

Kandidatprojekt

**Optimering i brugen af de sociale medier
som professionel musiker**

**KA - Folkemusik
SDMK
Maj 2018**

Annelene Toft Christensen

Indholdsfortegnelse

Indholdsfortegnelse	2
Indledning	3
Sociale medier fra viden til handling	4
Analyse af SoMe	5
Facebook	5
Instagram	7
Twitter	9
Youtube	10
SoundCloud	11
SoMe - nye muligheder for dialog	12
Undersøgelse	13
Bookerne	13
Musikerne	16
Konklusion	17
Litteraturliste	18
Bilag	19
1. Interview - bookerne	19
2. Interview - musikerne	22

Indledning

Jeg har i lang tid været meget optaget af, hvad en facebookside, hjemmeside og instagram profil kan bruges til, og jeg har i ca. 1,5 år afprøvet disse sociale medier i professionelt øjemed. Jeg har erfaret hvordan de forskellige platforme fungerer helt basalt, men har ikke konkret overvejet, hvordan skal disse medier bruges, samt hvad kan de bidrage med i en professionel kontekst .

Det kunne være interessant at undersøge, hvordan platformene kan bruges effektivt. Jeg har selv afprøvet flere forskellige tiltag, og har også fået mange forespørgsler fra folk, om hvordan jeg gør, eller hvad mine oplevelser med at have en facebookside som professionel folkmusiker er. Derfor ønsker jeg i denne opgave at fremlægge min egne erfaringer, og ikke mindst andre musikeres og bookeres erfaringer med sociale medier, herfra omtalt som 'SoMe'

SoMe er kommet for at blive, derfor bør professionelle musikere favne det, og bruge det på den bedste måde. Det har aldrig været nemmere at komme ud i verden med musikken, end det er lige nu, men det skal gøres på den helt rigtige måde, ud af alle de videoer og billeder der er på ens newsfeed skal netop den musik/video/billede man offentliggøre nå længere end alle de andre hvis man skal have en chance for at blive set.

Sociale medier fra viden til handling

Problemformulering

Hvordan kan professionelle musikere anvende sociale medier optimalt med henblik på promovering og sælge sig selv som kunstner.

Fremgangsmåde

Med udgangspunkt i egne erfaringer af SoMe vil jeg fremlægge mediernes egenskaber, og undersøge *Hvordan professionelle musikere kan anvende SoMe mest optimalt*. På baggrund af det læste materiale om medierne vil jeg analysere de forskellige platformes oprindelig tænkte egenskaber, og diskutere i forhold til min egen erfaring. I den forbindelse vil jeg desuden undersøge hvad andre musikeres erfaringer er, og til sidst spørge bookere, hvad forventningerne er til den professionelle musiker.

Formål

Jeg vil kortlægge hvert medie, og fremlægge fordele og ulemper. Jeg vil undersøge andres oplevelser og stille spørgsmål til disse. Derudover vil jeg gennem projektet forsøge at identificere forskellige muligheder for den mest optimale anvendelse af medierne, hvor jeg forhåbentlig til sidst kan fremlægge hvordan professionelle musikere kan anvende SoMe. Jeg håber at min kandidatopgave kan anvendes som inspiration og vejledning for andre aktører.

Analyse af SoMe

Stateistik over danskere på SoMe

Facebook – 67%

Snapchat – 25%

Instagram – 24%

LinkedIn – 24%

Twitter – 10%

Pinterest – 9%¹

Der findes mange SoMe men jeg har valgt at fokusere på Facebook, Instagram, Twitter, Youtube og SoundCloud.

Facebook

- Antal brugere på verdensplan: 2.13 billioner (marts 2018)
- Største trafik på siden er onsdag imellem 13-15
- Der er 300 millioner uploads af billeder pr. dag
- 16 millioner facebook sider ²

Antal brugere i Danmark:

- 3.900.000 brugere.

Brugsstatistik:

- 72 % af de 16 til 89-årige bruger Facebook dagligt.
- 30 % angiver Facebook som en af tre apps, de ikke kan undvære.
- 94 % af de 15 til 25-årige er på Facebook.³

Ud fra Maiken Ingvordsen video foredrag⁴ har jeg ud fra nogle stikord prøvet at give en konkret beskrivelse af, hvad facebook kan bruges til.

Hun siger bla. "*Generel synlighed og branding*" som jeg tror er en motivation for mange når de opretter en facebookside, med tankerne: "jeg vil gerne synliggøre min musik", "det er en måde at sælge mig selv på"

Hun nævner også at siden kan bruges til "*Kampanger for særlige produkter*" her tænker jeg at det kun er hvis man har fysiske produkter på sin side, som fx. CD, LP eller billetter til en koncert, som fører videre til det hun kalder "*Direkte salg (billetter til koncert, cd og andet)*" som ofte er en stor del af mange musikeres facebookside.

Det giver også god grund til at "*Drive trafik til website, webshop, blogs, andre sider*"

Det hele handler ikke kun om salg og kampagner, Ingvordsen nævner også at man kan bruge sin facebook side til at "*Komme med servicemeddelelser*" og "*være i tæt dialog med kunder/fans - som en del af dit brand*"

¹ <https://bureau.dk/sociale-medier-2017-statistik-danmark/>

² <https://zephoria.com/top-15-valuable-facebook-statistics/>

^{3 3} <http://keilbergchristiansen.dk/statistik-om-sociale-medier-i-danmark/>

⁴ <http://videotool.dk/koda/c4166>

Især den sidste kommentar fra hendes foredrag er en vigtig del på facebook.

“Generelt handler facebook meget mere om engagement end likes, kommentere og delinger, det er det vigtigste - Facebook øger rækkevidden på ens opslag hvis der er meget engagement”⁵

Som jeg har observeret og nok også mange andre, så er det ofte opslag som folk liker og kommentere som ender langt oppe i newsfeedet endda flere dage end de opslag som ikke har så meget engagement. Det er fordi facebook faktisk booster de opslag som går godt, og som er populære i forhold til de opslag som ikke gør.

“Facebook vægter “aktivt engagement” højere end passivt engagement.

Passivt engagement = et like

Aktivt engagement = kommentere + like”⁶

Det giver for mange af os god mening, men mange har måske haft problemer med at få opslag langt nok ud hvis det så ikke har engagement nok. Her skal man især være god til at kigge på opslaget, og tænke ville jeg selv kommentere, like eller dele det her opslag, hvis en anden havde slået det op?

“Facebook’s News Feed er i høj grad spækket med reklamer og andet kommercielt indhold. Derfor har det været nødvendigt at indføre en News feed algoritme, som skal sikre relevansen af det indhold, som vises over for dig som bruger, på baggrund af positiv feedback og interaktion. Af samme grund er det svært på organisk vis at ramme sin målgruppe, hvorfor det i de flestes tilfælde kræver et budget. Den høje grad af interaktion på Facebook stiller også krav til virksomhedens evne til at reagere hurtigt og besvare kommentarer og spørgsmål dagligt – særligt den negative af slagsen. Samtidig viste en undersøgelse foretaget af DR, at Facebook bliver brugt forholdsvis meget privat i modsætning til andre medier, som i højere grad bruges til interaktion med virksomheder og brands.”⁷

