

LIVE POP MUZIEK



aandacht voor
LIVE POPMUZIEK IN HORST AAN DE MAAS

hard nodig of overbodige luxe?

een notitie van Stichting Cambrinus Concerten

2010

AANDACHT VOOR
LIVE POPMUZIEK
in
HORST AAN DE MAAS

**Hard nodig
of
overbodige luxe?**

Een notitie van Stichting Cambrinus Concerten

Alhoewel Stichting Cambrinus Concerten vele muziekstijlen op haar podium ontvangt – van blues, folk, jazz, chanson, wereldmuziek, country, americana, rock en bij tijd en wijle ook klassiek – kiest ze ervoor om in deze nota te spreken over popmuziek. De term popmuziek is een dermate breed en overkoepelend begrip geworden dat vele muziekstijlen hierin met recht onder gebracht kunnen worden.

Inhoudsopgave

Voorwoord	4
Samenvatting	7
Resultaten enquête	10
<i>Muzikanten</i>	
<i>Podia</i>	
Commentaren	18
Forum	21
Conclusies en aanbevelingen	26
Tot slot	31
Bijlage 1	33
<i>Uitleg van een probleem</i>	
Bijlage 2	41
<i>Enquête-vragen muzikanten</i>	
<i>Enquête-vragen podia</i>	
Bijlage 3	47
<i>Rumoer in de popzaal</i>	

Foto's

alle zwart-witfoto's – Brendan van den Beuken
foto voorpagina Early Adopters – Brendan van den Beuken

VOORWOORD

Voorwoord

“Cultuur is van groot belang, zowel voor de ontwikkeling van ieder mens als voor de samenleving in haar geheel. Bestedingen van publiek geld aan cultuur hebben een cultureel en een sociaal doel; zingeving en duiding van het leven, vernieuwing en geestelijke groei van een maatschappij en de creatie van gedeelde identiteiten. Popmuziek is onderdeel van onze cultuur en heeft daarmee evenveel recht op aandacht als andere cultuuruitingen. Wanneer we cultuur of onderdelen van cultuur overlaten aan de markt, dan vervalt ze al snel tot louter vermaakindustrie. Juist deze ontwikkeling is naar mijn idee gaande in de popmuziek”.

Met die ontboezeming opent Tweede Kamerlid Arda Gerkens (SP) haar nota “Oorstrelend en Hartveroverend”, die ze zo’n drie jaar geleden aanbood aan de Tweede Kamer en de toenmalige minister van Cultuur. Ze schreef die nota om een lans te breken voor de Nederlandse popmuziek. Zij vindt dat popmuziek en het vele talent dat we in Nederland hebben een eerlijke kans moet krijgen en toont in de nota aan dat daar nu nog geen sprake van is. Daar waar andere cultuurstromingen wél mogen steunen op (financiële) aandacht van diezelfde overheden, zou een soortgelijke aandacht voor popmuziek op zijn plaats zijn en recht doen aan het belang ervan. In haar nota staft Gerkens die stelling als volgt:

“Hoewel popmuziek de populairste podiumkunst is, krijgt het in het cultuurbeleid de minste aandacht. Voor het publiek is pop een van de belangrijkste vormen van cultuur, maar in de cultuurnota van de regering wordt slechts 0,35% van het budget besteed aan de popsector...”

Deze bevindingen van Arda Gerkens sluiten geheel aan bij het idee binnen Stichting Cambrinus Concerten dat hetgeen waar zij mee bezig zijn – en met haar ook andere podia - weliswaar een grote artistieke en culturele waarde vertegenwoordigt, maar waarvoor van overheidswege weinig belangstelling wordt getoond. Specifiek in de situatie van Stichting Cambrinus Concerten (en met haar enkele andere) is dat zij op haar podium ruimte biedt en aandacht vraagt voor de creatieve en scheppende kant van de muziek en bijna uitsluitend de componisten en schrijvers van hun eigen muziek (singer-songwriters) in haar programma opneemt. Gespeend van een groot commercieel belang moeten podia als deze het hebben van de aandacht voor de inhoud. Echter zowel pers als - daardoor ook - het publiek kiezen vaak voor hetgeen reeds bekend is. Intrinsieke waarde legt het in die gevallen dan af tegen de commerciële waarde van de vermaakindustrie.

Een korte zoektocht naar relevante gegevens over een cultuurbeleid in Horst aan de Maas leert dat er binnen die gemeente geen specifiek beleid gevoerd wordt met betrekking tot popmuziek of andere cultuuruitingen. Er worden weliswaar activiteiten met subsidie ondersteund, maar in die ondersteuning is geen cultuurbeleid zichtbaar dat structureel is. Tegelijkertijd is er ook bij de gemeente Horst aan de Maas wel degelijk behoefte aan gegevens die een basis kunnen vormen voor een beleid dat zich richt op cultuur in het algemeen en op (pop)muziek in het bijzonder. Dat bleek toen de Stichting Cambrinus Concerten bij de gemeente kenbaar maakte in de maand juli 2009 speciaal aandacht te willen besteden aan de betekenis van live (pop)muziek en aan een daarop afgestemd cultuurbeleid. Een forumavond werd georganiseerd en enquêtes voor muzikanten en podia verspreid om meer inzicht te krijgen in het wereldje van de live-popmuziek en de noden die er leven. De forumavond werd bezocht door betrokkenen uit Limburg en Brabant. De aandacht voor de enquête was niet streekgebonden en is door zowel muzikanten als podia uit het hele land ingevuld.

Uitkomsten van die forumavond – gehouden op 1 juli – en de resultaten van de enquêtes vormen de basis voor deze nota.

Late publicatie... maar met toegevoegde actualiteitswaarde

Door omstandigheden – die grotendeel terug te voeren zijn op het karakter van een stichting zoals Stichting Cambrinus Concerten (onbezoldigde arbeid door vrijwilligers met veelal drukke agenda's... en een nota als deze is daarbij dan geen sinecure), maakt dat het verschijnen ervan op zich heeft laten wachten. De actualiteit van de situatie waarin de live (pop)muziek zich bevindt is echter dezelfde gebleven, ergo, het lijkt erop dat – wat ten tijde van de enquête speelde of latent aanwezig was - nu pijnlijk duidelijk is geworden. In persberichten wordt nu openlijk getwijfeld aan de betekenis van live muziek tegen de achtergrond van een niet luisterend publiek. In NRC wordt op 27 april jl. gerept over de kwalijke reputatie die Nederlandse poppodia hebben. Met name de grotere poppodia lijken geen greep te hebben op het publiek dat concerten dusdanig met luid geklets verstoort dat bands zelfs besluiten om tijdens optredens het podium te verlaten. Het verlaten van het podium door de band Thindersticks tijdens een concert in het Eindhovens podium De Effenaar (maart 2010) lijkt een gevoelige kwestie bloot te hebben gelegd. Doordat podia toch blijven programmeren, zonder structureel een probleem als dit aan te durven pakken, blijft de suggestie dat commerciële belangen duidelijk zwaarwegender zijn dan artistieke motieven. Verder in deze nota zal deze kwestie uitgebreider aan de orde komen.

Stichting Cambrinus Concerten hoopt met deze nota bouwstenen aan te dragen voor een gemeentelijk beleid ten gunste van de live-(pop)muziek. Niet alleen in Horst aan de Maas, de bakermat van de Stichting Cambrinus Concerten, maar voor alle gemeenten in Noord-Limburg – en wellicht ook daarbuiten. Tegelijkertijd betekent deze nota gedeeltelijk ook een actualisering van de nota van Arda Gerkens, er van uit gaande dat de situatie in Horst aan de Maas en Noord-Limburg geen uitzondering is binnen de Nederlandse situatie.

Jan Duijf
(voorzitter Stichting Cambrinus Concerten)

Zonder de inspanningen en het doorzettingsvermogen van leden van Stichting Cambrinus Concerten zou deze nota nooit zijn gerealiseerd. Daarvoor dank...

SAMENVATTING

Samenvatting

Op basis van de voor u liggende nota mag geconcludeerd worden dat de Horster regio veel popbands en -muzikanten telt, dat het opleidingsaanbod in de regio een goede voedingsbodem vormt voor vele muziekinitiatieven, maar ook dat het algemene culturele klimaat daar niet goed bij aansluit. Nog te veel wordt uitgegaan van gebaande wegen, ook omdat de media en programmeurs van podia – in verband met financiële belangen – vooral (moeten) inzoomen op bekende artiesten. Nieuw en onbekend talent wordt daardoor weinig kansen geboden.

Naast kritiek op de podia wijzen veel muzikanten vooral richting overheid en wordt het uitblijven van warme belangstelling als een belangrijk gemis ervaren. Steun aan de sector popmuziek zou volgens geënquêteerden pas resulteren in gewenste situaties als de podia serieus genomen zouden worden in hun problemen. Behalve dat podia de plekken zijn, waar 'het' gebeurt, zouden ze in deze ook aangesproken kunnen worden als intermediair tussen het veld en de overheid. Nog belangrijker dan het geven van geldelijke ondersteuning is het aangaan van een inhoudelijk gesprek een eerste vereiste.

In de gemeente Horst aan de Maas ontbreekt een cultuurbeleid... en dus is ook een specifiek popbeleid niet voorhanden. Geënquêteerde musici zijn van mening dat daarin verandering moet komen en dat de gemeente een belangrijke kans laat liggen, daar waar ze invloed kan uitoefenen op hetgeen ze wenselijk acht.. Zij pleiten voor ondersteuning van podia door de gemeente, zodat deze minder afhankelijk hoeven te zijn van gegevens die leiden tot louter commerciële keuzes. Die podia moeten volgens de musici dan ook meer 'durf' gaan tonen in de programmering. De musici zelf tenslotte zouden meer aandacht moeten besteden aan PR en meer vaardigheid moeten ontwikkelen in hoe de media te bespelen.

Algemene situatie

Popmuziek is in onze samenleving sinds de jaren vijftig een steeds dominantere positie in gaan nemen. Na de single, LP en CD kwam de digitale revolutie de popwereld binnen en dat leidt er onder andere toe dat het publiek steeds vaker muziek gratis weet te verkrijgen. Met een terug lopende cd-verkoop als gevolg besluiten platenmaatschappijen niet meer in (Nederlandse) artiesten te investeren die daardoor geen eerlijke kans meer maken op de markt. Waar rijkssubsidie op het gebied van cd-opname, promotie en 'touring' (ook in het buitenland) daar een behoorlijke verbetering in kunnen betekenen, zo verdienen veel muzikanten - de semi-professionals – slechts voldoende geld door er een bijbaan bij te hebben. Maar wil je carrière maken als muzikant, dan moet je daar je ziel en zaligheid in steken en dan gaat zo'n bijbaan knellen.

Nederland laat belangrijke economische kansen liggen. De Nederlandse muziekmarkt is voor 90% in handen van buitenlandse maatschappijen en muziekrechtenorganisatie Buma keert 90% uit aan buitenlandse muzikanten.

Dat popmuziek naast een culturele waarde ook een belangrijke economisch-promotionele waarde vertegenwoordigd is niet nieuw. Meestal wordt bij dit gegeven alleen gewezen op de grote voorbeelden bij wie dit rendement oplevert. Een stad als Liverpool met The Beatles als een sterk marketingproduct is daarbij zo'n overduidelijk voorbeeld. Maar ook een gemeente als Horst aan de Maas ziet op bescheidener schaal kans om namen als Rowwen Hèze en Heideroosjes op promotionele wijze aan zich te verbinden en zich daarmee cultureel te identificeren.

De wetgeving heeft de popsector opgezadeld met onevenredige kostenstijgingen en beperkingen. Als gevolg daarvan gaan podia – de broedplaatsen van talent – verloren. Vooral jongerencentra zijn daardoor getroffen. Gemeenten voeren nauwelijks beleid dat gericht is op het realiseren van goed functionerende podia.

Bands én podia worden geconfronteerd met een negatieve cirkel. Een onbekende band – mede als gevolg van een gebrek aan airplay en marketing - brengt geen geld in het laatje van het podium, dat vervolgens nog weinig animo koestert om onbekende bands te boeken. Deze marktwerking in de culturele sector zorgt er voor dat veel talent in Nederland niet tot ontwikkeling komt en dat alleen wordt geïnvesteerd in grotere publiekstrekkingen waarvan succes verzekerd lijkt. Jongerencentra als minst gesubsidieerde podia kunnen niet bijbenen en verliezen daarmee hun bestaansrecht. In de marge opererend wordt op die plekken dan gekozen voor de nog betaalbare dj's en krijgt – wederom – nieuw podiumtalent geen kans.



Limburgs talent... maar geen erkenning (de band Jesus Jansen; foto Brendan van den Beuken)

De meeste podia zitten in het westen van het land (tweederde). Limburg telt relatief weinig podia. In 2007 zetten de Nederlandse poppodia zo'n 80 miljoen euro om. De kosten betreffen concertkosten en personeelskosten (beiden 38%) ook nog huisvestingskosten en organisatie, waaronder PR (14%) en onderhoud en afschrijving (10%). Vooral de podia bij jongerencentra bestrijden een groot deel van de kosten met overheidssubsidie. Toch hebben veel gemeenten geen (popcultuur)beleid ontwikkeld. Terwijl gemeentelijke overheden het dichtst bij de lokale popcultuur staan en die popcultuur inmiddels een volwaardige en volwassen culturele waarde vertegenwoordigt, blijft gemeentelijke steun meestal beperkt tot een bijdrage aan de bouw van het podium.

