

Rotterdam has got that talent

De ontwikkeling en participatie van muzikalent in Rotterdam



Rotterdam has got that pop, maar Rotterdam bezit ook genoeg talent.

De foto's van het muziktalent, die zijn afgebeeld op de voor- en achterkant van deze scriptie, zijn gemaakt in Nighttown.

Poppodia, zoals Nighttown, spelen een belangrijke rol bij de participatie, ontwikkeling én het behouden van talent binnen de Rotterdamse muzieksector.

**Alle foto's op de voor- en achterkant zijn van Daniël Baggerman
via www.danielbaggerman.com**

STUDENTEN

C.M.F.W. de Groot
Schiedamsedijk 7c
3011 EB Rotterdam

t: 06-24167870

e: carmen19mei@hotmail.com

studentnr. 189956

M.L.F. Middelbeek

Schiedamsedijk 9d

3011 EC Rotterdam

t: 06-19640428

e: margreetmiddelbeek@hotmail.com

studentnr. 265298

STUDIEFASE

Master Media & Journalistiek

BEGELEIDER

Prof. Dr. S. Janssen

MEELEZER

Dr. E. Hitters

Erasmus Universiteit Rotterdam

Faculteit Historische en Kunst Wetenschappen

22 juli 2007

SAMENVATTING

De muzieksector wordt als één van de peilers van het economische cluster van de stad Rotterdam beschouwd. De laatste jaren heeft de popsector in Rotterdam haar elan verloren. Er is genoeg muzikalent in Rotterdam en met de nieuwe opleidingen moet er gekeken worden naar de mogelijkheden binnen de sector. Rotterdam heeft jonge en multiculturele bewoners, waarbij participatie een centraal begrip is geworden. Festivals zijn niet alleen gunstig door de economische spin-off die zij genereren, ook kunnen zij participatiebevorderend werken.

In dit onderzoek wordt specifiek gekeken naar de ontwikkeling en participatie van Rotterdams muzikalent binnen het huidige aanbod aan speelplekken in Rotterdam. De speelplekken fungeren mogelijk in een keten van laagdrempelige podia, talentenjacht, podia en festivals. Er is door middel van interviews met betrokkenen uit de muzieksector en enquêtes onder Rotterdams muzikalent inzicht gekregen in hoe het aanbod aan speelplekken eruit ziet, wat er nog mist en wat de participatie en ontwikkeling van muzikalent zou kunnen bevorderen. Daarnaast is een sectoranalyse van de Raad voor Kunst en Cultuur gebruikt om te inventariseren wat de laatste ontwikkelingen zijn geweest in de muzieksector.

In Rotterdam moeten meer kleine, laagdrempelige podia komen, ookwel broedplaatsen genoemd. Hier kan muzikalent, ongeacht welk genre, optreden en zo ervaring opdoen en een achterban creëren. Daarnaast ontbreekt een middelgroot tot groot podium in Rotterdam. Muzikalent kan zichzelf niet genoeg ontwikkelen en trekt weg uit de stad. Eveneens is een dergelijk podium van belang om het popklimaat in de stad te stimuleren. Talentenjachten kunnen een opstap zijn voor de muziekcarrière. Een combinatie van hoog eindigen met eigen initiatief tonen, blijkt een succesfactor te zijn om verder te komen in de muzieksector. Naast het aanbod van speelplekken die in een keten functioneren, speelt Internet een steeds belangrijkere rol. Op community websites of eigen websites worden muziekfilmpjes geplaatst en een achterban gecreëerd. Internet fungeert naast alle speelplekken in de keten. De gatekeepers vormen ook een spil in het aanbod van speelplekken. Zij zorgen er als intermediair voor dat talent kan doorstromen. De grenzen van muziekgenres vervagen en muziekscènes zijn niet meer plaatsgebonden. Er is sprake van een vermenging van diverse genres, de zogenoemde cross-overs. Uit de enquêtes komt naar voren dat de muzikalenten het lastig vinden om hun genre te definiëren.

INHOUDSOPGAVE

1. INLEIDING.....	7
1.1 Onderzoeksthema en probleemstelling	7
1.2 Aanleiding	10
1.3 Theoretische en praktische relevantie	12
2. THEORIE EN EERDER ONDERZOEK	14
2.1 Inleiding.....	14
2.2 Theoretische begrippen en benaderingen.....	16
2.2.1 Creatieve Industrie	16
2.2.2 Speelplekken.....	19
3. ONDERZOEKSPZET.....	29
3.1 Inleiding.....	29
3.2 Probleemstelling en Deelvragen.....	29
3.3 Methode(n).....	31
3.3.1 Literatuurstudie	31
3.3.2 Casestudies.....	31
3.3.3 Interviews.....	32
3.3.4 Enquête.....	33
3.4 Gegevensverzameling	35
3.4.1 Gegevensverzameling casestudies	35
3.4.2 Periode	35
3.4.3 Onderzoekseenheden	35
3.4.5 Dataverwerking	36
4. AANBOD SPEELPLEKKEN	37
4.1 Inleiding.....	37
4.2 Talentenjachten	37
4.2.1 TalentNight	37
4.2.2. Zuid-Hollandse Popunie	39
4.3 Podia	43
4.3.1 WaterFront.....	43
4.3.1 Rotown.....	46
4.4 Festivals.....	48
4.4.1 Dunya Festival.....	48
4.4.1 Metropolis.....	53
5. RESULTATEN INTERVIEWS KENNERS ROTTERDAMSE MUZIEKSECTOR.....	57
5.1 Inleiding.....	57
5.2 Resultaten interviews kenners.....	57
6. RESULTATEN ENQUÊTE ROTTERDAMS MUZIEKTALENT.....	63
6.1 Inleiding.....	63
6.2 Resultaten enquête.....	63
7. VERGELIJKING, CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN.....	87
7.1 Inleiding.....	87
7.2 Vergelijking resultaten	87
7.2.1 Overeenkomsten	87
7.2.2 Verschillen	90
7.3 Beantwoording deelvragen	92
7.4 Beantwoording probleemstelling	98
7.5 Aanbevelingen	102

7.6 Beperkingen	103
7.7 Vervolgonderzoek	104
7.8 Nawoord	104

LITERATUURLIJST EN BRONNEN..... 106

1. INLEIDING

1.1 Onderzoeksthema en probleemstelling

Rotterdam is al een aantal jaren bezig met de verbetering van de creatieve sector. Op architectuurgebied heeft de stad een vooraanstaande positie, met als hoogtepunt in 2007 de status als dé architectuurstad van Nederland. Daarnaast wordt veel aandacht geschonken aan de audiovisuele sector. In Rotterdam groeit de creatieve industrie harder dan in bijvoorbeeld Amsterdam en dat is voornamelijk toe te schrijven aan de snelle groei op media- en entertainment gebied (TNO rapport, 2005:2). Daarbij wordt bijzondere aandacht besteed aan de groei, de samenstellende delen, de verdeling over de Rotterdamse wijken en de wijze waarop de creatieve industrie met de rest van de Rotterdamse economie verweven is.

In 2006 hebben de Rotterdamse Raad voor Kunst en Cultuur (RRKC) en de Economic Development Board Rotterdam (EDBR) de krachten gebundeld en gezamenlijk onderzoek gedaan binnen de creatieve sector. Uit het rapport *Rotterdam maakt werk van creativiteit* is naar voren gekomen dat de muzieksector als één van de peilers van het economische cluster van de stad Rotterdam kan worden beschouwd. De RRKC en de EDBR geven in dit rapport advies aan de lokale overheid hoe zij met ondernemers kunnen samenwerken om in te spelen op de veranderende economie in de stad. Het rapport geeft richtlijnen om de creatieve sector te faciliteren en een drietal doelen te bereiken: Het versterken van de stedelijke infrastructuur en het creatieve ondernemersschap; het prioriteit geven en mogelijkheden bieden aan de kansrijke creatieve sectoren in Rotterdam; en het meer zichtbaar maken van de creatieve broedplaatsen in de vorm van verschillende creatieve zones in de stad. Uit het rapport blijkt dat naast de muzieksector nog drie sectoren in de stad kansrijk zijn vanuit zowel een cultureel als economisch perspectief: architectuur, vormgeving/productinnovatie en media.

De laatste jaren is het aantal culturele festivals in Nederland afgenomen. De enige stad waar het aantal culturele festivals alleen maar is toegenomen, is Rotterdam. In 2001 mocht Rotterdam zich 'Culturele Hoofdstad van Europa' noemen en sindsdien zijn er meerdere muziekfestivals en evenementen bijgekomen, zoals het *World Port Jazz*, *Jazz International* en *Motel Mozaïque* (Cultuurplanadvies 2005-2008).

Naast nieuwe festivals is ook het toonaangevende *North Sea Jazz Festival* naar Rotterdam gehaald. Volgens Stichting Rotterdam Festivals (SRF) presenteert de stad een evenwichtig evenementen- en festivalaanbod. Hiertoe behoren onder meer topevenementen als het *Internationaal Filmfestival Rotterdam*, de *Rotterdam Marathon* en het *Gergiev Festival*. Het aanbod van de festivals is redelijk verspreid over de verschillende bevolkingsgroepen in Rotterdam en de diverse thema's waarmee de stad zich wil profileren.¹ Rotterdam heeft met haar inspanningen door de jaren heen al meerdere malen de eer gehad om zich de beste evenementenstad van Nederland te mogen noemen, onder meer in 2005 en 2006. De jury die verantwoordelijk is voor deze prijs, is altijd zeer onder de indruk van de wijze waarop in Rotterdam het evenementenbeleid wordt omgezet in daden (Jaarverslag Rotterdam Festivals, 2005). Ieder jaar blijft het voor Rotterdam een uitdaging om het aanbod van de festivals succesvol en staande te houden, maar wellicht ook aan te vullen met (nu nog) ontbrekende festivals in bepaalde genres. Vergeleken met andere steden is Rotterdam uniek in haar festival- en evenementenbeleid. Volgens het rapport *Plezierige zaken in Rotterdam* (Ontwikkelings Bedrijf Rotterdam, 2006), is het aantal bezoekers van de grootschalige evenementen en festivals toegenomen met 33%. De ondersteuning van deze succesvolle festivals in Rotterdam wordt sinds 1993 grotendeels gecoördineerd vanuit SRF, een particuliere stichting die met een flexibel budget werkt. SRF is verantwoordelijk voor de coördinatie van het evenementenbeleid in Rotterdam en begeleidt een aantal publieksverbredende evenementen in de culturele sector van deze stad. De subsidie aan SRF voor de festivals wordt verstrekt door de gemeente Rotterdam. Doordat de subsidietoekenning vanuit één orgaan gecoördineerd wordt, bestaat er volgens de SRF een goede samenwerking tussen de gemeentelijke diensten en de organisatie van evenementen en festivals.²

Rotterdam telt veel jonge inwoners met diverse culturele achtergronden. De stad heeft een multicultureel en jonge imago en zou dit als kracht kunnen gebruiken. Zo zou verjonging en verkleuring de muzieksector in Rotterdam al aanzienlijk hebben verbreed.

Er ontstaan in toenemende mate cross-overs waardoor het moeilijker wordt muziekgenres af te bakenen en organisaties te positioneren (Cultuurplanadvies 2005-2008). Wereldmuziek is een genre dat de culturele diversiteit centraal stelt.

¹ Via site Rotterdam Festivals. Geraadpleegd op 6 maart 2007. Via link <http://www.rotterdamfestivals.nl/read/6792>

² Via site Rotterdam Festivals. Geraadpleegd op 6 maart 2007. Via link <http://www.rotterdamfestivals.nl/>

Het *Dunya Festival* is gericht op dit genre in combinatie met multiculturaliteit en er wordt getracht een breed publiek aan te spreken. Dit festival kan worden gezien als een samensmelting van diverse culturen. De gemeente ziet voor de cultuurplanperiode 2009-2012, de festivalsector als speerpunt. Eén van de peilers voor het cultuurbeleid voor de komende jaren is participatiebevordering. De festivals hebben als eigenschap laagdrempeligheid, waardoor ze de participatie kunnen stimuleren (Uitgangspuntennota Cultuurbeleid 2009-2012, 2007). Uit onderzoek blijkt bijvoorbeeld dat de allochtone bevolking van Rotterdam vaker een festival bezoekt dan de autochtone bevolking uit de stad (Noordman et al., 2005).

Bij een begin 2007 gehouden sectoroverleg door de RRKC, kwam naar voren dat muziek weliswaar in de eerste plaats gezien kan worden als een cultuuruiting, maar ook op andere terreinen van grote betekenis kan zijn. Muziek kan bijvoorbeeld een rol spelen in projecten om de sociale integratie te bevorderen; als katalysator om jongeren te stimuleren zich cultureel te ontplooiën; om economische innovatie te stimuleren; als vernieuwer van het kunstvakonderwijs; en als trekpleister om de aantrekkingskracht van de stad te vergroten of om te profileren (Sectoranalyse popmuziek, 2007). Last but not least, kan muziek in combinatie met festivals de participatie in de stad bevorderen.

Rotterdam stond een aantal jaren geleden nog bekend als vooruitstrevende popstad, maar de problemen binnen deze sector hebben zich opgestapeld (*Algemeen Dagblad*, 12 april 2007). Er liggen verschillende vragen bij de RRKC en de EDBR over de muzieksector. Vanuit de gemeente is de popsector eveneens onder de loep genomen in een hoorzitting die in mei 2007 plaats heeft gevonden en daarnaast wordt er in de zomer van 2007 een Popnota gepresenteerd.

In dit onderzoek zullen we specifiek kijken naar talentvolle muzikanten uit Rotterdam en de mogelijkheden tot participatie en ontwikkeling die er voor deze muzikanten zijn. We zullen nagaan in hoeverre talentenjachten, podia en festivals bijdragen aan de participatie en ontwikkeling van talent en hoe het aanbod van deze organisaties eruit ziet in Rotterdam.

De probleemstelling die in het gehele onderzoek centraal staat is als volgt geformuleerd:

e kucentraal staan of de
vh□□
□□□
□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□

“Hoe ziet het aanbod van talentenjachten, podia en festivals binnen de Rotterdamse muzieksector eruit en in hoeverre draagt dit aanbod bij aan de participatie en ontwikkeling van het Rotterdamse muzikalent?”

1.2 Aanleiding

Naast het adviesrapport *Rotterdam maakt werk van creativiteit* (RRKC en EDBR, 2006) dat aan het nieuwe Rotterdamse college is aangeboden, heeft de RRKC een rapport over popmuziek *Rotterdam Has Got that Pop* (2006) uitgebracht. Naar aanleiding van deze rapporten zijn bij de RRKC en de EDBR een aantal vragen ontstaan over de muzieksector.

Volgens verschillende personen en instanties uit de muziekwereld heeft de muzieksector van Rotterdam een goede infrastructuur (RRKC, 2006a). Er zou een goede samenhang zijn tussen het onderwijs, het podiumaanbod en de festivals. Hierdoor heeft talent de kans zich te ontwikkelen in deze stad. De RRKC constateert in dit rapport echter, dat er nog hiaten in de infrastructuur zitten onder meer bij de podia, die enigszins moeite hebben hun hoofd boven water te houden. De sluiting van *Nighttown* in de zomer van 2006 illustreert dit.³ Deze sluiting heeft volgens de deelnemers aan de sectoranalyse niet alleen een acuut tekort aan popconcerten veroorzaakt, maar werd ook opgevat als teken aan de wand en symbool van de ondergang van Rotterdam als ‘hipste’ clubstad van Nederland (Sectoranalyse popmuziek, 2007). Daarnaast krijgen de poppodia en festivals kritiek uit het veld. Ze zouden onvoldoende aandacht schenken aan het bereiken van een breed publiek, dat een afspiegeling zou moeten zijn van de bevolkingssamenstelling van Rotterdam. Ook zouden ze programmatisch te weinig mogelijkheden bieden voor regionaal talent en in het bijzonder voor talentvolle allochtonen (RRKC, 2006a).

In ons afstudeerproject richten we ons op de mogelijkheden tot participatie en ontwikkeling voor talent binnen het aanbod aan speelplekken in de Rotterdamse muzieksector. Deze elementen hebben we in samenspraak met onze opdrachtgevers uitgewerkt tot een onderzoeksvoorstel. De RRKC besteedt ruime aandacht aan talentontwikkeling, onder meer in het rapport *Van de straat, talentontwikkeling in Rotterdam*, dat in februari 2007 is verschenen. Het rapport

³ De B.V. Nighttown is in juli 2006 failliet verklaard. Bij andere podia is het pand vaak eigendom van de gemeente, maar het gebouw van Nighttown is eigendom van een particulier. De particulier verhuurt het gebouw aan de B.V. die het pand exploiteert. De Stichting Nighttown is de derde partij die betrokken is bij het podium en die verzorgt de programmering. Via site 3voor12. Geraadpleegd 29 juni 2007. Via link <http://3voor12.vpro.nl/artikelen/artikel/29097949>

belicht een aantal recente ontwikkelingen die op het gebied van onderwijs hebben plaatsgevonden. Zo zijn er de laatste jaren meerdere muziekopleidingen en initiatieven ontstaan. Volgens de Raad is het lastig om als talent door te breken wanneer er geen muziekopleiding als basis is verkregen.

Er zou gekeken moeten worden naar de bestaande mogelijkheden op het onderwijsvlak en de wijze waarop de gemeente kan participeren in de stimulering van talentontwikkeling (RRKC, februari 2007). Het college heeft als doel om een cultureel aanbod te creëren dat aansluit bij het aanwezige talent. Daarnaast wil het gemeentebestuur alle Rotterdammers een kans geven om mee te doen (RRKC, februari 2007:7). Het motto voor het cultuurbeleid voor 2009-2012 is 'participatie/meedoen', want niet meedoen is uitsluiting (Uitgangspuntennota Cultuurbeleid, 2007). Door het ontstaan van nieuwe opleidingen en samenwerkingsverbanden zouden mogelijkheden gecreëerd kunnen worden voor een betere participatie. Maar hoe gaat het dan verder na de opleiding? Zijn er genoeg mogelijkheden voor talent binnen de bestaande talentenjachten, podia en festivals? Immers, wanneer de opleiding in Rotterdam is afgerond en de mogelijkheden om op te treden of door te breken zich niet voordoen in Rotterdam, dan is het waarschijnlijk dat talent weg trekt naar andere steden of op een andere manier dan in de muziek het brood moet verdienen.

De RRKC stelt sectoranalyses op van alle kunstdisciplines in Rotterdam om bouwstenen te creëren voor het Cultuurplanadvies van 2009-2012. Voor alle sectoren waarover de RRKC advies uitbrengt zijn expertmeetings gehouden, om de voornaamste ontwikkelingen en vraagstukken binnen iedere sector in kaart te brengen en te bediscussiëren. Wij hebben de expertmeetings bijgewoond en een verslag gemaakt van de sectoren popmuziek, vormgeving & media en hedendaagse muziek/jazz/wereldmuziek. We hebben dit gedaan in de vorm van een stageproject. Voor het schrijven van de sectoranalyses en de masterscriptie konden wij gebruik maken van werkplekken bij de RRKC.

De sectoranalyse van de expertmeeting popmuziek heeft ons een basis verschaft van het beeld dat de betrokkenen⁴ hebben van de sector en wat zij vinden dat er moet gebeuren. Deze sectoranalyse popmuziek als onderdeel van de Culturele Staalkaart 2007⁵, is te vinden in bijlage drie.

⁴ Als betrokkenen worden de personen aangemerkt die zijn uitgenodigd en aanwezig zijn geweest bij de sectoranalyse. Dit zijn in het algemeen vertegenwoordigers van verschillende muziekorganisaties en van instellingen die een link hebben met de Rotterdamse muzieksector.

⁵ Deze Culturele Staalkaart 2007 is aangeboden op dinsdag 15 mei 2007 door de RRKC aan wethouder Kaya.

1.3 Theoretische en praktische relevantie

De muzieksector heeft veel groeipotentieel en de creatieve sector wordt volgens het visiestuk van de Gemeente Rotterdam '*Gateway to Europe*' (2006) gezien als dé bron voor werkgelegenheid.

De RRKC en de EDBR hebben de gemeente geadviseerd om de focus te leggen op bepaalde kansrijke creatieve sectoren in de stad. In deze sectoren moet de stad kunnen gaan concurreren op nationaal en internationaal niveau (RRKC & EDBR, 2006). Volgens het rapport van de RRKC en EDBR uit 2006, maakt Rotterdam op muziekgebied veel ontwikkelingen door, wat bijdraagt aan het imago van Rotterdam. In relatie tot de artiesten kan dit imago ook economische spin-off opleveren in de vorm van bijvoorbeeld platencontacten, diverse optredens- en vestigingsmogelijkheden. In de literatuur wordt doorgaans gesteld dat festivals de aantrekkelijkheid van de stad vergroten: 'Het maakt de stad gezelliger, het zorgt voor een lage drempel voor het publiek, het wekt een gevoel van samenhang op, verspreidt de muziek door de stad, de autonomie van de stad wordt opgekrikt, toeristen worden getrokken, ze laten het bedrijfsleven participeren, trekken nieuwe bewoners aan, brengen sfeer, versterken de lokale identiteit en verbeteren het imago van de stad' (Boogaarts in Noordman et al., 2005:41). De betekenis van festivals voor het imago van de stad is volgens Noordman voornamelijk dat de festivals cultuurtoeristen kunnen trekken. Deze cultuurtoeristen stimuleren de lokale economie, zeker wanneer een festival niet veel heeft gekost (Noordman, 2004:255). Wanneer een festival wordt herhaald, kan dit op termijn een bijdrage leveren aan het imago van de stad (Noordman, 2004).

De evenementen en festivals worden gezien als een opkomende markt, omdat er steeds meer geld in omgaat en ze steeds grotere bezoekersaantallen trekken (Kok, 2002). De festivals zouden ook een positief effect kunnen hebben voor het muzikalent, aangezien optredens op festivals mogelijk spin-off opleveren voor de muzikanten.

Niet alle muziekscenes uit Rotterdam lijken vertegenwoordigd te zijn in het festivalaanbod. Uit de sectoranalyse van de RRKC over popmuziek komt naar voren dat de jongere generatie muzikanten aandringt bij de bestaande clubs om meer oog te hebben voor het talent uit de jongste subculturen en een betere samenwerking mogelijk te maken. Vooral de gesubsidieerde podia die met belastinggeld werken zouden moeten worden opgeroepen om meer ruimte te bieden aan de hedendaagse straatcultuur (Sectoranalyse popmuziek, 2007).

Volgens de RRKC zou met de aanwezige kwaliteit, inzetbereidheid en samenwerking in de muzieksector verdere muzikaalinhoudelijke ontwikkeling

mogelijk zijn. Ruimte voor experiment zou door de gemeente moeten worden gecreëerd en gestimuleerd.

In 2009 is Rotterdam Europese Jongerenhoofdstad.⁶ De muzieksector en talentontwikkeling zijn belangrijke onderdelen van dit themajaar. De participatie van Rotterdams talent op de podia en festivals is van belang voor het Rotterdamse karakter en een goede infrastructuur binnen de muzieksector is noodzakelijk om de mogelijkheden voor Rotterdams muziktalent te vergroten. Ons afstudeeronderzoek omvat een aantal case-studies - waarin we respectievelijk het functioneren van een tweetal talentjachten, een tweetal podia en een tweetal festivals bestuderen -, een aantal diepte interviews met kenners en bemiddelaars uit de muzieksector en een enquête onder Rotterdamse muziktalenten. Op basis hiervan hopen we gerichte aanbevelingen te kunnen doen aan de RRKC en EDBR over de participatie van talent in de muzieksector in Rotterdam.

In dit inleidende hoofdstuk hebben we de aanleiding en relevantie van ons onderzoek besproken. Het tweede hoofdstuk behelst het theoretische kader van het onderzoek. We zetten daar uiteen welke benaderingen we hebben gehanteerd en omschrijven de voornaamste gebruikte begrippen. In hoofdstuk drie bespreken we hoe het onderzoek is opgezet en uitgevoerd. Het daaropvolgende hoofdstuk behandelt de verschillende casestudies: de talentenjachten, de podia en de festivals. In hoofdstuk vijf presenteren we de resultaten van de interviews en in hoofdstuk zes bespreken we de uitkomsten van de enquête onder het muziktalent uit Rotterdam. Tot slot leggen we in het zevende hoofdstuk alle resultaten naast elkaar en proberen we op grond daarvan te komen tot een beantwoording van onze hoofdvraag en tot aantal concrete aanbevelingen met betrekking tot de participatie en ontwikkeling van Rotterdams muziktalent.

⁶ Via site YoungEDBR. Geraadpleegd 29 maart 2007. Via link <http://www.youngedbr.nl/news.php?action=openentry&id=142>

2. THEORIE EN EERDER ONDERZOEK

2.1 Inleiding

Volgens velen is creativiteit de nieuwe motor achter de economie (*het NRC Handelsblad*, 18 februari 2005). Vooral in steden vertonen de zogeheten 'creatieve industrieën' een sterke groei (Kloosterman, 2002). Daarbij gaat de cultuur steeds meer de commerciële kant op (Scott, 2000), terwijl de economie steeds meer cultureel wordt. Richard Florida stelt zelfs in zijn in 2002 verschenen boek *The Rise of the Creative Class*, dat creativiteit hét kapitaal is voor de toekomst en dat de aanwezigheid van de zogenoemde creatieve klasse een voorwaarde is voor economische groei van steden: 'Alles ontleent zijn waarde steeds meer aan de creatieve toevoeging en niet meer aan hoeveel materiaal of werk erin zit of hoe nuttig het is' (Florida, 2002).