Der findes nogle forholds regler man kan tage med hver gang man laver et opslag, på sin side. *“Videoer med tekst bliver set dobbelt så mange gange som dem uden. Videoer vises oftest, mere end billeder”⁸* Vi kender det alle selv, når vi kigger i vores newsfeed så stopper vi oftest op ved videoerne, men hvor mange gange sætter vi lyd til? Derfor er der kommet mere tendens til at sætte undertekster på videoerne. Dette er ikke særlig optimalt for os musikere, da musikken er det vigtigste. Derfor skal musikere virkelig fange sit publikum kun ved hjælp af billedet, især de første 10 sek er de vigtigste. Derudover skal det også overvejes, hvordan man lægger sin video op, fordi facebook modarbejder youtube. Facebook modarbejder youtube af den simple grund, at facebook ikke ejer youtube, og gerne vil have at vi som bruger af facebook bliver på deres side. Så hvis man lægger en video op er det bedre at uploade filmen direkte i opslaget, her er ulempen så, at facebook komprimerer både lyd og billede, og man får derfor ikke det bedste resultat, så det er derfor endnu mere relevant, at indholdet fanger publikum. Facebook har lavet det, der hedder Live-video som er en forholdsvis ny feature. Jeg har end ikke selv prøvet det endnu, så derfor vil *“Facebook sende Live-video længere ud end alm. videoer”⁹*

⁵ De nye fans. side, 66

⁶ <http://videotool.dk/koda/c4166>

⁷ <http://digitalworks.dk/artikler/hvilke-sociale-medier-kan-hvad>

⁸ <http://videotool.dk/koda/c4166>

⁹ <http://videotool.dk/koda/c4166>

Hvorfor skal man så have en "fan-side" når man har en privat profil? En af de mest simple grunde er, at facebook har en regel som lyder: "Man må ikke bruge sin private profil kommercielt"¹⁰ Dette er information som er ret ny for mig, og jeg tror mange ikke er klar over den regel. Mange musikere bruger deres private profil til netop at promovere koncerter og udgivelser, men som jeg senere vil berette om i undersøgelsen, så signalerer en officiel side noget professionelt, især fra bookernes perspektiv. Rent personligt synes jeg, at det er bedre at "spamme" via en officiel side, da folk selv har valgt at følge den, hvorimod ens private side er mere oplagt til de personlige opslag som kun dine venner skal se, som også måske synes at det er belastende, hvis der hele tiden er opslag om den næste koncert.

Fordele

- Det er den mest anvendte medie hos danskerne
- Folk forventer at man er på mediet
- Velegnet til f.eks. firmaer. Dialog med kunderne, og tiltrække nye kunder.
- Nemt at interagere og debattere
- Muligt at målrette kommunikationen gennem sponsorerede opslag.
- Nemt at uploade billeder og videoer
- En kommercielt moden platform.
- Nemt at dele, og linke
- Newsfeedet prioriterer engagement, det er en fordel hvis man har lavet et godt opslag. Et gammelt, men populært opslag kan derfor leve længe.

Ulemper

- Faldende organisk reach (gratis, almindelige opslag)
- Kræver et budget for optimal synlighed
- Forholdsvist privat medie.
- Billeder og videoer bliver komprimeret
- Modarbejder youtube - og andre medier som facebook ikke ejer.
- Newsfeedet kan modarbejde opslag, hvis det ikke har engagement.
- Svært at få nye fans/kunder

Instagram

Antal brugere:

- 868.000 aktive månedlige brugere på instagram¹¹
- 24 % af danskerne er på Instagram

Brugsstatistik:

- 18 % af alle danskere over 12 år bruger Instagram dagligt.¹²

Instagram arbejder primært med billeder, man også videoer dog max 1. min. Derudover er det en app, som kun virker på mobilen, man kan sagtens åbne instagram på computeren, men man kan ikke tilføje billeder fra computeren til instagram.

"Instagram er et hastigt voksende medie med stigende antal brugere, som giver god mulighed for at nå potentielle målgrupper. Muligheder for interaktion er begrænset til

¹⁰ https://www.facebook.com/help/975828035803295?helpref=uf_permalink

¹¹ <https://www.socialemedier.dk/sociale-medier-2016-i-danmark/>

¹² ¹² <http://keilbergchristiansen.dk/statistik-om-sociale-medier-i-danmark/>

kommentarer og likes, hvilket sikrer et højt engagement i form af kommentarer. Idet Instagram er et visuelt medie med billeder og videoer, er mediet effektivt til at vise, hvad der sker bag lukkede døre, som ex virksomhedskultur, events, medarbejdere, etc.”¹³

Jeg er personligt mere aktiv med kommentere og like på instagram, end jeg er på facebook, og jeg har erfaret at jo mere aktiv man er med likes og kommentarer, jo mere får man igen, især af følgere.

På Instagram er det nemt at nå ud til folk som man ikke kender, hvis man gør sin profil offentlig. Alle kan se ens opslag, og finde dem ved hjælp af “hashtags”, det er nemt at udforske, især i forhold til til facebook, som er meget mere privat.

“Nyheder og indhold på Instagram er sværere at sprede, da spredning ikke sker af sig selv, og folk ikke har mulighed for at dele indhold. Hvis man vil dele indhold, skal man enten tage et screenshot af det pågældende content og lægge op fra egen profil, eller anvende et eksternt tool som ex Regram. Det blev i efteråret 2015 muligt at annoncere på Instagram. Det på trods oplever vi stadig, at mediet er kommercielt umodent i Danmark, fordi folk er vant til, at Instagram kun er for udvalgt indhold, og fordi folk i højere grad foretrækker at dele privat indhold med venner og netværk frem for at følge kommercielt indhold på Instagram.”¹⁴ Ganske rigtig som de nævner her så er det super svært at nå langt ud med sine opslag i forhold til deling, ja man kan ikke dele, men igen som jeg nævnte før, så kan man vinde rækkevidde ved at være aktiv på instagram.

“Instagram er blevet opkøbt af Facebook, hvilket gør integrationen mellem de to medier enkel, og faktisk viser undersøgelser, at billeder postet på Facebook gennem Instagram får højere engagement end originale Facebook billeder.”¹⁵

Dette er værd at tage med i sine opslag på facebook, men man skal overveje om der skal være det samme billedemateriale på facebook og instagram.

Fordele

- Højt engagement - mange brugere
- God til billeder og video
- En hurtigt voksende platform
- Det er nemt at reklamere
- Nemt at udforske profiler som man ikke følger
- Newsfeedet arbejder i “realtime” det vil sige det nyeste opslag kommer først.

Ulemper

- Professionelle billeder når længst
- Der sker ingen umiddelbar spredning, når der likes og kommenteres
- Besværligt at linke
- Man kan ikke dele, kun ved hjælp af andre apps
- Virker kun på mobilen
- Platformen er stadig ret umoden i DK.
- Newsfeedet er i realtime, og man går glip af folks billeder/videoer
- Videoer har en maks længde på 1. min

¹³ <http://digitalworks.dk/artikler/hvilke-sociale-medier-kan-hvad>

¹⁴ <http://digitalworks.dk/artikler/hvilke-sociale-medier-kan-hvad>

¹⁵ <http://digitalworks.dk/artikler/hvilke-sociale-medier-kan-hvad>

Twitter

Antal brugere:

- 350.000 danske Twitter-profiler.

Brugsstatistik:

- 16 % af de 16 til 89-årige bruger Twitter dagligt.¹⁶

“Twitter er et socialt medie, som er nemt og enkelt at komme i gang med at bruge – Alle kan let starte og deltage i diskussioner samt følge events, kampagner og lign. vha. hashtags. Grundet Twitters form er det ‘tilladt’ at poste mere end på andre sociale medier, fordi interaktionen foregår i realtid. På verdensplan er Twitter den anden største platform, hvilket giver god mulighed for at nå et eventuelt internationalt publikum. Dertil skal det siges, at Twitter i højere grad bruges til at følge medier og brands sammenlignet med ex Facebook, hvilket er et godt udgangspunkt for os virksomheder.”¹⁷

Jeg selv har ikke meget erfaring med Twitter, umiddelbart er der en ret lav procentdel i Danmark som bruger dette medie, derfor tænker jeg man skal være aktiv især internationalt. På samme måde som på Instagram har det den fordel at man nemt kan få følgere hvis man er aktiv på mediet, dog tænker jeg det er et medie som er svært at bruge som musiker, da skriftsprog er mest oplagt på Twitter.