Door het ontwikkelen van een "Handleiding Popbeleid Gemeenten" hebben de gezamenlijke provinciale Popmuziekkoeplets de gemeenten handvatten gegeven om beleid te ontwikkelen. Daar wordt echter nog weinig gebruik van gemaakt. Het beleid van de gemeenten is voornamelijk reactief. Ze dienen zich meer bewust te worden van de culturele, economische en maatschappelijke mogelijkheden van popmuziek.

RESULTATEN ENQUÊTE

Resultaten van de enquête onder muzikanten¹

Inleiding

Uit de praktijk van alle dag bij Cambrinus Concerten is gebleken dat het voor muzikanten een hele opgave is om een podium te vinden voor hun muziek en een optreden geregeld te kunnen krijgen. Veel muzikanten moeten 'sappelen' op of zelfs onder bijstandsniveau als ze er in hun levensonderhoud mee willen voorzien. En om nog publiek te vinden voor deze muziek moeten podia alle zeilen bijzetten. En het lijkt alleen maar moeilijker te worden...!

De vraag doemt op of de noodklok geluid moet worden en of er een beleid moet komen om de (live) popmuziek in Noord-Limburg te stimuleren. Om die vraag en de praktijk wat beter in beeld te krijgen heeft Cambrinus Concerten een tweetal enquêtes het licht doen zien. Eén voor muzikanten en één voor podia. De te beogen doelen die ze voor ogen heeft, zijn het opsporen van knelpunten; het vaststellen of ervaringen van muzikanten en podia aansluiten bij de gevolgtrekkingen die in de popnota van Arda Gerkens staan; vaststellen of er sprake is van een positief effect vanuit de door Pop.nl geschreven nota "Pop met beleid" en tot slot conclusies trekken, die een basis kunnen vormen een lokaal cultuurbeleid. Van de bestaande popcultuur in Horst aan de Maas met bands als Rowwen Hèze en Heideroosjes, met artiesten als Iain Matthews en René van Wegberg, met jazzmuzikanten als Mike Roelofs en Egbert Derix (Searing Quartet) en met een opkomende band als Early Adopters zou een stimulerende werking kunnen uitgaan op al het volgt.

De enquête voor muzikanten is gepubliceerd op de website van Cambrinus Concerten. Door middel van een artikel in Dagblad de Limburger en berichten in andere media van Limburg werden de muzikanten geattendeerd op deze enquête en opgeroepen die in te vullen. En tenslotte zijn bands en muzikanten individueel benaderd – via een soort kettingbrief - met de vraag de enquête in te vullen.

Aan de enquête voor musici hebben 51 bands/muzikanten deelgenomen. Op zich een respectabel aantal, maar het aantal noopt wel tot voorzichtigheid bij het trekken van conclusies. Gekoppeld aan de toelichting van de deelnemers op hun antwoorden en de in de loop der tijd gevoerde gesprekken met de muzikanten kan echter toch een redelijk betrouwbaar beeld gegeven worden van de opvattingen van de muzikanten. Nog één kanttekening: hoewel een opvallend artikel in Dagblad de Limburger en aandacht via L1-radio zorgde voor brede aandacht onder de popmusici, kan gesteld worden dat door het feit dat de enquête is uitgevoerd door de Stichting Cambrinus Concerten een specifiek deel van de popmusici de enquête ingevuld heeft.



¹ Zie vragenlijst in de bijlage

Profiel deelnemers aan de enquête

Leeftijd

Kijkend naar de deelnemers aan de enquête, zien we het volgende profiel: Vooral musici van boven de dertig jaar – in totaal 37 (74%) - hebben deelgenomen aan de enquête. Dat past bij het profiel van zowel bij Cambrinus optredende musici, als bij de bezoekers van de concerten bij Cambrinus. Desondanks – of dat in ogenschouw nemend – hebben toch nog behoorlijk wat jongeren gereageerd. Een kwart van de musici die reageerden betrof musici onder de dertig jaar.

Eigen composities of covers

Daar waar Cambrinus Concerten vooral “serieuze popmuziek” op het podium wil brengen, zien we dat de deelnemers aan de enquête ook in die hoek te vinden zijn: van alle deelnemers speelt tweederde deel ‘eigen werk’ en 28% een combinatie van covers en eigen werk. Overigens kan – voor de hand liggend - ook vastgesteld worden dat naarmate de professionaliteit van de band toeneemt, er meer sprake is van ‘eigen werk’.

Fiscale Status

Om te zien in welke mate musici serieus met hun muziek omgaan, dan wel met regelmaat inkomsten verwerven uit hun optredens is de vraag gesteld of men gebruik maakt van een VAR (Verklaring arbeidsrelatie, die zekerheid geeft over de fiscale status van de inkomsten die voortvloeien uit een ‘arbeidsrelatie’ van – in dit geval – de musicus). Dat geldt ook voor de mate waarin men ingeschreven staat bij de Buma, de muziekrechtenorganisatie die ten behoeve van de auteurs (tekst/muziek) de gelden int.

VAR

Logischerwijs hebben alle beroepsmusici en vrijwel alle semi-beroeps van boven de dertig jaar, die deelnamen aan de enquête, een VAR. Jongeren (30 jaar) – zo blijkt – zien er (nog?) weinig heil in, wellicht ook samenhangend met het aantal optredens dat ze verzorgen of de inkomsten die ze verwerven. Jongeren zullen – aan het begin van hun carrière - wellicht nog tevreden zijn met de spreekwoordelijke ‘krat bier’, een ervaren muzikant zal het podium eerder een officiële rekening voorleggen (en neemt zichzelf daarmee serieuzer).

BUMA

Of men ingeschreven staat bij de Buma, blijkt ook af te hangen van de mate waarin muziek bepalend is voor het inkomen. De ‘full professionals’ zijn allemaal aangesloten bij Buma, van de semi-beroeps ruim 60%. Bij de amateurs boven de 30 is toch nog 45% aangesloten, van de amateurs onder de 30 niemand! Voor een deel zal dat samenhangen met het feit dat, naarmate je jonger bent, in verhouding nog veel covers gespeeld worden en dat je pas later op het idee komt, dat je je eigen werk wilt beschermen.

Opleiding

Beschouwen we het opleidingsniveau van de deelnemende bands/musici, dan blijkt dat het merendeel een opleiding heeft gevolgd (privé, via de muziekschool of fanfare/harmonie of zelfs op de rockacademie of het conservatorium). Slechts zo’n kwart van de geënquêteerden zegt geen opleiding te hebben genoten. Bijna een derde deel volgde rockacademie of conservatorium, de helft legde de basis voor hun muziekcarrière op de muziekschool of bij de fanfare/harmonie en bijna een vijfde deel wist zich te scholen via een privéopleiding. Daarmee ontstaat de indruk dat het “opleidingsaanbod” in de regio voldoet en is de basis gelegd voor ‘kwaliteit’, wat ook moge blijken uit het niveau waarop de bands in de regio presteren. Op het gebied van scholing vinden de musici hun weg wel, zo lijkt het.

Vinden muzikanten emplooi?

De meeste bands en musici maken muziek om er uiteindelijk mee op een podium te komen en geld mee te kunnen verdienen. De vraag is of muzikanten voldoende gelegenheid vinden om op te treden en zich zo – in het contact met ‘de consument’ – verder te ontwikkelen.

Vinden van optredens

Uit de reacties van de musici die deelnamen aan de enquête blijkt vrijwel over de hele linie (amateurs en beroeps), dat het moeilijk is aan optredens te komen (42% vindt het moeilijk, 12% erg moeilijk). Slechts 4% vindt het makkelijk, de rest zegt “gaat wel”.

Beroepsmuzikanten – waar het moeilijk vinden van een podium natuurlijk nog zwaarder weegt - lijkt het overigens iets gemakkelijker af te gaan dan de amateurs, waarbij de amateurs boven de 30 jaar het moeilijkst aan een optreden lijken te komen.

Frequentie optredens

Van alle musici die deelnamen aan de enquête, treedt 48% vaker dan 20 keer per jaar op. Dat geldt met name voor de (semi)beroeps. 26% van de geënquêteerden treedt tussen de 10 en 20 keer per jaar op en de rest nog minder. Voor de categorie “amateurs” geldt dat ze gemiddeld beduidend minder dan een keer per maand gemiddeld optreden en daarmee wordt duidelijk dat de vooronderstelling van het onderzoek (dat er te weinig mogelijkheden zijn voor musici om voor publiek te spelen) juist is. Daarmee neemt de kans voor die musici, om zich verder te ontwikkelen, af.

Overigens moet gesteld, dat bands – voor zover ze aangewezen zijn op optredens in de regio – er voor moeten waken dat ze niet te vaak optreden in de eigen omgeving, want dan bestaat de kans dat de markt voor hun muziek verzadigd raakt. Dat maakt het vinden van een podium in feite nóg moeilijker.

Het vinden van een breed bereik - en het maken van reclame- lijkt geboden voor de musici, die aan de weg willen timmeren met een repertoire van eigen muziek.

Plaats van optreden... café en feesttent

De plek waar het meeste opgetreden wordt, blijkt het café te zijn. 46% zegt “meestal in een café” te spelen, bij de amateurs boven de 30 jaar is dat zelfs 68%.. Met betrekking tot optredens in feesttenten zegt zo’n 42% daar “soms” op te treden.

De geënquêteerde musici zeggen in meerderheid (56%) nooit in een feesttent op te treden, wat logisch lijkt omdat het er in een feesttent vaak achtergrondmuziek gevraagd wordt. Bij die gelegenheden komen coverbands wellicht beter tot hun recht en wordt aan hun muziek door organisatoren een grotere commerciële waarde toegedicht.

Plaats van optreden... festival en theater

Op festivals en in het theater wordt meer verwacht van musici dan het kunnen naspelen van andere bands (hoe respectabel dat ook is) en uit de enquête blijkt dat beroepsmusici dáár vaker te vinden zijn. Uit de gegevens blijkt immers dat het muziekaanbod door de geënquêteerden veelal niet commercieel van aard is, d.w.z. geen ‘massa-product’. Dat komt overeen met hetgeen de musici er zelf over zeggen: de meerderheid ziet zich zelf als ‘niet-commercieel’, bij de beroeps zelfs niemand.

Plaats van optreden... jongerencentrum

Relatief weinig bands – in meerderheid muzikanten onder de 30 - spelen “vaak” in een jongerencentrum, hoewel toch nog zo’n tweederde deel daar “soms” een podium vindt.

In ieder geval wordt duidelijk dat jongerencentra voor de groepen die op de enquête hebben gereageerd geen exclusief podium bieden. In die zin lijkt het interessant om na te gaan of de musici die zich bezig houden met serieuze popmuziek nog aansluiting vinden bij de smaak van het jongere publiek. Bieden jongerencentra nog een platform voor deze groep muzikanten? Het lijkt er op dat cafés die functie overnemen.

Contact met het publiek... of muzikaal behang?

Gevraagd naar de ervaringen van de musici met hun publiek bestaat de kans dat er, ondanks de anonimiteit van de enquête, toch een sociaal wenselijk antwoord gegeven wordt. Daar waar uit de enquête een beeld naar voren komt van een over het algemeen geïnteresseerd, beschaafd, geboeid, luisterend, makkelijk te bereiken en positief kritisch publiek blijkt bij doorvragen dat het in de praktijk toch vaak tegenvalt. Het komt vaak voor dat muzikanten zichzelf als 'muzikaal behang' ervaren. Daar waar eerder aangegeven wordt dat ze met name optreden in cafés, wordt een aantal keren opgemerkt dat het juist de cafés zijn waar door het publiek minder geluisterd wordt.

Het kan natuurlijk ook dat de discrepantie in de antwoorden op de enquête en de antwoorden in gesprekken voortkomt uit het feit dat de musici al snel tevreden zijn met hun publiek, als ze maar publiek hebben. Ligt hier een opvoedende taak voor de podia?



Doel van muziek maken

Ondanks het feit dat het moeilijk is een podium te vinden, blijken de meeste muzikanten, zeker bij de amateurs, als voornaamste doel te hebben met plezier te spelen. Dat is nog belangrijker dan een ambitie als carrière-in-de-muziek na te streven, hoewel het een het ander niet uit hoeft te sluiten. Bij de beroepsmuzikanten, zeker bij de beroeps onder de 30 jaar, blijkt een carrière echter het belangrijkste. Na je 30^{ste} verschuift de ambitie – zo lijkt het – toch weer naar “met plezier spelen”. En bij de muzikale amateurs onder de 30 gaat het alleen maar om met plezier muziek te maken...

Inkomen

Door een fout in de verwerking van de vragen (in het digitale) enquêteprogramma is de vraag naar de gemiddelde verdiensten per optreden helaas verloren gegaan. Wel is duidelijk geworden wie de prijs van het optreden bepaalt. In de meeste gevallen – zo blijkt – komt die prijs tot stand na onderhandelen. In een kwart van de gevallen blijkt het podium de prijs te bepalen. De helft van de amateurs onder de dertig jaar hebben de indruk dat zijzelf de prijs bepalen. Het zou heel goed kunnen dat deze muzikanten een prijs onder hun marktwaarde vragen en dan denken dat zij de prijs bepalen. Vergelijk ook de eerdere opmerking dat jongeren al snel tevreden zijn met de spreekwoordelijke krat bier. Overigens blijkt het merendeel van de muzikanten wel een vaste vraagprijs te hebben (64%). Vooral de beroepsmuzikanten hanteren een vaste vraagprijs, die echter door marktwerking constant onder druk staat.