De creatieve stad lijkt een soort hype te worden. Iedere stad wil zo genoemd worden, anders tel je niet mee. Het is niet mogelijk volgens gestandaardiseerde principes en formules binnen een korte tijd de status 'creatieve stad' te verwerven. Wanneer steden de ambitie hebben om uit te groeien tot een creatieve stad en dat volgens gestandaardiseerde methoden doen, dan heeft dat vaak een averechts effect (Jacobs, 2005:67). Steden dienen een onderscheidend profiel op te bouwen om met succes te kunnen concurreren om talent en investeerders. In Rotterdam heeft de gemeente jarenlang geïnvesteerd in de creatieve sector, maar de stad heeft ondanks de groei in de creatieve sector geen sterke concentratie uitgebouwd in één van de sectoren, behalve in de sector architectuur (Saris en Brouwer, 2005:125).

De creatieve sector heeft een aantal kenmerkende elementen. Netwerken is één van die elementen van creatief kapitaal (Van den Steenhoven, 2005:95). Netwerken ontstaan in creatieve clusters doordat meerdere partijen bij elkaar worden gezet en hun innovatieve en creatieve bagage kunnen samenvoegen. Samenwerking tussen verschillende organisaties, instellingen, podia, festivals en muzikanten in Rotterdam kan positieve effecten hebben. De grenzen tussen genres vervagen en de vernieuwingen tussen en binnen deze groepen worden cross-overs genoemd. Deze samenwerking en het creatieve milieu trekken weer nieuwe talenten naar de stad en op die manier versterken creatieve netwerken en clusters de sector.

Ook innovatie geldt als een belangrijke karakteristiek van de creatieve sector (Kloosterman, 2005).

Innovatie kan worden gezien als het eindresultaat van interacties tussen jongeren, vaak van buiten afkomstig, die input vergaren door interactie met de lokale professionals (Schumpeter, 1939). Een voorbeeld is Bill Gates, die pas succesvol werd nadat hij zich gevestigd had in Silicon Valley. Het contact met de lokale professionals geeft een soort impuls aan de creativiteit en innovatie van de jonge buitenstaanders. Dit principe kan ook zo werken voor muzikanten en muziekscenes.

De samenwerking tussen verschillende partijen is van vitaal belang voor de ontwikkeling en participatie binnen de muzieksector. De RRKC heeft onlangs het rapport *De Transnationale Stad* (2006) uitgebracht, dat de nadruk legt op het transnationale karakter van Rotterdam op cultureel gebied. Op muzikaal gebied moet een betere aansluiting komen tussen het lokale talent uit de 'urban scene' en het internationale toptalent. In 2006 is één van de initiatieven op dit gebied uitgewerkt en zo is het *World Music and Dance Centre* (WMDC) ontstaan. Daarnaast ligt er een initiatief voor een festival, dat moet beginnen in 2008, *New Skool Rules*. Dit driedaags festival moet zich richten op de 'urban scene', ook wel 'New Skool' genoemd. De Rotterdamse muzieksector is volgens de RRKC in essentie internationaal gekleurd door de verschillende muziekstromingen, het repertoire dat ze kiezen, door de samenstelling van gezelschappen en programmering (RRKC, december 2006). Door samenwerkingsverbanden tussen verschillende partijen kunnen de voordelen van het creatieve klimaat benut worden. De jaarlijkse terugkerende evenementen en ook de muziekfestivals lijken veel positieve effecten op sociaalgeografisch en economisch niveau te hebben voor de stad Rotterdam, maar dat geldt niet voor alle festivals in dezelfde mate. Zo lijken commerciële festivals in Rotterdam meer positieve economische effecten te hebben dan niet-commerciële festivals.

Het succes op sociaalgeografisch- en economisch niveau hangt af van een aantal elementen. Muziekscenes, citymarketing en imago zijn begrippen die samenhangen met de festivals. Deze begrippen zullen verderop in dit hoofdstuk nader worden toegelicht. Volgens Noordman et al. (2005) is er een aantal elementen te noemen waaraan het succes van een festival is gekoppeld is: authenticiteit, innovatie, greep op de inkoop, rentabiliteit, doelgroepenbenadering en profilering om sponsors te trekken.

2.2 Theoretische begrippen en benaderingen

2.2.1 Creatieve Industrie

Wanneer er in dit onderzoek over de creatieve industrie gesproken wordt, is dit dezelfde definitie als is opgesteld door Rutten et al. in 2004:

'De creatieve industrie is een specifieke vorm van bedrijvigheid die goederen en diensten voortbrengt die het resultaat zijn van individuele of collectieve, creatieve arbeid en ondernemerschap. Inhoud en symboliek zijn de belangrijkste elementen van deze goederen en diensten. Ze worden aangeschaft door consumenten en zakelijke afnemers omdat ze een betekenis oproepen. Op basis daarvan ontstaat een ervaring. Daarmee speelt de creatieve industrie een belangrijke rol in ontwikkeling en onderhoud van leefstijlen en culturele identiteiten in de samenleving'.

De term 'creatieve' wordt de laatste tijd vaker gebruikt dan de term 'culturele'. Volgens het rapport van de RRKC en de EDBR (2006) roept de term 'creatieve sector' betere associaties op dan de term 'culturele sector'. De term 'creatieve sector' roept associaties op met design, architectuur, reclame en mode, terwijl de term 'culturele sector' associaties oproept met elitaire kunstvormen. Aangezien de culturele sector iedereen moet aanspreken spreekt men in rapporten en nieuwe adviezen over de 'creatieve sector' of 'creatieve industrie'. De creatieve industrie omvat een groot aantal sectoren, waarvan de muzieksector er één van is. Binnen de muzieksector zijn muziekscenes van belang voor de participatie en ontwikkeling van talent.

Muziekscenes

Over heel de wereld zijn er zogenoemde muziekscenes. Bennet (2004:223) omschrijft het begrip 'music scene' als 'een cluster van muzikanten en fans die zich richten op een bepaald genre muziek'. Als men spreekt over een bepaalde muziekscene wordt vaak verwezen naar een plaats, meestal een stad of stadsdeel, waar een bepaalde stijl van muziek vandaan komt of lokaal is aangepast. Iedere stad heeft zijn of haar eigen muziekscene. Een lokale muziekscene kan daarom ook zeer bevorderlijk zijn voor het plaatselijke toerisme (Bennett, 2004:228). In de huidige samenleving kan echter niet meer echt gesproken worden over een lokale scene, omdat muziek niet meer is gebonden aan één plaats. De verschillende scenes zijn ooit ergens ontstaan, maar doordat de wereld steeds kleiner is geworden door onder andere technische ontwikkelingen en migratie, hebben de scenes zich verspreid over heel de wereld (Bennett, 2004:230).

Naar het woord van Marshall McLuhan (1967) is de wereld steeds meer een 'global village' geworden.

De voormalige lokale scenes zijn zeer belangrijk geweest in het creëren van nieuwe stijlen, maar uiteindelijk behoren zij tot een globale scene, die wel allerlei lokale varianten en aanpassingen kent. De Rotterdamse muzikscene is daar een goed voorbeeld van. Behalve dat de scenes niet langer plaatsgebonden zijn, vervagen ook de grenzen van de muziekgenres. Er is sprake van een vermenging van genres, de eerder genoemde cross-overs.

Naast de toenemende vermenging van muziekgenres, is ook de bevolking van Rotterdam steeds gemengder van samenstelling. Diverse culturen bestaan naast elkaar, met elk hun eigen identiteit. Verschillende mensen met uiteenlopende culturele achtergronden hebben hun eigen muzikscene met de daarbij behorende manier van leven.

Een term die veel naar voren komt in de Rotterdamse muzieksector is de 'urban culture'. Deze term vormt een verzamelnaam voor verschijnselen die op de één of andere manier verband houden met de jongerencultuur in de grote steden (RRKC, 2006a). Met deze 'urban culture' wordt in het algemeen bedoeld op jongeren uit etnische minderheidsgroepen, die een voorkeur hebben voor hiphop en r&b. Deze subcultuur komt zichtbaar naar voren in de stad en vormt een manier voor de betrokken jongeren om hun identiteit tot uitdrukking te brengen. Hun eigen traditionele cultuur wordt vertaald door middel van de globale populaire cultuur (RRKC, 2007). De collectieve participatie in een dergelijke populaire subcultuur zorgt voor een gevoel van saamhorigheid en een gevoel dat men ergens bij hoort (Bennett, 2000:95). Mensen zijn vaak op zoek naar iets waar zij zich mee willen identificeren. Rotterdam telt nog andere subculturen die deel uit maken van deze urban culture: de Surinaams-Hindoestaanse, Surinaams-Creoolse, Antilliaanse en de Kaapverdise gemeenschappen.

De afzonderlijke subculturen zorgen ook voor fusies binnen de urban culture. Genres ontwikkelen zich en worden versterkt binnen en tussen muzikscenes, die tevens participatiebevorderend werken. In dit onderzoek bekijken we of de verschillende Rotterdamse muzikfestivals en podia voldoende aandacht besteden aan het talent binnen deze muzikscenes. Zijn de talenten uit bepaalde muzikscenes in Rotterdam vertegenwoordigd op het festival en podiumaanbod? De urban en dance scenes lijken ook van belang voor nieuwe initiatieven binnen de sector. Volgens de RRKC zijn die in Rotterdam voornamelijk uit deze scenes afkomstig (Sectoranalyse RRKC, 2006).

Een festival zou deze scènes mogelijk meer ruimte kunnen bieden, zodat zij zich ook in de kijker van het grote publiek kunnen spelen.

Deze en andere muzikscènes kunnen in de toekomst van grote betekenis zijn voor het imago van de stad Rotterdam. Populaire muziek wordt minder bepaald door de dominante Amerikaanse cultuur dan film of televisie, omdat het verschillende etnische culturen omvat, maar ook door de relatief lage kosten om muziek te produceren en de manier waarop nieuwe muziek wordt gecreëerd, wat vaak niet via de conglomeraten gebeurt. Hierdoor is het mogelijk om in verschillende landen muziek te maken en te concurreren met de Amerikaanse muziekindustrie (Crane, 2002:8). Frith (1996) stelt dat succesvolle muziek overal vandaan kan komen. Een voorbeeld is Brazilië, waar de verkoop van Amerikaanse muziek daalt. Op de radio is 80% van de uitgezonden nummers van Braziliaanse makelij (Crane, 2002:9). Zelfs de grote muziekbedrijven raken geïnteresseerd om lokale muziek te gaan produceren in de landen waar ze een aandeel in de markt hebben, al concentreert men zich nog altijd op artiesten uit Engelstalige landen (Negus, 1996:184). Door de globalisering wordt locatie minder belangrijk voor muziek en voor de verschillende scènes in Rotterdam zijn daardoor genoeg mogelijkheden om succesvol te zijn of te worden. Dit succes wordt - net als in alle andere creatieve industrieën - in hoge mate bepaald door 'gatekeepers'.

Gatekeepers

Deze gatekeepers spelen een sleutelrol in de promotie en distributie van het werk van muzikanten (Caves, 2000:52). De speelplekken in de muzieksector staan met elkaar in verbinding en daartussen bevinden zich de zogenoemde 'tussenschakels' ookwel 'gatekeepers' genoemd (Crane, 1992). Deze 'poortwachters' bepalen welke producten er doorgaan naar het publiek en hebben dus veel macht in het muziekveld. Een voorbeeld is de programmeur van een poppodium of muziekfestival. Deze bepaalt wat het publiek te zien krijgt en daarmee tevens welke bands bekendheid kunnen verwerven. Diana Crane (1992:70) spreekt in dit verband van een 'multistage process'. Dit proces behelst twee fasen. De eerste fase bestaat uit het accepteren van een cultureel product door een organisatie of instantie binnen het veld om dit product te gaan creëren en/of te verspreiden. De tweede fase heeft te maken met de evaluatie van het culturele product door een groep 'gatekeepers' die vaak de toegang tot de markt verschaffen (Crane, 1992:70). In de muziekindustrie vervullen onder meer talentenjachten een dergelijke selectie- en beoordelingsfunctie.

De organisatoren en jury's van talentenjachten signaleren en beoordelen nieuw talent en brengen het onder de aandacht van een publiek.

Talentsjachten geven nieuwkomers de kans om hun muziek aan een kleine groep professionals en publiek te tonen en naamsbekendheid op te bouwen, maar ook de poppodia vervullen deze rol door hen een plek aan te bieden om op te treden of te oefenen in één van de oefenruimtes. Op deze manier kunnen muzikanten meer speeltijd verkrijgen om zichzelf te verbeteren. Tegenwoordig biedt het Internet muzikanten de kans om in eerste instantie het selectieproces van de traditionele gatekeepers te omzeilen. Artiesten kunnen zelf hun muziek online zetten en zo een bredere achterban te creëren. *MySpace* zou voor een groot deel voor bekendheid van bands zorgen en een goed middel zijn, naast optredens op podia en festivals, om door te breken.

De tweede fase van het gatekeepersproces treedt meestal in werking nadat optredens hebben plaats gevonden. Tijdens optredens kunnen er scouts aanwezig zijn of journalisten die verslag doen van een bepaalde avond of festival. Mede door deze vorm van aandacht kunnen de artiesten aan platencontracten komen. Als zij van journalisten positieve recensies ontvangen, zullen zij in de toekomst meer mensen kunnen verwachten bij optredens en zullen zij na het behalen van een platencontract meer cd's en andere merchandise kunnen verkopen.

2.2.2 Speelplekken

Broedplaatsen

De creatieve industrie wordt vaak in verband gebracht met 'broedplaatsen'. Er zijn verschillende definities van broedplaatsen. In dit onderzoek zijn alleen culturele broedplaatsen relevant. Volgens Sargentini (2002) onderscheiden culturele broedplaatsen zich van andere soorten broedplaatsen (economische broedplaatsen en vrijplaatsen) doordat het produceren van innovatieve kunst en (sub)cultuur de hoofdactiviteit vormt. De culturele broedplaats is daarnaast een werkverband voor (startende) kunstenaars en culturele ondernemingen waar de productie divers is. Meerdere kunstdisciplines zijn op de broedplaats vertegenwoordigd en werken samen waardoor synergie en kruisbestuivingen kunnen ontstaan.

Door bedrijven in de directe omgeving van de broedplaatsen te situeren, wordt een subcultuur ontwikkeld waarin de creatieve klasse kan groeien. Broedplaatsen worden vaak geassocieerd met oude (sloop) panden. Een voorbeeld van een culturele broedplaats is de *Schiecentrale* in Rotterdam, waar meerdere bedrijven en pioniers in de audiovisuele sector zich hebben gevestigd. In de muzieksector zijn ook broedplaatsen in Rotterdam te vinden.

Uit het in 2002 verschenen rapport *Feesten in het donker*, een onderzoek naar het Rotterdamse feestzalencircuit, komt naar voren dat er in het weekend veel dansfeesten plaatsvinden met livemuziek en dj's.

Voor het allochtoon muziektalent,⁷ blijken deze feestzalen een belangrijke broedplaats te zijn (RRKC, 2006b). Een belangrijke eigenschap van broedplaatsen is laagdrempeligheid. Naast broedplaatsen voor de ontwikkeling van talent binnen de muzieksector in Rotterdam, zijn ook speelplekken nodig. De speelplekken waarnaar gekeken is binnen dit onderzoek zijn talentenjachten, podia en festivals.

Talentenjachten

Talentenjachten worden doorgaans gezien als dé manier voor talenten om ontdekt te worden en de eerste optredens te vergaren. Ze kunnen hier laten zien wat ze in huis hebben en zich op deze manier in de kijker spelen bij het publiek, scouts of andere geïnteresseerden. In Rotterdam is een voorbeeld van een dergelijke avond de *TalentNight* van *Stichting Epitome Entertainment*. *TalentNight* is geïnspireerd op hetzelfde concept als *The Amateur Night at The Apollo* in New York. Het doel hiervan was om talenten de mogelijkheid te geven hun kunsten te vertonen en ze zo een ingang te bieden voor een verdere carrière. *TalentNight* is een talentenjacht voor meerdere disciplines, waaronder dans, zang, rap en stand-up comedy. In de verschillende categorieën wordt gestreden om diverse prijzen. Zo zijn er optredens te winnen, studiotijd, promotiemateriaal en geld. De beoordeling wordt vaak gedaan door het publiek en een professionele jury. De organisatie nodigt scouts, boekingsbureaus, promotors en andere mensen uit het vak uit.

Een aantal andere talentenjachten richten zich meer op de ontwikkeling van talent. De act die wint op een talentenavond komt terecht in een zogenoemd 'workshoptraject'. Dat zijn verschillende workshops als: hoe sta je op het podium, hoe vul je de opgave van de belastingdienst in, ademhalingstechnieken, hoe overleef je in de muziekwereld en mediatrainingen. Het gaat hier om het verschaffen van allerlei praktische tools aan mensen met talent. *De Zuid-Hollandse Popunie* is een stichting die zich sinds 1985 inzet voor alle facetten van de popmuziek. Zij organiseert projecten en werkt samen met podia, gemeenten, muzikanten en andere partijen.⁸ De *Grote Prijs van Zuid-Holland* (GPZH) is een talentjacht die de *Popunie* organiseert voor amateurpopmusici.

De demo's die worden opgestuurd naar de *Popunie* worden gescreend door een demojury, waarna de geselecteerde acts worden geplaatst in de voorrondes die door heel Zuid-Holland worden gehouden.⁹ De finale wordt gehouden in *WaterFront* in Rotterdam.

⁷ Met allochtoon muziektalent wordt in dit geval Hindoestaans, Antilliaans, Creools, Javaans en Kaapverdiaans talent bedoeld.

⁸ Via site Popunie. Geraadpleegd op 14 maart 2007. Via link, <http://www.popunie.nl/index.php?id=11>

⁹ Via site Popunie. Geraadpleegd op 14 maart 2007. Via link, <http://www.popunie.nl/index.php?id=42>

De winnaar van de GPZH wint behalve een aantal prijzen ook optredens op festivals als *Wantijpop*, het *Bevrijdingsfestival Zuid-Holland* en nog een aantal andere bekende festivals. Daarnaast wordt tijdens de finale een publieksprijs uitgereikt.¹⁰

Volgens de RRKC bestaat er voor beginnende musici in Rotterdam weinig ruimte (RRKC, 2006a). De start van het WMDC moet de jonge musici van een speelplek en opleiding voorzien, maar ook podia als *WaterFront* zullen zich meer richten op jonge muzikanten uit de stad. Voor de podia blijft toch altijd voorop staan dat ze het hoofd boven water moeten houden. Ze zijn dus genoodzaakt succesvolle artiesten te programmeren om een bepaalde omzet te garanderen. Hierdoor wordt de ruimte voor de ontwikkeling van talent beperkter. Ook uit een eerder rapport van de RRKC, *Advies aan politieke partijen* uit 2005, kwam naar voren dat een goede infrastructuur voor beginnend talent ontbreekt. Een onderdeel dat het talent in de stad kan stimuleren, is het onderwijs. Rotterdam staat bekend om haar goede naam in het muziekonderwijs. Drie bekende onderwijsinstellingen in Rotterdam zijn: *Codarts*, Hogeschool voor de Kunsten en de nieuwe opleidingen op mbo-niveau aan het *Zadkine* en het *Albeda College*. *Codarts* staat vooral bekend om haar klassieke conservatorium en kan beschouwd worden als een kunstvakhogeschool (Codarts, 2005:5). De hogeschool streeft er naar een stimulerend klimaat te bieden en het aanbod moet aansluiten op wat er zoal leeft in de samenleving. In het bijzonder dienen wereldmuziek en urban muziek veel aandacht te krijgen in een stad als Rotterdam (Codarts, 2005:6). *Codarts* wil met onderwijs in deze genres de bestaande hiaten in het overwegend klassieke onderwijsaanbod dichten en in springen op actuele ontwikkelingen (RRKC, 2006a). Muzikaal talent krijgt daardoor binnen het hoger onderwijs betere mogelijkheden om zich te ontwikkelen in diverse muziekstromingen. Op mbo-niveau is het Rotterdamse muziekonderwijs redelijk bij de tijd. Vanaf september 2006 zijn er twee nieuwe, zelfstandige opleidingen bijgekomen in Rotterdam. *Zadkine* biedt een opleiding die gericht is op (cultureel) ondernemerschap in de muzieksector (RRKC, 2006a) en die een belangrijke bijdrage kan leveren aan het professionaliseren van de popmuzieksector.¹¹ *Albeda* springt met haar opleiding goed in het gat van het onderwijsaanbod door vooral aandacht te schenken aan de muzikale ontwikkeling en de aansluiting bij het hbo. In samenwerking met *Codarts* wordt mbo-studenten de mogelijkheid geboden om door te stromen.

10 Via site Grote Prijs Zuid-Holland. Geraadpleegd op 14 maart 2007. Via link, <http://www.popunie.nl/projecten/gpzh/>

11 Via site van Zadkine. Geraadpleegd op 19 maart 2007. Via link <http://www.zadkine-popacademie.nl/>

WaterFront is geïnteresseerd in de opleiding en biedt mogelijkheden voor de studenten om in hun oefenruimtes te spelen in combinatie met professionals uit de diverse muziekszenes.¹² Veel talent afkomstig uit regio Rotterdam zou zich hier kunnen ontwikkelen. Volgens de sectorbijeenkomsten van de RRKC liggen er mogelijkheden voor de professionele ontwikkeling van urban muziekstijlen en urban talent (Sectoranalyse RRKC, 2006). Naast de kansen die talenten krijgen via het onderwijs en de talentenjachten, moeten ze verder komen met optredens op andere plaatsen. De podia hebben een belangrijke functie als speelplek voor muzikalent.

Podia

In het bijzonder vestigen we in ons onderzoek de aandacht op twee poppodia in Rotterdam: *WaterFront* en *Rotown*. Wat hebben *WaterFront* en *Rotown* te bieden voor talent in Rotterdam? Welke mogelijkheden bieden zij nieuw talent in de vorm van ruimte om te oefenen, promotie en optredens? Veel podia in de stad zijn beperkt in staat om risico's te nemen. Zij hebben hoge kosten en zien daarom graag volle zalen om zo geld te kunnen verdienen. De meeste podia proberen een zo breed mogelijk publiek te bereiken. Volgens gemeenten is popmuziek belangrijk. Zij zien de muziek als een mogelijkheid om jongeren van de straat te houden (*de Volkskrant*, 15 maart 2007). De afgelopen jaren zijn er tientallen nieuwe podia bijgekomen in Nederland, maar dat geldt niet voor Rotterdam. De RRKC acht een structureel hogere subsidie voor poppodia van vitaal belang (*de Volkskrant*, 15 maart 2007). Als er geen geld beschikbaar wordt gesteld om een gevarieerde programmering en een professionele werkwijze te realiseren, zijn de podia niet te redden. In maart 2007 is bekend geworden dat, na lang uitstel en overleg, poppodium *Nighttown* geen doorstart zal maken. Op het allerlaatste moment hebben de mogelijke exploitanten zich terug getrokken omdat er nog veel onzekerheden omtrent het plan bestonden.¹³

De overige Rotterdamse podia bieden zowel regionaal, nationaal als internationaal talent de mogelijkheid om op te treden en een aantal presenteert zich als een springplank voor opkomend talent. *Rotown* en *WaterFront* kunnen worden gezien als de twee bekendste podia van Rotterdam, die veel met talent zouden kunnen doen. De samenwerking tussen de podia is goed te noemen, waar ze mogelijk voordelen uit kunnen halen.

12 Via site van Albeda. Geraadpleegd op 19 maart 2007. Via link <http://www..albeda.nl>

13 Via site 3voor12. Geraadpleegd op 10 april 2007. Via link <http://3voor12lokaal.vpro.nl/magazines/news/index.jsp?portals=61901&magazines=61902&news=465061>

In combinatie met de nieuwe mbo-opleiding van *Albeda* en de hbo-opleiding van *Codarts* wil *WaterFront* de oefenruimtes gebruiken.¹⁴ Dit betekent een grotere samenwerking tussen professionals en studenten. Op die manier komen de studenten van de opleidingen in aanraking met andere artiesten en raakt men bekend met de muzieksector. Naast een samenwerking tussen de podia onderling en tussen podia en het onderwijs, zijn er ook samenwerkingsverbanden tussen de podia en festivals in Rotterdam.

Festivals en festivalimago

Hoe en wanneer festivals precies zijn ontstaan is niet duidelijk. Wel kunnen we vaststellen dat in de twintigste eeuw festivals werden gebruikt om een stad aantrekkelijk te maken. Grote publieke evenementen, zoals jaarlijks terugkerende festivals, maken een stad als Rotterdam nog aantrekkelijker en dienen als één van de belangrijkste 'pullfactors' voor bedrijvigheid (Tak, 2001:184).