“Et tweet består af maksimalt 140 karakterer, og tweets handler derfor i høj grad om at fatte sig i korthed. Twitter har generelt set lav penetration, da tweets vises i kronologisk rækkefølge, og der er derfor større risiko for, at følgere misser dine tweets. Derudover er en aktiv tilstedeværelse på Twitter ressourcekrævende, fordi en aktiv tilstedeværelse kræver mange tweets og et højt aktivitetsniveau.”¹⁸

Fordele

- Mange brugere verden over.
- Alle kan følge alle (og alle kan svare alle)
- Nemt at starte og deltage i diskussioner
- Newsfeedet viser de nyeste første, og prioritere ikke engagement
- Nemt at kommunikere med virksomheder og brands.

Ulemper

- Billeder og videoer er ikke “mediet”
- Lav interesse for Twitter i Danmark
- Kræver at man sætter sig ind i brug af twitter sproget, og hashtags
- Et meget umodent medie i Danmark både kommercielt og privat.
- Newsfeedet viser de nyeste første, så man kan gå glip af gamle opslag, hvis man ikke bruger mediet dagligt.

¹⁶ <http://keilbergchristiansen.dk/statistik-om-sociale-medier-i-danmark/>

¹⁷ <http://digitalworks.dk/artikler/hvilke-sociale-medier-kan-hvad>

¹⁸ <http://digitalworks.dk/artikler/hvilke-sociale-medier-kan-hvad>

Youtube

Antal brugere:

- 1.500 aktive danske YouTube-kanaler.
- 55 % af danskerne bruger YouTube.

Brugsstatistik:

- 48 % af alle danskere over 12 år benytter YouTube ugentligt. ¹⁹

YouTube er stort med over 1 mia. brugere på verdensplan, hvor *“der bliver uploaded 1 times video hvert eneste sekund”* ²⁰ Med så mange mennesker er det ligesom på facebook svært at nå sit publikum. Youtube’s indhold kommer fra brugerne selv, dette betyder også at der er stor udsving på kvaliteten af de videoer man kan finde. Man ser ofte videoer med mange visninger, men *“Det anslås at kun 10 % af alle videoer på youtube får mere end 10.000 visninger.”* ²¹ Dette er bestemt værd at tage med, hvis man undres over antallet af visninger, da vi i Danmark har helt andre dimensioner af en viral succes: *“Viral succes kan i Danmark være 50.000 visninger, hvor der ofte skal flere visninger til for resten af verden.”* ²²

Youtube egner sig bedst til film, og musikvideoer. På samme måde som de andre medier kan man som bruger like og kommentere på andre videoer, og på den måde skabe flere følgere til sin egen kanal, dette kræver selvfølgelig at man ligger videoer op jævnligt. Man skal være forholdsvis aktiv for ikke at “kede” sine følgere, så de bliver hængende.

Der findes rigtig mange undersøgelser på hvordan man laver en viral succes på youtube, og jeg tror aldrig man finder den gyldne løsning.

“Youtube har selv analyseret de virale videoer på tjenesten over en årrække, og er nået frem til tre kendetegn, der gør sig gældende for en viral megasucces.

1. *Indholdet skal været kurateret eller anerkendt af en smagsdanner for eksempel af en kendt person, der deler videoen på Twitter*
2. *Videoen skal skabe eller ramme ind i et netværk, der deler og bruger indholdet, samt genbruger og producerer nye varianter af den samme video*
3. *Indholdet skal være forudsigeligt”* ²³

Jeg kan tydeligt se de videoer der bliver delt på f.eks facebook, ofte har de 3 punkter i sig. Indholdet kan i min optik også nå langt ved at være uforudsigeligt, eller overraskende.

Fordele

- Abbonenter kan give reel indtægt, hvis der er nok af dem.
- Gode statistikker og analyse redskaber
- Nemt at uploade
- Ingen begrænsninger på uploads
- Nemt at dele videoer

¹⁹ <http://keilbergchristiansen.dk/statistik-om-sociale-medier-i-danmark/>

²⁰ De nye fans, s. 26

²¹ De nye fans, s. 26

²² <http://videotool.dk/koda/c4166>

²³ De nye fans, s. 26

Ulemper

- Mange reklamer
- Svært at skille sig ud af mængden
- Facebook modarbejder youtube

SoundCloud ²⁴

SoundCloud har ét fokus, og det er musik. Dette er en optimal platform for os musikere, jeg selv er først begyndt at bruge det for nylig. Det er kun musik, ingen billede, ingen video. Man kan sagtens tilføje et billede, men det er ikke et must. Det rigtig gode ved SoundCloud er at det er godt sted at uploade ufærdigt materiale, såvel som færdigt. Det er sted hvor man kan få feedback, inden det bliver udgivet. Det er nemt at følge med i, hvor mange, der har lyttet til et specifikt nummer ved hjælp af de statistikker, der findes på mediet. Selvfølgelig er der ligesom på mange andre medier den fordel, at hvis man betaler penge for det, får man flere informationer, som kan hjælpe med at få musikken endnu længere ud.

Man kan på SoundCloud følge andre og få updates ligesom på Twitter, og andre kan også følge ens egen profil. På samme måde som mange af de andre platforme, er man engageret får man mere ud af mediet. SoundCloud giver alle brugere mulighed for at uploade musik, derfor er det et godt springbræt til nye kunstnere.

Man kan nemt søge på kunstnere eller genre, og på den måde hurtigt finde nyt musik. Derfor skal man være bred i sin beskrivelse af det musik man lægger op, så der er større chance for at det man lægger op bliver opdaget.

Fordele:

- Man kan finde alle genrer musik
- Nemt at uploade musik
- Ingen reklamer
- Nemt at følge sine ynglingskunstnere
- Det er nemt at udforske nyt musik og nye kunstnere
- Et fokus - ingen video og billede er nødvendigt
- Overskueligt analyse og statistik
- Populært medie for nye kunstnere

Ulemper:

- Lydkvaliteten varierer meget
- Begrænset antal uploads
- Dyrt at være bruger, så man kan uploade uden begrænsninger
- Forholdvis ukendt medie i Danmark

²⁴ Det har ikke været muligt at finde statistikker over antallet af bruger i Danmark.

SoMe - nye muligheder for dialog

“Vi kan tale om, at der er opstået en slags digital social virkelighed, hvor internettet er platformen, der understøtter og forstærker en dialog om vigtige og mindre vigtige emner, der før kun fandt sted i avisernes læsebrevsider, internt på arbejdspladser eller blandt familie og venner. Eksistensen af sociale medier indebærer, at alt hvad der i den fysiske verden skaber social kontakt, nu også eksisterer online i ligende former. Og vi ser at den digitale virkelighed i stigende grad fremavler helt nye muligheder for dialog, som ikke var mulighed før, alene på grund af de før i tiden meget virkelige materielle og geografiske begrænsninger.”²⁵ Det er blevet meget nemmere at komme i kontakt med firmaer, foretninger og ligende, f.eks. musiker, derfor ser jeg at musikersiden er blevet endnu mere vigtig, da mange kontakter og skriver på facebook, især når det er et medie mange ofte er på i forvejen endda flere gange om dagen. Vi kan meget nemmere komme med information uden at folk behøver at efterspørge dem, her tænker jeg især på Instagram som er et medie der kan åbne op for hvad der sker i øvelokalet, eller før en koncert. Måske er der ikke så meget to-vejs kommunikation, men man kan fortælle en historie, uden at den behøver at være efterspurgt, og følgerene kan sagtens selv vælge om de syntes det er interessant eller relevant for dem.