Infrastructuur

Er is gevraagd naar de kwaliteit van de infrastructuur (lees: podia) en of men veranderingen nodig acht. Vrijwel unaniem is men van mening dat veranderingen nodig zijn. Dat blijkt ook uit de antwoorden op de vraag of een en ander voor de muzikanten goed geregeld is. Op die vraag antwoorden de beroepsmuzikanten vrijwel unaniem negatief.

Podia

Beroepsmuzikanten zouden met name bij de podia veranderingen willen zien. Daarentegen is bij de semiberoeps boven de 30 jaar de tevredenheid aanmerkelijk hoger dan bij de beroeps: tweederde deel van deze groep is tevreden. Zou dat wellicht te maken kunnen hebben met het gegeven dat deze groep muzikanten naast het inkomen door middel van de muziek een hoofdinkomen verwerft met een 'normale' baan? Bij de amateurs onder de 30 jaar is het wat tevredenheid betreft fifty-fifty, bij de amateurs boven de dertig is men – net als bij de beroeps – vrijwel unaniem ontevreden en ook bij deze groep richt zich die ontevredenheid vooral op de podia.

Podia en aandacht voor authentieke popmuziek

De ontevredenheid over de podia heeft te maken met het gevoel dat bands met eigen werk, die minder bekendheid genieten, weinig kansen geboden wordt. "Podia gaan voor zekerheid en boeken conservatief", zo is een veel gehoorde opmerking. Een deel van de reacties op de enquête stelt dat de podia of organisatoren in het algemeen zich zouden moeten realiseren dat het publiek wellicht meer wil dan 'hapklare brokken'. Opgemerkt wordt dat podia wat gedurfter, beter doordacht en anders zouden moeten programmeren dan nu het geval is. Daarnaast wordt in Noord-Limburg door een aantal musici een grote zaal, c.q. een groter podium voor de serieuze popmuziek gemist. Meerdere bands stellen dat de meeste podia te klein zijn voor hetgeen zij brengen.



Oefenruimte

Aan oefenruimte ontbreekt het – althans volgens de enquête – niet. Dat hangt wellicht samen met het feit dat, indien een muzikant voldoende optredens heeft, de behoefte aan oefenruimte afneemt. Dit geldt vooral voor de (semi)beroeps, voor wie de beste oefening wellicht plaats vindt tijdens het optreden zelf. Dat neemt niet weg dat er zo hier en daar nog wel wensen zijn, zoals met betrekking tot de te betalen huurprijs en de mate van geluidsisolatie van die oefenruimte.

Rol overheid

Naast kritiek op de podia wijzen veel muzikanten vooral richting overheid en wordt het uitblijven van warme belangstelling als een belangrijk gemis ervaren. Steun aan de sector popmuziek zou volgens geënquêteerden pas resulteren in gewenste situaties als de podia serieus genomen zouden worden in hun problemen. Behalve dat podia de plekken zijn, waar 'het' gebeurt, functioneren ze in deze ook als intermediair tussen het veld en de overheid. Nog belangrijker dan het geven van geldelijke steun wordt in dat verband het aangaan van een inhoudelijk gesprek als een eerste vereiste ervaren.

Vrijwel unaniem (98%) zeggen de deelnemers aan de enquête, dat de overheid de popmuziek zou moeten steunen. Een iets kleine meerderheid (88%) stelt dat er momenteel in ieder geval te weinig steun verleend wordt.

De overheid zou kunnen sturen, zo oppert men, door podia meer subsidie te verstrekken naar mate ze meer muzikanten van eigen bodem boeken. Meer in het algemeen wordt gesteld dat het cultuurbeleid met betrekking tot popmuziek niet zozeer bepaald zou moeten worden door 'het gemeentehuis', maar vooral door mensen uit 'het veld', d.w.z. podia en artiesten. Verschillende respondenten wijzen op de – naar hun mening – te complexe regelgeving voor podia die er toe leidt, dat steeds meer podia afhaken, onder andere in verband met vermeende geluidsoverlast. Dat de spoeling voor de musici hierdoor nog kleiner wordt, moge duidelijk zijn.

Ook wordt door een aantal deelnemers aan de enquête opgemerkt dat – indien de overheid subsidie zou verstrekken – daar wel als voorwaarde aan verbonden zou moeten worden dat die podia met name Nederlandse en ook wel Europese bands programmeren. Nu wordt de spoeling voor de eigen muzikanten minder, omdat Amerikaanse artiesten vaak de voorkeur krijgen van de podia onder het motto: "wat van ver komt, zal wel goed zijn". Bezitten muzikanten van eigen bodem vaak dezelfde of zelfs betere kwaliteit dan veel van hun Amerikaanse collega's?

Resultaten van de enquête onder podia²

Inleiding

Op de enquête onder poppodia is 9 maal gereageerd. De deelnemende podia zijn onderling dermate verschillend dat het trekken van conclusies op basis van deze uitslagen bij voorbaat discutabel is. Toch zijn enkele zaken blijkbaar gemeengoed, omdat deze opvallend vaak genoemd worden.

Relatie met de pers

De meeste podia zijn niet onverdeeld gelukkig in hun relatie naar de pers. Volgens het D-podium, dat aan deze enquête deelnam, koppelt de pers de bereidheid om te schrijven aan de 'grootte' van de artiesten naam. Een ander podium meldt dat wanneer uit name van een boeker of de band zelf persberichten worden aangeleverd deze ook vaker worden geplaatst dan wanneer het podium deze zelf aanlevert. In dat laatste geval verwacht betreffende krant dat het podium eerst een advertentie plaatst. De pers wordt over het algemeen ervaren als 'niet geïnteresseerd'.

BUMA

De muziekrechtenorganisatie BUMA werpt onnodige drempels op, wordt als duur ervaren en de BUMA-regelgeving als onduidelijk. Dit is de teneur uit de meest gegeven antwoorden. Een enkel podium zegt dat BUMA hun podium een dienst bewijst. "Als je niet oppast draag je ook af voor bands/artiesten die niet zijn aangesloten bij BUMA en er dus ook niet van profiteren", doelend op de veronderstelling van BUMA dat elk optreden belast is met rechten. Podia moeten het tegendeel bewijzen als artiesten zich niet bij BUMA hebben aangesloten. "Veel geld en je krijgt er niks voor terug. Ook de meeste artiesten niet die bij ons spelen".

Baromzet

Van de negen geënquêteerden zeggen er vier in hun financiering afhankelijk te zijn van de baromzet. In dit verband is de uitspraak dat "grote namen zeer belangrijk zijn" tekenend voor het verband tussen inkomsten en het op 'safe' spelen in de programmering. De stelling van meerdere muzikanten dat daardoor de regionale kleinere namen niet of slechts zeer moeilijk aan bod komen, lijkt daarmee bevestigd. Dat de aandacht van de programmeur meer uit gaat naar de bekendheid van de artiest dan naar authentieke nieuwe muziek, lijkt in dat verband eveneens logisch. Onduidelijk is in hoeverre muzikanten zich in hun repertoirekeuze en wijze van presentatie laten leiden door de wetenschap, dat met onconventionelere – minder gangbare – muziek het moeilijk 'scoren' is. Vervlakking ligt daar op de loer.



² Zie vragenlijst in de bijlage

COMMENTAREN

Commentaar van muzikanten en podia

De deelnemers aan de enquête hebben naast het aankruisen van de antwoorden ook 'los' commentaar gegeven op de aanleiding voor het onderzoek. En ook via mailberichten hebben popmuzici en podia gereageerd op de vraag of het slecht gesteld is met live(pop)muziek in Noord-Limburg. Deze commentaren ondersteunen de vooronderstellingen van Cambrinus Concerten.

Zo stelt iemand in zijn reactie: *“Jammer dat de enquête voor mij tien jaar te laat komt.... Ik maak (nog steeds) Limburgstalige bluesrock, met eigen tekst en muziek. Dat doe ik al jaren. Ruim tien jaar geleden richtte ik enkele bands op, onder meer de Rocketillers en de Sjraeveleers, die in Midden-Limburg actief waren. We hadden toen hetzelfde probleem: het publiek wilde covers en nog eens covers. Eigen creativiteit vond nauwelijks een podium. Uiteindelijk betekende dat steeds weer het einde van de band. Eerlijk gezegd heb ik het tenslotte maar opgegeven. Zolang in Limburg vooral gekopieerd wordt van anderen, tellen we nooit mee. Eigen creativiteit eerst!”*

Een muzikant klaagt: *“Als er voldoende aandacht is via radio, pers en posters dan komt het publiek wel. Maar helaas is er vaak niet genoeg geld om op radio of tv ruimte te maken voor serieuze muziek. Alles moet voor de snelle dollar!”*

En een andere muzikant stelt: *“Theaters gaan voor de grote namen en durven geen risico's te nemen”.*

Weer een andere muzikant reageert: *“Ik ben niet financieel afhankelijk van muziek maken, maar herken hier heel veel in”.*

Een muzikante schrijft: *“Het is wel eens moeilijk om als muzikant niet verbitterd te raken. Want inderdaad... je legt er je ziel en zaligheid in. Aan de andere kant kan ik veel begrip opbrengen voor de 'andere kant', dus de programmeurs of het publiek. Er is zóvéél aanbod. Dus hoe kan ik verwachten dat ik alleen voor volle zalen speel of makkelijk optredens kan regelen? Het is mij al diverse keren opgevallen dat Amerikaanse artiesten worden voorgetrokken, ook al zijn ze niet per se beter of specialer dan gelijkwaardige Nederlandse artiesten. Dat knaagt dan wel even. Voor mij is muziek maken een noodzaak. Als ik een week niet optreed gaat het irritant kriebelen. En hoewel het om het plezier tijdens het spelen gaat, wil ik toch ook vooruitgang zien. Andere podia, betere podia, geïnteresseerder publiek, meer kruisbestuiving met andere muzikanten, betere betaling, spelen in andere landen, ...”.*

De volgende muzikant richt zijn pijlen op de overheid. *“Zorgen dat er meer betaalbare en goede oefenruimtes komen in de regio en goedkope opname studiootjes voor eventueel promotiedemo's om aan cafés te geven, zodat die ook wat breder kunnen gaan kijken dan alleen naar coverbandjes”.*

Ook wordt er een pleidooi gehouden voor subsidie aan podia: *“Podia voor de serieuze muziek moeten wel degelijk gesteund of gesubsidieerd worden, anders groeien er generaties op met een erg smalle muziekkennis. Het moet gestimuleerd worden dat mensen hun nek uitsteken en niet alleen covers spelen. Die zijn ook ooit als origineel gemaakt. Zo wordt het aanbod steeds schraler”.*

Een muzikant verzucht: *“Ik zou gewoon graag willen zien dat het ambacht van een instrument bespelen wordt gezien als een belangrijk cultureel erfgoed, dat door politiek, beleidsmakers en andere belangengroepen wordt gekoesterd en gevoed. Vóórdat het uitsterft en men niet meer weet wat een gitaar is..!”*

Blijkt hieruit nog ambitie, één andere muzikant uit zijn twijfel over het nut van de enquête: *“Ik hoop dat het allemaal iets uithaalt, zeker gezien alles wat er op dit moment politiek aan het verschuiven is”.*



Een podium vindt het van groot belang dat het *“subsidiebeleid niet bepaald wordt door ambtenaren, maar dat men d.m.v. communicatie met mensen 'in het veld' tot gerichte steun van podia, kunstenaars en artiesten komt”.*

Over het publiek wordt niet altijd even positief geoordeeld: *“Aangezien wij als band vooral in het theater spelen, komt daar vooral publiek bewust voor onze muziek. Maar mijn ervaring met kroegen, jongerencentra en vooral festivals is dat het vooral een prettige bijkomstigheid is, waarbij veel alcohol gedronken moet worden en vooral gekletst dan wel 'bijgepraat' (of zelfs geschreeuwd) moet worden”.*

Als aanvulling op een vraag over het publiek antwoord een der muzikanten: *Bij alle vragen onder het kopje "publiek" hadden wij ook het tegenovergestelde kunnen invullen. Over het algemeen is er een gedeelte oprecht geïnteresseerd, maar dat is waarschijnlijk in de minderheid....”.*

Reagerend op de podia, stelt een muzikant vast dat *“er een probleem is om een optreden te krijgen: het mega aanbod (mede door internet, waardoor het steeds moeilijker wordt om het kaf van het koren te scheiden); 'overwerkte' programmeurs die niets laten horen (een 'nee' is sympathieker dan géén antwoord); dominantie van bepaalde programmeur en labels die de 'betere' podia bedienen”!*

Een muzikant stelt: *“Gesubsidieerde podia zouden subsidies uitsluitend mogen gebruiken voor Nederlandse en Europese bands. Er moet meer steun zijn m.b.t. optredens van Nederlandse en Europese bands”.*

FORUM

Forum

Inleiding

Op 1 juli 2009 organiseert Cambrinus Concerten een forumbijeenkomst met als thema de situatie van live(pop)muziek in Noord-limburg.