Na het eerste grote internationale popmuziekfestival, het *Woodstock festival* in 1969, volgden in de jaren zeventig de eerste Nederlandse festivals. De Delftenaar Berry James Visser organiseerde het Nederlandse Woodstock, het *Popparadijs Holland Festival* in het Kralingse Bos in Rotterdam op 26, 27 en 28 juni 1970. Er kwamen 150.000 bezoekers op af. In 1970 vond ook de eerste editie van *Pinkpop* plaats, met 10.000 bezoekers. Binnen vijf jaar groeide Pinkpop uit tot één van de grootste en belangrijkste Europese popmuziekfestivals. Sindsdien heeft Nederland een breed assortiment gekregen van verschillende festivals. Voor ieder muziekgenre is wel een toonaangevend festival onder andere *Dance Valley* voor de dancemuziek en *North Sea Jazz festival* voor de jazz (Derksen, 2001).

Rotterdam heeft de afgelopen tien jaar een zeer bewust beleid ontwikkeld ten behoeve van de promotie van Rotterdam als festivalstad (Boogaarts, 2001:215). Festivals geven een belangrijke economische impuls aan de vrijetijdssector in de stad (Oosterman, 2000:19) en behelzen ook een vorm van culturele promotie voor een stad. Zo probeerde de stad Rotterdam al in de jaren vijftig van de vorige eeuw haar slechte imago op cultureel gebied te verbeteren en een sfeer creëren van wederopbouw van de stad door de organisatie van drie grote stedelijke manifestaties: *Ahoy*, *E 55* en *Floriade 1960*. Promotie van de stad was hierbij een doelstelling, maar ook de verwachting dat bezoek aan Rotterdam inkomsten voor de stad kon opleveren (Boogaarts, 2001:216). Het duurde echter tot de jaren tachtig, voordat de gemeente Rotterdam zich zeer bewust ging richten op het belang van promotie van de stad en de rol van festivals daarin.

14 Via site WaterFront. Geraadpleegd op 19 maart 2007. Via link [http://www.WaterFront .nl](http://www.WaterFront.nl)

Rotterdam wilde zich profileren als een wereldstad. Het stadsbestuur ging in de aanval om de stad te verkopen voor zowel toeristen als haar bewoners. Het jaar 1983 werd gezien als een omslagpunt in het stedelijke en cultuurbeleid. De zogenoemde stadspromotie werd een zaak van de afdeling 'externe betrekkingen'. Zij achtten het van groot belang om evenementen en stedelijke manifestaties te organiseren. Jammer genoeg waren de georganiseerde evenementen vaak eenmalig. Toch had men grote verwachtingen ten aanzien van de spin-off van deze evenementen (Boogaarts, 2001:218).

Belangrijke veranderingen kondigden zich aan vanaf 1987 toen twee nota's verschenen: *Vernieuwing van Rotterdam* en *Nieuw Rotterdam*. In beide nota's kwam expliciet de belangrijke rol van festivals ter sprake, waarbij men vooral hoge verwachtingen koesterde ten aanzien van het stadsfestival *Rotterdam '88* en het jaar waarin Rotterdam 650 jaar bestond. De Rotterdamse gemeente had veel vertrouwen in het slagen van deze evenementen, evenals de landelijke pers. In de Rotterdamse kunstwereld was men echter niet positief, doordat de kunstenaars uit eigen stad niet de kans kregen om zich te profileren op deze evenementen (Boogaarts, 2001:219).

Na afloop van deze grootschalige evenementen kwam er een kritische evaluatie. Het gemeentebestuur concludeerde dat de organisatie en invulling van de diverse Rotterdamse festivals en evenementen beter geregeld dienden te worden als de stad in de toekomst iets wilde gaan betekenen op festivalgebied. Van verschillende kanten in de stad werd benadrukt dat er een betere coördinatie en afstemming nodig was tussen verschillende initiatieven en betrokkenen om van Rotterdam een echte festivalstad te maken. De *Rotterdamse Kunststichting* heeft destijds een grote rol gespeeld door het uitbrengen van een evenementennota. Zij benadrukte dat festivals een positief effect hebben op het imago van de stad en voor spin-off zouden zorgen. Naar aanleiding van deze nota werd in 1993 de *Stichting Rotterdam Festivals* opgericht. Deze kreeg tot taak de Rotterdamse festivals te coördineren en te promoten, een stadsfestival op te zetten en service voor en advies over het evenementen- en festivalbeleid te verschaffen (Boogaarts, 2001:219).

In de afgelopen jaren is gebleken dat de organisatie, de subsidiëring en gezamenlijke marketing zeer goed verlopen. De bezoekersaantallen zijn gestegen en de sector is zeer professioneel te noemen. Rotterdam staat tegenwoordig bekend als dé festivalstad van Nederland. Festivals en in het bijzonder muziekfestivals worden jaarlijks door grote groepen mensen bezocht van binnen en buiten Rotterdam.

(Noordman, 2004:258) omschrijft een 'festival' als een 'cultureel evenement, dat jaarlijks of in elk geval met een vaste regelmaat wordt herhaald voor een algemeen publiek, waarin voorstellingen van theater, en/of muziek, en/of film worden gebundeld binnen een programma dat zich afspeelt binnen een duidelijke aangegeven begin- en einddatum, op een of meerdere hiervoor tijdelijk bestempelde locaties.' Muziekfestivals domineren het festivalaanbod in Nederland en op 84% van alle Nederlandse festivals wordt muziek ten gehore gebracht (Noordman, 2004:257). Hierin valt weer een onderverdeling te maken naar muzieksoorten. De twee casussen die wij onderzocht hebben, voldoen allebei aan de kenmerken van festivals die Noordman cum suis in hun definitie noemen.

Dit type activiteiten binnen de muzieksector is bij uitstek interessant voor een multiculturele en jeugdige stad als Rotterdam. Turken, Marokkanen en Kaapverdianen gelden voor de gemeente Rotterdam als centrale 'aandachtsgroepen'. In 2017 zal bijna de helft van de Rotterdamse bevolking tot deze 'aandachtsgroepen' behoren (Centrum voor Onderzoek en Statistiek, 2003). Het is van belang dat deze groepen beter worden bereikt en festivals kunnen vanwege hun laagdrempeligheid goed worden ingezet om de participatie bij deze groep te verhogen. Mensen kunnen op festivals kennis maken met muziek die ze nog niet kennen en de taal van muziek wordt door iedereen gesproken. Er zijn verschillende muziekfestivals met een diverse programmering, waardoor er voor een ieder wat interessants bij zit. De laagdrempeligheid van de festivals draagt waarschijnlijk bij aan een verhoogde participatie van de verschillende bevolkingsgroepen in Rotterdam. De festivals zorgen met hun programmering voor een artistiekinhoudelijke, sociale en economische betekenis. Ze bereiken een groot en breed publiek en dragen bij aan het imago van de stad Rotterdam (RRKC, 2006a).

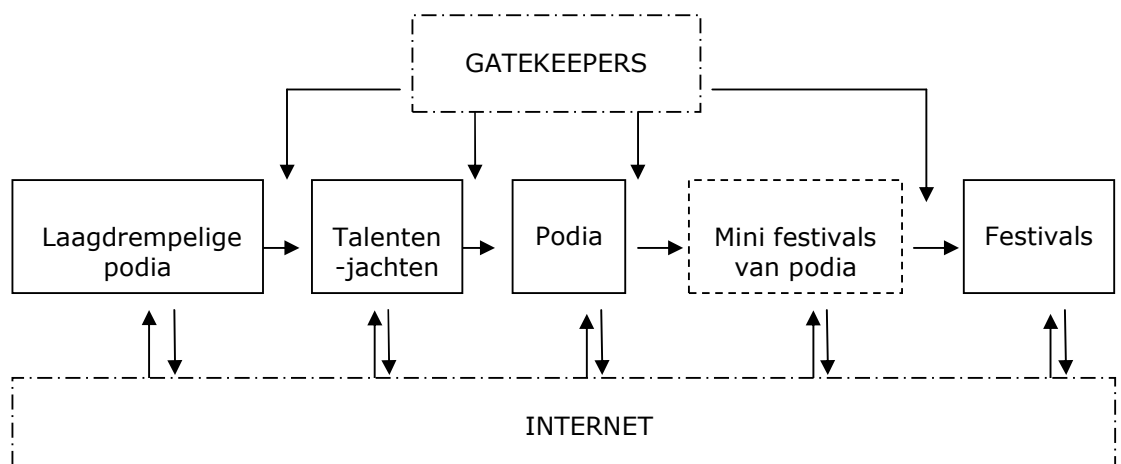
Eén van de Rotterdamse festivals, het *Dunya Festival*, valt onder de *Multiculturele evenementen*. Dit zijn evenementen die begonnen zijn om manifestaties van verschillende bevolkingsgroepen samen te brengen (Noordman et al, 2005:9). Het *Dunya Festival* richt zich op een breed en multicultureel publiek. *North Sea Jazz* was al bekend voordat het naar Rotterdam kwam en trekt grote en kleinere namen uit de jazzwereld aan. Voor talent in de muzieksector zijn festivals van groot belang. Het is dé mogelijkheid voor talent om hun muziek aan een groter publiek te laten horen en zo meer opdrachten, een platendeal of netwerk te vergaren. Binnen het festivalaanbod in Rotterdam bieden met name het *Metropolis Festival* en *Motel Mozaique* ruimte aan talent en ontwikkelingen (RRKC, 2006a).

Deze twee festivals hebben als artistieke missie om een gevarieerd aanbod te creëren, waarbij talent de mogelijkheid krijgt zich te presenteren. Het 'Rotterdamse fundament' moet volgens de nieuwe programmeurs van het festival worden teruggebracht in het programma (*Algemeen Dagblad*, 13 maart 2007). *Metropolis* heeft altijd samengewerkt met Rotterdamse podia en de *Zuid-Hollandse Popunie*.

Ze willen op het festival een afspiegeling geven van wat het hele jaar door in Rotterdam te zien en te horen is en zo dichterbij de oorspronkelijke opzet van het festival komen. Wanneer deze speelplekken samenwerken en wanneer talent kan doorstromen van de ene naar de andere plek, ontstaat een keten.

Keten

De schakels binnen het aanbod van speelplekken in de Rotterdamse muzieksector, kunnen als volgt gevisualiseerd worden:



Figuur 2.1 Schakels/keten binnen het aanbod van speelplekken

Bron: Eigen ontwerp

In de keten begint talent op de laagdrempelige podia. Muzikanten in uiteenlopende stijlen kunnen hier binnen lopen en kijken of de agenda vrij is, zodat er een avond gespeeld kan worden. Artiesten krijgen aldus de mogelijkheid om te experimenteren en ervaring op te doen, voordat zij doorstromen naar de grotere podia, talentenjachten en festivals. Het is van belang aandacht te schenken aan deze laagdrempelige podia in de keten. Zij kunnen muzikanten aan het begin van hun carrière helpen om een achterban te creëren, zodat de programmeurs hen signaleren in het circuit. Vanuit de kleinere podia kan een spin-off ontstaan in de vorm van optredens op respectievelijk talentjachten, podia en festivals.

Hierbij kan de volgorde van de keten aangehouden worden, maar het komt ook voor dat artiesten hele stappen overslaan.

De talentenjachten bieden talent de kans om zich te presenteren. Ze zijn laagdrempelig door geen of weinig geld te vragen voor de inschrijving. Veel talentenjachten geven als prijs verschillende optredens op podia en festivals. Op de podia krijgt het talent de om een speciale avond te vullen of in het voorprogramma te staan van een grotere band. Een aantal podia organiseert zelf minifestivals. Dit zijn avonden waar specifieke stijlen centraal staan en meerdere artiesten uit die stijl hun muziek laten horen. In de keten vallen deze evenementen te situeren tussen de podia en de festivals. Omdat niet alle podia minifestivals organiseren is dit geen vaste schakel in de keten. Het eindstadium in de keten zouden festivals kunnen zijn.

Festivals zijn belangrijk voor de ontwikkeling van talent, mede door het imago van de festivals. Optredens op festival dragen bij aan het prestige van muzikanten. Festivals zorgen ook voor een versterking van het algemene muziekklimaat. Ze genereren zowel artistieke als economische spin-off, aangezien ze talent naar de stad trekken en een broedplaats zijn voor talent. Daarnaast zijn de festivals van belang in de keten, omdat ze voor publiek en talent uit Rotterdam aantrekkelijk zijn.

Naast de speelplekken hebben we ook het Internet betrokken in onze visualisering van de keten. Sinds het doorbreken van *The Arctic Monkeys* via *MySpace* is het Internet niet meer weg te denken als medium om bekend te worden. Naast de reguliere optredens op podia en festivals, kan een site of een eigen pagina binnen een community zorgen voor een achterban. Internet kan twee kanten op werken: Wanneer muzikanten hebben opgetreden kan de achterban de Internetpagina of site bezoeken en zich zo meer betrokken gaan voelen bij de formatie; andersom kunnen de pagina's en Internetfilmpjes van de muzikanten virtuele bezoekers enthousiasmeren om de muzikanten in 'het echt' te zien optreden. Internet kan dus als middel fungeren om bekend te worden naast of in combinatie met de speelplekken.

In dit hoofdstuk zijn de voornaamste theoretische invalshoeken van het onderzoek besproken. De opzet en uitvoering van het onderzoek zullen worden uitgelegd in het volgende hoofdstuk. In ons onderzoek te naar de Rotterdamse muzieksector hebben we verschillende methoden gebruikt. Zo zijn interviews gehouden met kenners uit de muzieksector om te kijken naar het aanbod van de speelplekken en de participatie van talent binnen dit aanbod.

Daarnaast is het muziktalent zelf via een enquête ondervraagd over de ontwikkelingen binnen de muzieksector en de mogelijkheden binnen het aanbod.

3. ONDERZOEKSOPZET

3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk bespreken we de opzet en methodiek van ons onderzoek. In paragraaf 2 presenteren we de probleemstelling en de deelvragen aan de hand waarvan we de hoofdvraag hopen te beantwoorden. In de derde en vierde paragraaf gaan we in op de gehanteerde onderzoeksmethoden: literatuurstudie, casestudies, interviews, en een enquête. In paragraaf 5 bespreken we wat de onderzoekseenheden zijn, welke periode het onderzoek behelst, welke methoden er zijn toegepast voor de dataverzameling, welke variabelen er in het onderzoek gebruikt zijn en besproken hoe de analyse van de data is uitgevoerd.

3.2 Probleemstelling en Deelvragen

De EDBR en de RRKC zien de muzieksector als een belangrijke peiler van de stad Rotterdam. In dit onderzoek richten we ons op de participatie en ontwikkeling van Rotterdams muziktalent en de bestaande muzikale infrastructuur. Heeft Rotterdams talent genoeg mogelijkheden om op te treden en weten zij zich zo in de kijker te spelen, dat ze gevraagd worden voor grote podia en festivals in Rotterdam? Zijn alle muziekscenes, die een belangrijke rol spelen in de Rotterdamse muzieksector, vertegenwoordigd in het podium- en festivalaanbod? Wat betekent participatie voor de verdere loopbaan van de betrokken muzikanten? Wat is de uitstraling op de muzieksector, wat betekent participatie voor het artistieke aanzien van de artiest? De probleemstelling is als volgt geformuleerd:

“Hoe ziet het aanbod van talentenjachten, podia en festivals binnen de Rotterdamse muzieksector eruit en in hoeverre draagt dit aanbod bij aan de participatie en ontwikkeling van het Rotterdamse muziktalent?”

De interesse van de EDBR en de RKKC gaat uit naar infrastructuur voor muziktalent. Geven de diverse talentenjachten, podia en festivals een impuls aan de culturele sector of een bepaalde muziekstroming? Op welke manier zorgen podia en festivals in Rotterdam voor spin-off of voor versterking van bepaalde genres of stijlen? Hoe participeren de Rotterdamse muzikanten op de podia en festivals en wie zijn erbij betrokken? Uit welke onderdelen bestaat de infrastructuur, zijn er contracten met producers en zijn er platenbeurzen? Hoe zorgt de muzieksector voor spin-off in Rotterdam? Hoe komen festivals tot stand? Wie neemt daar de initiatieven voor en wat zijn de voorwaarden?

Wat vindt men sterke genres en stijlen in Rotterdam? Wat betekent het voor Rotterdamse muzikanten en professionals om hierin te acteren? En op welke manier geven ze hun muzikale activiteiten vorm?

Het onderzoek moet antwoord geven op de hoofdvraag naar de participatie en ontwikkeling van talent. Participeert Rotterdams muziektalent op de talentenjachten, middelgrote tot grote podia en festivals en wordt het hierin genoeg gefaciliteerd? De deelvragen die bij zullen dragen aan de beantwoording van de hoofdvraag, luiden als volgt:

- In hoeverre bieden talentenjachten een goede springplank voor de verdere carrière voor muziektalent in Rotterdam?
- Is er een goede overgang tussen talentenjacht, podia en festivals in Rotterdam?
- In hoeverre en op welke wijze werken de talentenjachten, podia en festivals samen om Rotterdams talent meer kansen te bieden?
- Op welke manier en in welke mate participeert muzikaal talent uit Rotterdam op de podia en festivals?
- Wat levert participatie in talentenjachten, muziekfestivals en podia op voor Rotterdamse muzikanten?
- Bestaat er een link tussen het aanwezige talent in de stad per genre of stijl en het feit of er wel of geen festival aan dat genre wordt gewijd?
- Op welke manier stimuleert de gemeente Rotterdam de muzieksector en welke initiatieven kan ze nemen om de participatie en ontwikkeling van lokaal talent te bevorderen?

Deze deelvragen moeten inzicht verschaffen in de manier waarop nog niet gevestigde muzikanten zich de afgelopen jaren hebben kunnen manifesteren op podia en festivals en in hoeverre het aanbod van speelplekken in Rotterdam bijdraagt aan participatie en ontwikkeling van talent.

Daarnaast kan er een beeld gevormd worden van de diverse muziekscenes in Rotterdam, de mate waarin ze vertegenwoordigd zijn in het festivalaanbod en voor welke stijlen er kansen en initiatieven liggen.

3.3 Methode(n)

Als methoden voor het onderzoek zijn gebruikt:

1. literatuurstudie
2. casestudies
3. interviews
4. enquête

3.3.1 Literatuurstudie

Het vooronderzoek heeft plaatsgevonden door middel van een literatuurstudie, waarvan in hoofdstuk 2 verslag is gedaan.

Aan de afstudeeropdracht voor de RRKC zat een stageproject vast. Voor het maken van de *Culturele Staalkaart 2007*, een advies voor het *Cultuurplan 2009-2012*, zijn sectoranalyses gehouden, gebaseerd op expertmeetings met verschillende personen uit de betrokken sector. De RRKC heeft de expertmeetings georganiseerd en de stellingen aangedragen waarover de betrokken partijen konden discussiëren, maar verder niet actief geparticipeerd in de bijeenkomsten. De sectoranalyse van popmuziek geeft een beeld van hoe betrokkenen aankijken tegen allerlei ontwikkelingen in de Rotterdamse popmuzieksector en biedt veel bruikbare aanknopingspunten voor ons onderzoek, die we in het vorige en de volgende hoofdstukken hebben verwerkt.

3.3.2 Casestudies

Om te onderzoeken in hoeverre het podium- en festivalaanbod in Rotterdam toereikend is voor de bestaande muzikscenes en met name hoe talent participeert in de keten talentenjachten-podia-festivals hebben we een aantal casestudies uitgevoerd (Segers, 1999:31) naar de organisatie en het functioneren van diverse speelplekken voor Rotterdams muziektalent. Daarbij is ook nader inzicht verkregen in de vraag of er een uitbreiding van het muziekfestivalaanbod binnen de sector nodig wordt geacht.

We hebben ervoor gekozen om twee casestudies voor drie opeenvolgende fasen uit de keten uit te voeren, waarbij we volgens een vast patroon te werk zijn gegaan. Om inzicht te verwerven in het functioneren en de betekenis van talentenjachten hebben we de *Grote Prijs van Zuid-Holland* (Popunie) en de *TalentNight* (Epitome) als casussen geselecteerd. Er is voor deze twee talentenjachten gekozen omdat dit de bekendste en de grootste zijn en al meerdere malen hebben plaatsgevonden. Voor wat betreft de podia is gekozen voor *Rotown* en *WaterFront*, omdat dit twee gevestigde podia zijn, die beide in de categorie 'middelgroot podium' vallen.

Metropolis en het *Dunya Festival* hebben we gebruikt als casus om de rol van festivals te belichten. Deze twee festivals besteden, elk op hun eigen manier, de nodige aandacht aan muziktalent.

3.3.3 Interviews

In het kader van de casestudies hebben we interviews gehouden met meerdere personen binnen de organisatie. Daarbij hebben geprobeerd om – behalve inzicht in de betrokken organisatie - ook een zo breed mogelijk beeld te verwerven over de mogelijkheden voor talent binnen de Rotterdamse muzieksector.

Bij kwalitatief onderzoek wordt er zoveel mogelijk een open benadering gevolgd (Baarda en de Goede, 2005:173). Het is wel nuttig om van te voren een soort richtlijn op te stellen om gegevens te verkrijgen. Voordat de interviews zijn gehouden, hebben we de nodige literatuur over muziktalent en ontwikkelingen in de muzieksector bestudeerd. Er is gebruik gemaakt van diepte interviews, omdat deze gekenmerkt worden door een grote mate van flexibiliteit. Naast informatie over de betreffende organisaties zijn ook algemene vragen gesteld over de muzieksector in Rotterdam. Er zijn per casestudie twee, individuele face to face interviews gehouden (Baarda en de Goede, 2005:244): een met de eindverantwoordelijke en een met de artistiek programmeur en/of publiciteitsmedewerker. Er is voor deze opzet gekozen om 'beïnvloeding' te voorkomen en een genuanceerd beeld te verkrijgen van de gang van zaken bij de afzonderlijke talentenjachten, festivals en podia. Alleen bij het interview met *Dunya* zijn twee personen tegelijkertijd geïnterviewd, omdat aparte interviews organisatorisch voor hen niet haalbaar waren. Met onze vragen over de organisatie van festivals en podia beoogden we onder meer zicht te krijgen op volgende punten: in hoeverre het podium of festival talenten kansen biedt; of er wordt meegegaan met diverse ontwikkelingen in de verschillende muziekscenes; en of de organisatie denkt bij te dragen aan de versterking van de positie van Rotterdamse artiesten en muziekscenes. Er is een 'psychologische' volgorde topics gehanteerd (Baarda en de Goede, 2005:250). Dat wil zeggen dat de volgorde van vragen door de respondenten als logisch wordt ervaren. Hier is voor gekozen om de respondent in het begin op zijn of haar gemak te stellen. De interviews zijn volgens een vaste structuur voor kwalitatieve interviews opgesteld (Baarda en de Goede, 2005:248).

We hebben de geïnterviewden vooraf per email of telefoon benaderd om mee te werken aan het onderzoek. Hen is verteld wat het doel van het onderzoek was en hoeveel tijd het ongeveer in beslag zou nemen.

Ook hebben we uitgelegd waarom er individuele gesprekken werden gevoerd met meerdere personen uit dezelfde organisatie. Tijdens de interviews zelf, hebben we onszelf eerst kort geïntroduceerd en het onderzoek toegelicht. Vervolgens kwamen de topics van het interview aan bod en daarop werd verder gegaan aan de hand van de vragen. Uiteindelijk is gecontroleerd of alle vragen waren besproken en of overall antwoord op was gekregen. De geïnterviewde werd bedankt voor de medewerking en er is aangeboden de resultaten op te sturen. Een voorbeeld van de topiclijst is te vinden in bijlage één, de uitwerking van alle interviews in bijlage twee.

Ten eerste zijn interviews gehouden met organisatoren van talentenjachten. **Henca Maduro** organiseert sinds 2003 talentenjachten op gebied van dans, zang en toneel, voornamelijk voor de urban scene. De **Zuid-Hollandse Popunie** organiseert al een aantal jaren de *grote prijs van Zuid-Holland*, waar talent uit de provincie de mogelijkheid heeft om zich te presenteren. Vertegenwoordigers van deze twee organisaties zijn geïnterviewd om na te gaan op welke wijze het talent bij hen terecht komt, hoe zij een selectie maken van het talent dat op mag treden, wat de winnaars van de afgelopen jaren aan spin-off hebben gegenereerd en of zij vinden dat er een goede doorstroom is voor Rotterdams muzikalent vanuit de talentenjachten naar podia en festivals in de stad.

Vervolgens zijn interviews gehouden met vertegenwoordigers van twee gevestigde podia uit Rotterdam: **WaterFront** en **Rotown**. Deze podia worden tot de kern van het Rotterdamse popaanbod gerekend (RRKC, 2006a). Gevraagd is naar de participatie van talent, specifieke stijlen die te horen zijn op deze podia, hoe er meer kansen geboden kunnen worden aan talent en wat de rol is van de podia binnen het aanbod aan speelplekken in Rotterdam.

Als laatste zijn interviews gehouden met representanten van twee festivals waar Rotterdams talent te zien en te horen valt: **Dunya** en **Metropolis**. Er is onder gevraagd welke specifieke genres en stijlen kansen krijgen op deze festivals, wat voor samenwerkingsverbanden er zijn met podia en talentenjachten, wat het oplevert voor artiesten om op één van deze festivals te hebben gespeeld en wat de rol is van de festivals als het gaat om het bieden van kansen aan talent.

3.3.4 Enquête

Tijdens de diepte-interviews met de verschillende organisaties zijn contactgegevens verkregen van muzikanten uit regio Rotterdam. Er zijn bovendien emailadressen verkregen via de *Zuid-Hollandse Popunie*, die ons een overzicht heeft bezorgd van alle Rotterdamse muzikanten uit hun bestand.