“Sociale medier lægger op til dialog, og den bedste format er måske ikke envejskommunikation for et firma/musiker. Fordi kommunikationen går begge veje så skal virksomheder/musikere forholde sig til de fans og forbruger der følger ens side på f.eks. facebook, og at hver gang man har en dialog med en på facebook så kan alle de andre også læse med, så man skriver jo ikke hvad som helst.”²⁶

Som jeg nævnte tidligere, kan envejskommunikation bruges til at fortælle en historie, men som det også er blevet nævnt flere gange, så handler især Facebook om engagement, og her er kommentarer bedre end et like. Så på Facebook skal man være mere opmærksom på opslag som kan invitere folk til en dialog, især Twitter er et medie, hvor diskussionen er i fokus, her har envejskommunikationen en kort levetid.

“I dag er store grupper af befolkningen blevet grafikere, fotografer, skibenter, musikere, filmskabere eller webudvikler. Det kan godt være, at det ikke er deres officielle jobtitel, men i fritiden vedligeholder de måske en band-blog eller har deres egen youtube-kanal.”²⁷ Der er i større grad blevet mere konkurrence, og man skal virkelig skille sig ud for at nå langt. Man skal overveje hvad man selv kan, som “amatørerne” ikke kan. Her tænker jeg at det tekniske niveau må være højere for dem der uddanner sig inden for det, og det må bestemt være en force. Den anden vej rundt, så kan man skabe information til brugerene så de selv kan blive bedre musikere, fotografer og lign., dette kan selvfølgelig også give mere konkurrence i sidste ende. Vi lever i et samfund, hvor man kan “google” sig til alt, og lære alt på nettet, så vi kan enten konkurrere og være bedre, eller være “læren” som giver eleven lektier, så eleven kan blive bedre. “Virkeligheden skaber altså seriøse udfordringer for professionelle aktører, der i stigende grad må se sig som konkurrenter til de brugere, de før leverede indhold til”²⁸

²⁵ De nye fans, s. 16

²⁶ De nye fans, s. 17

²⁷ De nye fans, s. 19-20

²⁸ De nye fans, s. 20

Undersøgelse

Jeg har i min undersøgelse interviewet bookere og musikere, for at få et bredere perspektiv, så det ikke kun er mit eget perspektiv. Jeg har snakket med forskellige bookere, som arbejder med mange forskellige musikgenrer, hvor de fleste også har haft berøring med folkemusikken.

Maria Theessink Kunstnerisk leder på Tønder festival

Jens Trolle-Busck Jepsen - daglig leder, Klaverfabrikken

Marianne Høj - booker, Gyngen

Lisbeth Rysgaard - Booker og karrierekonsulent hos Dansk musikerforbund

Bookerne

Hvor vigtigt er det at musikeren/bandet bruger de sociale medier ?

"Jeg vil sige at jeg ikke booker et band ud fra om de bruger sociale medier – men når de er bookede er det godt ift. at de kan dele at de skal optræde hos os. Og så vil jeg også sige at jeg altid tjekker om der ligger videoer (live) på facebook / youtube." - Maria, Tønder festival

"Hver booking er forskellig og for os handler det om hvilken kontekst eller ramme bandet skal bookes ind i. Hvis bandet skal bookes ind i et fast set-up, hvor der er meget stampublikum spiller det ingen rolle. Hvis bandet alene skal sælges på deres musikalske indhold er det alt afgørende." - Jens, klaverfabrikken

"Det er vigtigt at musikerne gør noget. Folk kommer ikke af sig selv." - Marianne, Gyngen

"For langt de fleste musikere/bands er det vigtigt at kunne kommunikere direkte med fans på de sociale medier. For det første fordi behovet for denne kommunikation er til stede fra fansiden, men også fordi det er den måde vi spreder "ordet" omkring denne kunstner til andre. Så en stor del af PR foregår i dag der. Spillestedes bookere kigger også på disse digitale profiler for at se hvor langt kunstnerne kommer ud, hvor mange følgere der er og hvor gode de er til at kommunikere med deres fans. I dag ligger kommunikationen omkring en event jo som et samarbejde mellem spillested og kunstner." - Lisbeth, DMF

Jeg syntes selv det er essentielt at vi som musikere er aktive med at få publikummer til vores koncert. Det vigtigt at musikeren tilbyder egen promovring, hvis denne ikke er så kendt. Jeg synes også en vigtig pointe er at de alle dem jeg har spurgt siger at det ikke er altafgørende om bands er på de sociale medier, men blot et vigtigt hjælpemiddel.

Er nogen platforme mere vigtige end andre ?

"I Danmark vil jeg anbefale facebook, instagram og youtube – men kun hvis bandet sørger for at opdaterer løbende. Twitter er også god da medierne er på twitter – dog er der ikke så mange danskere på twitter så det vil mere være aktuelt hvis man ønsker at gøre karriere i udlandet." - Maria, Tønder festival

"Det kommer meget an på målgruppen. Når vi fx. laver familiekoncerter arbejder vi med publikumsvaner frem for at fortælle historien om det enkelte orkester. Men - SoMe fylder mere og mere og er let at måle virkning på. Desværre er SoMe ved at være mættede for

reklamer hvilket med tiden gør det ligeså svært at trænge igennem der som så mange andre traditionelle platforme. Men en ting er sikkert - venue skal være der hvor brugerne er.” - Jens, Klaverfabrikken

“I Danmark er der stadig over 2 mill. brugere på facebook, så den er vigtig, og her skal man huske at involvere sine følgere. Facebook vil gerne have at man er dialogbaseret, så husk involveringen af fans. Youtube bruges af rigtig mange til at tjekke ny musik ud og ikke mindst til at se tekst-videoer på. Instagram er en rigtig vigtig platform for mange musikere, fordi det visuelle narrativ er med til at forstærke en branding af en kunstner.” - Lisbeth, DMF

Jeg synes bestemt der er nogle platforme, som er vigtigere end andre, også afhængigt af, hvor man skal spille henne, og hvilken målgruppe man gerne vil have fat i. Personligt for mig er facebook siden vigtig, især i forhold til promovning af en koncert. Twitter anser jeg som et svært medie at bruge som dansk musiker, men er mere vigtig end mange af os danske musikere antager. Hvis man vil gøre karriere i udlandet skal man overveje at bruge det medie, fordi Twitter er ret stort på verdensplan. Man kan undersøge, hvilke medier der er de mest brugte i det land man skal til. Man kan dog altid antage at facebook er en sikker vinder, da det er den mest besøgte hjemmeside på verdensplan.

Hvad tænker du om en musiker/band der ikke kan findes på de sociale medier?

“Det er sådan set helt fint - bare de har super godt PR-materiale (videoer, billeder) så kan venue tage 100% ejerskab på arrangementet. Det er jo også venue der hyrer. Så det kan sagtens gå. Det er tydeligt at godt videomateriale virkelig har en stærk effekt.” - Jens, Klaverfabrikken

“Det viser mangel på engagement. Nogle gange virker det som om at musikerne tror at der er altid er publikum.

Det er der selvfølgelig også steder der er, men her på Gyngen er det langt fra tilfældet.” - Marianne, Gyngen

“Jeg tænker, at der er en risiko for at de og deres musik ikke når så langt ud som de kan. Synlighed er eksistens, siger kommunikationseksperter Christian Have, og det kan der være noget om.” - Lisbeth, DMF

Det virker til at det har en bestemt virkning på bookere når man som musiker/band ikke findes på nogen sociale medier eller hjemmeside, Men det virker heller ikke som om at man just behøver at være på alle medier, men langt hellere have et medie som man vedligeholder, end en masse sider som ikke bliver opdateret. Jeg mener det er vigtigt at kunne findes, så det kan det i princippet “bare” være en hjemmeside.