Als genodigden zijn aanwezig:

Arda Gerkens (Tweede Kamerlid SP), Mo'Jones, Mike Roelofs, BJ Baartmans (allen muzikanten) , Léon Bartels (producer), Marieke Peeters (SPL/Stichting Popmuziek Limburg), Jan Duijf (Cambrinus), Chris Tangelder (Cultureel Podium Roepaen Ottersum), Ko van der Velpen (Kunstencentrum Jeruzalem), Ewout Wiedemeijer (OJC NIKS) en Marcella Dings (wethouder gemeente Horst aan de Maas).

Onder leiding van forumleider Frans Pollux (o.a. L1-presentator) wordt vanuit de zaal actief aan de discussie deelgenomen door onder andere Ton Engels (muzikant en docent Rockacademie Tilburg), Egbert Derix (muzikant en docent Rockacademie Tilburg), Joeri Wilbers (directeur De Nor, Heerlen), Peter Thijssen en Jacques Hustinx (muzikanten).

De forumdiscussie start – als een soort van aftrap - met een aantal vragen van Frans Pollux aan Arda Gerkens en Jan Duijf, de initiatiefnemer van de enquête en forumdiscussie.

Pollux stelt vast dat de tijden veranderen, ook met betrekking tot livemuziek. Hij vraagt Arda Gerkens of daar (n)iets aan te doen is?

Gerkens: “Als je muziek wilt hebben, dan kun je naar de Free Recordshop gaan, maar dan kun je alleen eenheidsworst kopen. Door de digitalisering kun je het ook downloaden. Maar dat gebeurt veelal zonder betaling. De platenindustrie maakt commerciële producten. Wil je serieuze muziek maken, dan is de platenindustrie – vanwege dat gratis downloaden – niet meer de weg, dan moet je een zwaar traject in. Voorheen hadden platenmaatschappijen een potje voor serieuze Nederlandse popmuziek, dat gevuld werd met de winst op buitenlandse artiesten. Dat gebeurt door de economische teruggang nu niet meer, er wordt slechts commercieel interessante muziek uitgebracht. We zitten nu in een soort tussenfase , een ‘schermerzone’: voorheen golden de platenmaatschappijen als het ‘centrum’ van de muziek. Tegenwoordig vervullen platenmaatschappijen meer de rol van een ‘promotie/marketing-instrument”.

Probleem is dat het met de live muziek gemiddeld slecht gaat. Maar – daar tegen over staat dat er wel een stijging van het aantal concertbezoekers valt te constateren. Daarbij speelt dat livemuziek publiek krijgt op basis van bekendheid en die moet je nu eenmaal door airplay zien te krijgen.



Frans Pollux in gesprek met Arda Gerkens

Frans Pollux vraagt vervolgens: Zou een alternatieve popzender op kosten van de staat een oplossing zijn?

Gerkena: "Daar is door de politiek niet voor gekozen. Er is gekozen voor wat het meeste geld oplevert. Commerciële muziek trekt de meeste reclame-inkomsten!

Voorbeelden waar het goed gaat zijn Denemarken, België (met name Vlaanderen), Zweden en Canada (die het nog moeilijker hebben, omdat ze de bureaen zijn van de Verenigde Staten, de grootste producent en de grootste markt!). In Canada ontvangen bands met talent specifieke steun, vanuit de gedachte dat hoge cd-verkoop hoge inkomsten voor de bands oplevert, die dan vervolgens meer belasting betalen. Daarnaast levert de sector ook werkgelegenheid op".

Bart Jan Baartmans stelt dat hij bij zijn optredens podia ziet in geweldige gebouwen met de modernste faciliteiten. Maar voor het programma hebben ze geen geld. Het geld dat binnen komt is nodig om de dure zalen met peperdure verlichting en geluidsinstallaties rendabel te houden. Nieuw talent krijgt zo geen kans, is zijn mening.

Arda Gerkena bevestigt dat. Gemeenten steken volgens haar geld in de 'hard ware', maar laten het vervolgens (bij de programmering) afweten. En de opleiding tot muzikant (muziekscholen) zijn te duur, die zouden goedkoper moeten. Gemeenten zouden hun beleid moeten richten op de podia. Indien die podia financieel ondersteund worden door de overheid, zouden er ook voorwaarden voor besteding gesteld kunnen worden, waarover de podia zich vervolgens moeten verantwoorden, met betrekking tot de inhoud. Als er nu al 'verantwoording' plaats vindt, dan gaat het vooral over de exploitatie (is die sluitend of niet?).

Daartoe uitgenodigd door Frans Pollux constateert **Jan Duijf** dat Cambrinus Concerten makkelijk goede muzikanten kan krijgen, maar de aantallen bezoekers te wensen over laat. Hij noemt voorbeelden van muzikanten bij Cambrinus, met grote kwaliteit en dikwijls met naam, waar toch nog te weinig mensen op afkomen. Cambrinus wil aandacht voor de serieuze popmuziek, maar is daarbij in grote mate afhankelijk van een goede PR in de pers. Hij stelt tevens vast dat het klimaat rond de muziek veranderd is. Men gaat weliswaar wel naar concerten, maar in overgrote meerderheid betreft het dan concerten van bekende namen die in hun promotie weinig uitleg nodig hebben. 'Kleinere namen' daarentegen moeten bewust gepromoot worden en daar ligt voor het podium een klus. Soms zelfs ontbreekt het bij de bands zelf aan een goed 'verhaal' en is het moeilijk om voor dat soort bands een goede doelgroep te vinden.

Vanuit de zaal wordt gesteld dat podia vooral de nieuwe en specifieke markten op moeten zoeken. De doelgroep in het algemeen is te divers en het aanbod is erg groot.



Forum – De stellingen

Aan de hand van een vijftal prikkelende stellingen probeert Frans Pollux klaarheid te krijgen over de materie.

Stelling 1

“Muzikanten en poppodia moeten zich niet bemoeien met subsidieverstrekking”.

Uitleg: Politici en ambtenaren gaan over onderwijs en zorg, maar ook over cultuur. Je hoeft niet alle ins en outs van de serieuze popmuziek te kennen om beleid te maken op dat terrein. Laat het dus maar aan politici over en niet aan muzikanten.

Geconstateerd wordt dat de politiek zich wel laat informeren, maar bij de uiteindelijke keuzes kiezen ze toch voor andere (welzijns)zaken. In de gemeente Horst aan de Maas wordt er feitelijk niets voor de popmuziek op beleidsniveau gedaan, maar een cultuurnota wordt aangekondigd. De Nor in Heerlen zegt per jaar 200.000 euro subsidie van de gemeente Heerlen te ontvangen, waarvan men 28.000 euro gebruikt voor PR. Cultuurpodium Roepaen in Ottersum krijgt 50.000 euro subsidie van haar eigen gemeente. Daarbij geldt als één van de motieven voor de gemeente Gennep, dat “cultuur één van de factoren is, op basis waarvan onder andere bedrijven bepalen of ze zich wel of niet willen vestigen in een gemeente”.

Door muzikanten wordt opgemerkt dat door het ontbreken van steun van de gemeente, de artiesten allerlei dingen er bij moeten gaan doen en zich op meer zaken moet focussen om te kunnen overleven. Twintig jaar geleden konden zij zich als muzikant volledig concentreren op de muziek, omdat muzikanten een uitkering kregen en de podia subsidie! Daartegenover wordt de mening geventileerd dat “dé muziek” eigenlijk niets zou moeten hebben van “de politiek”, en misschien juist “tegen die politiek zou moeten aanschoppen”.

Naar aanleiding van het voorgaande concludeert de meerderheid in de zaal dat muzikanten geen geld moeten krijgen, maar het de podia zijn die ondersteund moeten worden.

Stelling 2

“Pop is voor gemeenten vooral een manier om economisch te scoren”.

Uitleg: in plaats van een broednest voor prachtige nieuwe kunstzinnige uitingen, maatschappijkritiek en eigenzinnige liedjes, wordt popmuziek door gemeenten vooral omarmd als het je als gemeente op de kaart zet: kassa.

“Pop” lijkt voor de gemeente Horst aan de Maas vooral van belang in het kader van toerisme. In dit verband wordt gewezen op website van de gemeente waar het begrip ‘cultuur’ pas wordt gevonden na op een pagina over toerisme terecht te zijn gekomen. Popmuziek heeft “dus” een economisch belang. Zo’n uitgangspunt dwingt je er toe dat je het ‘verhaal’ van muziek aan moet passen aan het toeristisch kader, terwijl dat verhaal eigenlijk in een cultureel kader geplaatst zou moeten worden. Vanuit het gemeentelijk bestuur wordt door de wethouder aangevuld dat popmuziek ook een onderdeel is van jeugdbeleid en dus zou je de jongerencentra moeten betrekken bij de beleidsontwikkeling.



Stelling 3

“Podia programmeren als marktkooplui”.

Uitleg: Podia en muzikanten zijn in principe altijd tot elkaar veroordeeld. De podia willen zo weinig mogelijk betalen voor de band en in ieder geval geld overhouden.

Gesteld wordt dat je als podium een afweging moet maken. Feitelijk bepaalt de markt vraag mede wat je als podium binnen haalt en van daaruit wordt bekeken wat het aanbod aan muziek die aansluit op die vraag, vervolgens waard is. In die zin klopt de stelling, maar tegelijkertijd moet je in de programmering ruimte houden om risico's te kunnen nemen. De programmeur moet het geïnvesteerde geld uiteindelijk wel terugverdienen. In die zin wordt er een afweging gemaakt tussen het risico in relatie tot de inkomsten. Door verschillende muzikanten wordt geopperd dat er sprake is van risicomijdend gedrag. Vanuit de SPL wordt er op gewezen dat de programmeurs óók muzikkliefhebbers zijn, maar dat ze wél commercieel moeten denken. En om diezelfde reden moet er ook geld gestoken worden in de faciliteiten (licht/geluid), want daar vraagt de klant ook om – die stelt hoge eisen!

Stelling 4

“Beter nog dan zijn instrument, moet een muzikant de media leren te bespelen”.

Uitleg: De aloude vraag van kunstenaars is: wie bepaalt wat je maakt, jij of je publiek? De laatste jaren lijkt de smaak van het publiek de overhand te krijgen. In de media moet de muzikant zich kort en krachtig en liefst zo voorspelbaar mogelijk verkopen. Dat is nu eenmaal zo, daar valt weinig aan te veranderen.

Geconstateerd wordt dat je als muzikant – of je nu wilt of niet - bezig moet zijn met de media. En dat je in die zin het spelletje mee speelt. Al was het maar omdat veel podia zijn verdwenen en de perceptie van het publiek anders is geworden. Bij het positioneren van serieuze popmuziek gaat het om een totaalpakket, waarbij “marketing” veel aandacht moet hebben. Maar je moet je als muzikanten niet afhankelijk maken van de media. Als muzikant moet je vooral netwerken. Er zijn muzikanten die zo'n zes tot acht uur per dag bezig zijn met You Tube en andere websites. Vanuit de 'podia' wordt opgemerkt dat muzikanten in de praktijk slecht ondersteunend promotiemateriaal opsturen.

Stelling 5

“Een Limburgs popmuziektijdschrift is dé oplossing!”.

Uitleg: Hoe krijg je serieuze popmuziek weer onder de aandacht van mensen? De kennis en het netwerk staat hier in de zaal. Wij weten wat goed is. Dus wij zouden dat ook moeten uitdragen. Een platform van liefhebbers dat de beeldvorming rond popmuziek eindelijk verandert.

Gepleit wordt voor het volgen van meer wegen, om het doel te bereiken: de gemeente moet – financieel – participeren in podia; de media zouden podia kunnen portretteren; een tijdschrift zou prima zijn; een platform van podia, gemeenten, muzikanten en pers zou een goede zaak zijn én het SPL en de gemeente zouden meer én op eigen initiatief richting podia moeten ondernemen. Vanuit Maria Roepaen ziet men niet zoveel in een platform voor podia. Meer samenwerking in PR werkt niet, dat moet je ieder als podium apart doen. Hooguit zou je tot afstemming met elkaar moeten komen. Daarvoor kun je af en toe bij elkaar komen en voor de rest kun je onderling met elkaar bellen.

CONCLUSIES & AANBEVELINGEN

Conclusies

Opleiding

De regio is rijk bedeeld met popbands- en muzikanten. Niet alleen kwantitatief, maar ook kwalitatief. Enkele bands spelen zelfs (inter)nationaal een rol van betekenis. Deels is dat te verklaren doordat de regio op het vlak van opleiding een goede voedingsbodem biedt voor vele muziekinitiatieven. Het opleidingsaanbod mag als stimulant dan ook worden gekoesterd.

Musici in een vicieuze cirkel

Het algemeen culturele klimaat sluit echter niet aan bij voorgaande constatering, daar waar een vervolg voor popmuzikanten zou moeten bestaan uit voldoende goede speelmogelijkheden. Aansluitend bij algemeen maatschappelijk tendensen – gevoed door de media – wordt aan het publiek weinig ruimte geboden om kennis te maken met muzikanten die een publiek voor 'eigen werk' zoeken... en evenredig omgekeerd wordt aan muzikanten die mogelijkheid daartoe onthouden. Terwijl het van belang is voor musici om bekendheid te verwerven, als basis voor continuïteit in hun muzikantenbestaan, blijkt het ontbreken van die bekendheid voor organisaties en podia juist het struikelblok om tot 'boeken' over te gaan. Vooralsnog blijft daardoor de meeste aandacht uitgaan naar reeds gearriveerde artiesten. Tenslotte kan geconcludeerd worden dat de artiesten zelf nog een wereld te winnen hebben, door meer aandacht te besteden aan hun PR en het ontwikkelen van vaardigheden om de media te 'bespelen'.