Dit zijn muzikanten die ingeschreven staan bij, of hebben deelgenomen aan één van de projecten van de *Popunie*. Daarnaast zijn e-mailadressen verkregen via vrienden en via de Internetsite van *3voor12 Rotterdam*, die verschillende links bevat naar sites van Rotterdamse muzikanten.

Vooraf was de doelstelling om een minimum van vijftig respondenten te verkrijgen. Als voorwaarde gold dat de betrokkenen (nog) niet doorgebroken zijn in Nederland, maar wel (redelijk) hoog zijn geëindigd bij de talentenjachten, high potentials van de opleidingen zijn, of op minimaal één van de podia of festivals in Rotterdam opgetreden hebben. In ons onderzoek zijn we nagegaan in hoeverre het hoog eindigen in de ranglijst van de talentenjacht gunstig is geweest voor de verdere carrière van de artiesten. Hebben zij vervolgens optredens of platendeals gekregen? Zijn ze nog een keer geboekt, hebben ze een netwerk opgebouwd? Alle muzikanten zijn per email benaderd met de vraag of zij digitaal een enquête wilden invullen.

We hebben gekozen voor Internetenquêtes, omdat deze relatief minder kosten dan schriftelijke- en telefonische enquêtes en een hogere respons hebben. Bij Internetenquêtes kan er worden gekozen voor een link naar een website, een link naar de enquête in een email of een enquête via de email. De tweede vorm is voor dit onderzoek het meest geschikt omdat deze enquête via een link ingevuld kan worden en niet zoals bij optie drie in een bijlage weer teruggestuurd hoeft te worden. Naar verwachting zou de tweede optie een hoger aantal respondenten opleveren dan opties één en drie. Naast een uitnodiging voor de enquête via een emailbericht is twee weken na de eerste email een herinnering gestuurd naar de respondenten die óf de enquête nog niet hadden ingevuld óf de enquête niet hadden afgerond. Hierdoor is het percentage respondenten gestegen. Er is gebruik gemaakt van de enquête via de software van Netquestionnaires. De uiteindelijk enquête is te vinden in bijlage vier.

Er is gebruik gemaakt van verschillende soorten vragen in de enquête. Naast meerkeuzevragen zijn ook open vragen gesteld. De open vragen hebben met name betrekking op de ervaringen en meningen van de ondervraagden en zijn moeilijk in standaard categorieën te vatten. De vragen zijn helder geformuleerd zodat er geen twijfel kan bestaan over de beantwoording van de vragen. Daarnaast hebben we geprobeerd om de formulering van de vraagstelling zo goed mogelijk aan te laten sluiten bij het referentiekader van de respondent (Bartelds, 1989:52). Om dit te checken hebben we de enquête eerst uitgetest bij een aantal muzikanten.

De enquête heeft een indicatie gegeven van wat er anno 2007 zoal leeft in de muziekbranche in Rotterdam. Wat vinden de muzikanten goed aan de Rotterdamse muzieksector in combinatie met de betreffende muziekfestivals en podia? Wat missen zij in het huidige aanbod aan festivals en wat moet er volgens hen veranderen in de huidige Rotterdamse muzieksce­ne? Krijgen zij door optredens op diverse festivals meer spin-off? De enquête vormt een belangrijke aanvulling op de bovengenoemde interviews en de sectoranalyse popmuziek.

3.4 Gegevensverzameling

3.4.1 Gegevensverzameling casestudies

De opzet van de enquête is hiervoor al uitgebreid toegelicht. Voor de casestudies is gebruik gemaakt van verschillende dataverzamelmetho­den, waaronder interviews met vertegenwoordigers van de door ons geselecteerde muziekorganisaties. Daarnaast hebben we secundaire literatuur, verslagen en andere documenten geraadpleegd, die betrekking hebben op deze organisaties en op de verschillende muzieksce­nes in Rotterdam. Door de korte onderzoeksperiode was het niet mogelijk naast de casestudies en het literatuuronderzoek ook veldwerk te verrichten naar alle verschillende muzieksce­nes uit Rotterdam.

3.4.2 Periode

Ons onderzoek bestrijkt met name de periode 2001-2006. In dit jaar was Rotterdam *Culturele Hoofdstad van Europa* en zijn er meerdere nieuwe culturele initiatieven in de stad ontstaan, zoals bijvoorbeeld *Motel Mozaïque* in dit jaar ontstaan. Door een periode van vijf jaar te kiezen moeten er relevante gegevens verzameld kunnen worden over de participatie van talent op de podia en festivals in Rotterdam en de functie van talentenjachten als speelplekken. De organisatie van de talentenjachten, podia en festivals is wisselend. Er is door de keuze vijf jaar te onderzoeken meer zekerheid dat de huidige medewerkers informatie hebben over deze periode. De informatie uit de enquête is over een langere periode uitgespreid.

3.4.3 Onderzoekseenheden

Een gerichte steekproef is het meest geschikt voor dit onderzoek. Op basis van eerder onderzoek en theoretische benaderingen is de keuze gemaakt voor de te interviewen personen.

De te interviewen muziekkenners uit Rotterdam zijn geselecteerd aan de hand van een advisering van de RRKC en door middel van het literatuuronderzoek.

Voor de enquête zijn ook gericht muzikanten geselecteerd. De criteria hiervoor zijn reeds in paragraaf 3.3 besproken.

3.4.5 Dataverwerking

De interviews zijn opgenomen op een bandrecorder, zodat er geen waardevolle informatie verloren kon gaan en de interviews zijn uitgeschreven. De transcripten van alle interviews zijn te vinden in de bijlage. De enquête is digitaal verstuurd en de resultaten zijn met behulp van het programma Excel verwerkt.

4. AANBOD SPEELPLEKKEN

4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk komen de casestudies van de verschillende schakels binnen de muzieksector aan bod. Als belangrijkste speelplekken voor talent uit Rotterdam zijn talentenjachten, podia en festivals onderzocht. Voor alle speelplekken zijn gegevens verkregen over de historie, organisatie, programmering en onderdelen. In paragraaf 2.1 komt de organisatie van de *TalentNight* aan bod. Paragraaf 2.2 bespreekt de organisatie van de *Grote Prijs van Zuid-Holland*. De derde paragraaf gaat in op de podia, als eerste *WaterFront* en als tweede *Rotown*. In de vierde paragraaf worden de festivals *Dunya* en *Metropolis* besproken. De informatie omtrent de speelplekken is vergaard door informatie van de verschillende sites, interviews met de betrokkenen en promotiemateriaal.

4.2 Talentenjachten

4.2.1 TalentNight

Historie

Stichting Epitome Entertainment is opgericht in 1998 en communiceert met de multiculturele jongerendoelgroep in grote steden, in binnen- en in buitenland (interview Henca Maduro, 26 april 2007). De belangrijkste activiteit is het organiseren van evenementen en talentenjachten, waarbij de focus ligt op de 'urban scene'.¹⁵ *Epitome* houdt zich verder bezig met (tour)management, boekingen, promotie en het geven van workshops. *TalentNight* is geïnspireerd op eenzelfde concept als *The Amateur Night at The Apollo* uit New York. Het doel van deze avonden was om talenten de mogelijkheid te geven hun kunsten te vertonen en ze op deze manier mogelijk een ingang te bieden voor een verdere carrière. De organisatie nodigt scouts, boekingsbureaus, promotors en andere mensen uit het vak uit. *TalentNight* beoogt eenzelfde doel als *The Amateur Night at The Apollo*. In 1999 heeft de eerste *TalentNight* plaatsgevonden. Wegens het uitblijven van succes werd dit niet gecontinueerd, totdat in 2002 opnieuw veel vraag kwam naar de *TalentNight*. In 2003 is deze wederom georganiseerd en sindsdien is het een groot succes en worden zij regelmatig gehouden.¹⁶

¹⁵ Via site Epitome. Geraadpleegd op 14 maart 2007. Via link <http://www.ee2.nl/overons.php>

¹⁶ Via site Talentnight. Geraadpleegd op 14 maart 2007. Via link, <http://www.talentnight.nl/geschiedenis.html>

Organisatie

Epitome heeft vier medewerkers en in de toekomst zijn er plannen voor uitbreiding. Alle projecten worden samen gedaan en de taken verdeeld. De functies die binnen een dergelijk project vallen zijn: de technische realisatie, de publiciteit, de administratie en de algemene leiding over de projecten. Ook worden er opdrachten van bedrijven aangenomen. *Epitome* heeft bijvoorbeeld in opdracht van *Joop van de Ende Productions* audities gehouden voor dansers voor de musical 'The Lion King'. Alle medewerkers van *Epitome* hebben een multiculturele, ofwel 'urban' achtergrond.¹⁷ De organisatie van *TalentNight* is van mening dat entertainment in zijn algemeenheid een heel belangrijk onderdeel is van de multiculturele samenleving. Met name in Rotterdam zou entertainment in de multiculturele samenstelling een band kunnen scheppen of zelfs participatiebevorderend werken. De rode lijn van de organisatie is om zo interactief mogelijk te werken.

Programmering

Epitome heeft altijd veel gedaan met interactiviteit. Bij de shows is altijd een open-mic gedeelte zodat mensen uit het publiek ook kunnen zingen, dansen of op een andere manier hun kwaliteiten kunnen laten horen. Dit wordt nu digitaal doorgezet. Kandidaten kunnen zichzelf bekijken via Internet, waar de filmpjes van de shows te bekijken en te beluisteren zijn. Daarnaast worden er mailingen en nieuwsbrieven verstuurd. De doelgroep van de talentenjacht is: multiculturele jongeren van 13 tot 30 jaar, in de stijl 'new school'. Van de deelnemers is 79% allochtoon en 21% autochtoon. De herkomst vanuit steden is heel verschillend, zelfs uit België. In vergelijking komt wel een groot gedeelte uit Rotterdam (interview Henca Maduro, 26 april 2007).

Onderdelen

TalentNight is een talentenjacht met meerdere disciplines, onder andere: dans, zang, rap en stand-up comedy. Er strijden gemiddeld tachtig acts en de hoofdprijs is een optreden op de inspirator van deze talentenjacht: 'The Amateur Night at the Apollo' in New York. Voor de halve finales blijven er vierentwintig acts over die het tegen elkaar opnemen. De beoordeling in de halve finales wordt gedaan door het publiek en een professionele jury.¹⁸ *Talent2star* is een tweede project via *Epitome*. Het is eveneens een talentenjacht, waarbij de focus meer ligt op de ontwikkeling van talent.

¹⁷ Via site Talentnight. Geraadpleegd op 14 maart 2007. Via link, <http://www.talentnight.nl/press.html>
¹⁸ Via site Talentnight. Geraadpleegd op 14 maart 2007. Via link, <http://www.talentnight.nl/press.html>

De winnaar komt terecht in een 'workshop traject' waarbij er kennis over de muziekindustrie, maar ook op gebied van het muziek maken zelf kennis wordt bijgebracht. Aan het eind van het workshoptraject wordt een presentatie gegeven samen met een internationale ster (interview Henca Maduro, 26 april 2007). Als derde project organiseert *Epitome* 'Movemasterz'. Dit is een danswedstrijd met alle vormen van dans. De winnaar van deze wedstrijd krijgt geld, waarbij er solowinnaars en groepswinnaars zijn (interview Henca Maduro, 26 april 2007).

Naast de eigen projecten, doet *Epitome* ook projecten op aanvraag. Aangezien *Epitome* een schakel is tussen de muziekindustrie, bedrijven en jongeren, worden zij ook gevraagd voor andere projecten. Zo wordt het promotieteam van *Epitome* weleens ingezet bij de presentatie van producten van grote merken om de specifieke doelgroep van multiculturele jongeren te bereiken (interview Henca Maduro, 26 april 2007).

4.2.2. Zuid-Hollandse Popunie

Historie

De *Popunie* is opgericht in 1985 en deze stichting ondersteunt de popmuziek in Zuid-Holland. Er worden verschillende projecten georganiseerd voor podia, popmuzikanten, popcollectieven, gemeenten en overige geïnteresseerden.¹⁹ Muzikanten kunnen zich kosteloos inschrijven bij de *Popunie* en zij vertegenwoordigen meer dan 1550 bands. Ze beschouwen zichzelf als een intermediair tussen afnemers en aanbieders van popmuziek.²⁰ Naast het ondersteunen van de muzikanten, ontwikkelt de *Popunie* ook popbeleid, verstrekt het adviezen, brengt onderzoek en treedt op als bemiddelaar tussen verschillende partijen.

Organisatie

In totaal werken ze met ongeveer 12 à 13 medewerkers op kantoor (interview Amy Jans, 11 april 2007). Een belangrijk en misschien onder het publiek wel het meest bekende onderdeel van de *Popunie* is de *Grote Prijs van Zuid-Holland* (GPZH). De *GPZH* is de grootste talentenjacht van de provincie. Sinds 2001 is dit de nieuwe naam voor het oude 'Popjacht'. Muziektalent kan zich inschrijven in één van vier categorieën: bands, singer/songwriters, dance en r&b/hiphop, ook wel urban genoemd. Na sluiting van de inschrijving wordt een selectie van demo's door een onafhankelijke vakjury beoordeeld. Uit deze selectie komen de finalisten voor de vier categorieën.

¹⁹ Via site www.popunie.nl. Geraadpleegd op 4 april 2007. Via link <http://www.popunie.nl/?id=11>

²⁰ Via site www.popunie.nl. Geraadpleegd op 4 april 2007. Via link <http://www.popunie.nl/?id=11>

Voor de categorie bands vinden nog drie voorrondes plaats, waarvan de zes beste naar de finale mogen. De prijzen die de muzikanten kunnen winnen zijn onder andere studiotijd, cdproducties, geldprijzen en optredens.

Programmering

De doelstellingen van de *GPZH* zijn de volgende: Enerzijds willen ze de kwaliteit van de Zuid-Hollandse amateurpopmuziek in kaart brengen. Dit proberen ze door middel van de wedstrijd, zo krijgen ze de talenten te zien en te horen. Aan de andere kant willen ze het muziektalent ondersteunen bij hun carrière door mogelijkheden te creëren voor de muzikanten.²¹ Zo faciliteert de *GPZH* optredens op podia, brengt de muzikanten in contact met belangrijke personen uit de sector en zorgt voor media-aandacht. Daarnaast stellen ze een aantal prijzen ter beschikking, waaronder geldbedragen en optredens, waardoor de muzikanten zich weer kunnen ontwikkelen.

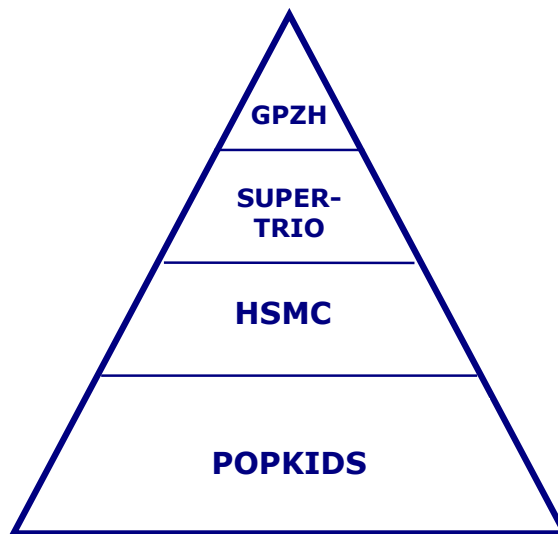
De *GPZH* heeft een aantal succesvolle winnaars voortgebracht. In 2000 won *Incense* naast de *GPZH* ook de *Grote Prijs van Nederland (GPN)*. *Face Tomorrow* won in 2001 de *GPZH* en daarnaast de publieksprijs van de *GPN*. De winnaar van de *GPZH* in 2003, *Diceman*, bereikte de landelijke finale van de *GPN*, maar won deze niet. *Skiggy Rapz* was niet de winnaar van de *GPZH* 2003, maar won daarna wel de publieksprijs van de *GPN*. In 2004 won de winnaar van de *GPZH* in de categorie singer/songwriter, *Anderson*, ook de publieksprijs van de *GPN*. *Tonatics* won in 2005 de *GPZH* en kwam in verschillende formaties in de *GPN* terecht. Ook kwamen zij tot de finale van de *Sp!ts POPNL* award, een nieuwe talentenjacht, die de tegenhanger wordt genoemd van de *GPN*.

Onderdelen

De *Popunie* werkt voor haar projecten met een piramidemodel van wedstrijden die aan elkaar gelinkt zijn (interview Martin Scheijgrond, 11 april 2007). Deze ziet er als volgt uit:

²¹ Via site Grote Prijs Zuid-Holland. Geraadpleegd op 4 april 2007. Via link <http://www.popunie.nl/projecten/gpzh/>

Piramidemodel Popunie



Figuur 4.1 Piramidemodel van projecten Zuid-Hollandse Popunie
Bron: Interview Martin Scheijgrond, 11 april 2007

De *GPZH* is het meest bekende onderdeel van de *Popunie*. In 2007 kwamen er ruim 160 aanmeldingen van deelnemers voor de *GPZH* verdeeld over de vier categorieën. De onafhankelijke vakjury maakt een selectie voor de finalisten in de categorieën singer/songwriters, r&b/hiphop en dance. In de categorie bands worden meerdere voorrondes gehouden, waarvan de beste zes naar de uiteindelijke finale in deze categorie gaan.

Naast de *GPZH* organiseert de *Popunie* de *Highschool Music Competition* (*HSMC*). Dit zijn wat jongere bands in de leeftijdscategorie twaalf tot negentien jaar die spelen, waarbij de winnaar een workshop krijgt aangeboden met een bekende artiest (interview Amy Jans, 11 april 2007). Dit project heeft betrekking op kunst en poëzie, welke omgezet worden in een songtekst waardoor jongeren kunst en poëzie aantrekkelijker vinden.

Het project *Popkids* is gericht op het primaire onderwijs. De *Popunie* gaat de klas in vanaf groep vier, waarbij alles verteld wordt over verschillende muziekstijlen. Voor de middelbare scholen is het een andere insteek met projecten als de *HSMC*. In 2006 was de planning om veertig workshop op scholen te geven, maar door het grote aantal aanmeldingen (160) moest er extra subsidie bij het Rijk worden aangevraagd om de projecten uit te kunnen voeren (interview Amy Jans, 11 april 2007). *Supertrio* is één van de nieuwere projecten van de *Popunie*. Het principe van het project *Supertrio* is een piramide.

De band die bovenaan de piramide staat is een bekende band. De band daaronder, is een jonge getalenteerde band. De onderste band is een lokale band.

De bovenste twee bands staan vast, de derde lokale band, mag zelf geselecteerd worden. De enige eis aan de band is dat deze uit Zuid-Holland komt en ingeschreven staat of gaat worden bij de *Popunie*. Alleen programmeurs van Zuid-Hollandse poppodia kunnen een supertrio boeken. Er worden per jaar drie maanden uitgekozen waarin de *Supertrio's* plaats vinden.²² Op *Metropolis* heeft de *Popunie* de afgelopen jaren een podium mogen programmeren met muziktalent. Op dit podium wordt regionaal talent gepresenteerd. De invulling van het programma bepaalt de *Zuid-Hollandse Popunie* zelf, wel wordt overlegd met de programmeur van *Metropolis*.

Spreiding Finalisten

Van het totale aantal finalisten van de *Grote Prijs Zuid-Holland* heeft Rotterdam de meeste finalisten van alle regio's in de jaren 2001 tot en met 2006. In alle door ons onderzochte jaren heeft Rotterdam de meeste vertegenwoordigers in de finales staan. In 2005 en 2006 was het grootste aandeel afkomstig uit Rotterdam ten opzichte van het totale deelnemersveld, respectievelijk 67% en 55%. In jaar 2003 was het kleinste percentage van het totale aantal finalisten afkomstig uit Rotterdam, namelijk 29% van de finalisten.

In de categorie finalisten bands heeft Rotterdam in de jaren 2005 en 2006 een groot aantal finalisten staan. In 2005 komen er van de 6 finalisten, 4 uit Rotterdam. In 2006 komen zelfs 5 van de 6 finalisten uit Rotterdam. In de jaren 2001 tot en met 2004 had Rotterdam nooit meer dan 1 finalist in deze categorie. In 2004 is het opvallend dat regio Den Haag de meeste finalisten in deze categorie heeft, namelijk 4, ten opzichte van 0 finalisten uit Rotterdam. Over alle jaren verspreid heeft Rotterdam samen met Den Haag de meeste finalisten in deze categorie geleverd, namelijk 12. In de categorie finalisten singer/songwriter is Rotterdam in alle onderzochte jaren de meest vertegenwoordigde regio geweest, behalve in het jaar 2003 waar Rotterdam maar 1 finalist had. In dat jaar was er geen regio die meer dan 2 finalisten in deze categorie had. In totaal heeft Rotterdam in alle jaren de meeste finalisten voortgebracht. Ook in de categorie finalisten dance heeft Rotterdam de meeste vertegenwoordigers gehad over de onderzochte jaren. Van de 35 finalisten kwamen er 14 uit Rotterdam. Opvallend is het aantal finalisten vanaf 2004, sindsdien zijn minimaal 3 finalisten afkomstig geweest uit Rotterdam. In de jaren daarvoor was dat aantal kleiner. In 2003 was er geen enkele finalist uit Rotterdam vertegenwoordigd.

²² Via site www.popunie.nl. Geraadpleegd op 12 mei 2007. Via link http://www.popunie.nl/projecten/supertrio_site/

De laatste categorie, finalisten r&b/hiphop laat eenzelfde beeld zien van Rotterdam. Van de 35 finalisten in deze categorie is 60% afkomstig uit Rotterdam. In de jaren 2002, 2003, 2004 en 2005 zijn minimaal 4 van de 6 finalisten afkomstig uit Rotterdam. In 2001 waren maar 2 van de 6 finalisten afkomstig uit Rotterdam en in 2006 kwam maar 1 finalist uit Rotterdam. Het excelbestand met de spreiding van de finalisten van de GPZH is te vinden in bijlage vijf.

4.3 Podia

4.3.1 WaterFront

Historie

WaterFront is een initiatief van de Rotterdamse Kunststichting, Muzikantencentrum *Via Ritmo*, Podium *De Vlerk* en de *SKVR Popwerkplaats*. Podium *de Vlerk*, een initiatief van *Stichting Culturele Activiteiten Rotterdam* (SCAR) vervulde sinds 1988, op diverse locaties, de functie van middenzaal in de Rotterdamse popmuziek. In 1995 opende *De Vlerk* haar deuren in het pand aan de Westblaak, waar eindelijk een einde kwam aan de jarenlange zwerftocht door Rotterdam. De programmering richtte zich voornamelijk op eigenwijze en vernieuwende muziek, in welke stijl dan ook. Met dit idee werden zowel concerten als dansavonden georganiseerd. De *Vlerk* had daarom een onmiskenbare eigen plek veroverd in het Rotterdamse uitgaansklimaat. Het sluiten van *De Vlerk* in april 2000 betekende niet het eind van het verhaal: wat *De Vlerk* had opgebouwd werd in *WaterFront* uitgebreid. De nieuwe locatie, met een ruimere zaal en betere faciliteiten, biedt meer mogelijkheden om spannende, eigenwijze en grensverleggende ideeën ten uitvoer te brengen. De plannen voor een popcentrum bestonden al heel lang en kregen uiteindelijk vaste vorm aan de Boompjeskade, waar *Via Ritmo* met haar oefenruimtes al meer dan tien jaar het steunpunt voor alle (pop)musici in Rotterdam en omstreken was.²³

Organisatie

WaterFront heeft vrijwel vanaf de opening financiële en organisatorische problemen gekend. *WaterFront* heeft sinds het ontstaan ongeveer acht directeuren zien komen en gaan. Daarnaast heeft *WaterFront* wisselende organisatiestructuren gehad, waar de bedrijfsvoering te wensen overliet (interview Peter van der Stelt, 3 mei 2007).

²³ Via de site van *WaterFront*. Geraadpleegd op 11 april 2007. Via de link <http://www.WaterFront.nl/?id=477>.

In 2003 is door het college van Burgemeester en Wethouders besloten aan *WaterFront* een overbruggingskrediet te verstrekken van 200.000 euro om een destijds dreigend faillissement af te wenden. De twee jaren daarna heeft *WaterFront* moeten vechten tegen de slechte financiële positie die zij hadden. Van groot belang waren de kostendekkende exploitatie die prioriteit had en het negatieve eigen vermogen (225.000 euro) dat verbeterd moest worden. Begin 2006 is voor de problemen met betrekking tot het betalen van de huur, de opgelopen huurachterstand en het terugbetalen van de lening een regeling getroffen. Vanaf begin 2007 is de organisatie gekrompen tot een kleine stichting die zich toelegt op het organiseren van concerten en educatieve activiteiten (interview Carola Aafjes, 11 mei 2007). *WaterFront* is ingrijpend aan het reorganiseren om in de toekomst een kostendekkende exploitatie mogelijk te maken. Met een kleine professionele organisatie zal *WaterFront* zich in de nabije toekomst gaan toeleggen op haar artistieke kerntaken: het organiseren van concerten en educatieve activiteiten. De organisatie van *WaterFront* bestaat uit ongeveer elf medewerkers. *WaterFront* bestaat uit het kantoor, oefenruimtes, productiehuis en de zalen (inclusief horeca). Vroeger werd er veel gewerkt met vrijwilligers, maar de organisatie is steeds meer gaan professionaliseren. Zo is er geïnvesteerd in professioneel horecapersoneel in plaats van vrijwilligers (interview Peter van der Stelt, 3 mei 2007).