Hvilke sociale medier vil du anbefale en musiker/band bruger ?

“De SoMe der passer bedst til deres målgruppe. Her er de på et punkt hvor de skal se deres musik som et produkt som skal ramme en forbruger.” - Jens, Klaverfabrikken

“Jeg synes at de skal tage udgangspunkt i hvilke platforme deres publikummer befinder sig på, sætter sig ind i hvordan man kommunikerer bedst på de forskellige platforme og holder sine profiler aktive og levende.” - Lisbeth, DMF

Er der forskel på, hvilken genre folk spiller i forhold til, hvor meget du forventer de er på de sociale medier?

“ikke rigtigt nej.” - Maria, Tønder festival

“I høj grad. Jo mere kommerciel artist jo større vigtighed har SoMe. Det fede ved sociale medier er, at det er blevet muligt at dyrke subkulturen på en helt anden måde end før. Det gør det også nemmere for venue at interagere med et særligt publikum. Du kan jo rette dine annoncer direkte mod folk indenfor 40 km radius som kan lide marokkansk gnawa-musik.” - Jens, Klaverfabrikken

“Nej. Jeg forventer faktisk altid at musikerne hjælper til. Når vi har folkemusik på Gyngen er det oftest professionelle musikere og de skal ind imellem mindes om det. Ellers har vi mange forskellige genrer. Oftest nye/unge bands. De giver den som regel en skalle helt af sig selv for at lokke mennesker til.” - Marianne, Gyngen

Populær musik er nemt at finde på medierne, og folkemusikken er blevet meget nemmere at finde på de sociale medier, de sidste par år.

Interessant er det at se, at der her forventes forskellige ting, og man kan jo overveje om man som band evt. skal spørge ind til spillestederne, hvor meget de forventer man skal være på de sociale medier. Jeg mener det er vigtigt for folkemusikgenren især at være ude på medierne, og være aktiv ikke mindst. Mest fordi jeg oplever, at vi ofte har fordomme imod, så hvis vi kan være på de medier, hvor alle de andre populærbands er, så kan vi måske allerede her overraske et ukendt publikum, og få deres opmærksomhed.

Folkemusik er ikke en særligt kommerciel genre, og jeg syntes derfor at vi skal være gode til at gøre brug af medierne.

Hvis bandet tilbyder egen promovning på sociale medier, har det så en større fordel end et band som ikke tilbyder det?

“Jeg vil sige at jeg forventer at de deler at de skal spille hos os – det er både i vores men også i egen interesse.” - Maria, Tønder Festival

“Ja. Vi vil rigtigt gerne have huset fuld af gæster. Hver gang” - Marianne, Gyngen

Har de sociale medier en betydning i forhold til om bandet skal hyres?

“Når bookeren er i tvivl kan man godt finde på at kigge på følgere på SoMe, visninger på youtube osv. Men hvis bookeren ikke er i tvivl spiller det ikke den store rolle.” - Jens, Klaverfabrikken

“Ja det er klart at det er noget nemmere, hvis man får et link til en side, hvor man kan se og høre mere til bandet.

Har bandet ikke hverken hjemmeside, Facebookside eller andet, vidner det om at de ikke er kommet ret langt” - Marianne, Gyngen

Sociale medier har tydeligvis gjort sit indtog for bookere og spillesteder, og man skal som musiker/band virkelig overveje, om man skal have en SOME side, og ikke mindst være aktiv på disse sider. Og nok afhængigt af genren, så kræver det nogen gange at man som band kan promovere sig selv så man faktisk også får et publikum til sine koncerter, som i virkeligheden er vores allesammens mål. Det er ikke sjovt at spille for en tom sal, hverken for musikeren eller spillestedet.

Musikerne

Hvor meget tid bruger vi musikere på sociale medier, og hvad er vores overvejelser, når vi lægger ting ud på SoMe. Man kan undre sig om der overhovedet findes musikere som ikke bruger SoMe til at promovere sig selv.

Jeg har spurgt musikere fra forskellige miljøer, og alle nævner at de bruger facebook og instagram som de førende sociale medier for deres musik. De bruger også youtube til at komme ud med deres musik, men ikke mindst til at udforske andet musik. Det er også meget forskelligt, hvor meget tid de hver især bruger på SoMe, men én ting værd at bemærke: de, der bruger mest tid på SoMe har også flest følgere på deres medier. Jeg vil kort introducere musikerne:

Dennis Flacheberg bruger 10 - 15 min på sociale medier hver dag. Han spiller guitar, og er aktiv i mange populære bands fx. L.I.G.A. De bands han spiller med har facebooksider, men han har ingen personlig fanside på facebook. Han har sin egen hjemmeside, er på instagram og har sin egen youtube kanal.

Nini Bang bruger 30 - 120 min på sociale medier hver dag. Freelance sanger og performer i bl.a. det polske Teater ZAR og det amerikanske Source Material Collective. Hun har sin egen fanside på facebook, en hjemmeside, instagram og youtube kanal.

Jesper Vinther bruger 5- 30 min sociale medier hver dag. Jesper spiller Harmonika, i bla. Phønix, Baltinget, Ostinat ekspresen, Jydsk på næsen, Anja Præst Trio, Impuls trio og Heebøll & Vinther Duo. Han har sin egen hjemmeside, og bandsider på facebook, instagram og youtube kanal.

Erik Rydvall bruger 60 min på sociale medier hver dag. Erik spiller Nøgleharpe i Nordic og Rydvall/Mjelva. Han har fanside på facebook, instagram og har sin egen hjemmeside og youtube kanal.

Og så har jeg fundet én musiker som ikke er på de sociale medier, for at høre et helt andet synspunkt.

Ove Andersen bruger 0 min på sociale medier hver dag. Ove spiller violin, i "Rasmus", og underviser. Han bruger af og til youtube til at udforske nyt musik.

Med henvisning til 2. interview i bilagene vil jeg her fremhæve de mest relevante pointer.

- Mængden af tid man har været musiker kontra nødvendigheden af SoMe er modsatte, altså er ens netværk som erfaren musiker mere relevant end SoMe.
- Der ses en mening i at tilpasse indholdet i henhold til det sociale medies formål. Eks. er facebook bedre til tekster kombineret med billeder, hvor instagram er bedre til billeder uden så megen tekst.
- Vigtigheden af at vedligeholde sin side, kan her kun understreges. Tiden brugt på SoMe viser sammenhæng med mængden af følgere og dermed, hvor langt ud man når på medierne.

Jeg vil gerne udfolde interviewet samt pointerne til min mundtlige fremlæggelse

Konklusion

Den største fejl man kan gøre som musiker er, at have et medie man ikke opdaterer. Officielle sider signalerer noget professionelt, men kun hvis musikeren behandler dem professionelt. Det handler om at være aktiv på det medie du vælger at bruge, og ikke mindst være konsekvent, så tjenesten bliver brugt som beregnet. Man skal være tålmodig og holde sig til sin strategi. Hvis man skaber noget ens følgere kan bruge skal de nok komme og ikke mindst blive. Holder man fast i sit valg af medie, så har man muligheden for at teste hvordan tjenesten virker. Hvis man til sidst kan konkludere at det ikke virker så er det måske tjenesten og ikke indsatsen som er problemet.

Man får ikke fans og følgere, ved kun at snakke om sig selv, og råbe højest, men ved at gøre en forskel og skabe værdi for følgerne. Man skal skabe meninger og gøre en forskel i verden med lige netop "dine" aktiviteter. Ellers gider ens fans/bruger ikke engagere sig og involvere sig i din side, og derfor ikke være optimal brug af f.eks. facebook siden.

