

Küchentischgespräche online - Frauen in digitalen Jobs

Eine Veranstaltungsreihe von Frau und Beruf und KOBRA

Zu Gast war: Sara Lena-Probst, Beraterin für digitale Transformationsprozesse in der Musik-Industrie

Gespräch 03 / 19.04.2021. Das Interview führte Anna-Maria Herfurth, KOBRA.



Musik zieht sich wie ein Roter Faden durch ihr Leben - von ihrer Ausbildung als Jazz Musikerin bis hin zu ihrer digitalen Arbeit in einer IndiePlattenfirma.

Vor einigen Jahren wagte Sara-Lena Probst den Sprung in die Selbständigkeit. Alles fing mit einem Blog an. Jetzt steht BlackbirdPunk für State-of-the-Art Lösungen für alle digitalen Themen und Probleme in der Musik-Industrie. Sie bietet ein one-stop-shop Konzept für das digitale Portfolio von Musiker:innen und Unternehmen der Musik-Industrie.

Sara-Lena Probst hat Kulturarbeit / Schwerpunkt Musik studiert. Ein Auslandssemester in England mit Fokus auf die internationale Musik-Industrie hat sie nach vorne gebracht, wie auch später eine Weiterbildung in digital music marketing (Music Ally, siehe Links). Blog von Sara-Lena Probst: <https://blackbirdpunk.com/blog/>

LINKS

Newsletter & Expert:innen

Water & Music
<https://www.cheriehu.com/waterandmusic>

MusikWoche
<https://www.mediabiz.de/musik/news>

Was sind Deine Aufgaben als selbstständige digitale Beraterin in der Musik-Industrie?

Ich unterstütze Musiker:innen und Plattenfirmen beim Aufbau und der Nutzung digitaler Strukturen, um Musik zu vermarkten, d.h. konkret geht es um Social Media, Streaming, Webseiten, digitale Veröffentlichungen, Community-Management und Fan Base. Ich kläre erst einmal, welches Budget, welche personellen und zeitlichen Ressourcen zur Verfügung stehen und welche persönlichen Präferenzen es gibt, z.B. Video oder Foto und wo das Augenmerk liegt, z.B. eine Fan Base aufbauen oder einen Content-Plan erstellen. Das mache ich einerseits beratend, d.h. ich analysiere mit den Klient:innen, was sie brauchen, dann brechen wir das in eine Prio-Liste runter, entwickeln Strategien und planen die Umsetzung. Ich gebe gezielt Hilfe zur Selbsthilfe, indem ich mein Know-how weitergebe. Andererseits kann ich auch handwerklich eingreifen, z.B. bei der YouTube- oder Webseiten-Optimierung.

Was reizt Dich an Deiner Arbeit?

Es gibt kein 'Schema F', jedes Mal überlege ich im Austausch mit Klient:innen individuell, wie sie beispielsweise ihre Fan Base aufbauen können. Und ich arbeite international, man kann Fans in der ganzen Welt erreichen. Die Frage ist, wo sind die Menschen, die Bock auf diese Musik haben. Dafür gibt es proaktive Herangehensweisen. Musik ist eine Kunstform, die so viele Verwertungsmöglichkeiten hat. Das Urheberrecht wurde wegen der Musik erfunden. Musik - Harmonie - verbindet alle Menschen, das ist ein Grundbedürfnis. Heute ist es sehr viel einfacher, Musik zu vermarkten. Es gibt auch viele Möglichkeiten für Nischenbands. Einiges geht ohne Geld, zum Beispiel können die Fans Content generieren. Es gibt eine große Industrie, um Musik zu den Menschen zu bringen. Allerdings sind die digitale Infrastruktur und das digitale Verständnis in Deutschland noch eher schwach ausgeprägt. Kurzum: *Es ist jedes Mal ein neues Abenteuer!*

Wie kam es zur Selbstständigkeit und was hast Du dafür mitgebracht?

Bei der Plattenfirma, bei der ich gearbeitet habe, hat jeder alles gemacht. Dadurch habe ich einen guten Überblick über alle Aufgaben und Prozesse bekommen.

*Ins Digitale bin ich reingerutscht,
weil das keiner gemacht hat.*

Ich habe mich bemüht, Wissen um digitale Vertriebsmöglichkeiten aufzubauen und hatte wahnsinnig Lust, mich damit selbstständig zu machen. Außerdem hatte ich die Ressourcen dafür: Digitale Kompetenzen und Erfahrungen in der Musikbranche, ein Arbeitszimmer und tolle Unterstützung durch das Coaching bei KOBRA. Für mich ist selbstständig zu sein das Schönste: Man hat keinen Chef mit Ego, sondern ist mit sich und seinen eigenen Qualifikationsanforderungen beschäftigt. Es ist motivierend, besser werden zu wollen. Viele Frauen haben den inneren Antrieb, sie kümmern sich um Familie, Kinder, Job - sie haben viele Ressourcen selbstständig alles zu managen.