WaterFront zou mede in haar nieuwe opzet meer gelegenheid kunnen bieden aan jonge muzikanten om publiek te vinden. Voor 'urban' muziek is bijvoorbeeld onvoldoende ruimte in Rotterdam. *WaterFront* zal in de toekomst een stimulerende taak voor 'urban' muziek moeten creëren, wat zij ook naar andere poppodia moeten gaan uitstralen. Van groot belang in de nieuwe organisatiestructuur is, dat alle nevenactiviteiten zoals horeca en studioverhuur aan derden worden overgedragen. Naast de eigen inkomsten krijgt een poppodium vaak subsidie van de gemeente waarin zij gevestigd is. Ook kan de nationale overheid subsidies toekennen aan poppodia. *WaterFront* beschikt over een podiumzaal met een capaciteit van circa 400 personen, een muziekcafé, vijftien oefenruimtes, een professionele opnamestudio en een productiehuis. Het muziekcafé zal in augustus 2007 worden uitgebreid tot een capaciteit van 250 man, waardoor er meer artiesten per avond kunnen spelen en ook talent een kans krijgt om te spelen voor een kleiner publiek (interview Peter van der Stelt, 3 mei 2007).

Programmering

WaterFront wil een 'meltingpot' zijn van diverse muziekculturen. Iedereen moet zich welkom voelen om op te treden. Artistiek leider Peter van der Stelt ziet graag initiatieven van buitenaf. Mensen en artiesten komen met nieuwe ideeën en samen kunnen zij iets moois creëren. Op die manier ontstaan er nieuwe avonden van bandjes tot dance avonden (interview Peter van der Stelt, 3 mei 2007). *WaterFront* pretendeert daarmee een laagdrempelig podium te zijn. *WaterFront* stimuleert de grootstedelijke muziekcultuur en speelt in de muziekcultuur een belangrijke rol als talentfabriek. *WaterFront* onderscheidt zich door haar diverse faciliteiten van alle muziekcentra in Rotterdam en in de rest van Nederland. De aanwezigheid van oefenruimtes, een studio en podia in zaal en café maakt *WaterFront* tot de ideale talentfabriek.

Onderdelen

Het popsectoroverleg van de Rotterdamse muziekwereld wordt door *WaterFront* zeer belangrijk geacht. *WaterFront* is hier altijd aanwezig. Deze overlegbijeenkomsten vinden al drie jaar plaats en zijn volgens Peter van der Stelt van grote waarde voor de Rotterdamse muziekcultuur (interview Peter van der Stelt, 3 mei 2007). Via deze bijeenkomsten kan de politiek directer worden bereikt en houden de Rotterdamse podia onderling beter contact met elkaar. In eerste instantie kwamen op de bijeenkomsten programmeurs van de diverse podia. Hij vindt dat er meer initiatief moet komen van de diverse directeuren van de podia, omdat zij meer voor elkaar kunnen krijgen. Het popsectoroverleg heeft veel goeds gedaan voor de muzieksector, waarvan het plakbeleid een goed resultaat is.

Sinds enkele jaren werkt *WaterFront* samen met de Popafdeling van *Codarts*, onderdeel van de Rotterdamse *Hogeschool voor de Kunsten*. Een andere opleiding die in de toekomst samen wil werken met *WaterFront* is het *Albeda College*. *WaterFront* heeft met *Albeda* en *Codarts* een intentieovereenkomst getekend om de locatie van *WaterFront* om te vormen tot een leer- en werkomgeving voor jongeren door middel van een brede popopleiding. De leeromgeving betreft het realiseren van een groot aantal stageplaatsen, dat schaars is. De werkomgeving voor jongeren houdt in dat *Albeda* haar opleiding tot popmuzikant in de toekomst gaat vestigen bij *WaterFront*, zoals *Codarts* nu doet (interview Peter van der Stelt, 3 mei 2007). De opleiding van het *Albeda College* staat nog in de kinderschoenen en er zijn nog geen concrete afspraken gemaakt. Bovengenoemde drie partijen zijn van plan gezamenlijk het pand aan de Boompjes te gaan beheren.

Behalve praktische voordelen, leidt de samenwerking ook tot verregaande inhoudelijke uitwisseling. De samenwerkingsverbanden tussen het podium en de onderwijsinstellingen kunnen leiden tot meer doorstroom. Men weet meer van elkaar, men leert van elkaar en men kan beter samenwerken richting het creëren van muziek en muziekavonden. *WaterFront* wordt primair een programmeringsorganisatie die de avondprogrammering verzorgt, welke zal aansluiten op wat er overdag gebeurt (RRKC, juli 2006a:43).

Een ander nieuw project binnen *WaterFront* is het productiehuis. De bedoeling van deze afdeling binnen *WaterFront* is om projecten te starten en zo met diverse organisaties binnen en rondom Rotterdam samenwerkingsverbanden aan te gaan. In de toekomst hoopt *WaterFront* met dit productiehuis veel nieuwe projecten te kunnen realiseren. Enkele organisaties waar *WaterFront* mee samenwerkt zijn: *Codarts* en de *Zuid-Hollandse popunie* (interview Carola Aafjes, 11 mei 2007). Met het productiehuis vult *WaterFront* het gat tussen enerzijds de gevestigde educatieve en culturele instellingen en anderzijds de veranderende behoeftes van de markt. De subdoelstelling van het productiehuis is het ondersteunen van lokaal talent bij het ontwikkelen van een kwalitatief interessant aanbod voor de podia. Enkele voorbeelden waar zij aandacht aan proberen te besteden zijn de zogenoemde brassbands die in Rotterdam zeer populair zijn. Aan hen geeft het productiehuis een cursus popmanagement, zodat zij leren hoe ze subsidieaanvragen kunnen doen. Een ander project waar het productiehuis in de toekomst meer aandacht aan wil besteden is de Kaapverdische muziek. Deze muziekstijl is over heel de wereld populair en ook hier in Rotterdam, maar alleen bij de Kaapverdische gemeenschap. Het productiehuis wil deze muzikanten de mogelijkheid geven om zich verder binnen de muzieksector te ontwikkelen (interview Carola Aafjes, 11 mei 2007).

In *WaterFront* komt in eerste instantie het ruwe materiaal binnen. Dit zogenoemde ruwe materiaal zoals amateurmusici, beginnende bands of reeds gearriveerd talent krijgen in het productiehuis de kans zich verder te ontwikkelen. De faciliteiten die *WaterFront* aanbiedt, spelen een belangrijke rol in dit proces. Via de studio en het podium krijgen deze artiesten de mogelijkheid om in een professionele omgeving ervaring op te doen (interview Carola Aafjes, 11 mei 2007).

4.3.1 Rotown

Historie

In mei 2007 bestond *Rotown* precies twintig jaar. *Rotown* is begonnen als een muziekcafé en restaurant met iedere avond livemuziek.

Er traden veelal regionale talenten op die kwamen jammen in verschillende samenstellingen. Ongeveer tien à elf jaar geleden kwam er een ommekeer in de programmering. Vanaf toen ging *Rotown* ook buitenlandse artiesten programmeren. Voor *Rotown* werd het inhoudelijk minder interessant om die jamsessies te houden. Zij werden beschouwd als heel gezellig en heel druk, maar inhoudelijk minder interessant. Nadat deze omslag was gekomen ging *Rotown* steeds internationaler programmeren. Daardoor is het profiel van *Rotown* als podium steeds meer omhoog gegaan (interview Joey Ruchtie, 12 april 2007).

Organisatie

Rotown bestaat uit twee losstaande onderdelen, namelijk de BV en de stichting 'Live at Rotown'. Onder de BV valt de horeca, die met een winstoogmerk werkt en zoveel mogelijk drank probeert te verkopen. Daarnaast heeft *Rotown* de stichting die bij hetzelfde pand hoort als de BV en organiseert hier de concerten. Voor de stichting werken in totaal vier mensen: directeur Dick Pakkert, programmeur Joey Ruchtie (voorheen programmeur van Vera in Groningen), publiciteitsmedewerker Sjoerd van Oortmerssen en een portier die ook in dienst is van de stichting. Als de stichting een concert gaat organiseren, huren zij de zaal van de BV en van de horeca krijgen zij een factuur voor geleverde diensten. Deze factuur bestaat grotendeels uit genuttigde consumpties en eten van de desbetreffende artiesten, zaalverhuur inbegrepen met techniek en geluidsinstallatie.

Rotown zit in het cultuurplan van de Rotterdamse gemeente. Dit betekent dat zij jaarlijks een structurele bijdrage van 116.000 euro ontvangen (interview Sjoerd van Oortmerssen, 19 april 2007). Zij genereren inkomsten aan de hand van een exploitatiesubsidie van de gemeente, recettes en de deuropbrengst. *Rotown* heeft ieder jaar te maken met een verlies welke zij dichten aan de hand van de BV. Cultuur kost geld en niet ieder concert dat wordt georganiseerd zal zich zelf uitverkopen, want er zijn regelmatig mindere avonden die niet zoveel bezoekers trekken (interview Joey Ruchtie, 12 april 2007).

Programmering

De huidige programmering bestaat voor zeventig% uit buitenlandse artiesten al dan niet op tournee en de overige dertig% bestaat uit Nederlandse artiesten, waaronder ook regionale artiesten (interview Joey Ruchtie, 12 april 2007).

Buiten de reguliere circa 120 speelavonden heeft *Rotown* ook de zogenoemde *SKVR* middagen voor middelbare scholieren, tachtig dansavonden, tien filmavonden en elf exposities per jaar (Promotieboek 20 jaar *Rotown*, voorjaar 2007). *Rotown* hoopt met haar podium een radar te zijn voor het vinden van nieuw talent.

Vele artiesten zoals *The Kooks* (2006), *Franz Ferdinand* (2004), *Kane* (1999), en *The Infadels* (2006) hebben hier opgetreden toen zij nog niet waren doorgebroken. *Rotown* heeft als artistieke missie om een basisplek te zijn voor jonge talenten in de popcultuur en daar een podium voor te bieden in Rotterdam. Professionaliteit staat zeer hoog in het vaandel bij *Rotown*. Volgens Joey Ruchtie, is het van groot belang om een goed klimaat te creëren en voldoende aanbod naar Rotterdam te halen (interview Joey Ruchtie, 12 april 2007). Rotterdam moet een sterk popklimaat hebben en dit kan bereikt worden met een sterke programmering (interview Sjoerd van Oortmerssen, 19 april 2007).

Onderdelen

Rotown behoort tot de belangrijkste podia in Rotterdam (sectoranalyse popmuziek, 15 april 2007). Onder de diverse podia in Rotterdam wordt er maandelijks een clubsectoroverleg gehouden. Vertegenwoordigers van verschillende instanties in Rotterdam komen dan bij elkaar. Op die manier proberen de diverse podia, programmeurs en directeuren op de hoogte te blijven van de ontwikkelingen en om in de toekomst samenwerkingsverbanden te creëren. Van belang is om te zorgen dat er een gezond en sterk popklimaat in Rotterdam zal blijven bestaan (interview Sjoerd van Oortmerssen, 19 april 2007). Enkele andere verbanden die zijn ontstaan samen met *Rotown*, zijn *Motel Mozaïque*, *North Sea Round Town* en het *Rotterdam Electronic Music Festival* (REMF). *Rotown* probeert samen met deze jaarlijks terugkerende festivals de randprogrammering te organiseren. *Rotown* had in 2006 de primeur met *Motel Mozaïque*, omdat zij voorheen gebruik maakten van een zaal in Nighttown. Mede door het faillissement van dit podium kreeg *Rotown* de mogelijkheid om zich te profileren (interview Joey Ruchtie, 12 april 2007).

4.4 Festivals

4.4.1 Dunya Festival

Historie

Stichting Dunya is in 1996 ontstaan uit de fusie van twee evenementen (RKS Cultuurplanadvies 2005-2008).

Het festival is begonnen als *Poetry Park* en op een gegeven moment is het gefuseerd met *Festival aan de Maas* en *Festival Rotterdam* vanuit het huidige wereldmuseum. Het festival was een spontaan initiatief vanuit *Poetry International* om poëzie populairder te maken bij een groter publiek. Dit deden zij door poëzie voor te lezen. Het groeide uit tot het *Poetry Park Festival* en resulteerde uiteindelijk in het *Poetry International* (interview Guus Dutrieux en Ole Jorgenson, 29 mei 2007). Het *Dunya Festival* kan men omschrijven als een wereldpodiumkunstenfestival en wordt gehouden in het park bij de Euromast in Rotterdam. De eerste doelstelling die *Poetry Park* had, was om mensen kennis te laten maken met poëzie. Er kwamen allerlei nieuwe culturen en stromingen en *Dunya* had naast de poëzie een tweetal functies. Het museumpark was van oorsprong een park waar diverse culturen kwamen picknicken. Door middel van het festival wilde *Dunya* in eerste instantie de kans geven aan de culturen om zich te uiten. De eerste groepen die dit deden waren Spanjaarden, Antilianen, Arubanen en Surinamers. Zij konden worden bestempeld als dominante culturen uit Rotterdam, die daar hun eigen cultuur vierden. Toentertijd was er sprake van één podium waar een breed publiek kennis kon maken met niet-westerse muziek en er was een kinderterrein met 'doe activiteiten'. Langzamerhand is de kennismakingsfunctie verdwenen en kreeg het festival meer inhoudelijke aspiratie. Door de jaren heen is er een verandering in de opzet gekomen van kennismaking met *Dunya* naar het stimuleren van bepaalde muziekgenres (interview Guus Dutrieux en Ole Jorgenson, 29 mei 2007).

Organisatie

In 1977 werd op de eerste dag van het festival voorgelezen bij het Rotterdamse standbeeld van de dichter Hendrik Tollens in het park. Deze presentatie waarbij een zeer gemêleerd publiek aanwezig was, bleek een succesformule. Het *Poetry Park* groeide uit tot het grote en welbekende *Dunya Festival*. In het jaar 1987 werd *Poetry International*, met Martin Mooij aan het hoofd, een zelfstandige organisatie. In 1996 volgde Tatjana Daan Martin Mooij als directeur van de stichting op.²⁴ *Dunya* was tot twee jaar geleden een onafhankelijk festival.

Twee jaar geleden is de stichting failliet gegaan. *DUCOS* deed al jaren de productie van het festival en besloot met het failliet gaan van *Dunya* het festival onder hun productiemaatschappij te nemen. *DUCOS Productions* heeft zich gespecialiseerd in evenementen op het gebied van entertainment, kunst en cultuur.

²⁴ Via site *Dunya*. Geraadpleegd op 28 mei 2007. Via link <http://www.dunya.nl/geschiedenis>

Volgens hen is kunst en cultuur een goede methode om mensen op een positieve manier mensen te confronteren en kennis te laten maken met de dynamiek en diversiteit van de hedendaagse wereldculturen. *DUCOS* heeft met haar productiemaatschappij in de afgelopen jaren een breed internationaal netwerk opgebouwd. *DUCOS* weet hoe zij een evenement succesvol kunnen programmeren. Dit doen ze door muziek, theater, poëzie en literatuur te presenteren voor iedere doelgroep (interview Guus Dutrieux en Ole Jorgenson, 29 mei 2007).

Sinds haar oprichting in 1986 is *DUCOS* uitgegroeid tot het grootste organisatiebureau van culturele evenementen in Nederland. Naast evenementen verzorgt *DUCOS* het management en de boekingen van diverse muzikartiesten. Daarmee is *DUCOS* een full service bureau. Als organisator van onder meer het *Ortel Zomercarnaval*, het *Ortel Dunya Festival*, *Parkpop* en het *Terra Festival* houdt *DUCOS* zich fulltime bezig met culturele evenementen van (inter)nationaal formaat.²⁵

Een belangrijke vorm van inkomsten voor het *Dunya Festival* zijn subsidies. *Dunya* zit in het lokale kunst- en cultuurplan. Van dit cultuurplan ontvangen zij jaarlijks een bedrag van 245.000 euro. Een andere subsidieverstrekker is *Rotterdam Festivals*, waar zij 80.000 euro van krijgen. Het organiseren van het festival kost zelf ongeveer zeven à acht ton. De overige kosten genereren zij zelf middels fondsen of projecten, sponsors en met exploitatie van de horeca. *Dunya* heeft in vergelijking met andere festivals een redelijke subsidie. In het kader van de zomerfestivals is *Dunya* één van de weinige die een structurele bijdrage krijgt van het kunst- en cultuurplan. Volgens Guus Dutrieux (interview, 29 mei 2007) is het van groot belang als men op lange termijn nieuwe culturele tradities wil handhaven, dat men een balans vindt tussen public en private partnerschap. Men moet wortels zien te vinden in de politiek evenals het bedrijfsleven. Je moet daar als festivalorganisator een balans in zien te vinden. Dat is de enige manier om op lange termijn je bestaansrecht te stimuleren. Het neemt niet weg dat men de artistieke en maatschappelijke integriteit moet bewaken.

Programmering

Op het festival treden voornamelijk jonge talenten, wereldwijd bekende artiesten, dichters en verhalenvertellers op. *Dunya* probeert zich met dit aanbod te houden aan de 'roots' van het festival.

²⁵ via website Ducos. Geraadpleegd op 28 mei 2007. Via link <http://www.ducos.com/index.php?nodeID=6>

Toch is er volgens de directeur van *DUCOS*, Guus Dutrieux, sprake van nieuwe stromingen en fusies tussen bepaalde genres muziek. *Dunya* probeert met het festival een voortrekkersfunctie te creëren. Het festival moet de trends en de mogelijkheden van de toekomst tonen. Guus Dutrieux hoopt dat *Dunya* laat zien hoe de muziek van morgen eruit komt te zien, met als uiteindelijk doel dat *Dunya* invloed gaat uitoefenen op hoe de programmering van de podia eruit zal zien. Daarmee laat *Dunya* zien dat zij een opstap zouden kunnen zijn in de keten naar het reguliere circuit. Het *Dunya Festival* probeert jongeren naar een niveau hoger te brengen. Het uiteindelijke doel is om een klimaat te creëren waar het publiek zijn aandacht op zal gaan vestigen (interview Guus Dutrieux en Ole Jorgenson, 29 mei 2007).

Onderdelen

In 2006 trok het festival ongeveer 220.000 bezoekers²⁶ en daarmee mag het *Dunya Festival* zich één van de grootste wereldmuziekfestivals van Europa noemen (RKS Cultuurplanadvies 2005-2008). Het programma van cross-overs en populaire wereldmuziek weet een steeds groter publieksaantal te trekken, in het bijzonder jongeren (RRKC, 2006:48).

In 2007, het dertigjarig bestaan van *Dunya*, zijn er acht speelplekken met een andere insteek dan de voorgaande jaren. *Dunya* is dit jaar met een totaal nieuw concept gekomen voor het eendaagse festival. De opzet van de voorgaande jaren was dat zij werkten in dorpen. Er waren ongeveer veertien diverse kleine podia. Enkele voorbeelden: een Turks dorp, een Spaans dorp en een Marokkaans dorp. Je kreeg op die manier kleine festivals binnen één groot festival. Dan had je de verschillende culturen die hun eigen feestje vierden. Volgens programmeur Ole Jorgenson had dat op een gegeven moment zijn tijd ook weer gehad en zijn zij gaan kijken naar een ander opzet voor *Dunya*. Eén van de redenen om het festival meer open te breken was om meer vermenging te krijgen van de culturen. Er werden een aantal podia gekozen van diverse continenten waar de diverse culturen met elkaar moesten gaan samenwerken. Dat heeft echter nooit helemaal tot tevredenheid geleid, omdat er van een samenwerking tussen verschillende culturen geen sprake was.

Dit jaar is de organisatie van het festival een andere weg in geslagen door de podia in te delen naar sfeer en inhoud in plaats van artiesten in te delen naar geografische herkomst.

²⁶ via website Dunya. Algemeen. Geraadpleegd op 28 februari 2007. Via link <http://www.dunya.nl/nl/index.php?nodeID=627>

Deze opzet moet de verscheidenheid van de wereldculturen beter naar voren brengen en een grotere dynamiek verzorgen voor het programma. Er is gekozen voor verschillende manifestaties van kunst en cultuur en een meer thematische indeling, door middel van het plaatsen van allerlei jongerenculturen uit heel de wereld op één podium. Een ander podium is juist meer gericht is op het grote publiek met traditionele muziek. In de zogenoemde 'Global Village' proberen zij juist weer aandacht te besteden aan de tradities en de folklore van *Dunya*. Volgens Ole Jorgenson (interview 29 mei, 2007) willen mensen wel vernieuwing, maar ook dat de organisatie zich behoudt aan de tradities van *Dunya*. Tenslotte proberen zij qua muziek ook aandacht te besteden aan de meer moderne stroming vanuit de wereld die iets meer richting de jazz gaat. Het doel van deze opzet is dat muzikanten uit diverse delen van de wereld elkaar opzoeken en nieuwe muziek gaan maken, zodat je de muziek eigenlijk niet meer kunt benoemen als Afrikaanse of Indiase muziek. Muzikanten vinden elkaar volgens Ole Jorgenson (interview, 29 mei 2007) heel snel in de muziek. Op muzikaal vlak ziet men sneller een samenwerking ontstaan dan dat dit gebeurt in de samenleving. *Dunya* laat zien dat men wel degelijk cultuur kan mengen. Deze vermenging van culturen en muziekgenres werkt volgens het principe van de 'Global Village' van McLuhan en de theorie van Bennet dat muziekscenes niet meer plaatsgebonden zijn en steeds meer versmelten.

In 2006 is een nieuw onderdeel geïntroduceerd om getalenteerde jongeren, die zelf de weg naar de gevestigde podia, media en kunstvakopleidingen niet weten te vinden, te scouten, te coachen en te inspireren. Dit project is in handen van de organisaties *Roots en Routes*.²⁷ Ook worden er in aanloop naar het festival verschillende workshops georganiseerd in het park bij de Euromast op het gebied van dans, muziek en media. *Dunya* is dit jaar een samenwerking aan gegaan met het *WMDC*. Op initiatief van *Codarts* en in samenwerking met *Stichting Kunstzinnige Vorming Rotterdam (SKVR)*, is vanaf september 2006 het internationale *WMDC* gerealiseerd. Het *WMDC* is volgens het rapport *Rotterdam has got that pop* van de *RRKC* (2006) een podium, expertise- en opleidingscentrum en ontmoetingsplek voor muziek en dans uit alle werelddelen. Het *WMDC* zal een podium bieden aan Rotterdams talent dat nu buiten de eigen scene nauwelijks zichtbaar is, bijvoorbeeld door de realisatie van wijkgerichte activiteiten in Delfshaven.

27 via website *Dunya*. Algemeen. Geraadpleegd op 28 februari 2007. Via link <http://www.musicfrom.nl/concertagenda/detail/9984>

Het WMDC hoopt met haar podium geen solitaire opleiding- en podiumfunctie te vervullen, maar wil juist functioneren in samenwerking met gerenommeerde podia, opleidingscentra en andere organisaties zoals het *Dunya Festival*.²⁸ Volgens Guus Dutrieux (interview 29 mei 2007) is het de bedoeling dat het WMDC volgend jaar programmatisch terug te vinden is op *Dunya*. Zij bestaan nu nog te kort om daar dit jaar een goede invulling aan te geven op *Dunya*.

Een ander project dat is terug te vinden op *Dunya*, is de zogenoemde 'battle of drums' van het *Zomercarnaval*. Via deze projecten probeert DUCOS jongeren op een hoger traject te krijgen door een optreden aan te bieden op één van de festivals die zij organiseren. Ook zit er voor deze jongeren een opleidingstraject aan vast. *Dunya* maakt jaarlijks uitwisselingen met het *Nottinghill Carnival* uit Londen waar een steelbandproject aan vast zit. *Dunya* probeert de jongeren de kans te bieden om zich te positioneren en om ergens naar toe te groeien. Daarnaast koppelen zij er een onderwijsproject aan vast, zodat deze mensen doorstromen.

Een ander belangrijk samenwerkingsverband is er met radiozender *FunX*. Dit radiostation is opgericht voor en door jongeren. Zij produceren speciaal voor *Dunya* één uur een programma. Zij krijgen daar de mogelijkheid om het Rotterdamse en Nederlandse talent te plaatsen.

4.4.1 Metropolis

Historie

Het *Metropolis Festival* is ontstaan in 1988 en wordt ieder jaar gehouden in het Zuiderpark in Rotterdam. De eerste twee edities heette het festival *Poppark*, maar omdat deze naam erg lijkt op het *Parkpop* festival uit Den Haag is het vanaf het derde jaar verder gegaan als *Metropolis* (interview Carla Leurs, 8 mei 2007). *Metropolis* kan worden beschouwd als een laagdrempelig festival door de gratis toegang, waar opkomend talent uit binnen- en buitenland te horen is.

Er zijn meerdere podia waar de artiesten hun klanken ten gehore brengen en door de samenwerking met het clubcircuit is een divers muziekaanbod te horen. Verschillende clubs en podia in Nederlands als *EKKO*, *Paradiso*, *WaterFront* en *Rotown* stellen de groep artiesten samen die op een bepaald podium binnen *Metropolis* op zal treden.