Tre gode råd man kan tænke over når man laver et opslag:

1. Tag udgangspunkt i, hvad ens følgere på siden interesserer sig for.
2. Tal om andet end dig selv og det du vil sælge.
3. Skab værdi for følgerne, som de kan dele, så de kan skabe værdi for deres netværk.

Mine forslag til godt indhold på SoMe.

Man skal ikke være bange for at lave videoer på sine medier, det er en nem måde at komme med mange informationer, uden at det bliver en lang roman. Især livestream skal man bruge mere, fordi at facebook og Instagram belønner dem der bruger det, det er den bedste måde at nå længst ud i organisk rækkevide.

Skab noget underholdning for følgerne, vi er allesammen meget afhængige af at blive underholdt, så det er klart hvis vores opslag har en form for underholdende værdi så har vi et bedre opslag.

Spørge folk om deres mening, og hjælp, som sagt tidligere i opgaven så belønner mange medier engagement, så når man laver et opslag med mange likes, og kommentarer, så kommer man højest op i newsfeedet på f.eks. facebook. Og på youtube og instagram så giver engagement ofte følgere, både hvis man selv kommenterer, eller andre gør.

God råd og personlig erfaring er nogetfens følgere gerne vil høre, og kommentere på.

Tema opslag som f.eks en billedeserie, det kunne være børnebilleder, eller gamle koncerter, eller som jeg gør i øjeblikket billeder fra min studietid. Temaet throwback - memories er altid et hit. Billeder, videoer, og historier behind the scenes, inkluderer følgerne til et mere lukket område som måske ikke alle ser, og som måske ikke bliver offentliggjort på alle medier.

En god ide er at stille sig selv spørgsmålet "Vil jeg selv dele det med andre hvis jeg så mit opslag?" Generelt skal man vise kærlighed til sit emne, og det man gerne vil præsentere for verden. Jo, mere man selv tror på det, jo mere køber folk produktet. Fortæl din historie, for der findes kun én i verden der har den historie, og den er derfor unik. Man behøver ikke have et færdigt produkt, tværtimod, så er processen meget mere spændende end kun det færdige resultat

"Folk køber ikke, hvad du laver, men hvorfor du gør det" - Simon Sinek

Litteraturliste

Bøger:

Ibsen, M.; Ardahl, R.; Ebbesen, T. (2013): *De nye fans*. TOPTRYK

Links:

<http://videotool.dk/koda/c4150> (Video foredrag)

<https://bureau.dk/sociale-medier-2017-statistik-danmark/>

<https://zephoria.com/top-15-valuable-facebook-statistics/>

<https://www.socialemedier.dk/sociale-medier-2016-i-danmark/>

<http://keilbergchristiansen.dk/statistik-om-sociale-medier-i-danmark/>

<http://digitalworks.dk/artikler/hvilke-sociale-medier-kan-hvad>

https://www.facebook.com/help/975828035803295?helpref=uf_permalink

Bilag

1. Interview - bookerne

Maria Theessink - Kunstnerisk leder, Tønder festival

Hvor vigtigt er det at musikeren/bandet bruger de sociale medier ?

Jeg vil sige at jeg ikke booker et band ud fra om de bruger sociale medier – men når de er bookede er det godt ift. at de kan dele at de skal optræde hos os. Og så vil jeg også sige at jeg altid tjekker om der ligger videoer (live) på facebook / youtube.

Er nogen platforme mere vigtige end andre ?

I Danmark vil jeg anbefale facebook, instagram og youtube – men kun hvis bandet sørger for at opdaterer løbende. Twitter er også god da medierne er på twitter – dog er der ikke så mange danskere på twitter så det vil mere være aktuelt hvis man ønsker at gøre karriere i udlandet.

Hvad tænker du om en musiker/band der ikke kan findes på de sociale medier?

Jeg tænker umiddelbart at det virker useriøst.

Er der forskel på hvilken genre folk spiller i forhold til hvor meget du forventer de er på de sociale medier?

ikke rigtigt nej.

Hvis bandet tilbyder egen promovring på sociale medier, har det så en større fordel end et band som ikke tilbyder det?

Jeg vil sige at jeg forventer at de deler at de skal spille hos os – det er både i vores men også i egen interesse.

Jens Trolle-Busck Jepsen - dagligleder, Klaverfabrikken

Hvor vigtigt er det at musikeren/bandet bruger de sociale medier ?

Hver booking er forskellig og for os handler det om hvilken kontekst eller ramme bandet skal bookes ind i.

Hvis bandet skal bookes ind i et fast setup, hvor der er meget stampublikum spiller det ingen rolle.

Hvis bandet alene skal sælges på deres musikalske indhold er det alt afgørende.

Er nogen platforme mere vigtige end andre ?

Det kommer meget an på målgruppen. Når vi fx. laver familiekoncerter arbejder vi med publikumsvaner frem for at fortælle historien om det enkelte orkester. Men - SoMe fylder mere og mere og er let at måle virkning på.

Desværre er SoMe ved at være mættede for reklamer hvilket med tiden gør det ligeså svært at trænge igennem der som så mange andre traditionelle platforme. Men en ting er sikkert - venue skal være der hvor brugerne er.

Hvad tænker du om en musiker/band der ikke kan findes på de sociale medier?

Det er sådan set helt fint - bare de har super godt PR-materiale (videoer, billeder) så kan venue tage 100% ejerskab på arrangementet. Det er jo også venue der hyrer. Så det kan sagtens gå. Det er tydeligt at godt videomateriale virkelig har en stærk effekt.

Hvilke sociale medier vil du anbefale en musiker/band bruger ?

De SoMe der passer bedst til deres målgruppe. Her er de på et punkt hvor de skal se deres musik som et produkt som skal ramme en forbruger.

Hvad bruges de forskellige platforme sig bedst til, fra din synsvinkel som booker?

Det er svært at svare på, da det igen kommer an på det enkelte band. Kendetegnende for dem alle er at man skal være en god historiefortæller for at få folk til at følge en. Tænk på hvor mange feeds man ser uden man lægger mærke til dem.

Er der forskel på hvilken genre folk spiller i forhold til hvor meget du forventer de er på de sociale medier?

I høj grad. Jo mere kommerciel artist jo større vigtighed har SoMe. Det fede ved sociale medier er, at det er blev muligt at dyrke subkulturen på en helt anden måde end før. Det gør det også nemmere for venue at interagere med et særligt publikum.

Du kan jo rette dine annoncer direkte mod folk indenfor 40 km radius som kan lide marokkansk gnawa-musik.

Har de sociale medier en betydning i forhold til om bandet skal hyres?

Hvis bandet tilbyder egen promovering på sociale medier, har det så en større fordel end et band som ikke tilbyder det?

Når bookeren er i tvivl kan man godt finde på at kigge på følgere på SoMe, visninger på youtube osv. Men hvis bookeren ikke er i tvivl spiller det ikke den store rolle.

Marianne Høj - Booker, Gyngen

Hvor vigtigt er det at musikeren/bandet bruger de sociale medier ?

Det er vigtigt at musikerne gør noget. Folk kommer ikke af sig selv.

Er nogen platforme mere vigtige end andre ?

Det ved jeg ikke. Det kommer vel an på, på hvilke platforme bandet/musikeren har sit netværk i forvejen.

Hvad tænker du om en musiker/band der ikke kan findes på de sociale medier?

Det viser mangel på engagement. Nogle gange virker det som om at musikerne tror at der er altid er publikum.

Det er der selvfølgelig også steder der er, men her på Gyngen er det langt fra tilfældet.

I torsdags havde vi en koncert med en dygtig engelsk Singer/Songwriter hvor der kom en (1) gæst.

Hvilke sociale medier vil du anbefale en musiker/band bruger ?

Det skal jeg ikke gøre mig til herre over. Jeg er ikke ekspert. Selv bruger vi Facebook rigtig meget. En lille smule også Instagram.