Zowel uit landelijk onderzoek als uit het onderzoek van Cambrinus Concerten blijkt dat er voor de semiprofs onder de muzikanten de stap naar een 'full-prof-status' een brug te ver is. Om voldoende inkomen te kunnen verwerven moeten professionele artiesten 'dag en nacht' alles op alles zetten. Semiprofs kunnen die inzet vaak niet realiseren omdat naast de muziek een baan noodzakelijk blijft.

In vele gevallen is een fulltime muzikant slechts in staat om zich ook daadwerkelijk fulltime met muziek bezig te kunnen houden door zijn hoofdkomen te verdienen, anders dan door optredens en cd-verkoop, met lesgeven op muziekscholen. Een verdienende levenspartner tot slot lijkt in veel gevallen tevens een uitkomst. Als deze beroeps-escape door welke omstandigheid dan ook onder druk komt te staan, zal betreffende muzikant tot de semi-status vervallen.

Podia

Een professioneel podium heeft betaalde krachten en een budget ter ondersteuning van de programmering. Bij de meeste podia echter wordt gewerkt met vrijwilligers.

Door landelijk beleid en daaruit voortvloeiende wet- en regelgeving worden hoge eisen gesteld aan de podia met alle bijkomende kosten van dien. Dat biedt deels de verklaring waarom ook de grotere podia – die in eerste instantie middels hun programmering een bijdrage kunnen leveren in een groeiende belangstelling voor 'goede popmuziek' - het voor muzikanten van eigen bodem vaak laten afweten. Mede doordat – boekhoudkundig zeer begrijpelijk – op safe wordt gespeeld, worden vermeende publiekstrekkingen - vaak uit het buitenland - aangetrokken en blijven vele Nederlandse talenten buiten beeld. Daarmee verliezen deze podia hun functie van 'broedplaats' voor die talenten.

Ook de kleinere jongerencentra lijken in het programmeren van goede regionale live-acts steeds minder een rol van belang te spelen. Mede omdat de smaak van hun publiek verandert en die smaak steeds minder aansluiting lijkt te vinden bij de muziek die de geënquêteerden maken.

Alleen door met meer durf en meer doordacht te programmeren zal voor muzikanten een wenselijke situatie ontstaan, aldus de musici in de enquête. Daarnaast wordt het ontbreken van een groot podium in de regio door de musici als een gemis ervaren. Een groot podium dat nationaal of zelfs internationaal kan 'scoren' zal mogelijk in zijn kielzog het publiek ook voor kleinere acts op andere podia warm maken en daarmee de regio autonoom en zelfvoorzienend.

Op de podia waar muzikanten vaak wél terecht kunnen - de cafés – is het vaak niet de intrinsieke belangstelling voor een creatief product dat telt, maar vooral de commerciële waarde die een live-optreden zal hebben op sfeer en daaruit voortvloeiende drankomzet. Net als cafés geven serieuze podia zelf in meerderheid aan dat ze feitelijk financieel afhankelijk zijn van de baromzet en daarbij kiezen voor óf de 'grote' namen om veel publiek te trekken, óf een muzikband, die als 'behang' fungeert. Muzikanten accepteren bij een caféoptreden – begrijpelijk - dat ze meer een audio-decoratieve functie vervullen, dan dat ze bij hun publiek belangstelling vinden voor een nieuw creatief product.

In die zin ligt muzikale vervlakking op de loer als muzikanten in die context toch nog willen scoren en een makkelijk applaus als belangrijkste waardering ervaren.

Gemeentelijk beleid

In veel gemeenten – waaronder Horst aan de Maas – ontbreekt het aan een (pop)cultuurbeleid. In Horst aan de Maas lijkt de gemeentelijke belangstelling voor popmuziek, meer dan de culturele waarde, vooral aan te spreken vanwege een bijdrage aan het toeristisch belang.

Musici, zo blijkt uit de enquête, zijn van mening dat dit moet veranderen. Popmuziek is naar hun mening een culturele uiting met in haar kielzog nog vele waarden meer: een bron van werkgelegenheid; een economische productiefactor; een laagdrempelige mogelijkheid tot cultuurparticipatie; vrijwilligerswerk; integratie van bevolkingsgroepen én feestelijk vermaak. Naast kunsteducatie en kunstzinnige vorming is popmuziek dus ook een middel voor promotie van de gemeente.

Ondersteuning van de popsector door de gemeente zal door muzikanten toegejuicht worden. Ze geven aan dat die steun verleend moet worden door podia de middelen te bieden die nodig zijn om een gezond popcultuur te creëren en in stand te houden.

Tot nu toe worden eventuele gemeentegelden vooral gestoken in de 'hardware' (gebouwen, verlichting en geluidstechniek) en niet in de programmering. Daaraan zou – in de sfeer van voorwaarden – sturing gegeven moeten worden, zodat het Nederlandse c.q. het regionale product kansen geboden wordt. De verantwoording die de podia vervolgens over het gevoerde beleid moeten af leggen, moet dan niet louter gebaseerd zijn op basis van exploitatie – is de begroting sluitend? - , maar net zozeer ook op een inhoudelijk geformuleerde programmering.

Dat het te ontwikkelen beleid tot stand moet komen in samenspraak met het 'veld' en niet louter door ambtenaren vanachter een bureau, is een veel gehoorde opmerking in de enquête.



Overlegplatform

Zowel door de muzikanten als door podia (maar in mindere mate) wordt de oprichting van een platform voor onderling overleg, eventueel samen met de pers en de overheid, toegejuicht.

Aanbevelingen

Musici

De musici moeten meer werk maken van hun PR en vaardigheden ontwikkelen om de media te bescapen. Podia zullen erbij gebaat zijn als het aan hen aangereikte promo-materiaal gemakkelijk te verwerken is tot bruikbaar persmateriaal. Naast het wel of niet hebben van naamsbekendheid kan het niet hebben van een sterk promotieverhaal over de band voor het podium van doorslaggevende betekenis zijn om wel of niet te boeken.

Podia

Podia moeten gedurfd kunnen programmeren en niet alleen varen op gearriveerde artiesten óf op bands die fungeren als “muzikaal behang” ten einde de baromzet te verhogen en zo voldoende financiële middelen te verwerven om voort te kunnen blijven bestaan. Daarbij hebben podia richting publiek een ‘opvoedende’ taak.

Gemeente

De gemeenten moeten zorg dragen voor onderzoek naar de behoefte aan podiumfaciliteiten, rekening houden met de popsector als mogelijke bestemming in bestemmingsplannen, voorwaarden scheppen en/of financiering bieden aan podia, de exploitatie van een poppodium bevorderen door het verstrekken van subsidie, de kwaliteit van popvoorzieningen bevorderen, bijvoorbeeld door subsidie te verstrekken voor deskundigheidsbevordering van de lokale popsector of voor projecten die het verbeteren van het lokale popklimaat tot doel hebben.

Overleg

Overleg tussen de overheid en vertegenwoordigers van de popsector is van belang om te komen tot een popcultuurbeleid ‘van onderop’. Die popsector is overigens een bij uitstek zichzelf organiserende sector, die niet gauw uit zichzelf het gemeentehuis zal betreden. Gemeenten dienen zich hiervan bewust te zijn en zelf het initiatief nemen om poporganisaties aan te spreken, afspraken te maken en ondersteuning te bieden. Dat kan de sector een enorme impuls geven! Om structureel een en ander ter hand te nemen ligt het voor de hand om te komen tot een regelmatig overleg, waarin vertegenwoordigers van alle betrokken partijen een plaats hebben. Concreet zou een overlegplatform met invloed op de gemeentelijke besluitvorming per gemeente een bijdrage kunnen leveren.



Cultuurbeleid als pedagogische opdracht

Een helder cultuurbeleid, opgesteld door de lokale overheid, in goede samenspraak met muzikanten en podia, zal de enige kans zijn voor een zich herstellende 'serieuze muziekmarkt', aangezien dit vanuit andere hoeken op lokaal niveau niet te verwachten is. Initiatieven op zakelijk vlak, zoals cafés, zullen immers een commercieel belang laten prevaleren. Cultuurbeleid wordt in dat perspectief een 'pedagogische opdracht', die de voorkeur verdient boven een commercieel-economische insteek.

Inhoudelijkheid als kracht... beloning voor een statement

Daar waar de overheid invloed heeft kan ze haar voorwaarden aan gesubsidieerde podia opleggen. Echter een eenzijdig opgelegd subsidiebeleid werkt niet als enkel de podia zich hebben te schikken.

Gezien de ontwikkelingen van de laatste tijd waarin blijkt dat publiek vaak – luid pratend - menig concert verstoort (zie bijlage: artikel Eindhovens Dagblad over concert Thindersticks), zou de gemeente in het toekennen van subsidie mogelijkheden hebben om podia aan hún educatieve opdracht te herinneren. Een podium dat laat zien dusdanig te werk te gaan dat daardoor dergelijke verstoringen achterwege blijven, zou voor die durf en inspanning beloond kunnen worden. Is een kwaliteitslabel met bijbehorende subsidie te geven aan die podia die deze materie in haar beleid uitdraagt? Is het denkbaar om in dat verband een term als 'luisterconcert' of soortgelijk in te voeren? Podia kunnen op hun beurt de gemeente herinneren aan de ten grondslag liggende (financiële) inspanningen, die nodig zijn om een en ander uit te kunnen voeren.

Een hernieuwde kijk op cultuur in het algemeen en (pop)muziekbeleving in het bijzonder zal acceptatie en toegankelijkheid van 'nieuwe opvattingen' dichterbij brengen. Is immers het luid verstoren van een concert niet vergelijkbaar met het beschadigen van een ander kunstwerk en dus niet gewenst? Na een degelijke bezinning op hetgeen in deze wenselijk is voor overheid en popsector zou de uitslag ervan in het toekennen van subsidie tot uiting moeten komen.

Ideële overheid versus commerciële media

Gezien het bovengenoemde zal kritisch bezien moeten worden wat de overheid kan betekenen in de beleving van jongeren, die veelal gevoed worden uit wat zich via de media aan hen voordoet. Dit is een hele opgave aangezien de mediawerking in kracht alle wetten te boven lijkt te gaan. Desondanks ontslaat dit de overheid niet van een pedagogische opdracht. Jongerencentra zouden hierin een zeer belangrijke rol kunnen spelen...

Aangezien in de media nieuwe ontwikkelingen kunnen worden gemaakt én worden afgebroken, kan de overheid een rol van betekenis gaan spelen door te onderkennen wat gewenste en wat ongewenste ontwikkelingen zijn en daar in de media zelf op te anticiperen. Mediacampagnes, opgesteld samen met belanghebbenden, zijn – ook op lokaal vlak – zeer wel mogelijk.

TOT SLOT

Tot slot

Medio 2009 lanceerde Cambrinus Concerten een enquête voor serieuze (pop)musici en -podia om te onderzoeken hoe het stond met de serieuze popmuziek. Daarnaast organiseerde Cambrinus Concerten een forumdiscussie met hetzelfde doel.

Het heeft even geduurd voordat de resultaten van het onderzoek en de uitkomsten van de forumdiscussie, in combinatie met de resultaten van landelijk onderzoek, geleid hebben tot deze notitie. Dat is voor een groot deel te “wijten” aan het feit dat Cambrinus Concerten op de been gehouden wordt door vrijwilligers. Vrijwilligers met veel enthousiasme en een tomeloze inzet. Dat wel. Maar een notitie schrijven, gebaseerd op een – achteraf vastgesteld - wel heel uitgebreide enquête, vraagt veel.

Nu medio 2010 is het resultaat er. Deze notitie biedt inzicht in de stand van zaken van de popmuziek op dit moment en geeft tegelijkertijd aanbevelingen om de (pop)cultuur in de regio Noord-Limburg in het algemeen en Horst aan de Maas in het bijzonder verder uit te bouwen.

Ondertussen heeft Stichting Cambrinus Concerten niet stil gezeten. Onder andere op basis van de bevindingen van het onderzoek ten behoeve van deze notitie, gesprekken met sleutelfiguren in de Horster samenleving en een brainstormsessie onder de vrijwilligers van Cambrinus zijn lijnen uitgezet voor de toekomst. De organisatie is verbeterd. En een substantiële subsidie van de gemeente Horst aan de Maas heeft in 2010 al geresulteerd in een nog volwassener programmering.

Een ander gevolg van dit initiatief om nader onderzoek te doen, is het plan om te komen tot een soort actieve en activerende cultuurkoepel in Horst aan de Maas. Dit plan is ingegeven door het idee dat pas werkelijk succes kan worden geboekt in het ‘vermarkten’ van cultuur als eerst een veranderde mentaliteit t.a.v. cultuur wordt aangeboord.

We hopen van harte dat deze notitie een verdere stimulans voor het culturele leven in Horst aan de Maas in het algemeen en de serieuze pop in het bijzonder kan betekenen.

Cambrinus Concerten, juni 2010.