²⁸ via website WMDC. Geraadpleegd op 28 mei 2007. Via link <http://www.wmdc.nl/nederlands/onderwijsenexpertise/info/index.php>

Naast deze podia is er ook nog een podium voor regionaal talent dat geprogrammeerd wordt door de *Zuid-Hollandse Popunie* en is er een 'OOGST' podium voor onbekende bands uit heel Nederland.²⁹ Toen *Metropolis* vijftien jaar bestond, in 2003, wilde de organisatie iets origineels brengen. Rotterdam staat in de wereld bekend om de havens en daarom kwamen zij met het idee om vijftien bandjes te laten spelen in een zeecontainer. Volgens Mar Melchers, oud artistiek directeur van *Metropolis*, hebben de optredende artiesten nog nooit zoveel pers aandacht gekregen (interview, 10 mei 2007).

Organisatie

Metropolis is heel lang een vrijwilligersorganisatie geweest. Hier kwam in 1992 verandering in met de komst van betaalde krachten. *Metropolis* had vanaf dat jaar een directeur en een programmeur in dienst. Het festival stond onder het grote publiek bekend als een 'bandjesfestival' (interview Carla Leurs, 8 mei 2007). In 2001 is het concept 'festival met clubcircuit' eraan gehangen. De verschillende clubs en podia die Nederland rijk is kregen ieder of in samenwerkingsverband tenten op het festival.

Metropolis heeft een tweehoofdige directie, een zakelijk- en een artistiek directeur. Daarnaast een uitvoerende producent, iemand die de artiestenhandeling doet, iemand voor de publiciteit, voor de markt en voor kantoor. Zij werken allemaal op freelance basis. Daarnaast zijn als vervanging voor de artistiek directeur in 2007 twee nieuwe programmeurs aangesteld, namelijk Niels Post en Marcel Haug (interview Carla Leurs, 8 mei 2007). De productie van *Metropolis* is uitbesteed aan *JMR*. Dit is een bureau voor creatieve stadsontwikkeling en evenementenmarketing.³⁰ Het bestuur heeft er voor gekozen om de organisatie anders te gaan opbouwen. *JMR* doet onder andere jaarlijks terugkerende evenementen als *Camping Rotterdam* en de *DanceParade* (interview Carla Leurs, 8 mei 2007).

Subsidies spelen een zeer belangrijke rol bij de organisatie van het festival. *Metropolis* kan worden beschouwd als één van de zomerfestivals. Zij krijgen ieder jaar een bepaald bedrag uit het Zomerfestivalbudget. Daarnaast ontvangt *Metropolis* ook geld van de *Dienst Kunst en Cultuur*. De horeca is bij *Metropolis* uitbesteed. Ieder jaar vraagt *Metropolis* ook bij diverse fondsen subsidies aan. Enkele bekende zijn: *VSB fonds*, *Prins Bernhard Fonds* en het *ThuisKopie Fonds* (interview Carla Leurs, 8 mei 2007).

²⁹ Via site Metropolis Festival. Algemeen. Geraadpleegd op 28 februari 2007. Via link http://www.festivalinfo.nl/festival_detail.php?festival_id=1970

³⁰ Via de site van JMR. Geraadpleegd op 16 mei 2007. Via link <http://www.jmr.nl/>.

Aan de sponsorkant gaat het erg moeilijk. *Metropolis* wordt volgens zakelijk directeur Carla Leurs gezien als 'een festival op Zuid'. Subsidies zijn makkelijker te verkrijgen omdat Fondsen de artistieke waarde van het festival inzien. Sponsors zijn meer op zoek naar evenementen waar de grote namen komen optreden. Het bedrijfsleven is behoudend en *Metropolis* is veel te progressief en avantgardistisch geworden (interview Carla Leurs, 8 mei 2007).

Programmering

Door de programmering over te laten aan verschillende podia en clubs, draagt het festival bij aan een samenwerking tussen verschillende podia in Rotterdam en in andere steden (RRKC, 2006:47). Het *Metropolis Festival* heeft rond de 70.000 bezoekers en trekt alle lagen van de Rotterdamse bevolking naar het festival. Het *Metropolis Festival* heeft volgens de programmeur van *Rotown*, Joey Ruchtie, een sterke signalerende functie binnen de popmuziek en weet dit vervolgens te combineren met een zekere laagdrempeligheid. Ruchtie zegt dat het goed is voor de vitaliteit binnen de popmuziek en het zorgt voor een verrijking van het culturele klimaat van Rotterdam.³¹ Volgens artistiek directeur van het *Metropolis Festival* in 2006, Karen Proeme, is het festival eigenwijs, onafhankelijk en vooruitstrevend. Het programma is van hoge kwaliteit en signaleert de trends in de muziek.³² Zo signaleerde het festival al eerder bands en artiesten die internationaal erg populair zijn geworden als *The Smashing Pumpkins* (1992), *The Prodigy* (1994), *Wu-Tang Clan* (1994) en *Kula Shaker* (1996).³³ *Metropolis* wordt ook wel gezien als 'de graadmeter voor het Nederlandse clubcircuit'. Ook Nederlandse bands zijn bekend geworden na een optreden op het festival zoals *Racoon* (1999), *Urban Dance Squad* (1989) en *Beef* (2000).

Onderdelen

Metropolis werkt met diverse groepen samen, waarvan de podia al vanaf 2001 de grootste partners zijn. *Metropolis* richt zich op de landelijke muzieksce­ne en is daarmee niet alleen bezig met de Rotterdamse scene. Er zijn wel Rotterdamse partijen als *Rotown*, *Nighttown* en *WaterFront* die een partnerschap hebben, ook al is *Nighttown* nu dicht. *Rotown* doet dit jaar niet meer mee, maar was voorheen partner. Voor de zijprojecten werken zij samen met het *Albeda College* en het *Zadkine*.

31 Via site Metropolis Festival. Interview met J. Ruchtie, programmeur van Rotown. Geraadpleegd op 28 februari 2007. Via link <http://www.metropolisfestival.nl/nl/interviews/493/>

32 Via site Metropolis Festival. Interview met K. Proeme, artistiek directeur Metropolis 2006. Geraadpleegd op 28 februari 2007. Via link <http://www.metropolisfestival.nl/nl/interviews/501/>

33 Via site Metropolis Festival. Geschiedenis. Geraadpleegd op 28 februari 2007. Via link <http://www.metropolisfestival.nl/nl/geschiedenis/>

Er wordt niet per definitie met scholen samengewerkt, maar wel met die leeftijdsgroep. De winnaar van de *Grote prijs van Nederland* opent het hoofdpodium en met de *Popunie* heeft *Metropolis* de samenwerking dat zij een podium programmeren op *Metropolis* (interview Mar Melchers, 10 mei 2007).

In 2005 is er een pilot gestart van een nieuw festivalonderdeel: *Metropolis in Town*. Clubs in Rotterdam programmeerden één dag voor de aanvang van het *Metropolis Festival* de bands in de clubs. Zo stond heel het weekend Rotterdam in het teken van *Metropolis*. Er was een samenwerking met clubs als *Stalles*, *Nighttown*, *Rotown*, *Calypso* en *Vibes*. In 2006 is dit onderdeel wederom georganiseerd. Voor 2007 is een soort talentenjacht gestart waar jonge talenten hun kunsten kunnen vertonen in samenwerking met het *Albeda College* en het *Zadkine College: Metropolis X-Perience*. Het is een talentenjacht waarbij vijf voorrondes zijn en de finale wordt gehouden in *WaterFront*. De winnaar van deze talentenjacht zal op het *Metropolis Festival* spelen (interview Mar Melchers, 10 mei 2007). *Metropolis* is daarnaast ook bezig op Internet. Zij probeert een community te creëren welke te vergelijken is met de website *MySpace*. Zo proberen zij publiek te creëren voor bandjes (interview Mar Melchers, 10 mei 2007).

Uiteindelijk wil *Metropolis* met haar festival aanstormend talent op het scherpst van de snede laten zien en dit door middel van authenticiteit en originaliteit in de programmering proberen te garanderen (interview Mar Melchers, 10 mei 2007).

5. RESULTATEN INTERVIEWS

KENNERS ROTTERDAMSE MUZIEKSECTOR

5.1 Inleiding

Er zijn in totaal elf personen uit de muzieksector geïnterviewd. Van alle organisaties zijn twee personen geïnterviewd, behalve bij *Epitome Entertainment*. Het had volgens de organisatie weinig meerwaarde om meer dan één persoon binnen deze organisatie te interviewen. De interviews zijn op locatie gehouden en op bandrecorder opgenomen. De transcripten van alle interviews zijn te vinden in de bijlage. Hieronder worden de resultaten van de interviews besproken aan de hand van de rode lijn uit de interviews. De belangrijkste punten zijn uitgelicht en hieronder vermeld.

5.2 Resultaten interviews kenners

De muzieksector in Rotterdam gaat helemaal nog niet zo slecht. Van buitenaf ziet het er goed uit en zijn er nieuwe initiatieven ontstaan de laatste jaren. Vooral als er gekeken wordt naar de jaarlijkse grote festivals zoals het *Zomercarnaval*, *Dunya Festival* en de *Fast Forward Dance Parade*. Echter als we van dichtbij kijken, zijn er nog wel wat hiaten binnen de muzieksector in Rotterdam.

Een aantal jaren geleden is het initiatief voor een overleg binnen de popsector ontstaan 'het pop(sector)overleg'. De geïnterviewde partijen vinden dit allen een goed initiatief en vinden dat dit moet blijven. Een tijd geleden is de opzet van het overleg veranderd door een gemeentelijke partij te verwelkomen, waardoor het overleg meer structuur heeft gekregen en waardoor er zo nodig meteen maatregelen kunnen worden genomen. Wel vindt een aantal geïnterviewden dat er meer besproken kan worden in het overleg en dat wel alle partijen moeten bijdragen aan initiatieven. Een voorbeeld van een succesvolle maatregel die uit het popoverleg is ontstaan is die omtrent het 'plakbeleid' in de stad. Er waren nieuwe maatregelen getroffen door de gemeente voor het wildplakken, maar door het initiatief van het sectoroverleg zijn er afspraken gemaakt met de gemeente, clubs en podia. Het sectoroverleg is in eerste instantie met de gesubsidieerde podia. Een aantal partijen vindt dit geen goede representatie van alle partijen, aangezien er genoeg ongesubsidieerde partijen zijn die goede initiatieven hebben en goede dingen doen binnen de sector.

Anderen vinden dat de groep met gesubsidieerde podia een goede representatie is van het popklimaat en vinden dat het anders te veel wordt. Wellicht kan er gekeken worden naar een andere vorm van overleg die voor beide partijen uitkomst biedt. Alle geïnterviewden zien als eerste het belang van een gezond popklimaat in Rotterdam en willen via die manier genoeg en een breed aanbod in Rotterdam krijgen. De meeste geïnterviewden zijn van mening dat als er een gezond klimaat is, bands komen optreden en dan ook het publiek zal volgen. Dit alles hopen zij te bereiken door onder meer een goed popsectoroverleg.

De clubs, podia en festivals werken op andere vlakken ook geregeld samen. Zo heeft het *Metropolis Festival* de afgelopen jaren een 'round town' programma gehad, waarbij het weekend vóór het festival muzikanten op podia door de stad werden geprogrammeerd. Daarnaast heeft *Metropolis* op het festival een podium voor de *Zuid-Hollandse Popunie*, waar zij regionaal talent mogen programmeren. Ook is er een samenwerkingsverband met verschillende podia en clubs welke een podium hebben op het festival. Hier wordt eveneens voornamelijk regionaal talent op geprogrammeerd, waardoor muzikalent in Rotterdam meer kansen krijgt. *Dunya* werkt met vele instanties in binnen- en buitenland samen. Zij zijn in 2006 een samenwerking aangegaan met het *World Music and Dance* (WMDC). Het de bedoeling is dat het WMDC volgend jaar programmatisch terug te vinden is op *Dunya*. Dit nieuwe onderdeel van de programmering is geïntroduceerd om getalenteerde jongeren, die zelf de weg naar de gevestigde podia, media en kunstvakopleidingen niet weten te vinden, te scouten, te coachen en te inspireren. *WaterFront* biedt voor een aantal evenementen een plek om de finale te laten plaatsvinden. Zo wordt de finale van het project *X-perience* van *Metropolis* en het *Albeda College* in *WaterFront* gehouden en ook de *Popunie* werkt geregeld samen met *WaterFront* voor optredens. Naast het aanbieden van het podium en oefenruimtes aan andere organisaties werkt het productiehuis van *WaterFront* aan meerdere projecten, onder andere op het gebied van educatie. Er is een samenwerking met *Codarts*, welke gehuisvest is in hetzelfde gebouw en zij maken gebruik van de oefenruimtes in *WaterFront*. Daar tegenover staat dat de talenten van *Codarts* weer workshops geven aan scholieren. Andere projecten van het productiehuis zijn gericht op talent dat niet op een andere manier een kans krijgt. De afgelopen drie jaar zijn ze bezig geweest met een project voor brassbands in Rotterdam, waarbij uiteindelijk een festival is opgezet. Recent is gestart met een project voor 'tumba' talenten, die op het *Zomercarnaval* zouden moeten komen te spelen. Deze projecten ontwikkelen en voeren ze uit voor de gehele muzieksector in Rotterdam en zijn niet per se gericht op *WaterFront*.

Door de samenwerkingsverbanden binnen de muzieksector ontstaan meer mogelijkheden voor talent uit Rotterdam. Er zou gekeken kunnen worden naar een uitbereiding van samenwerkingsverbanden om zo meer talent een kans te kunnen bieden. Een gevolg van deze samenwerkingsverbanden tussen de podia en de diverse onderwijsinstellingen kan zijn dat het leidt tot meer doorstroom. Men weet meer van elkaar, men leert van elkaar en men kan beter samenwerken richting het creëren van muziek en/of muziekavonden. Mede door het productiehuis vult WaterFront het gat tussen enerzijds gevestigde educatieve en culturele instellingen en anderzijds de veranderende behoeftes van de markt.

Wanneer talenten hebben opgetreden op talentenjachten, podia en festivals, dan zorgt dit voor een verhoogde kans om verder te komen. Winnaars van de *Grote prijs van Zuid- Holland* krijgen een plaats aangeboden op het *bevrijdingsfestival* van Rotterdam en anderen krijgen studiotijd in bijvoorbeeld *WaterFront*. De geïnterviewden zeggen echter dat het voornamelijk aan de instelling van de muzikanten zelf ligt. Er worden mogelijkheden geboden binnen het Rotterdamse aanbod, maar er moet vooral door de muzikanten zelf iets mee worden gedaan. Als de muzikanten eigen initiatief tonen, zelf voor meer publiek zorgen en voor meer promotie, dan hebben ze meer kans op spin-off. Naast de optredens en het eigen initiatief, speelt volgens een aantal geïnterviewden Internet een grote rol. Het is voornamelijk de combinatie van optreden en je presenteren via Internet dat de kans op succes vergroot. Wel moet een kanttekening gemaakt worden, dat er genoeg bands en artiesten zijn die zich niet via een 'keten' opwerken, maar stappen overslaan en ineens doorbreken. Ook zeggen geïnterviewden dat er een aantal bands (bijvoorbeeld 'Face Tomorrow') niet in de Rotterdamse scene doorbreekt, maar juist in het buitenland. Optredens op festivals als *Metropolis* en *Dunya* staan altijd goed in de biografie, want zij staan bekend als festivals voor het ontdekken van talent en alle programmeurs in Nederland weten dat. Door middel van een optreden kunnen zij worden opgemerkt door de gevestigde orde van podia. De geïnterviewden zijn van mening dat er op festivals van alles kan worden gestimuleerd, maar als de reguliere podia daar niet op ingesteld zijn, kom je niet verder. Als zij niet inspringen op het aanbod, komen de artiesten ook niet verder.

De programmering van het Rotterdamse circuit omvat niet alle genres en stijlen. Dit kan ook niet volgens de geïnterviewden, omdat er niet voor alle genres en stijlen genoeg publiek is en bepaalde genres niet passen in het aanbod van podia, talentenjachten en festivals.

Bovendien hebben deze stijlen vaak moeite om zichzelf goed te promoten en te organiseren, waar de brassbands die in het project van het productiehuis van *WaterFront* terecht zijn gekomen, een voorbeeld van zijn. Een andere stijl die zeer wordt achtergesteld in Rotterdam is de Kaapverdise muziek. Wereldwijd schijnt deze stroming zeer bekend te zijn. Deze stijl is moeilijk te vinden op de reguliere podia van Rotterdam. Zij zijn volgens de geïnterviewden meer te vinden in de zogenoemde feestschuren en buurthuizen in de wijk. In Rotterdam is er wel een festival dat er aandacht aan probeert te besteden: het *Dunya Festival*. Zij proberen met hun festival aandacht te besteden aan bepaalde genres of stijlen die op andere festivals geen kansen krijgen. Deze muziekstijlen blijven veelal binnen hun eigen gemeenschap, maar ze willen ook daarbuiten optreden. Zij hebben niet zozeer begeleiding nodig bij hun muziekontwikkeling, maar meer op organisatorisch gebied. Zij missen de aansluiting op andere festival en optredens. Dit probeert het *Dunya Festival* te bewerkstelligen. *Rotown* is een gevestigd podium waar internationale en nationale bands en artiesten optreden. Wanneer er enige bekendheid is, zou je in een voorprogramma van *Rotown* kunnen spelen. Er wordt hier ongeveer zeventig% internationaal en dertig% nationaal geprogrammeerd. Wanneer er meer subsidie zou zijn voor *Rotown*, zou er meer nationaal talent kunnen worden geprogrammeerd, omdat er dan meer avonden gedraaid zouden kunnen worden. Om de artistieke missie en om het publiek te blijven aantrekken, is de huidige verdeling gemaakt en die blijkt succesvol. Een podium als *WaterFront* biedt meer mogelijkheden voor een diversiteit aan genres en stijlen. *WaterFront* biedt in principe alle genres een kans, maar wanneer na een aantal avonden blijkt dat er geen publiek voor is, dan houdt het op. Iedereen die een avond wil organiseren, voor welk stijl dan ook, kan bij *WaterFront* terecht met zijn of haar idee. Als *WaterFront* er iets in zit, kan het worden uitgevoerd. Op de talentenjachten zijn verschillende genres en stijlen vertegenwoordigd. In principe kunnen alle genres zich aanmelden en de laatste jaren zijn meer cross-overs ontstaan en de genres van de categorieën ruimer geworden. Toch blijkt een *TalentNight* bepaalde genres aan te trekken. Dit is te verklaren door de huisstijl van de promotiematerialen en de plaatsen waar gepromoot wordt. Bij de *Grote Prijs van Zuid-Holland* melden bijna alle genres zich aan. Voor de festivals is het een ander verhaal. De programmeurs kijken niet naar talent uit de regio of uit het land, ze kijken naar wat ze goed vinden en dat boeken ze. *Metropolis* heeft een reputatie voor het ontdekken van talent, als je hier hebt gespeeld heb je kwaliteit. De programmering voor Rotterdams talent laat *Metropolis* over aan de (Rotterdamse) podia waarmee ze samenwerken en aan de *Popunie*.

Het aanbod in Rotterdam is op sommige vlakken laagdrempelig te noemen voor artiesten en bands. De deelname aan talentenjachten is laagdrempelig door de geringe voorwaarden die er zijn. De deelname aan de *GPZH* van de *Popunie* is gratis en er moet een demo worden opgestuurd en een formulier worden ingevuld, wat niet te veel moeite kost. *TalentNight* vraagt een geringe vergoeding voor inschrijving en ook hier dient een formulier te worden ingevuld. Voor de laagdrempelige podia zijn geen eisen. Als je wilt spelen dan wordt er gekeken of de agenda vrij is en dan wordt je ingepland. Deze laagdrempelige podia staan aan het begin van het aanbod aan speelplekken in Rotterdam. Voorbeelden hiervan zijn podia als een *Exit* en *Stalles*. Hier worden voornamelijk mogelijkheden gecreëerd voor talent dat nog niet zo veel ervaring heeft. Zij kunnen proberen hier eerst een achterban te creëren. Voor de grotere podia geldt wel een drempel. Je wordt niet zomaar geboekt om hier te spelen. *WaterFront* staat open voor eigen initiatief, wanneer iemand met een idee komt wordt gekeken naar in hoeverre dit potentie heeft voor een avond in *WaterFront* en eventueel begeleiden ze de artiesten en bands in het concretiseren van het plan. Een goed plan krijgt in *WaterFront* een mogelijkheid. Het aanbod aan speelplekken in Rotterdam is niet toereikend. Alle geïnterviewden zijn het met elkaar eens dat er een groot podium bij moet komen, waar een diversiteit aan muziekstijlen te horen is. Na *WaterFront* en *Rotown* is er niets waar bands en artiesten kunnen optreden, waardoor ze hun heil in een andere stad moeten zoeken. Enkele geïnterviewden zijn van mening dat er juist een podium moet komen dat in staat is om meer op een breed aanbod in te gaan. Een zogenaamd 'cultuurpaleis' waar je een brug kan slaan tussen *Ahoy*, de wijk en het podium. Waar een breed publiek bediend kan worden en niet zozeer vast zit aan een bepaald genre. Vervolgens zouden daar ook oefenruimtes en opnamestudio's kunnen worden geplaatst. Daarnaast is het belangrijk dat ook mediapartijen en agenten daar een plaats vinden, zodat er meer en sneller kan worden samengewerkt. Volgens anderen is het niet nodig dat er meerdere facetten in één gebouw worden gevestigd en zij zijn tegen centralisatie van verschillende partijen in één gebouw. Daarnaast moedigen alle geïnterviewden de laagdrempelige podia als *Exit* aan. Ze vinden het goed wat hier gebeurt en dat het laagdrempelig is voor de artiesten. Er zouden meer van dit soort podia moeten komen in Rotterdam om talenten kansen te bieden om op te treden. Artiesten moeten ervaring hebben opgebouwd alvorens ze kunnen optreden bij de grotere podia. Daarom is het van groot belang dat er veel aandacht wordt besteed aan de kleinere podia of jongerencentra. Volgens de geïnterviewden is het voortraject zeer belangrijk in de carrière van een artiest.

Een belangrijke manier om al vroeg invloed uit te oefenen aan beginnende artiesten is te zien bij de *Popunie*. Zij geven kinderen in het basisonderwijs de kans om kennis te maken met muziek in de vorm van 'popkids'. Voor de oudere scholieren hebben zij de *High School Music Competition* gecreëerd. Deze initiatieven zouden de gemeente en het Rijk zeker in de toekomst moeten blijven stimuleren.

Over uit te delen subsidies in Rotterdam zijn veel discussies aan de gang. Bijna alle geïnterviewden zijn het over eens dat de gemeente juist geen geld moet investeren in de dingen die slecht gaan. Subsidies gaan volgens hen vaak de verkeerde kant op. Men moet geen geld in bodemloze putten willen stoppen. Er moet geïnvesteerd worden in de podia en organisaties die bewezen hebben dat zij het goed doen. Deze organisaties hebben geld nodig om verder te groeien, de programmering te versterken en te professionaliseren. Om te slagen hebben podia als eerste een sterke organisatie nodig. Als de organisatie staat is het van belang dat de programmering voorop staat. Met een goede programmering creëer je een solide organisatie volgens de geïnterviewden en daarna hopelijk een gezond popklimaat met een diverse programmering. Zij zijn ook van mening dat als de podia meer geld zouden krijgen, zij dan vaker geneigd zijn om een avond te organiseren voor regionaal talent. De podia kunnen door de aanvullende subsidies de gaten vullen. Wanneer deze organisaties meer geld ter beschikking krijgen, kan het popklimaat in Rotterdam zich verder ontwikkelen met betrekking tot talent.

In de interviews komt naar voren dat er enkele dominante partijen in de Rotterdamse muzieksector zijn. Het zijn de gesubsidieerde partijen die bepalend zijn. Hierdoor raken de kleinere podia, clubs en festivals in de verdrinking en wordt volgens hen de ontwikkeling van de muzieksector belemmerd. Een oplossing voor dit probleem zou volgens enkelen zijn om een beleid te creëren dat sectoroverstijgend zou zijn. Van groot belang in het slagen van een podium of festival is dat, als je nieuwe culturele tradities op lange termijn wilt handhaven, je een balans dient te vinden tussen public (subsidies) en private (fondsen/projecten/sponsors/horeca) partnerships.

6. RESULTATEN ENQUÊTE

ROTTERDAMS MUZIEKTALENT

6.1 Inleiding

In dit hoofdstuk bespreken we de resultaten van onze enquête onder Rotterdams muziektalent (cf. paragraaf 3.3.4). De vragenlijst (zie bijlage 4) was er op gericht inzicht te krijgen in de mogelijkheden van muziektalent om op te treden in Rotterdam en zich te ontwikkelen binnen het huidige aanbod aan speelplekken. Daarnaast is het talent gevraagd naar de mening omtrent het Rotterdamse muziekklimaat.

In dit hoofdstuk bespreken we achtereenvolgens de respons op de enquête, de achtergrondgegevens van de formaties en respondenten, de muziekpraktijk en optredens en als laatste de opvattingen van de respondenten over het muziekklimaat in Rotterdam.

