



Syv sikre booking-tips

Lurer du på hvilke artister du skal booke? Hvordan du får tak i dem? Hva du bør tenke på før du kontakter booking-agentene? Ottar Schanke Eikum har svarene.

Noen kan mer om booking enn andre. Ottar Schanke Eikum er en av disse. Den blide nordfjordingen startet i sin til Malakoff i hjembygden Nordfjordeid, før han flyttet til Oslo og begynte som booking-agent i Mentometer i 2006. Nå har han startet byrået Nordic Live sammen med to kolleger, og de representerer artister som Kurt Nilsen, Gabrielle og Alan Walker. Samtidig er han daglig leder i Sarpsborgfestivalen og Drøbakfestivalen.

Vi har bedt Ottar om noen gode råd fra hans ståsted som booking-agent, og han



tok utfordringen.

1: Hvilket budsjett har du?

- Det første du må gjøre er å definere de økonomiske rammene dine. Det totale inntjeningspotensialet er greit å finne ut av, men hvordan ser kostnadsbildet ut? Dette bør du ha klart for deg før du begynner å kontakte bookingbyråer for å booke artister, sier Ottar.

Han forteller at de fleste arrangørene har full kontroll på dette feltet, men at det også er noen som mangler den nødvendige oversikten.

- Når vi selger en artist vil vi vite at arrangementet er bæredyktig. Det siste vi ønsker er at arrangørene går over ende grunnet kostnader de ikke har tatt høyde for i budsjetteringen. Ha et bevisst forhold til hva arrangementet vil koste å sette opp, og ha realistiske forventninger til oppmøte.

2: Likviditet

Like viktig som at du har betalingsevne, er det at du har den nødvendige likviditeten når du trenger den. De fleste booking-agenter vil kreve forhåndsbetaling, i likhet med både bryggerier og leverandører av lyd, lys, strøm, toaletter osv. Om det er en større festival du har på gang vil det da være snakk om betydelige beløp.

- Det beste er selvsagt å ha mulighet til å betale fakturaene før arrangementsstart, men det finnes også andre løsninger vi som booking-agent kan godta. En påkravsgaranti fra banken er ett slikt eksempel. En eventuell garanti fra billettleverandøren om at vi vil få et prioritert oppgjør direkte derfra kan være en annen løsning, sier Ottar.

3: Running order

Om det er en festival du planlegger, er running order og billing to begrep du bør ha gjort deg opp konkrete tanker om.

- Mange artister – og spesielt de internasjonale – er opptatt av hvor de havner på plakaten. Vil de være en headliner, eller er de tenkt lengre nede på plakaten en plass? Dette bør du ha klart for deg før du går i dialog med booking-agenten, forteller Ottar.

I tillegg bør du ha planlagt hvor du vil plassere artisten i programmet.

- Sett opp en kjøreplan med definerte slotter til hver artist, og gjerne noen tanker om artistprofil på de forskjellige slottene dersom du ikke har begynt å fylle opp programmet. I tillegg kan det være smart å ha klar en link til eller

PDF av tidligere års program. De fleste booking-agentene vil være opptatt av denne infoen. Og husk, det er du som lager festival og programmerer, ikke agenten, sier han.

4: Definer publikummet ditt

Hvem publikummet ditt er har også betydning.

- Det er få festivaler forunt å ha et publikum som er så trofast at det utelukkende er festivalen i seg selv som trekker dem. Samtidig er det få eller ingen artister som klarer å trekke like mye folk alene som de kan gjøre i samarbeid med festivaler. Sørg derfor for at artistene passer profilen og publikummet dere ønsker, og at artist og festival forsterker hverandre ved å være en god match.

5: Logistikk

Logistikk er et annet tema som opptar dem som formidler artister, og noe du som arrangør bør kunne på rams.

- Hvor ligger nærmeste flyplass? Hva er det nærmeste hotellet? Hvilken kapasitet har de? Hva er romprisen? Dette er viktige opplysninger for dem som planlegger en turné, og som gjerne vurderer om de skal satse på innkvartering lokalt eller leie en nightliner. Du kan ikke forvente av booking-agenter at de kjenner de lokale forholdene dine, men de må nesten kunne forvente det av deg, sier Ottar.

Han mener at bruk av nightlinere har store fordeler for festivalarrangører i mer grisgrente strøk.

- Hotellkapasitet er en kronisk mangelvare om vi beveger oss utenfor de store byene, og når artistene kommer med medbrakt innkvartering er dette et stort pluss. I de tilfellene vil vi forhandle fram en hotell-buy-out hvor arrangøren betaler oss for overnattingen i stedet for hotellet, sier han.

6: Møblering backstage

Kanskje er garderobefasilitetene dine provisoriske? Det er ingen ting galt med det, men husk at artistene skal tilbringe mange timer der mellom lydprøvene og opptreden.

- Garderobebenker eller pinnestoler er helt greit til de formålene de er konstruert for, men om du har et knippe artister som skal tilbringe mange timer backstage må de ha komfortable sittemøbler. Dette er minst like viktig som mat, drikke og alt det andre du finner i rideren, sier Ottar, som mener at mange arrangører har et forbedringspotensial på dette punktet.

- Ta deg en tur backstage i god tid før arrangementet, lukk døren bak deg, og forestill deg at du skal tilbringe de neste fire-fem timene der uten stort annet å gjøre på enn å slå tiden i hjel. Det kan ofte være en god syretest, sier han.

7: Ryddig rapportering og oppgjør

Når arrangementet er over er Ottar opptatt av at rapporteringen er ryddig.

- Vi har ofte avtaler om en splitt etter break-even, og da er rapporteringen avgjørende. I enkelte tilfeller har vi en turnéleder på veien sammen med artisten, og i så fall skjer det gjerne et settlement der og da. Som oftest skjer imidlertid dette i etterkant, ved at arrangøren sender oss et oppsett over inntekter og utgifter. Dette bør være ryddig, og selvsagt reelt. Dersom vi stusser på noen av tallene vil vi be om dokumentasjon, forteller han.

Om Ottar:

Ottar Schanke Eikum er 32 år gammel og har vokst opp på Nordfjordeid i Sogn og Fjordane. Han startet som 16-åring opp Eid Rock Klubb og etterhvert, i en alder av 18 år, Malakoff Rockfestival. Som 20-åring flyttet han til Oslo for å satse på en jobb innenfor musikkbransjen. Etter 18 måneder, der all tid som ikke ble brukt på Malakoff gikk til diverse beskjeftigelser som manager for et par kompisband, agent for Kjetil & Kjartan show, et par måneder som strømselger på 100 prosent provisjonslønn (ingen god deal!), bartender, BI-"student» med mer ble han i august 2006 ansatt i Mentometer AS som agent. Her har han gjennom årene jobbet med artister som Bigbang, Thomas Dybdahl, Susanne Sundfør, Alexander Rybak og sikkert nærmere hundre andre. Han har også fortsatt arbeidet med Malakoff Rockfestival som bookingansvarlig siden 2009, samt vært med å starte opp og vært daglig leder for Oscarsborg akustiske og Sarpsborgfestivalen. Nå har han startet Nordic Live sammen med Ultimat Artist og Leyer Artistagentur og er agent for artister som Paperboys, Timbuktu, Danko Jones, Alan Walker, Ingrid Olava med flere.

Få enda mer innsikt med å besøke vår blogg: blog.ticketco.no