Amber Horsburgh
<https://amberhorsburgh.medium.com/>

Darren Hemmings
<https://www.motiveunknown.com/digest>

Stefanie Kim
<https://www.thematakt.de/steffi-kim/>

Hier kann man sich weiterbilden

Homepage Music Ally
<https://learn.musically.com>

MOOCs: kostenfreie Studiengänge bzw. Module von Universitäten; z.B. Berkeley
<https://www.mooc-list.com/university-entity/berkeley-college>

Google Skillshop: online Weiterbildungen mit Zertifikat
<https://skillshop.withgoogle.com/>

Youtube-Creator Studios
<https://www.youtube.com/creators/>

Canva Design School zur Gestaltung von Social Media Beiträgen & Bildern
<https://designschool.canva.com/>

Codecademy
<https://www.codecademy.com/>



Impressum:

Dokumentation: Gabriele Witzernath, Frau und Beruf e.V.

Foto 1: mit freundlicher Genehmigung von Sara-Lena Probst. Foto 2: © Maryna Andriichenko, stock.adobe.com

Was hat Dir auf dem Weg in die Selbstständigkeit geholfen?

Einen Businessplan zu schreiben und das richtige Coaching, zum Beispiel bei KOBRA. Ich bin mit wenig Geld gestartet – kein Kredit, keine Schulden: Laptop, ein Firmenname, ein selbst erstelltes Logo und eine Webseite haben gereicht. Im ersten Jahr nach dem Gründungszuschuss habe ich mir weiterhin wenig Geld ausbezahlt und den Rest in notwendige Anschaffungen investiert. Am Anfang hatte ich das Gefühl, ich muss alle Klient:innen nehmen, das hat mich viel Nerven gekostet. Wenn ich jetzt merke, es passt nicht, sage ich gleich "Nein". Mein Seelenfrieden ist mir wichtiger und die dadurch gesparte Energie investiere ich in E-Learning und in meine Webseite. Und es macht keinen Sinn bei Klient:innen kostenlos in Vorleistung zu gehen, um als Profi zu überzeugen. Man muss klar sein und bei sich bleiben: Die erste halbe Stunde Beratung ist kostenlos – danach gilt mein Stundensatz.

Viel wichtiger ist es, sich durch die eigene Arbeit eine Expertise aufzubauen und die für alle sichtbar zu machen, zum Beispiel in Form eines Blogs.

Wie hältst Du Dich auf dem Laufenden?

Ich blocke mir regelmäßig Zeit und folge Newslettern und Blogs von Musik-Industrie-Expert:innen, nehme an E-Learning Kursen und Konferenzen teil, verfolge regelmäßig Google Updates und setze das gleich auf meiner Webseite um oder frage auch mal bei vertrauenswürdigen Kolleg:innen nach. Vor allem probiere ich Vieles auf meiner eigenen Webseite aus - ich liebe es, an ihr zu basteln und sie fortlaufend zu optimieren, also „learning by doing“. Ich blogge zweimal die Woche. Dadurch lerne ich viel, weil ich mich tiefer mit den Inhalten beschäftige und sie verstehen muss, um sie dann für den Blogbeitrag runter zu brechen. Nebenbei halte ich so mein Englisch auf dem Laufenden. Mit dem Blog etabliere ich mich als Expertin – die Musik-Industrie sieht, dass ich Ahnung habe. Und meinen Klient:innen kann ich erst einmal etwas an die Hand geben, so dass sie informierter in die Beratung kommen. Durch meinen Blog habe ich außerdem noch Aufträge als Bloggerin bei anderen Firmen bekommen.

Hast Du eine Empfehlung für unsere Zuhörer:innen und Leser:innen?

Alles ist möglich, ihr könnt alles lernen – in der Musikindustrie gibt es viele Quereinsteiger:innen. Am Besten ist es, neues Wissen auf das zu packen, wofür man brennt, sich darauf zu spezialisieren und durch Expertise Selbstbewusstsein aufzubauen.

In der digitalen Musikindustrie kann man sich wie Pippi Langstrumpf seine Villa Kunterbunt selber aufbauen.

Immer Zeit einplanen für Weiterbildungen. Es gibt viele kostenfreie E-Learning Angebote zum Beispiel bei Google, Facebook. Und das dann auch als Arbeitszeit sehen und sich dafür belohnen.

Klient:innen wollen mit euch zusammenarbeiten, weil sie erkennen, dass Technik euer Ding ist und ihr den Zug habt.

Lernen, ausprobieren, selber machen, damit kommt ihr weiter!

Vielen Dank für das Gespräch!