6.2 Resultaten enquête

Opzet en respons enquête

In totaal hebben we 278 muziektalenten uit Rotterdam benaderd om de enquête in te vullen. Zij kregen de enquête via een email met een unieke link toegestuurd. De enquête is op 1 mei verzonden naar de respondenten en op 14 mei is een herinnering gemaïld naar de respondenten die de enquête nog niet hadden ingevuld met het verzoek om dit alsnog te doen. De herinnering heeft gezorgd voor een verhoging van het aantal respondenten. Een vijftal personen stuurde ons een mail met de mededeling dat zij zichzelf niet als Rotterdams talent konden bestempelen of dat het invullen van de enquête geen relevante informatie voor ons zou opleveren. Deze vijf kunnen we aftrekken van het totale aantal benaderde personen.

Van de 272 benaderde Rotterdams muziektalenten zijn er 100 begonnen met de enquête, wat neerkomt op 37%. Van het totale aantal benaderde personen hebben 69 respondenten de enquête volledig afgerond en ingevuld (25%).

Bijlage 4.1 geeft een overzicht van het respondentenaantal per tijdstip en vraag. Opvallend is dat het aantal respondenten per vraag erg verschilt.

De vragen vier en vijf laten een opvallende daling aan respondenten zien en ook na vraag zeven daalt het aantal respondenten snel.

Na de overige vragen haken er maximaal vier respondenten per vraag af. De enquête bestaat uit veertig vragen, waarbij het voor een aantal vragen, bijvoorbeeld de stellingen over de muzieksector in Rotterdam, mogelijk is ook de gegevens van respondenten te gebruiken die de enquête niet volledig hebben ingevuld. Immers, voor een aantal vragen maakt het niet uit wat bijvoorbeeld de achtergrond van de artiesten is. Van de 99 enquêtes kunnen er twee niet meegeteld worden, aangezien dit enquêtes zijn die dubbel zijn ingevuld. Dit is af te leiden uit het emailadres en dezelfde antwoorden op de vragen. In totaal kunnen de enquêtes van 98 respondenten worden gebruikt voor de analyse. De percentages van de antwoorden van de respondenten komen bij elkaar opgeteld niet altijd neer op 100%, wat te wijten is aan afrondingsverschillen. Tot slot moet opgemerkt worden dat de open vragen een opvallend hoge respons hebben opgeleverd. De antwoorden op deze vragen waren zeer uitgebreid, wat aangeeft dat de respondenten erg betrokken zijn en graag hun mening geven omtrent dit onderwerp.

Achtergrondgegevens formaties en respondenten

De eerste vraag van de enquête betreft de naam van de formatie. Alle antwoorden zijn uniek en de vraag heeft 88 namen van formaties opgeleverd. Vraag twee gaat over het jaar van oprichting van de formatie en is in totaal door 83 respondenten beantwoord. Het oprichtingsjaar van de formaties varieert van 1974 tot 2007, maar het grootste deel - bijna driekwart van de formaties - is in 2000 of later ontstaan. Ruim eenderde van de formaties is in de afgelopen drie jaar opgericht.

Ontstaan formaties en debuut respondenten

Periode	Percentage formaties dat is ontstaan in de periode	Percentage respondenten dat is gedebuteerd in de periode
1972-1995	12	27
1996-1999	16	18
2000-2003	37	33
2004-2007	<u>35</u>	<u>22</u>
	100	100

Tabel 6.1 Periode van ontstaan formaties en debuut respondenten in muzieksector (N=83)

In aansluiting hierop is gevraagd sinds wanneer de respondenten actief zijn in de sector. De respondenten geven aan tussen 1972 en 2007 begonnen te zijn in de sector.

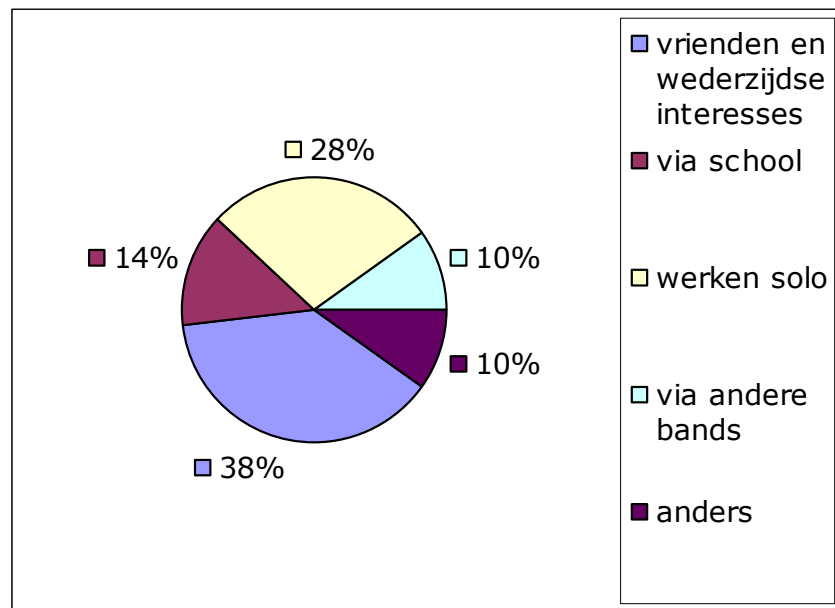
Gemiddeld zijn de respondenten drie jaar eerder gestart dan dat hun huidige formatie is ontstaan. Ook bij deze vraag geldt dat het merendeel van de respondenten in 2000 of later is aangevangen (55%). Een aanzienlijk deel – ruim een kwart – was echter al voor 1995 actief in de sector.

Van de respondenten is 45% vóór 2000 begonnen in de muzieksector, terwijl maar 28% van de respondenten vóór 2000 met deze formatie is begonnen. Dit komt doordat veel respondenten in meerdere formaties hebben opgetreden, waardoor deze formatie niet de eerste hoeft te zijn. Daarnaast geven ze aan ook in wisselende samenstellingen spelen.

De antwoorden op de open vraag naar de manier waarop de formatie is ontstaan, vertonen de nodige variatie. Niettemin vallen een vijftal hoofdcategorieën: vrienden, school, andere bands, solo project en anders.

Uit figuur 6.1. valt af te lezen dat bijna veertig% van de formaties is ontstaan door wederzijdse vrienden en interesses, terwijl ruim een kwart van de respondenten aangeeft solo te werken

Manieren ontstaan bands



Figuur 6.1 Manier van ontstaan formaties (N=72)

Tabel 6.2. geeft een overzicht van het aantal leden per formatie. Gemiddeld tellen de formatie tussen de 3 en 4 leden. Bijna de helft van de formaties bestaat uit 4 of meer leden, terwijl dertig% van de respondenten alleen werkt. Duo's en trio's komen betrekkelijk weinig voor.

Aantal leden formaties

Aantal leden formaties	% respondenten
1	30
2	4
3	10
4	19
5	17
6	5
meer	5
wisselende samenstelling	<u>10</u>
	100

Tabel 6.2 Aantal leden formaties (N=76)

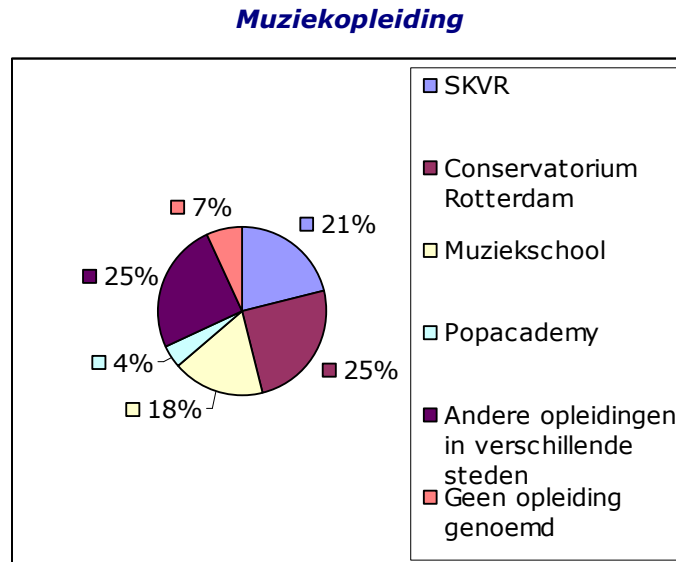
De leeftijd van de respondenten varieert van 16 tot en met 50 jaar en het algehele gemiddelde bedraagt 27,5 jaar. De grootste groep bevindt zich in de leeftijdscategorie van 23 tot en met 27 jaar. Ruim de helft van de respondenten is tussen de 23 en 32 jaar.

Leeftijd respondenten

<u>Gemiddelde leeftijd</u>	<u>% respondenten</u>
16-22 jaar	14
23-27 jaar	34
28-32 jaar	22
33-37 jaar	19
38-50 jaar	<u>11</u>
	100

Tabel 6.3 Leeftijd respondenten (N=73)

Bijna tweederde van de respondenten geeft aan dat zij geen muziekopleiding hebben gevolgd, wat hoger is dan verwacht. Ruim eenderde van de respondenten heeft wel een muziekopleiding gevolgd. Figuur 6.2 geeft hiervan een overzicht.



Figuur 6.2 Muziekopleiding respondenten (N=28)

Van de 28 respondenten die een muziekopleiding hebben gevolgd, hebben er 26 ingevuld welke opleiding dat was. De helft van hen heeft een opleiding gevolgd in Rotterdam: een kwart heeft gestudeerd aan het *conservatorium in Rotterdam*, 21% heeft les gehad bij de *SKVR* en 4% heeft op de *Popacademy* gezeten. Een kwart van alle respondenten heeft een opleiding gevolgd in een andere stad dan Rotterdam.

Als er gekeken wordt naar de respondenten die al dan niet een opleiding hebben gevolgd in combinatie met de inkomsten die ze uit muziek genereren ziet dat er als volgt uit:

Inkomsten uit muziek

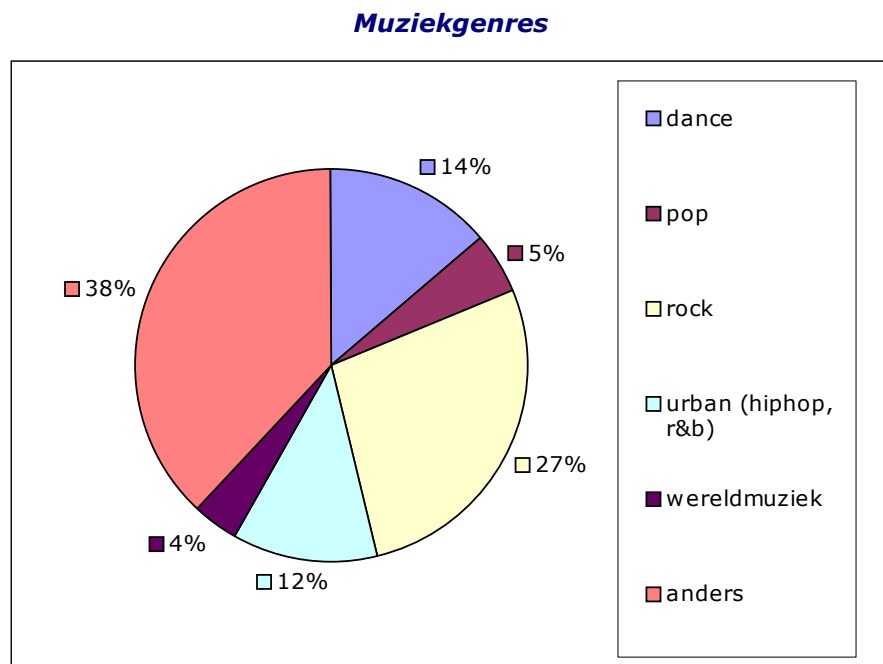
Inkomsten uit muziek	Respondenten met muziekopleiding	Respondenten zonder muziekopleiding
Geen inkomsten	31	40
Gedeeltelijk	38	30
Volledig	6	7
Geen idee	<u>25</u>	<u>23</u>
	100	100

Tabel. 6.4 Inkomsten uit muziek van respondenten met en zonder muziekopleiding (N=46)

Een kwart van de respondenten die een muziekopleiding hebben gevolgd, weet niet wat hun inkomsten zijn uit hun muzikale activiteiten. Het percentage dat geen inkomsten uit muziek genereert is groter bij degenen zonder muziekopleiding dan bij degenen die wel een muziekopleiding hebben gevolgd, 40% tegenover 31%. Het percentage dat gedeeltelijk inkomsten uit muziek haalt is groter bij de respondenten met een muziekopleiding. Het percentage respondenten dat alle inkomsten uit de muziek genereert ligt voor de respondenten zonder muziekopleiding niet of nauwelijks hoger dan voor de respondenten die wel muziekopleiding hebben gehad. Over het algemeen genereren respondenten die een muziekopleiding hebben gevolgd meer inkomsten uit muziek dan degenen die geen muziekopleiding hebben gevolgd.

Muziekpraktijk en optredens

De antwoorden op de vraag wat het hoofdgenre of de stijl van de formatie is, lopen uiteen. De vraag is beantwoord door 77 respondenten. In onderstaande grafiek is de verdeling te zien. Ruim een kwart zegt het genre rock ten gehore te brengen, terwijl geen van de respondenten actief is op het gebied van jazz of klassieke muziek. We hebben ons in dit onderzoek beperkt tot het genre popmuziek, waardoor het niet verwonderlijk is dat de stijlen jazz en klassieke muziek weinig voorkomen.



Figuur 6.3. Hoofdgenre formaties (N=77)

Wat opvalt, is dat de categorie overig vrij groot is (38%). Deze antwoorden zijn bijna niet te categoriseren.

Daarvoor werden teveel verschillende antwoorden gegeven, waarbij veel respondenten ook nog eens meerdere stijlen naast elkaar als hoofdstijl noemden. Dit geeft aan dat de respondenten het lastig vinden hun muziek in een bepaalde stijl of een genre te benoemen, er wordt ook vaak gesproken van cross-overs. Er is getracht een aantal stijlen uit de categorie 'anders', die dicht bij elkaar lagen te categoriseren. Het grootste gedeelte, 24%, blijft in de categorie overig vallen. Het grootste 'overige' genre, zijn stijlen van rock (21%), zoals "punk rock'n roll", "punkrock", "rockabilly" en "rock'n roll".

Vraag 9 betreft het aantal keren dat per jaar wordt opgetreden. Het aantal jaarlijkse optredens varieert van 0 tot 100. Het gemiddeld aantal optredens ligt tussen de 12 en 15 per jaar. De grootste groep respondenten treedt tussen de 12 en 22 keer per jaar op (33%). Van alle respondenten hebben er drie nog nooit opgetreden (4%).

Optredens formaties

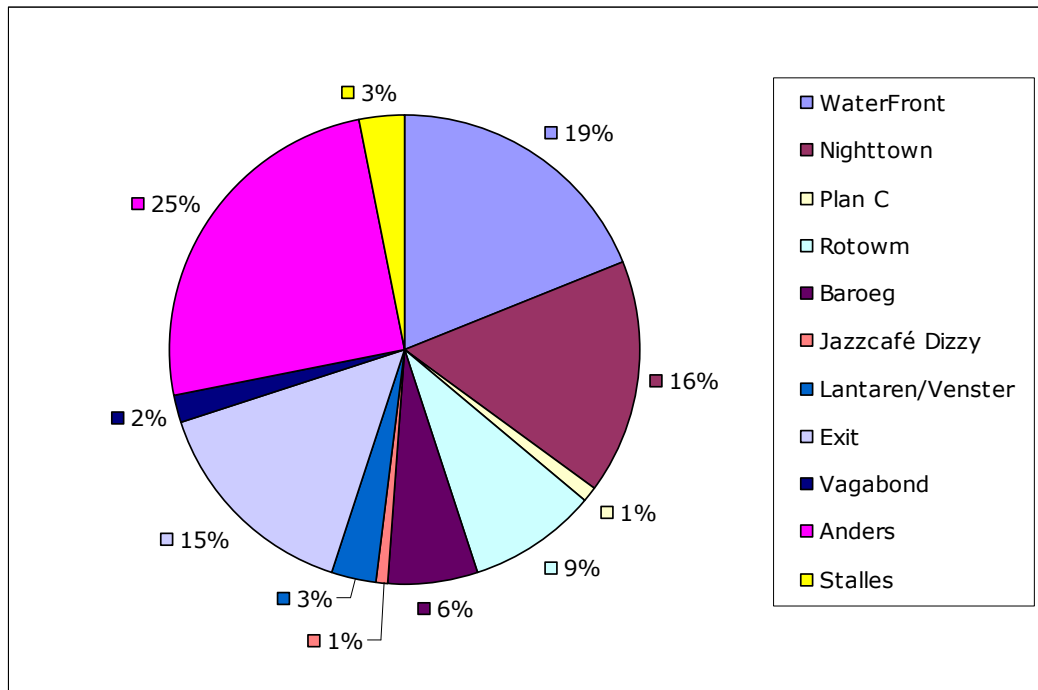
Optredens per jaar	% respondenten	Optredens in Rotterdam	% respondenten
0	4	0	7
1-5 keer	17	1 keer	19
7-11 keer	17	2-4 keer	23
12-22 keer	33	5-7 keer	24
25-47 keer	17	9-12 keer	18
50-100 keer	<u>11</u>	15-20 keer	<u>9</u>
	99		100

Tabel 6.5 Optredens per jaar (N=75) en in Rotterdam (N=74)

De vraag hoe vaak de respondenten in Rotterdam hebben opgetreden, sluit hierop aan. Het aantal Rotterdamse optredens varieert van 0 tot 20 keer per jaar opgetreden. Het gemiddeld aantal optredens bedraagt iets meer dan 4 keer.

Van deze respondenten hebben er vijf nooit opgetreden in Rotterdam. Bijna 40% van de respondenten treedt tussen de 1 en 4 keer op in Rotterdam, circa een kwart heeft 5 tot 7 Rotterdamse optredens, terwijl eveneens ruim een kwart meer 9 tot 20 optredens in Rotterdam heeft.

Optredens podia



Figuur 6.4 Optredens podia Rotterdam (N=75)

Figuur 6.3. laat zien op welke Rotterdams podia de formaties van de respondenten hebben opgetreden en hoe vaak. Er waren meerdere keuzes mogelijk. Er is 177 keer opgetreden in totaal. Een kwart van de optredens betreft andere plekken dan de voorgelegde keuzes. Het gaat hier om hier verschillende podia, waarbij respondenten vaak ook meerdere podia noemden. *Het Poortgebouw*, *Worm* en *The Little Cave* huisvestten elk circa tien% van optredens. Het vaakst werd opgetreden in *WaterFront* (19%), waar de respondenten gemiddeld drie keer hebben opgetreden, gevolgd door *Nighttown* en de *Exit*. Op de overige podia is gespeeld door tussen de 1 en 5 formaties. Maar één% van de respondenten heeft ooit in *Dizzy* opgetreden, terwijl geen enkele formatie in *Bluesociëteit l'Esprit* heeft gespeeld. Dit valt te verklaren doordat het hier om een jazz en blues podium gaat en geen van de respondenten actief is in het genre jazz en de stijl blues (zie vraag 8). Een kleine groep respondenten geeft aan op geen enkel podium in Rotterdam te hebben gestaan.

Van alle respondenten hebben er 46 op tenminste één van de meer prestigieuze podia in Rotterdam gestaan, waartoe we *Nighttown* (inmiddels gesloten), *WaterFront* en *Rotown* rekenen. Zes respondenten hebben zowel in *Nighttown*, *Rotown* als *WaterFront* gespeeld.

Tabel 6.6 geeft een nader beeld van deze respondenten: of ze een muziekoopleiding hebben gevolgd, welk genre ze beoefenen, of ze hebben meegedaan aan talentenjachten, de gemiddelde leeftijd van de leden van de formatie(s) waarin ze spelen en wat het percentage aan inkomsten uit muziek is.

Optredens meest prestigieuze podia

Respondent nummer	Talentenjacht	genre	leeftijd	opleiding	inkomsten uit muziek
1	nee	overig*	50	muziekschool	0
2	nee	overig**	40	SKVR	0
3	ja	wereld	35	SKVR en privé lessen	geen idee
4	ja	urban	27	nee	100%
5	ja	rock	36	nee	0
6	ja	rock	28	nee	geen idee

Tabel 6.6 Optredens op de drie meest prestigieuze podia (N=6)

*singer/songwriter

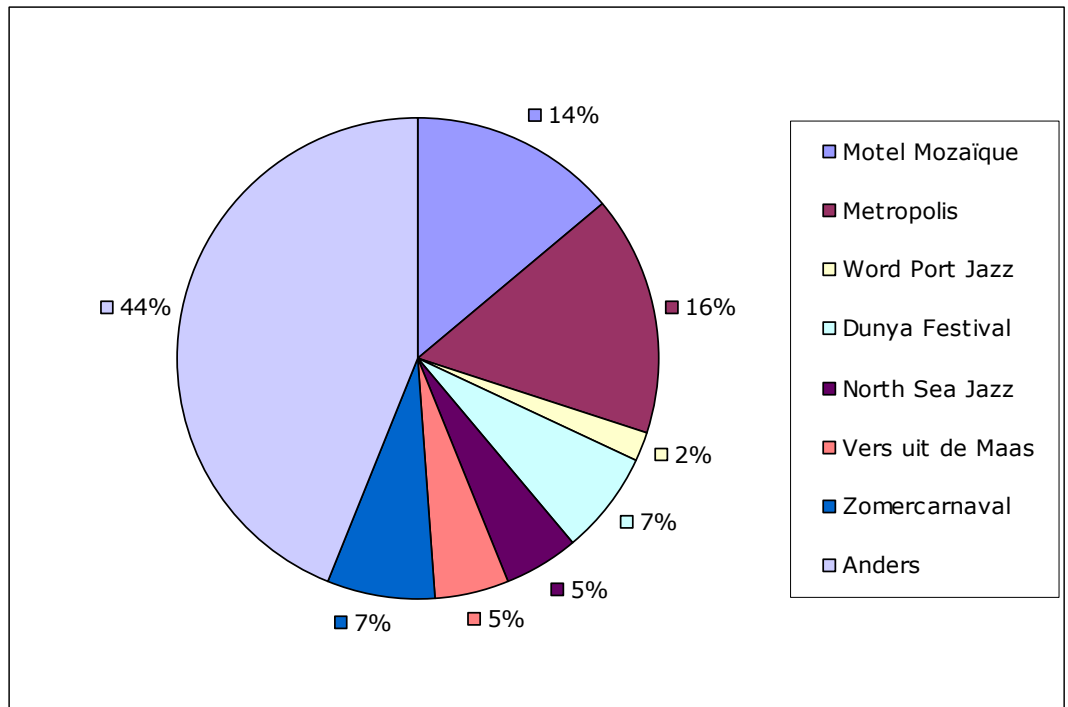
**rockabilly

Slechts een van de zes betrokkenen zegt inkomsten uit muziek te genereren en wel 100%. Wat opvalt is dat de gemiddelde leeftijd van de bandleden van de formaties van deze zes respondenten vrij hoog ligt, op 36 jaar. Dit zou kunnen aangeven dat het even duurt voordat bands optreden op grote podia en dat er eerst op andere plaatsen (bijvoorbeeld kleinere podia) opgetreden moet worden.

Van de 46 respondenten heeft 57% op minimaal twee van de prestigieuze podia gespeeld. In totaal hebben 25 van de 46 respondenten op één of meer talentenjachten gestaan; van deze groep heeft 60% op twee of meer van de prestigieuze podia gespeeld. Degenen die hebben meegedaan aan een talentenjacht hebben dus iets vaker op de prestigieuze podia gestaan dan degenen die niet mee hebben gedaan aan een talentenjacht, maar het verschil is klein.

De respondenten hebben minder opgetreden op de festivals dan op de podia. In totaal is er 45 keer opgetreden op de festivals in Rotterdam door 42 respondenten.