Det kan være det er noget andet om et år?

Er der forskel på hvilken genre folk spiller i forhold til hvor meget du forventer de er på de sociale medier?

Nej. Jeg forventer faktisk altid at musikerne hjælper til.

Når vi har folkemusik på Gyngen er det oftest professionelle musikere og de skal ind imellem mindes om det.

Ellers har vi mange forskellige genrer. Oftest nye/unge bands. De giver den som regel en skalle helt af sig selv for at lokke mennesker til.

Har de sociale medier en betydning i forhold til om bandet skal hyres?

Ja det er klart at det er noget nemmere, hvis man får et link til en side, hvor man kan se og høre mere til bandet.

Har bandet ikke hverken hjemmeside, Facebookside eller andet, vidner det om at de ikke er kommet ret lang

Hvis bandet tilbyder egen promovoring på sociale medier, har det så en større fordel end et band som ikke tilbyder det?

Ja. Vi vil rigtig gerne have huset fuld af gæster. Hver gang :-)

Lisbeth Rysgaard - Booker og karrierekonsulent hos Dansk musiker forbund

Hvor vigtigt er det at musikeren/bandet bruger de sociale medier ?

For langt de fleste musikere/bands er det vigtigt at kunne kommunikere direkte med fans på de sociale medier. For det første fordi behovet for denne kommunikation er til stede fra fansiden, men også fordi det er den måde vi spreder "ordet" omkring denne kunstner til andre. Så en stor del af PR foregår i dag der. Spillestedes bookerne kigger også på disse digitale profiler for at se hvor langt kunstnerne kommer ud, hvor mange følgere der er og hvor gode de er til at kommunikere med deres fans. I dag ligger kommunikationen omkring en event jo som et samarbejde mellem spillested og kunstner.

Er nogle platforme mere vigtige end andre ?

I Danmark er der stadig over 2 mill. brugere på facebook, så den er vigtig, og her skal man huske at involvere sine følgere. Facebook vil gerne have at man er dialogbaseret, så husk involveringen af fans. Youtube bruges af rigtig mange til at tjekke ny musik ud og ikke mindst til at se tekst-videoer på. Instagram er en rigtig vigtig platform for mange musikere, fordi det visuelle narrativ er med til at forstærke en branding af en kunstner.

Hvad tænker du om en musiker/band der ikke kan findes på de sociale medier, eller hjemmeside?

Jeg tænker, at der er en risiko for at de og deres musik ikke når så langt ud som de kan. Synlighed er eksistens, siger kommunikationseksperter Christian Have, og det kan der være noget om.

Hvilke sociale medier vil du anbefale en musiker/band bruger ?

Jeg synes at de skal tage udgangspunkt i hvilke platforme deres publikummer befinder sig på, sætter sig ind i hvordan man kommunikerer bedst på de forskellige platforme og holder sine profiler aktive og levende.

Er der forskel på hvilken genre folk spiller i forhold til hvor meget/og hvad du forventer på de sociale medier?

Ja, det kan sagtens være, men jeg tror personligt mere på at der er forskel på, hvordan vi mennesker har det med disse sociale platforme. Jeg har mødt musikere/bands/ensembler fra alle genrer som enten elsker denne måde at kommunikere på eller hader den.

2. Interview - musikerne

Dennis Flacheberg - Guitarist i L.I.G.A, Nikolaj og piloterne, Back to Back, Andreas Bo, Sveistrup og Casper Milton.

Hvilke sociale medier bruger du?

Face og insta

Hvordan bruger du de sociale medier ?

Til promo af koncerter, info om arrangører osv.

Hvorfor bruger du de sociale medier ?

For at komme bredt ud til danskerne

Hvor lang tid bruger du om dagen på Sociale medier ?

10-15 min

Har du oplevet nogen forandring i forhold til jobs, og dit musikalske virke ved at bruge sociale medier?

Ja jeg har fået nogle fans som følger mig som guitarist osv

Ville du have lige så mange spillejobs, som hvis du ikke brugte de sociale medier ? Ja

Hvad bruger du de forskellige sociale medier til ?

Til promo af koncerter, info om arrangører osv.

Hvad egner de forskellige platforme sig bedst til fra din synsvinkel? Til at informere musikbrugerne om hvad der sker i byen!

Bruger du det samme lyd og billedmateriale på alle dine sider ?

Nej det varierer

Føler du at publikum/fans forventer at du som musiker er på de sociale medier, eller er det mest for din egen skyld ?

Ja det forventer de bestemt!

Nini Julia Bang, freelance sanger og performer i bl.a. det polske Teatr ZAR og det amerikanske Source Material Collective.

Hvilke sociale medier bruger du?

FB, Insta

Hvordan bruger du de sociale medier ?

Insta - til at dele billeder/videoklips og historier fra mit professionelle liv, og til at udbrede kendskabet til det musik/teater jeg laver.

FB - til at dele historier (og selvfølgelig også billeder og video) fra mit professionelle liv, og til at finde folk der er interesserede i f.eks. det kor jeg har startet. Til at dele events og til at se hvad der foregår i branchen.

Hvorfor bruger du de sociale medier ?

Det er en blanding af mange ting. Det har f.eks. givet mig mulighed for at starte et kor. Jeg har startet det udelukkende gennem FB. Ved at reklamere der og holde gratis intro gange, hvor folk kunne prøve det af før de evt startede i koret. Jeg bruger helt sikkert også SoMe for at komme ud til flere mennesker. Finde mit publikum. Det jeg laver er så lille en niche, at det kan være svært at finde ud af hvor publikum findes og hvordan jeg kommer ud til dem. Det er derfor vigtigt at jeg findes på SoMe - også fordi dem der interesserer sig for det jeg laver ofte er en bred global familie. Derudover er der selvfølgelig også en slags tilfredsstillelse i at være aktiv derinde ... Altså endorfin-boost og alt det der ;)

Hvor lang tid bruger du om dagen på Sociale medier ?

Lige for tiden er jeg jo igang med the100dayproject, så jeg bruger nok lidt mere nu end normalt, men jeg vil nok sige mellem 30 min og 2 timer. Jeg laver tit SoMe når jeg rejser i bus/tog/fly ;)

Har du oplevet nogen forandring i forhold til jobs, og dit musikalske virke ved at bruge sociale medier?

Som sagt, jeg har startet koret vha FB, så ja, det kan helt sikkert mærkes. Derudover har jeg fået nogle få (meget få! haha) entusiastiske fans, som jeg aldrig har mødt, men som virkelig påskønner det jeg laver.

Jeg vil dog stadig sige at der hvor jeg er nu, så er det den personlige kontakt og det at møde folk ansigt til ansigt der giver spillejobs, mere end det er SoMe. Men ja, det går jo også lidt hånd i hånd.

Ville du have lige så mange spillejobs, som hvis du ikke brugte de sociale medier ?

Jeg ville ikke have koret uden SoMe, så jeg ville ikke have den samme indkomst.

Jeg har svært ved at bedømme om jeg ville have de samme spillejobs ... jeg tror det er vigtigt at bookere kan se at jeg har et bagland på SoMe, men ja, som sagt er det ikke det der giver mig spillejobs pt. Jeg tror dog godt det kan ændre sig med tiden.

Hvad bruger du de forskellige sociale medier til ?

Hvad egner de forskellige platforme sig bedst til fra din synsvinkel?

FB - historier, tekst, hvor folk kan være engagerede og tale med. Samt events og grupper, hvor der kan annonceres om nye begivenheder. Gode videoer.

Insta - Billeder (og lidt video) der har et stærkt budskab og kan forstås umiddelbart. Lidt tekst, men ikke for meget.

Bruger du det samme lyd og billedmateriale på alle dine sider ?