BIJLAGE 1

UITLEG VAN EEN PROBLEEM

UITLEG VAN EEN PROBLEEM³

Over de achtergronden van popmuziek in Nederland in het algemeen en Horst aan de Maas in het bijzonder

Popmuziek

Popmuziek is in haar opmars sinds de jaren vijftig en zestig steeds nauw verbonden geweest met jeugdcultuur. Ooit was popmuziek een muzikale uiting door en voor jonge rebellen. Tegenwoordig is zowel het maken van als het luisteren naar popmuziek niet meer gebonden aan een bepaalde leeftijdsfase. In de loop der tijden hebben zich vele muziekstijlen ontwikkeld, verenigd onder de koepel van popmuziek. En die muziekstijlen beïnvloeden elkaar weer, zodat er steeds nieuwe combinaties van stijlen ontstaan. Het Nationaal Pop Instituut, sinds 2008 Muziekcentrum Nederland (MCN), heeft al die stijlen “gevangen” in een encyclopedie.

Werd popmuziek aanvankelijk vooral gedistribueerd via de vinylplaat (single, EP en LP), een echte revolutie kwam op gang door de digitalisering van popmuziek, met verstreckende gevolgen voor muzikanten, de muziekindustrie en consumenten. Met computer en brander zijn consumenten in staat om popmuziek te downloaden en vervolgens zelf popmuziek aan te bieden of te vermenigvuldigen.



Een eerlijke kans voor Nederlandse artiesten

Inmiddels is het breed gewoonte dat popliefhebbers hun favoriete muziek gratis downloaden van internet of bestanden krijgen van hun vrienden en kennissen. Ze kopen geen cd's meer van hun favorieten. De afzetmarkt voor cd's is daarmee relatief klein geworden en investeringen om de act aan het publiek te tonen zijn relatief groot. Vaak zo groot, dat de investeringen er niet uitgehaald worden.

³ De tekst in deze bijlage is voor een groot deel ontleend aan de notities “Oorstrelend en Hartveroverend” van Arda Gerkens en “Pop met beleid (handreiking voor gemeentes)” van Pop.nl

In het verleden hadden de meeste platenmaatschappijen potjes om Nederlandse artiesten, met een kleine markt, toch een kans te bieden, ook al betekende dat een verliespost of slechts een kleine winstmarge voor de maatschappij. Die potjes werden gevuld met de winst op grote, internationale sterren. Maar omdat er minder cd's verkocht worden, blijkt de Nederlandse artiest toch een te kleine vis in een te kleine vijver.

De grote maatschappijen in Nederland, dochterondernemingen van grote buitenlandse platenmaatschappijen, richten zich noodgedwongen op nog meer op winst maken, gaan mensen ontslaan en uiteindelijk ook worden contracten met artiesten opgezegd. Warner Bros bijvoorbeeld gooide al zijn Benelux-artiesten eruit. Toentertijd verliest Ilse de Lange haar contract, terwijl ze juist nog een Edison krijgt en succes in de Verenigde Staten heeft gevierd. Bands als Abel en City tot City besluiten – na het opzeggen van hun contract – zelfs te stoppen. Het probleem van het opzeggen van die contracten zit hem niet zozeer in het opnemen van een cd. Dat kan – met de juiste apparatuur - tegenwoordig zelfs in je eigen huiskamer. De kracht van een cd zit 'm in de afwerking door een goede producer en de marketing (contacten, geld voor videoclip, promotie). Door het organiseren van wedstrijden (via de media of bijvoorbeeld De Grote Prijs van Nederland) *kan* een bijdrage geleverd worden aan de ontwikkeling van de carrière van de artiest, maar vaker wonnen artiesten wél een prijs, maar kregen ze niet méér optredens. Met een slimme inzet van middelen en de juiste promotie kunnen acts fans – tegen de commerciële ontwikkelingen in - nog wel eens bereiken. Maar alles bij elkaar is dat onvoldoende om aan een bloeiende en gevarieerde Nederlandse popcultuur recht te doen. Met gerichte overheidssteun kunnen artiesten zich nationaal én internationaal profileren en op werkelijke kwaliteiten worden afgerekend.

Nederland kent één direct subsidiesysteem, het Nederlands Popmuziekplan van het Fonds voor Podium Programmering en Marketing (FPPM). Overige subsidies zijn indirect. In het buitenland wordt popmuziek wel direct gesubsidieerd op het gebied van cd-opname, promotie en 'touring'. Zo kent Canada The Canada Music Fund, dat muzikanten, componisten, tekstschrijvers, producers, ondernemers, platenlabels, etc. versterkt.

Organisaties, podia en muzikanten geven één gemeenschappelijke voorwaarde aan om voldoende beleg op de boterham te verdienen: de bekendheid van de band of artiest. Wanneer een band of artiest niet bekend is krijgt hij of zij moeilijk tot geen optredens, ook al staat de kwaliteit niet ter discussie.

In Nederland zijn er veel bands en artiesten met kwaliteiten, die volgens veel programmeurs een kans op het podium verdienen, maar die helaas door hun onbekendheid de kosten niet zullen dekken en daarom tóch niet worden geboekt. Het is de marktwerking in de culturele sector die er aldus voor zorgt dat veel talent in Nederland niet tot ontwikkeling komt.

Airplay voor Nederlandse bands

Een muzikant wil gehoord worden: live of via een transportmiddel zoals cd, radio, TV of internet. Maar Radio 3FM besteedt maar weinig tijd aan het Nederlandse popproduct. In 2006 wordt op Radio 3FM zo'n 11 % van de totale zendtijd ingeruimd voor muziek van Nederlandse makelij en dan vooral voor de reeds bekende bands. Denemarken besteedt volgens afspraak – op vrijwillige basis – zo'n 30 tot 40% aandacht voor hun nationale product en in Frankrijk wordt een zelfs verplicht quotum van 40% aangehouden. In Frankrijk wordt geen daling van de cd-verkoop, maar juist een stijging waargenomen. Het niet krijgen van airplay in Nederland is dan ook de meest gehoorde klacht van artiesten, podia, managers en organisaties.

De zendercoördinator van Radio 3FM stelde eerder dat dit onder andere te maken heeft met de lage kwaliteit van de muziekopnames die toegestuurd worden. Hier wreekt zich het feit dat platenmaatschappijen het af laten weten. Subsidie voor cd-opnames én afspraken over een quotum dat het Nederlandse product voldoende op Nederlandse radio- en TV-zenders op de juiste tijdstippen te horen en te zien zal zijn, zal de kans voor Nederlandse bands dóór die airplay enorm vergroten. En dat stimuleert het livecircuit weer enorm...



Een betere inkomenspositie voor artiesten

Muzikanten verwerven inkomsten door de verkoop van cd's, auteursrechten, merchandising en live optredens. Gezien de slechte marktwerking is het slechts een beperkt gedeelte voorbehouden om hier van rond te kunnen komen. Individuele kwaliteiten zijn daarbij niet altijd bepalend en is niet zelden

Voor de semi-professionals is de overstap naar een volledige toewijding op hun muziek onmogelijk en blijven hun knellende semi-status behouden. Echter ook professionals hebben het moeilijk brood op de plank te krijgen. De meeste muzikanten verwerven inkomsten door naast hun muziek in een reguliere baan te werken. Een carrière in de pop-muziek betekent dan dat je dag en nacht popmuzikant bent en daarvoor alles opzij moet zetten. De zo noodzakelijke bijbaan gaat dan steeds meer knellen. Gezien de omvang van de inkomensproblematiek van popmuzikanten zou hier apart aandacht aan besteedt moeten worden.

De economische kracht van popmuziek

Naast de culturele waarde van popmuziek heeft deze ook een economische waarde. Zo mag een band als Within Temptation gezien worden als één van de beste muzikale exportproducten van Nederland. Zweden voert een intensief programma uit om muziek in het buitenland te promoten en is derde van de wereld op dit gebied, na de Verenigde Staten en Groot-Brittannië. De acties van de Zweden hebben geleid tot stijgingen in de exportinkomsten. De Nederlandse markt is voor bijna 90% (411 miljoen euro) in handen van buitenlandse maatschappijen, die voornamelijk buitenlandse acts contracteren.

De jaarlijkse omzet van Buma is 100 miljoen per jaar, waarvan 90 miljoen naar het buitenland wegvloeit. Door de Nederlandse popmuziek niet te stimuleren, laat Nederland niet alleen belangrijke culturele, maar ook economische ontwikkelingskansen liggen. Met fondsen als MusicXport en Toursupport is een begin gemaakt met het buiten Nederland promoten van de Nederlandse popmuziek. Maar op deze fondsen wordt bezuinigd.

De onbekendheid van Nederlandse bands is voor het krijgen van optredens een groot probleem. Hoe bekender, hoe meer publiek en dus meer inkomsten. De beste manier voor een podium om rendabel te worden is het boeken van bekende acts. Mede door het gebrek aan airplay en marketing zijn er op dit moment echter te weinig bekende acts in Nederland. De Nederlandse popmuziek zit daarmee in een vicieuze cirkel.

Een levendig livecircuit

De afgelopen jaren is er vooral op lokaal niveau hard gewerkt aan het stimuleren van de popcultuur. Ze zijn voor de ontwikkeling van de popmuziek van essentieel belang. Veel podia zijn of worden vernieuwd. Vaak omdat het moest vanwege nieuwe regelgeving op het gebied van milieu, brandveiligheid en Arbo. De popsector is financieel onevenredig getroffen door deze wetgeving. Zo mag een podium aan de buitenkant niet meer dan 45 dBA produceren. Het gevolg van de landelijke regelgeving is dat veel gemeentes zijn opgescheept met hoge kosten. Dat is duidelijk merkbaar in de oplossingen die zijn gezocht. Zo zitten veel podia in de financiële problemen omdat er niet voldoende geld is voor personeel of een goede programmering. Helaas zijn er door de vernieuwingslag ook veel broedplaatsen verloren gegaan.

Vooraf de jongerencentra, die deze functie van oudsher vervulden, hebben moeten kiezen voor hun sociale functie, boven een culturele functie. Ieder bandje of iedere artiest moet een eerste keer op het podium staan en dat zal niet meteen een toppodium zijn. We moeten er voor waken dat deze mogelijkheid blijft bestaan. Wanneer cafés en kleine podia een mogelijkheid houden om bijvoorbeeld twintig keer livemuziek te presenteren tot maximaal 23.00 uur en maximaal 90 dBA, is de overlast beperkt en kan nieuw talent podiumervaring opdoen.



Door nieuwe regels en nieuwe investeringen is in Nederland de afgelopen jaren een prima netwerk van podia ontstaan. Er is echter één maar. Er is vooral gekeken naar de panden, maar er is meestal geen beleid gemaakt om die podia te voorzien van betaalde werknemers, laat staan van een budget om de programmering te ondersteunen. Dat eerste is een gemeentelijke verantwoordelijkheid, dat laatste ook een landelijke. Professionele poppodia kunnen in aanmerking komen voor het Nederlands Popmuziekplan, dat voorheen werd uitgevoerd door het NPI (vanaf 2008 MCN) en vanaf 2005 door het FPPM. Daardoor kunnen podia het zich veroorloven om een band te boeken die mogelijk niet de kosten van geluid en gage kan dekken. De kosten voor de exploitatie en huur van de podia worden echter buiten beschouwing gelaten. Omdat slechts vijftig procent van de kosten worden gedekt zorgt deze ondersteuning er bovendien nog niet voor dat podia ook daadwerkelijk een 'opcomings' band boeken, waar meer financiële risico's aan kleven.

Een 75-tal podia en 25 festivals zijn verenigd in de Vereniging Nederlandse Poppodia en – Festivals (VNPF, voorheen VNP). Het overgrote deel van deze podia zijn gevestigd in het westen des lands, eenvijfde in de vier grote steden. Nederlandse bands nemen – volgens cijfers uit 2005 – driekwart van de popconcerten voor hun rekening. De onder VNPF-vlag opererende podia boden (cijfers van 2004) zo'n 6.165 mensen werk, waarvan tweederde vrijwilligerswerk (gemiddeld ruim vier uur per week). De jaarlijkse gezamenlijke omzet van deze podia bedroeg in 2004 77,4 miljoen euro, in 2007 was dat gestegen tot 80 miljoen euro⁴. De kosten van de podia bestaan voor 38% uit concertkosten, horeca inkoop en PR. De andere kostenposten zijn: personeelskosten (eveneens 38%), huisvestingskosten en organisatie (14%), onderhoud en afschrijving (10%). Kaartverkoop (31%) en barobrenst (31%) waren samen verantwoordelijk voor het grootste deel van de inkomsten van – in dit geval – de kleine podia. Overigens kan dat per podium nogal verschillen. Als voorbeeld moge de stichting Cambrinus Concerten dienen. Deze organisatie haalt haar inkomsten volledig uit de entreegelden en voor een klein deel uit projectsubsidie van de gemeente.

Poppodia in Nederland hebben hun wortels in jongerencentra en “zelforganisaties”. Gemeenten zijn in de meeste gevallen de belangrijkste financiers van de bouw en subsidiënten van deze podia. Grofweg gaat het om 70 tot 80 podia, van klein tot groot, die de ‘popmuziek’ tot hun ‘core business’ rekenen. Limburg beschikt, met Friesland, Groningen en Zeeland, ook relatief gezien, over weinig podia. Landelijk bekeken sloot in 2003 twee derde van de podia het jaar af met een verlies. De podia ontvingen wel meer subsidie (13%) van de gemeentes, maar tegelijk stegen de huren (mede door verbouwingen, met 26%) en daalden hun eigen inkomsten (met 4%).

