinen dort staatlich extrem gefördert. Aber auch der gesellschaftliche Wert ist enorm. Jeder Künstler wird dort hochgehalten wie bei uns Atomphysiker oder Astronauten. Ich kam mir dort vor wie eine verwunschene Prinzessin. Meine Reise ist nun zehn Jahre her, aber sie fand zu einer Zeit statt, in der ich noch sehr grün hinter den Ohren war, unsicher in vielerlei Hinsicht und versucht habe, den Erwartungen anderer gerecht zu werden. Kuba hat mich in der Seele gepackt, dort wo ich am empfindsamsten bin, und ich habe verstanden, dass, egal welche sehr irdischen und pragmati-

schen Fähigkeiten ich sonst noch habe, mein größtes Wesensmerkmal sicherlich dort in der Tiefe liegt, in dem was singt, pulsiert, tanzt.

MM: Die daraus entstandene Band „Plankton“ löste sich 2012 auf. Warum kam es zur Trennung?

JULIA: Wie vieles haben auch musikalische Projekte Lebenszyklen. Ich wollte einfach immer schon mehr machen aus meiner Musik, mehr Menschen erreichen als den eigenen Landkreis. Und so haben wir damals ganz ehrlich und einvernehmlich miteinander entschieden, dass sich die Wege trennen.

MM: Durch deine gesammelten Erfahrungen und mithilfe deines Pianisten Jörg Müller wurdest du schließlich zu „Die Plank“. Was habt ihr für die Zukunft musikalisch geplant?

JULIA: Ja, die Zusammenarbeit mit Jörg ist wirklich klasse. Es gibt wenige Pianisten, die Sänger auf diese besondere Weise begleiten können. Ab 2018 werden wir wieder Konzerte geben. Das aktuelle Jahr steht erst einmal noch ganz im Zeichen unseres Albums WILDES HERZ, das wir den Menschen in Interviews aller Art vorstellen. Und dann hab ich wie immer schon Ideen, um das Ganze weiterzuentwickeln. Aber die verrate ich natürlich jetzt noch nicht. ■

DIE PLANK – „Wildes Herz“

VÖ: 21.10.2016

WWW.JULIA-PLANK.DE
WWW.FACEBOOK.COM/JULIA.PLANK.FANS



INTERVIEW: JANA MOYSICH

FOTOS: PICTURE LIFE, DOROTHEA PERL

GRAFIK: © SINNA-NYAN/FOTOLIA.COM