Det tar for meget tid at tilpasse indholdet, men jeg forsøger alligevel at gøre det lidt, da jeg kan se at det er meget forskelligt hvordan de to medier bliver brugt. Så nej, jeg forsøger at lave det individuelt (dog ikke lige pt., da the100dayproject allerede tager for meget tid ;)

Føler du at publikum/fans forventer at du som musiker er på de sociale medier, eller er det mest for din egen skyld ?

Det er klart en blanding. Jeg føler ikke at folk forventer det, men samtidig er det også umuligt for folk at vide hvad jeg laver hvis ikke jeg fortæller om det ;) Og det er helt klart også for min egen skyld ;)

Jesper Vinther - Harmonika, Phønix, Baltinget, Ostinatexpresen, Jydsk på næsen, Anja Præst Trio, Impuls trio og Heebøll & Vinther Duo.

Hvilke sociale medier bruger du?

Facebook og Instagram (Youtube og WeChat)

Hvordan bruger du de sociale medier ?

Til at reklamere for koncerter og til at gøre opmærksom på mine bands og projekter gennem billeder, videoer og opdateringer.

Hvorfor bruger du de sociale medier ?

Fordi det er en nem måde at nå ud til folk på.

Hvor lang tid bruger du om dagen på Sociale medier ?

I gennemsnit 5 minutter. Nogen dage er jeg ikke på andre dage bruger jeg måske ½ time eller lidt mere hvis der skal oprettes begivenheder osv.

Har du oplevet nogen forandring i forhold til jobs, og dit musikalske virke ved at bruge sociale medier?

Nej ikke direkte, men folk ved oftere hvad man er i gang med end tidligere.

Ville du have lige så mange spillejobs, som hvis du ikke brugte de sociale medier ?

Ja det vil jeg tro.

Hvad bruger du de forskellige sociale medier til ? og hvad egner de forskellige platforme sig bedst til fra din synsvinkel?

FB er godt til det hele både opdateringer, video, billeder og begivenheder og reklame. Instragram er mest til billeder og pudsige situationer. Youtube bruger jeg mest til musikvideoer og koncertoptagelser

Bruger du det samme lyd og billedmateriale på alle dine sider ?

I nogen grad. Musikvideoer ligger ofte både på youtube og FB. Men små klip fra øvning eller lignende ligger kun på FB eller Insta.

Føler du at publikum/fans forventer at du som musiker er på de sociale medier, eller er det mest for din egen skyld ?

Det er vist mest for min egen skyld men jeg tror da at dem der følger mig og mine projekter er glade for det

Erik Rydval (SE) - Nøgleharpe i Nordic og Rydval/Mjelva

Hvilke sociale medier bruger du?

FACEBOOK (artistsida) och INSTAGRAM

Hvordan bruger du de sociale medier ?

LÄGGER UPP ÖVNINGSVIDEOS OCH BILDER FRÅN TURNÈLIV. SAMT KONSERTINFO. På Instagram lägger jag även upp bilder från vardagen.

Hvorfor bruger du de sociale medier ?

För att dela med mig av vad jag gör. Bygga upp en följarskara som kommer på konserter. För att det är kul. För att det är berikande att få dela med sig av det jag gör i övningsrummet till andra.

Hvor lang tid bruger du om dagen på Sociale medier ?

1 timme

Har du oplevet nogen forandring i forhold til jobs, og dit musikalske virke ved at bruge sociale medier?

Ja, jeg tror at jeg får bättre betalt för konserter efter att jag har fått fler följare på sociala medier. Märker även att det är fler som vet vad jag håller på med.

Ville du have lige så mange spillejobs, som hvis du ikke brugte de sociale medier ?

Nej.

Hvad egner de forskellige platforme sig bedst til fra din synsvinkel?

Facebook har förändrats, jag märker en stor skillnad på att mina videos inte når lika många följare längre. Annars passar både facebook och instagram bra till att sprida sin musik tycker jag. - Erik

Bruger du det samme lyd og billedmateriale på alle dine sider ? JA! men det är något som händer med ljudet när musiken når facebook som jag faktiskt inte begriper. Den komprimerar sönder filerna. Tråkigt.

Føler du at publikum/fans forventer at du som musiker er på de sociale medier, eller er det mest for din egen skyld ?

Det är både och tror jag. Vi som håller på är där mycket för egen bekräftelse. Men jag tror samtidigt inte man ska underskatta värdet i att vara där.

Ove Andersen, Violinist, spillemand og underviser spiller i bandet “Rasmus”

Bruger du nogen form for sociale medier?

Jeg kigger på youtube engang imellem, men ellers ikke. Gerne for at undersøge musik som folk efterspørger, hvis jeg skal undervise dem.

Oplever du nogen problemer ved ikke at bruge de sociale medier?

Fordi jeg ikke bruger det, så føler jeg det ikke. Når man er ung i 2018, så skal man nå alting, man må ikke blive bagud med noget. eks. kan man ikke sige ja til en indbydelse, for hvad nu hvis man fik et bedre bud. Facebook er krævende, og man skal skrive om sig selv, man bliver fri for det når man ikke er på.

Jeg underviser stadig lidt, og vil gerne holde foredrag, og her ville det være smart at være på facebook, fordi folk kan finde en. Jeg har overvejet det i lang tid om det var nu jeg skulle prøve at komme på facebook, men udelukkende for at sælge mine foredrag

Efterspørger folk det?

I min generation behøver man ikke få fat på mig, alle kender alle, jeg får måske ikke så mange tilbud fra folk som jeg ikke kender, men som spillemand, musiker og underviser har jeg et publikum som er på min egen alder, og her er det bestemt ikke et problem at jeg ikke er på de sociale medier. Mit publikum har samme indstilling til det som jeg selv har, de orienterer sig mere på den gammeldagsmåde. Jeg har jo skabt mig et bagland og et “arbejds miljø” før de sociale kom i brug, så nej derfor føler jeg ikke at folk efterspørger det.

Gavner det dit musikalske virke at du ikke er på sociale medier?

Det ved jeg ikke... jeg tror det ikke. Jeg tror måske jeg ville kunne sælge mig selv mere, men til gengæld slipper jeg for stressen. Men som jeg sagde før så overvejede jeg at komme på facebook for at sælge min foredrag, men så skete det at Adam Laugersen at

anbefalede mig, fordi han selv havde lavet mange foredrag, og så havde mange ligepludselig hørt om mit foredrag, og nu har jeg ikke behov for at komme på facebook, for at reklamere.

Jeg tænker ergo, er jeg - og en eller anden polak omskrev det i 2016 ” jeg bliver set ergo er jeg” i min alder behøver man ikke blive set.

Man skal bestemt også overveje hvor meget man afslører på facebook, fordi så skal man også forholde sig til det i den virkelige verden.

Jeg ville sikkert få en større omsætning, men jeg giver afkald på det, også fordi jeg jo reelt ikke ved det. Jeg tjener lige p.t det jeg må som folkepensionist, så jeg behøver ikke mere, jeg har alle de sjove ting! Før jeg blev pensionist underviste jeg på kons, musikskoler. og her kunne jeg få mine fasteindtægter så jeg har aldrig haft behov for at promovere sig selv.

Hvordan promovere du din musik og dig som musiker ?

Man snakker sammen og henviser til hinanden. Det at jeg laver kurser giver spillejobs, jobs der afgiver jobs. Man skal have forskellige ”arme” trad. - foredrag osv. og så skal man minde folk om at man findes. Sociale medier er en måde at gøre det på, men os gamle snakker bare med hinanden.

For at skaffe jobs ringede vi til institutioner, for at give dem et tilbud - var de interesserede sendte vi materiale til dem. Havde det været i dag så skulle jeg nok have en hjemmeside og facebook, og sende det ud i en mail.