In 2004 heeft de VNPF onderzoek verricht onder de bezoekers van de podia. Het publiek had toen de gemiddelde leeftijd van 25 jaar, was gemiddeld hoger opgeleid en bestond voor tweederde uit mannen. De helft is scholier of student, tweederde woont binnen een straal van 20 kilometer van het podium af (bij kleinere podia gaat het zelfs om 76%). Lange tijd hadden de podia onder het publiek het imago van een alternatief muziekcircuit. Vijf jaar geleden – en dat beeld lijkt niet veranderd, zo is de indruk – zag het publiek de podia als toegankelijke eigentijdse clubs met een divers publiek. Het meest populaire genre is pop/rock (67%), dance en blues/jazz (elk 40%). Tweederde van het publiek – met name van kleine podia - is vooral geïnteresseerd in bands/muzikanten uit de regio.

Popmuziek en overheid – brandend water?

Sinds de opkomst van popmuziek heeft de relatie tussen de popsector en de overheid ter discussie gestaan, zo constateren Eric Lagendijk en Rento Zoutman, die in opdracht van Pop.nl, het samenwerkingsverband van provinciale popunies, een “handreiking voor gemeenten” schreven met als titel “Pop met beleid”.

De provinciale popunies geven ondersteuning aan lokale initiatiefnemers en ze onderhouden contact met de provinciale overheid. Voor Limburg is dat de Stichting Popmuziek Limburg (SPL). Tussen de popkoepels bestaan grote verschillen. Er zijn popkoepels die direct de provinciale popmuziek ondersteunen, andere vallen onder het kunst en cultuurbeleid van de provincie. Ze organiseren wedstrijden, festivals, doen onderzoek of subsidiëren optredens. De popkoepels functioneren wisselend. Zo zijn er popkoepels die volop bloeien en ook landelijke uitstraling hebben, anderen leveren slechts een marginale bijdrage. Toch is er een duidelijk verband te leggen tussen de aandacht die er op provinciaal niveau gegeven wordt aan de popcultuur en de kwaliteit van de popkoepels. Hoe belangrijker popmuziek gevonden wordt, hoe hoger vaak de kwaliteit van de popkoepels is.

De provinciale overheid is van oudsher de schakel tussen de rijksoverheid, die er voor dient te zorgen dat het muziekaanbod in stand blijft, en de lokale overheid, die als kerntaak zorg heeft voor podia en oefenruimtes. Maar provincies zijn wettelijk tot niets verplicht.

⁴ Onderzoek MCN onder kleine podia: “Kleine Muziekpodia in beeld” (2007).

De popsector en de lokale overheid komen elkaar regelmatig tegen. Desondanks mag geconstateerd worden, dat het in veel gemeenten nog ontbreekt aan een (pop)cultuurbeleid. Na de investeringen in de bouw van een podium voelt de gemeente zich in veelal niet meer geroepen om extra te subsidiëren. Beleid op cultureel gebied – als er dat al is - lijkt pop uit te sluiten. Vaak betaalt het podium een huizenhoge huur om de verbouwing terug te betalen, waardoor de beschikbare middelen meestal zover opgeslokt zijn, dat er te weinig geld over is voor een goed programma. Binnen één gemeente zijn soms bovendien grote verschillen als het gaat om de investeringskeuzes die gemaakt worden binnen de cultuursector. Zo bestaat de totale begroting van de Melkweg in Amsterdam voor 10% uit subsidie; bijna 9 miljoen euro waarvan 850.000 euro jaarlijkse subsidie. Door dit lage percentage subsidie wordt het personeel per definitie slechter betaald. Ook wordt er veel met vrijwilligers gewerkt. De begroting van de Stadsschouwburg bestaat voor circa 90% uit subsidie, jaarlijks meer dan 4 miljoen euro. Een vreemde situatie, als je bedenkt dat gemeenten het dichtst bij de lokale praktijk van de popmuziek staan. De gemeenten – zo stelt Pop.nl in “Pop met beleid” – moet zich realiseren dat de popsector veel raakvlakken heeft met beleidsterreinen waar de overheid zich al langere tijd om bekommert. Popmuziek is een volwaardige culturele waarde, is een bron van werkgelegenheid en economische productiefactor, zoals hiervoor al is aangegeven. Popmuziek biedt ook een laagdrempelige mogelijkheid tot cultuurparticipatie, vrijwilligerswerk, , integratie van bevolkingsgroepen, passieve deelname en feestelijk vermaak. Popmuziek is een middel voor kunsteducatie, waardoor de belangstelling gewekt kan worden voor kunstzinnige vorming. Popmuziek tenslotte is een middel voor stads- of streekpromotie, zoals Rowen Hèze in de regio Noord-Limburg bewijst. Dat laat overigens meteen zien, in welk beleidssegment “popmuziek” in Horst aan de Maas door de beleidsmakers en bestuurders gepositioneerd wordt: in de hoek van toerisme en recreatie.

Een inventarisatie van Pop.nl leert dat Horst aan de Maas geen uitzondering is. Gemeenten besteden weliswaar aandacht aan popmuziek, maar die aandacht ontstaat meestal pas als er iets aan de hand is. Ad hoc en reactief dus. Het zou een goede zaak zijn als gemeenten meer lokaal popbeleid ontwikkelen, vooral als ze toch al stevig in podia hebben geïnvesteerd. Op gemeentelijk niveau is niet altijd sprake van een consistent beleid. Hoewel er steeds meer pogingen worden gedaan, ontbreekt in de meeste gemeentes een samenhangend popbeleid. Pop.nl heeft het initiatief genomen om een handreiking te schrijven voor gemeenten. Hiervoor is er al naar verwezen⁵.

Het idee achter de handreiking is dat gemeenten sturing en aansporing nodig hebben om te komen tot popbeleid. Zij dienen bewust te worden gemaakt van de culturele, economische en maatschappelijke mogelijkheden van pop. Inzichtelijk maken en enthousiasmeren is het streven. Eén van de onderdelen van de handleiding is een ‘Type test’, waaruit gemeenten kunnen afleiden waar hun specifieke kansen liggen. Verder biedt de nota een “checklist”, aan de hand waarvan de gemeente stapsgewijs de bouwstenen voor popcultuurbeleid kan inventariseren, bijeen brengen en verder ontwikkelen.

⁵ Het handboek “Pop met beleid” legt een relatie tussen taken, activiteiten enerzijds en (betaald) personeel, budget en gebouw c.q. terrein anderzijds. Het baseert zich hierbij op het Poppodium Analyse Systeem. Het somt op welke wetgeving en vergunningen komen kijken bij uitvoering van de taken en wat de taak van de gemeente hierbij is. Speciale aandacht is er voor festivalzaken zoals vergunningen, openbare veiligheid en milieuwetgeving. Om overlap te voorkomen heeft afstemming plaatsgevonden met de handleiding voor lokaal popbeleid waar Vereniging Nederlandse Gemeenten (VNG) en provinciale popkoepels aan werken, evenals het reeds uitgebrachte Handboek Evenementen van de VVEM. Het handboek kent een eigen redactie en zal komende jaren periodiek worden aangevuld en herzien. Na de lancering zal het onderhoud gefinancierd worden door gebruikers. Opdrachtgever voor de ontwikkeling van een handleiding voor gemeentelijk popbeleid (de handleiding werd geschreven door de DSP-groep) en subsidiënten zijn ondermeer de Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG), Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen (OC&W) en de Provincie Limburg.

De nota pleit er voor dat de gemeenten zicht hebben op de lokale popinfrastructuur; poppodia, festivals en oefenruimtes faciliteren; zorgdragen voor popmuzieklessen en kennismaking met popmuziek op en buiten de school; lokale poporganisaties ondersteunen en andere voorzieningen realiseren, die het oefenen, opleiden, optreden en kunst maken binnen de popsector ten goed komen. Een en ander vanuit een visie, die gedragen wordt door 'het veld' (de muzikanten, de podia en alle andere belanghebbenden, die bij de popmuziek betrokken zijn). Daarbij moeten gemeenten zich realiseren dat cultuur in het algemeen een belangrijke determinant is voor de aantrekkingskracht van plaatsen (ook in het kader van het vestigingsbeleid van bedrijven!). De lokale popsector biedt goede mogelijkheden tot actieve en passieve cultuurdeelname. Sommigen zien popmuziek zelfs als een middel tot kunsteducatie in het algemeen, omdat popmuziek voor veel jongeren de eerste culturele uiting is die tot hun verbeelding spreekt. Indien popmuziek onderdeel uit maakt van een breder cultuurbeleid van de gemeente, dan is de kans groter dat betrokkenen in het culturele circuit de voorstellen voor popmuziek ter harte nemen en volgen.

BIJLAGE 2

**ENQUÊTE-VRAGEN VOOR MUZIKANTEN
ENQUÊTE-VRAGEN VOOR PODIA**

Bijlage 2a: Enquête voor muzikanten

INFO BAND/ARTIEST - Bandsamenstelling

Hoeveel leden telt je band?

Wat is de bezetting van je band?

Wat zijn de leeftijden van de bandleden?

Hoeveel mannelijke en/of vrouwelijke leden heeft de band?

Hoeveel vrouwelijke leden?

Hoeveel mannelijke leden?

Wat is/zijn de woonplaats(en) van de bandleden?

Hoelang bestaat de band?

OMSCHRIJVING muziek

Kun je de muziek omschrijven die jij maakt?

Stijl

Omschrijving

Welke muziek speel je voornamelijk?

eigen werk / werk van anderen (covers) / zowel eigen werk als werk van anderen

DEMO CD/DVD

Heb je al een demo, cd en/of dvd uitgebracht?

Hoeveel CD's?

Hoeveel DVD's?

In eigen beheer?

Platenmaatschappij?

Anders?

STATUS: amateur of beroeps?

Omschrijf je jezelf als:

Amateur / semi-beroeps / beroepsmuzikant?

Maak je gebruik van een VAR?

MUZIEKOPLEIDING

Heb je een muziekopleiding (gehad):

Privé-les / muziekschool / harmonie of fanfare / Rockacademie - Conservatorium / geen

OEFENRUIMTE

Heb je een eigen oefenruimte ter beschikking?

Wat voor soort ruimte is het?

Schuur / in huis van een van de bandleden / (champignon)kelder / wijkgebouw / muziekschool, speciale oefenruimte / studio / anders

Ben je tevreden met de oefenruimte?

Gebruik je de oefenruimte alleen of maken meerdere bands er gebruik van?

Moet je huur betalen voor de oefenruimte?

Hoeveel huur moet je betalen?

Vind je de huurprijs een redelijke huurprijs?

Hoe vaak repeteer je?

CONTACTEN met andere muzikanten/bands

Spelen individuele bandleden ook nog in andere bands?

AANTAL OPTREDENS

Hoe vaak treed je op?

Hoeveel optredens heb je per jaar?

Is het moeilijk om een optreden te krijgen?

Heb je een boeker?

Wat is het grootste probleem om een optreden te krijgen?

Waar treed je op:

Café/ feesttent en/of op kermissen / jongerencentrum / festival / schouwbur, theater of cultureel centrum / anders

HET PUBLIEK – meningen over het publiek

Wat vind je van het publiek dat naar je optredens komt:

Oprecht geïnteresseerd / Beschaafd of onbeschaafd / Geboeid of onverschillig / daadwerkelijk luisterend / komt bewust voor jouw muziek of ziet je muziek als prettige bijkomstigheid.

Het publiek is als artiest makkelijk/moeilijk te bereiken:

makkelijk / moeilijk

Is je publiek kritisch:

ja / nee

Indien kritisch, ervaar je die kritiek dan:

positief (betrokken/opbouwend/creatief) / negatief (zeurders /gemakzuchtig/consumptief)

MUZIEKRECHTEN

Ben je aangesloten bij BUMA?

DOEL – wat is je doel?

Wat is je belangrijkste doel, waarom treed je op?

Plezier in het spelen / carrière in de muziek

PODIA – over de plekken waar je speelt...

Op welke podia in de regio Noord-Limburg heb je gespeeld?

Op welke podia speel je graag of zou je nog eens willen spelen...en waarom?

Aan welke podia heb je géén goede herinnering?

GELD – over inkomsten en uitgaven

Verdien je met een optreden?

Wie bepaalt de prijs voor een optreden?

Indien er over de prijs wordt onderhandeld, ga jij dan uit van vaste vraagprijs?

Hoe hoog is die vraagprijs?

Wat verdien je gemiddeld met een optreden?

Kun je met de inkomsten je onkosten betalen?

Houd je, na aftrek van onkosten, nog wat over?

Indien je meer onkosten hebt, dan verdiensten, op welke manier betaal je de onkosten dan?

Als je na aftrek van onkosten wel verdiensten hebt, waar wordt het geld dan aan besteed?

NIET-GELDELIJKE WAARDERINGEN – minstens zo belangrijk

Krijg je waardering voor wat je doet?

Van wie krijg je vooral waardering voor wat je doet?

vrienden, familie en bekend publiek / onbekend publiek / collega-muzikanten / podia & zaalhouders / platenmaatschappij

Op welke manier komt die waardering tot uitdrukking?

MUZIKANTEN-OORDEEL

Ben je tevreden met hoe nu het een en ander geregeld is?

Wil je zaken veranderd zien?

En welke veranderingen zou je dan willen zien:

ofenruimte

podia

OVERHEID & POPMUZIEK

Vind je dat de overheid (gemeente / provincie / rijk) popmuziek zou moeten ondersteunen?

Hoe zou die steun er volgens jou uit moeten zien?

Wat vind je van de stelling: "er is al voldoende steun, meer is niet nodig"?

COMMERCIEEL OF NIET COMMERCIEEL?

Is je muziek commercieel of niet commercieel?

POPPLATFORM NOORD-LIMBURG

Als muzikant zou ik vaker overleg willen met de podia, de overheid, andere muzikanten, de pers.

Indien overleg gewenst met meerdere van de hier bovengenoemde mogelijkheden, met wie zou je dan willen overleggen:

podia / overheid / muzikanten / pers

Bijlage 2b: Enquête voor podia

PODIUM - status

In welke omschrijving is je podium het beste te plaatsen:

Café – zaal / jongerencafé / muziekpodium / schouwburg – theater / festival / jongerencentrum, wijkcentrum, als stichting gebruik makend en/of onderdeel van een cultureel centrum, anders).

Heeft je podium een speciale status:

D- of C-podium, / anders

Heeft je podium een specifieke doelstelling (omschrijving)?

Hoe is je podium in muzikale sfeer het beste te omschrijven:

Bluescafé c.q. –podium / jazzcafé c.q. –podium / Rockcafé c.q. –podium / Folkcafé c.q. –podium / Top-40-podium / "breed" poppodium (alle stijlen pop) / "breed" muziekpodium (alle stijlen muziek, waar onder pop) / anders.

Zoek je publiek voor de soort muziek die je programmeert of staat je programmering in dienst van wat je publiek wil?

FREQUENTIE POPCONCERTEN

Hoe vaak programmeer je?

Op welke dagen programmeer je?

Als je op meerdere dagen per week programmeert, welke zijn dat dan?

DOELGROEP

Welke is de door jou beoogde doelgroep?

Hoe is je wérkelijke publiek samengesteld:

vast terugkerende gasten cq trouwe bezoekers / sterk wisselende groepen bezoekers / combinatie trouwe en wisselende bezoekers).

PUBLIEK

Ons publiek bereiken we vooral via:

website / mailcontacten en/of nieuwsbrieven / posters & flyers / programmaboekjes / persberichten / advertenties / radio & TV / 'mond-tot-mond'-reclame.

Waar komt je publiek vandaan:

Lokaal / regionaal / nationaal / internationaal / zowel regionaal als nationaal

Het publiek is als podium *makkelijk/moeilijk* te bereiken.

De geboden muziek wordt gewaardeerd: ja nee gaat wel

Is je publiek kritisch?

Indien kritisch, ervaar je die kritiek dan als positief:

Betrokken (opbouwend positief) / negatief (zeurders; gemakzuchtig; consumptief).

MEDIA & PERS

Om een breed publiek te bereiken lijkt de schrijvende pers (kranten) van alle publieke media het meest effectieve middel. Ben je het daar mee eens?

Welke schrijvende pers is voor jou de belangrijkste?

Hoe is je relatie met de pers?

Wat is je mening over de bereidheid van de voor jou belangrijke media om ruimte te maken voor popmuziek uit eigen regio en voor concertaankondigingen ervan?

ARTIESTEN

Hoe kom je hoofdzakelijk aan je artiesten?

Zelf zoeken en benaderen / artiesten bieden zich zelf aan / boekingskantoren bieden artiesten aan.

Hoeveel aanmeldingen per jaar krijg je voor optredens?

Hoeveel aanmeldingen per maand krijg je voor optredens?

Hoeveel aanmeldingen per week krijg je voor optredens?

Waar komen je artiesten vandaan?

Provincies:

Landen:

In hoeverre is het kunnen boeken van 'grote namen' belangrijk voor je podium?

Wat is het effect van het boeken van 'grote namen'?

INKOMSTEN EN UITGAVEN

Wie bepaalt doorgaans de hoogte van de gage voor de artiest:

Artiest stelt eis / podium betaalt wat het kan missen of kwijt wil / compromis tussen podium en artiest

Moet je vaak onderhandelen over de gage?

Wie loopt meestal risico wat betreft het betalen van gage bij (te) lage publieke opkomst:

muzikant / podium

Kun je iets zeggen over zekerheden (garantiebedragen) die artiesten willen?

Kun jij bij de gecontracteerde artiesten zekerheden voor je podium bedingen, bijvoorbeeld een garantie dat je als podium je kosten moet kunnen betalen bij lage publieke opkomst?

Wat vind je als podiumvertegenwoordiger van de verdiensten die "jouw" muzikanten in het algemeen verdienen in relatie tot hetgeen ze doen, c.q. presteren?

In beginsel is de entree die het publiek betaalt het geld waarmee je als podium kunt werken.

Komt hetgeen jij zou willen betalen aan de muzikant overeen met wat je publiek er voor over heeft?

Op welke wijze wordt je podium gefinancierd:

via de entree / via de omzet van de bar / via sponsoring / via subsidie / door een combinatie van de bovenstaande mogelijkheden.

Is omzet van de bar (gedeeltelijk) nodig voor financiering van je podium?

In welke mate is de omzet van de bar nodig voor financiering van je podium?

Kan je podium functioneren zonder subsidie?

Vind je dat je podium door het organiseren van live-popconcerten een maatschappelijke functie vervult?

BUMA – muziekrechtenmaatschappij

Is voor jou duidelijk wat BUMA doet?

Betaal je BUMA?

Heb je een regeling met BUMA?

Vind je de betaalregeling van BUMA redelijk?

Waarom is de regeling wel/niet redelijk: omschrijving

Vind je dat BUMA – in jouw geval met jouw podium - de popmuziek een dienst bewijst of onnodige drempels opwerpt?

POPPLATFORM NOORD-LIMBURG

Als podium zou ik graag vaker overleg willen met andere podia, de overheid, vertegenwoordiging van muzikanten of pers:

podia / overheid / vertegenwoordiging van muzikanten / pers

BIJLAGE 3

RUMOER IN DE POPZAAL

Strijd tegen geklets in popzalen

door Daphne Broers en Frank van den Muijsenberg . dinsdag 09 maart 2010 | 02:44 | Laatst bijgewerkt op: woensdag 10 maart 2010 | 12:03

EINDHOVEN - Concertbezoekers die vrolijk babbelend en bier drinkend een optreden verstoren. Het gebeurt niet alleen in de Effenaar, ook in andere grote popzalen als Paradiso (Amsterdam) en Tivoli (Utrecht), blijkt uit reacties van medewerkers.

"Soms verzoeken wij het publiek, door middel van briefjes die we ophangen, om stil te zijn", zegt Jeanine Albronde, woordvoester van Paradiso. "De band Kings Of Convenience (bekend om zijn akoestische liedjes, red.) maakte daar zelfs grapjes over. Die groep gaf een hartstikke mooi concert, waar het ook stil was. Een paar keer per jaar sluiten we de bar tijdens concerten en dat werkt soms heel goed."

Het gaat ook weleens mis. "Bij een optreden van de Deense groep Under Buyen ging een medewerker van de band het publiek in om 'sssttt'-geluiden te maken. Maar het werkte niet, de mensen waren te lawaaiig voor de muziek."

Volgens Paradiso trekken populaire artiesten vaker rumoerige toeschouwers. Dat zijn vaak mensen die een kaartje kopen omdat ze de band van radio, tv of vrienden kennen. Hun relatie met de artiest is niet zo hecht. Minder bekende acts trekken juist een heel geconcentreerd publiek. "Hoe onbekender de groep, hoe devoter de fans", constateert Albronde. Dat laatste herkent Johan Gijzen, programmeur van de Utrechtse popzaal Tivoli. "Populaire bands trekken ook mensen die maar twee hitjes kennen. In de kleine zaaltjes voor de echte liefhebbers is het vaak veel stiller."

Tivoli hangt ook waarschuwendes affiches op, verspreidt flyers en legt bij concerten met zitplaatsen briefjes op de stoelen met het verzoek stil te zijn. "Het is eigenlijk van de zotte. Of die briefjes helpen? Dat is niet te toetsen. Ik kom in veel clubs en zalen: waar ook ter wereld, overal heb je mensen die door de muziek praten. Het is dus geen specifiek probleem van de Effenaar." De organisatie van het Cross-linxfestival had geen aanleiding om problemen te verwachten rond het optreden van de band Tindersticks in de Effenaar, stelt organisator Frank Veenstra. "Want je kunt niet met honderd procent zekerheid voorspellen hoe het publiek gaat reageren."

Veenstra heeft begrip voor bezoekers die boos zijn op de luidruchtige toeschouwers. "Maar de medaille heeft meerdere kanten. Er was ook iets voor te zeggen geweest als Tindersticks het optreden gewoon had voortgezet. Die keuze lag bij de band. We hebben het maximale gedaan om alles op zijn pootjes terecht te laten komen. Dit is een zeer ongelukkige samenloop van omstandigheden."

Band Tindersticks stopt om rumoer

door Anja van den Akker. zaterdag 06 maart 2010 | 14:17 | Laatst bijgewerkt op: zaterdag 13 maart 2010 | 13:13



Zanger Stuart Staples van Tinderstick

EINDHOVEN - De Britse band Tindersticks is vrijdagavond voortijdig het podium van de Effenaar afgegaan, uit onvrede met het rumoerige publiek. Tindersticks, die als onderdeel van het muzikale evenement [Cross-linx 2010](#) optrad, hield het na krap drie kwartier voor gezien. Zanger Stuart Staples zei tegen het Eindhovense publiek, dat de band zich even zou terugtrekken om te overleggen, maar besloot uiteindelijk het concert stop te zetten. Programmeur Tom Ketelaar van de Effenaar zegt dat rumoerig publiek tijdens optredens steeds vaker voorkomt, maar dat hij nooit eerder heeft meegemaakt dat een band daardoor voortijdig afhaakte. Hij vindt het besluit van de Tindersticks volkomen begrijpelijk maar tekent erbij aan dat Staples als zeer kritisch te boek staat.

De bezoekers krijgen geen geld terug, maar gedupeerden die zich bij de Effenaar melden, mogen binnenkort naar een vervangend concert van een andere band.

Moedige keuze van Tindersticks op Cross-linxfestival

EINDHOVEN - Heftige discussies in De Effenaar over Cross-linxfestival. Polemieks ook op het sociale netwerk Twitter. Want wat is er aan de hand? De Britse band Tindersticks stapt vrijdagavond na amper 45 minuten spelen van het podium af. Omdat het publiek te rumoerig is.

Dan is het niet vreemd dat er nog stevig nagesproken wordt. Want kijk je kritisch naar de houding van frontman Stuart A. Staples van Tindersticks dan zou je op zijn minst verwachten dat hij het Effenaar-publiek vermanend toespreekt. Hij kan met een paar simpele woorden iedereen de kans geven om zijn volume aan te passen. Tindersticks is nu eenmaal een band die het publiek niet plat speelt met volume. Dat doen ze met prachtige ingetogen songs. Merk je als artiest dat je het moeilijk hebt, dan kun je het volk altijd eerst tot stilte manen.

Staples heeft daar niet voor gekozen. Ondanks pogingen daartoe van de leiding van De Effenaar. En eerlijk gezegd verdient Staples applaus voor zijn beslissing. Het is een moedige keuze. Een perfect statement.

Op deze plek had ik het namelijk graag gehad over de acts van Cross-linx. Over een bruisend Beukorkest bijvoorbeeld; ruim twintig man op een podium die grotendeels improviserend tot een geweldig muzikale show komen. Of we konden stilstaan bij Lunapark dat diezelfde Staples aan het begin van de avond op prachtige wijze op een bedje van klassiek legt.

Door de keuze van Staples hebben we het daar helaas niet over. Nee, het gaat over het publiek en het rumoer. Want ook in Muziekcentrum Frits Philips – waar de eerste helft van Cross-linxfestival plaatsvindt voordat iedereen naar De Effenaar verhuist – laat het publiek van zich horen. Bij Lunapark klinkt er geregeld een sissend geluid om mensen de mond te snoeren. En het Beukorkest vraagt het publiek later ook om minder volume als er onversterkt gespeeld wordt.

Dat het dan later in De Effenaar helemaal misgaat, is niet verbazingwekkend. Het komt ook door de verandering van locatie. Een zitconcert wordt een optreden met staanplaatsen in De Effenaar. Een omgeving met kroegelementen met een aantal bars binnen handbereik. Is het dan slim om het kwetsbare Tindersticks in die setting te plaatsen? Nee! Blijf dan in het Muziekcentrum.

Maar dan zijn we aan het terug redeneren. Dan gaan we voorbij aan het echte probleem: de houding van het publiek. Concertbezoekers lijken steeds meer op kroegtijgers die gezellig willen bijpraten met vrienden. Biertje in de hand, de rug soms naar het podium. Het Effenaar-publiek is al vaker door artiesten op de vingers getikt, maar het kabaal bij Tindersticks vormt een nieuw dieptepunt. Het is onbeschaamd hard.

Dat is respectloos. En onbegrijpelijk, want waarom betaalt iemand anders bijna dertig euro om een band te zien? Daarom is de keuze van Staples moedig. En is het een prima statement. Een concert draait om de artiest, niet om het publiek. Dat moet ons aan het denken zetten.

Dan kunnen we het de volgende keer gewoon weer met z'n allen over de muziek hebben.

– redactie –