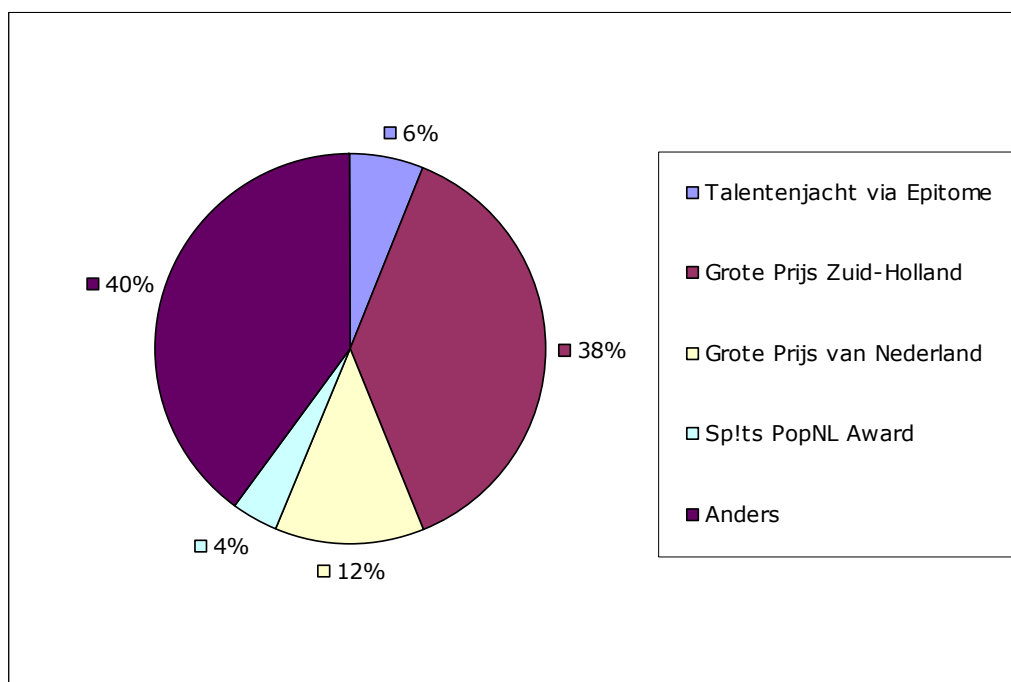
Optredens festivals



Figuur 6.5 Optredens festivals Rotterdam (N=75)

Van alle festivaloptredens in Rotterdam, heeft ruim 40% plaatsgevonden op andere festivals dan de voorgelegde keuzes. De antwoorden in de categorie 'overig' liepen sterk uiteen: het enige festival waar meerdere respondenten hebben gespeeld is de *Fast Forward Dance Parade*, waar 6% van de respondenten uit de categorie heeft opgetreden. *Motel Mozaiïque* en *Metropolis* hebben respectievelijk 14 en 16% van de optredens gehuisvest. Op beide festivals is gemiddeld 1 keer opgetreden en op de andere festivals is gemiddeld tussen de 1 en 3 keer gespeeld. Wat opvalt, is dat er op geen enkel festival – anders dan bij de podia - meer dan 3 keer is opgetreden per formatie. Opmerkelijk is dat ruim de helft van de respondenten (56%) op geen enkel festival in Rotterdam heeft opgetreden. Door geen van de respondenten is opgetreden op het *World Port Jazz festival*, wat verklaarbaar is gezien de genres waarin de respondenten actief zijn. Toch zien we in de resultaten dat 3% van de respondenten op het *North Sea Jazz* heeft opgetreden. Dit hangt waarschijnlijk samen met het feit dat dit festival verschillende soorten muziek programmeert in plaats van alleen maar jazz. Het geringe aantal optredens op festivals in vergelijking tot het aantal optredens op podia kan worden verklaard doordat de meeste festivals één keer per jaar worden gehouden en één of een paar dagen duurt. De podia zijn het hele jaar geopend waardoor er meer mogelijkheden zijn om Rotterdams talent te programmeren.

Optredens talentenjacht I

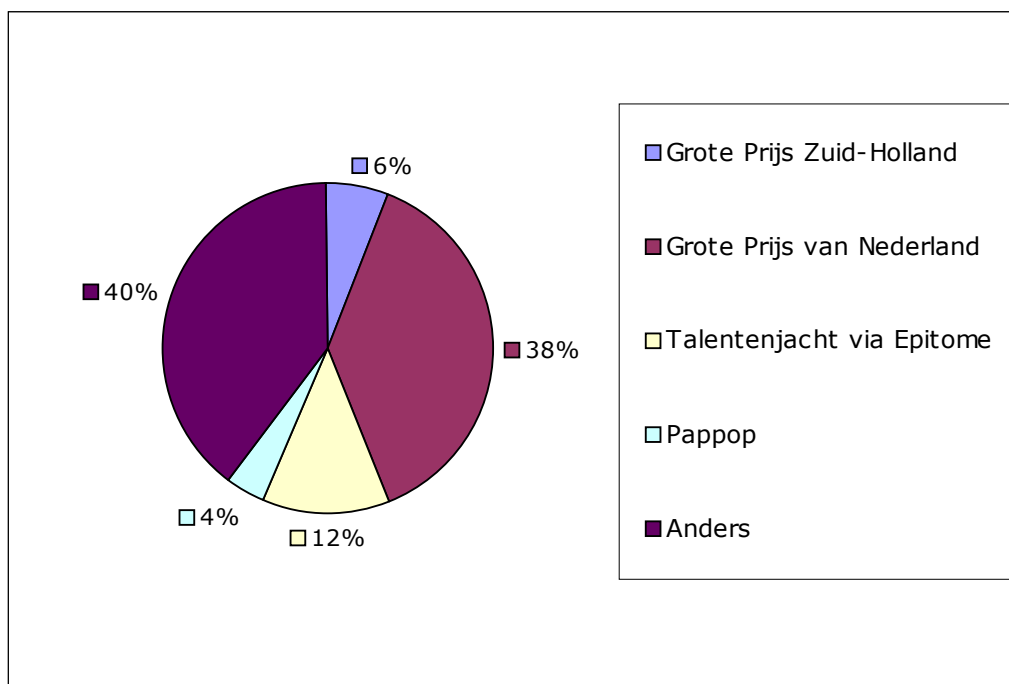


Figuur 6.6 Optredens talentenjachten I (N=41)

Een grote groep respondenten - 40% - heeft nog nooit aan een talentenjacht meegedaan. In totaal is er 50 keer op de talentenjachten opgetreden door 41 respondenten. Van alle optredens op talentenjachten heeft 40% plaatsgevonden op andere talentenjachten dan de voorgelegde keuzes. Het vaakst werd meegedaan aan de *Grote Prijs van Zuid-Holland*.

Van de 41 respondenten die hebben meegedaan aan een talentenjacht, hebben 30 respondenten de vraag beantwoord op welke talentenjacht ze hebben opgetreden, in welk jaar dat was, op welke plaats ze zijn geëindigd en wat ze aan de talentenjacht hebben overgehouden. Er is aan de talentenjachten meegedaan tussen 1994 en 2007. Aan de *Grote Prijs van Zuid-Holland* (GPZH) hebben 9 respondenten meegedaan, 3 respondenten hebben op *Pappop* gestaan, terwijl eveneens een drietal respondenten op een talentenjacht via *Epitome Entertainment* opgetreden. Een respondent deed mee aan de *Grote Prijs van Nederland* en 14 respondenten hebben aan een andere talentenjacht deelgenomen. Dat het aantal deelnemers aan de GPZH 30% is, kan komen doordat een aantal emailadressen verkregen is via de organisator van de GPZH. Het ligt voor de hand dat er meer deelnemers aan deze talentenjacht in het GPZH-bestand staan, dan deelnemers aan andere talentenjachten.

Optredens talentenjacht II



Figuur 6.7 Optredens talentenjachten II (N=30)

Van alle respondenten die hebben meegedaan aan een talentenjacht, hebben er 30 antwoord gegeven op de vraag op welke plaats ze zijn geëindigd en wat ze aan de talentenjacht hebben overgehouden (zie tabel 6.7). Bijna 40% van de respondenten is als eerste geëindigd op de talentenjacht. Ruim een kwart weet niet op welke plaats ze zijn geëindigd. Dit komt waarschijnlijk doordat vaak alleen de plaatsen één, twee en drie bekend worden gemaakt.

Evenals de eerste talentenjacht, zijn ook de tweede talentenjachten waar de respondenten aan hebben deelgenomen bijna allemaal verschillend. Ook hier behelst de periode 1994-2007 en heeft een grote groep – ruim 45% - de eerste plaats bemachtigd, ruim 45%. Wederom weet een aantal respondenten (circa 20%) niet als hoeveelste ze zijn geëindigd. Meer dan de helft van de respondenten kan niet aangeven wat ze aan de talentenjacht hebben overgehouden of zijn van mening dat deze hen weinig heeft opgeleverd.

Na de eerste twee talentjachten hebben vier respondenten aan een derde talentenjacht meegedaan in de periode 2004-2006. Eén respondent weet niet om welke plaats zijn/haar formatie is geëindigd, twee zijn tweede geworden en één is derde geworden. Eén respondent heeft optredens eraan over gehouden, één respondent geld, één weet het niet en de vierde respondent zegt er niets aan over gehouden te hebben.

Er is één respondent die aan meer dan drie talentenjachten heeft deelgenomen. Bij de vierde talentenjacht is de respondent tweede geworden en bij de laatste talentenjacht eerste. Aan beide talentenjachten heeft de respondent diverse optredens over gehouden.

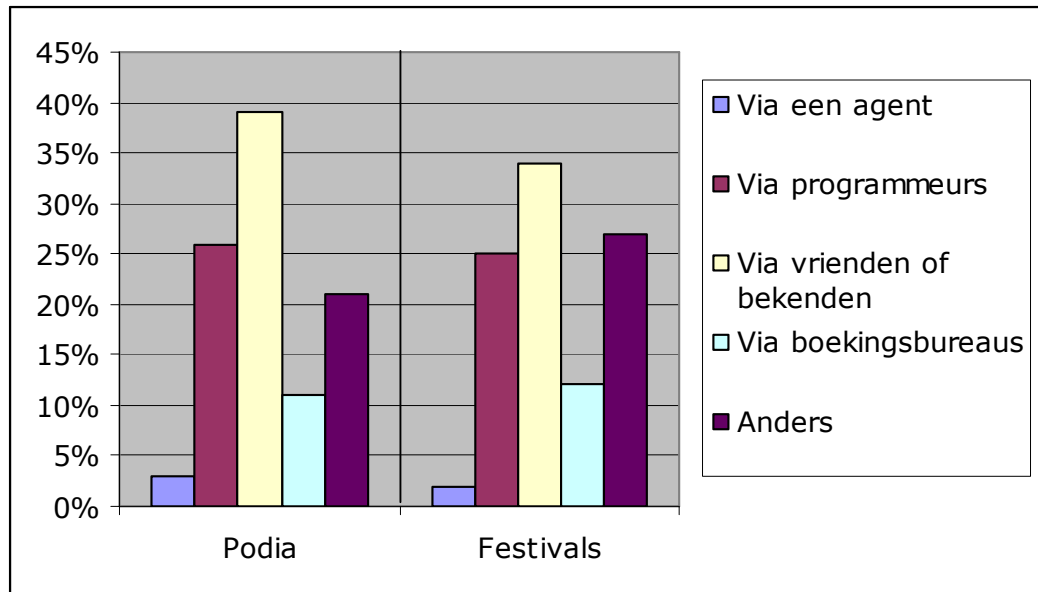
Geëindigde plaats en spin-off talentenjacht I, II en III

Geëindigde plaats talentenjacht	% respondenten	Gewonnen prijzen	% respondenten op prijzen
I			
eerste	37	optredens	20
tweede	30	studiotijd	13
derde	7	overig	17
vierde of lager	3	geen idee	20
geen idee	23	niets	30
II			
eerste	45	optredens	27
publieksprijs	9	geld	9
vierde	9	platenbon	9
vijfde	9	geen idee	27
geen idee	23	niets	27
III			
tweede	50	optredens	25
derde	25	geld	25
geen idee	25	geen idee	25
		niets	25

Tabel 6.7 Geëindigde plaats talentenjacht en gewonnen prijzen op een eerste talentenjacht (N=30), tweede talentenjacht (N=11) en een derde talentenjacht (N=4)

Bij de vraag op welke manier men wordt benaderd voor optredens op podia waren meerdere keuzes mogelijk en zijn in totaal 135 keuzes gemaakt. Bijna veertig% van de contacten worden gelegd via vrienden of bekenden. Ruim een kwart wordt geregeld via programmeurs en een vijfde deel van de contacten verloopt op een andere manier, meestal op initiatief van de artiesten zelf (in de helft van de gevallen) of via de website (21%).

Benadering optredens podia en festivals



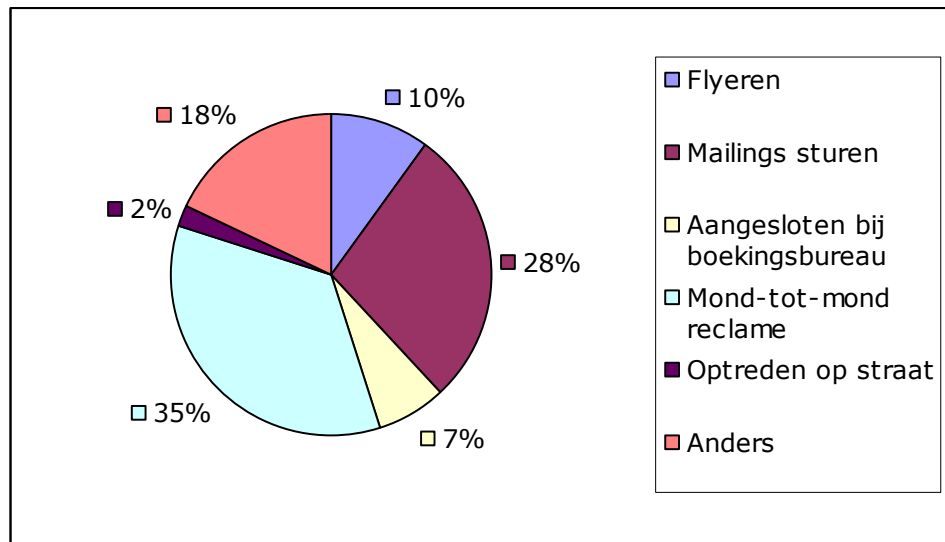
Figuur 6.8 Verkrijgen optredens podia (N=76) en festivals (N=73)

Voor de benadering voor optredens op festivals hebben 73 respondenten geantwoord. Ook bij deze vraag waren meerdere keuzes mogelijk en in totaal zijn er 118 keuzes gemaakt. Veel optredens op festivals worden - net als bij de optredens op podia het geval is - geregeld via vrienden of bekenden (34%). Evenals bij de podia wordt een kwart van de boekingen geregeld via programmeurs en komt ruim een kwart op een andere manier tot stand, meestal op eigen initiatief (40%) en of via een eigen website (16%).

De manieren om optredens te verkrijgen op podia en festivals in Rotterdam, lopen voor beide speelplekken niet ver uiteen. De categorie overig is bij de festivals groter dan via een programmeur, wat bij de podia andersom ligt.

In veel gevallen doen de respondenten dus zelf aan promotie om optredens te vergaren. Figuur 6.9 laat zien van wat hun voornaamste strategie is.

Promotie formaties

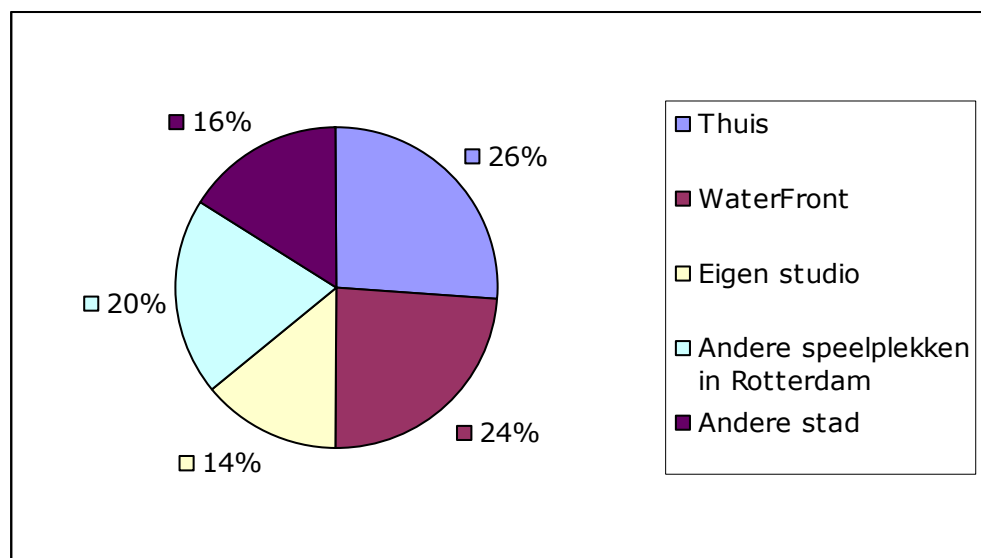


Figuur 6.9 Promotie (N=73)

Mond-tot-mond reclame (35%) is de populairste methode, gevolgd door het versturen van mailings (28%). Deze 28 respondenten volgen een andere weg: Tien van hen sturen cd's of demo's op (34%) en 6 respondenten zeggen voornamelijk te bellen, te bellen en nog eens te bellen (21%).

Op de vraag waar men pleegt te repeteren, hebben 70 respondenten antwoord gegeven.

Repetitieruimten



Figuur 6.10 Repetities (N=70)

Ruim een kwart van de respondenten oefent thuis en bijna een kwart doet dat in *WaterFront*. Eenvijfde oefent op andere speelplekken in Rotterdam en 16% oefent in een andere stad. Van de respondenten heeft 14% een eigen studio of eigen oefenruimte.

Inkomsten per optreden

Gemiddelde verdiensten per optreden in euro's	% respondenten
geen inkomsten	23
< 101	34
101-200	16
201-400	14
401-800	6
801-1500	3
1501-3000	<u>3</u>
	99

Tabel 6.8 Inkomsten per optreden (N=62)

De vraag naar het gemiddelde honorarium per optreden is door 62 respondenten beantwoord. Er wordt tussen de 0 en 3000 euro verdiend met optredens, het gemiddelde ligt rond de 309 euro per optreden. Ruim eenderde van de respondenten krijgt minder dan 100 euro betaald per optreden en 14 respondenten treden onbezoldigd op. Een klein deel van de respondenten (12%) verdient meer dan 800 euro per optreden.

Er is door 62 respondenten antwoord gegeven op de vraag hoeveel ze betalen om in oefenruimtes te spelen. Ruim 10% van de respondenten gaf het antwoord 'niet van toepassing'. De respondenten betalen tussen de 0 en 125 voor de oefenruimtes, met een gemiddelde van 24 euro.

Circa 31% van de respondenten beschikt over een gratis oefenruimte en 2% betaalt minder dan 10 euro. Een aantal van de respondenten die niets betalen, kunnen via school oefenen. Ruim een kwart betaalt tussen de 21 en 30 euro.

Kosten oefenruimtes

<u>bedrag in euro's</u>	<u>% respondenten</u>
gratis	31
<11	2
11-20	18
21-30	27
31-40	11
41-50	5
51-125	<u>7</u>
	101

Tabel 6.9 Kosten spelen oefenruimtes (N=62)

De respondenten is vervolgens gevraagd hoeveel geld zij gemiddeld uitgeven per maand aan apparatuur, promotie en dergelijke. Er blijkt tussen de 0 en 400 euro uitgegeven te worden per maand met een gemiddelde van 109 euro. Ongeveer 10% van de respondenten zegt niet te weten hoeveel ze uitgeven per maand. Ruim 40% besteedt minder dan 50 euro per maand, en bijna driekwart geeft minder dan 100 euro uit.

Uitgaven apparatuur, promotie en dergelijke

<u>uitgaven in euro's</u>	<u>% respondenten</u>
0	19
< 51	22
51-100	31
101-200	19
201-400	<u>10</u>
	101

Figuur 6.10 Uitgaven apparatuur, promotie en dergelijke (N=65)

De vraag over de gemiddelde netto inkomsten is door 60 respondenten beantwoord (zie tabel 6.11). Zeven respondenten vonden dat dit ons niet aanging of ze wisten het niet precies. Er wordt tussen de 0 en 2500 euro verdiend per maand met een gemiddelde van 867 euro. De antwoorden zijn gecategoriseerd. Ruim eenderde van de respondenten verdient tussen de 0 en 250 euro per maand. Binnen deze categorie zijn er 13 respondenten die niets verdienen (25%). Ruim een kwart van de respondenten verdient tussen de 1000 en 2000 euro per maand.

Inkomsten en inkomsten uit muziek

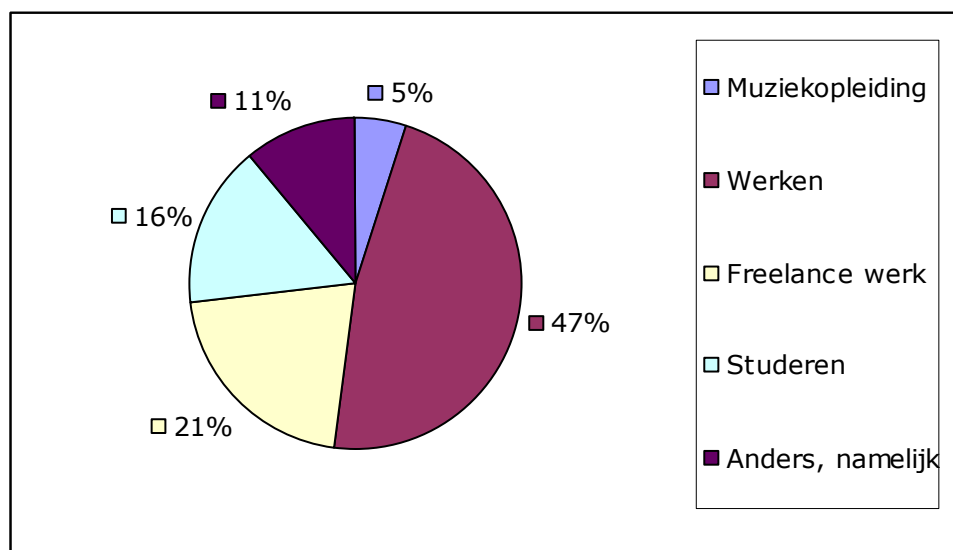
inkomsten in euro's	% respondenten	inkomsten uit muziek	%respondenten
geen	25	geen	54
1-251	11	1-10	19
251-500	6	11-30	8
501-750	9	31-50	4
751-1000	11	51-70	2
1001-2000	26	71-100	<u>13</u>
2001-3000	<u>11</u>		
	99		100

Tabel 6.11 Gemiddelde inkomsten (N=60) en inkomsten uit muziek (N=59)

De vervolgvraag naar het deel van de inkomsten dat men uit het werk als muzikant genereert is door vrijwel alle betrokkenen, 59 in totaal, beantwoord. Zeven van hen hebben geen idee of zeggen dat deze vraag niet van toepassing is. Meer dan helft van de respondenten blijkt niets uit de muziek te verdienen, terwijl een grote groep maar een klein deel van de inkomsten uit de muziek haalt. Slechts 13% van de respondenten valt in de hoogste categorie valt, 71 tot 100% inkomsten uit muziek, waarvan 6 van de 7 respondenten 100% uit de muziek genereren. Respondenten genereren dus óf heel weinig tot geen inkomsten uit de muziek, óf bijna 100%. De middencategorieën zijn niet groot.

Er zijn door de 69 respondenten, in totaal 87 activiteiten naast het maken van muziek genoemd (zie figuur 6.11). Bijna de helft is werk en ruim een vijfde noemt freelance werk. Van de respondenten zegt 10% andere activiteiten te hebben dan de voorgelegde keuzes. Slechts 3 respondenten zeggen niets naast het maken van muziek te doen.

Activiteiten naast muziek



Figuur 6.11 Activiteiten naast het maken van muziek (N=69)

Opvattingen respondenten over het muziekklimaat in Rotterdam

Veel respondenten – meer dan 45% - onderschrijven de stelling dat Rotterdam geen goede mogelijkheden biedt voor muziektalent. Als het gaat om de ontplooiingskansen voor muziektalent in Rotterdam is men iets gematigder: eenderde van de respondenten vindt dat muziektalent zich in Rotterdam niet goed kan ontwikkelen, maar eveneens eenderde denkt hier anders over, terwijl nog eens eenderde hierover geen uitgesproken mening heeft.

Rotterdam biedt goede mogelijkheden voor muziektalent:		Rotterdam is een stad waar je je als muziektalent goed kunt ontwikkelen:	
	%		%
helemaal mee eens	7	helemaal mee eens	9
grotendeels mee eens	17	grotendeels mee eens	23
niet mee eens, niet mee oneens	30	niet mee eens, niet mee oneens	34
grotendeels mee oneens	39	grotendeels mee oneens	29
helemaal mee oneens	<u>7</u>	helemaal mee oneens	<u>6</u>
	100		101

Tabel 6.12 Stelling over mogelijkheden voor muziektalent in Rotterdam (N=70)

Rotterdamse podia en festivals besteden genoeg aandacht aan Rotterdams muziektalent:

	% podia	% festivals
helemaal mee eens	4	1
grotendeels mee eens	10	16
niet mee eens, niet mee oneens	24	23
<i>grotendeels mee oneens</i>	<i>46</i>	<i>40</i>
helemaal mee oneens	<u>16</u>	<u>17</u>
	100	100

Tabel 6.13 Stelling over de mogelijkheden op podia en festivals in Rotterdam (N=70)

Een ruime meerderheid van de respondenten vindt dat de Rotterdamse podia (62%) en festivals (57%) onvoldoende aandacht besteden aan Rotterdams muziektalent. Slechts een kleine groep van de respondenten vindt dat er genoeg aandacht wordt besteedt aan lokaal talent en een kwart is het eens noch oneens met de stelling. Over de ruimte voor Rotterdams talent op de podia is men het minst tevreden. Dit is enigszins opvallend gezien het feit dat de respondenten veel vaker hebben opgetreden op podia dan op festivals in Rotterdam. Tegenover 177 podiumoptredens staan slechts 45 festivaloptredens, terwijl meer dan de helft van de respondenten nooit op een Rotterdams festival had opgetreden. Dit kan liggen doordat er meer mogelijkheden zijn voor optredens op podia dan op de festivals (zie vraag optredens op festivals).

<i>Er zijn genoeg oefenruimtes voor muziektalent in Rotterdam:</i>		<i>Doordat het aantal evenementen en festivals blijft groeien in Rotterdam krijgt muziektalent meer kansen om op te treden::</i>	
	%		%
helemaal mee eens	7	helemaal mee eens	6
<i>grotendeels mee eens</i>	<i>33</i>	grotendeels mee eens	29
niet mee eens, niet mee oneens	29	<i>niet mee eens, niet mee oneens</i>	<i>31</i>
grotendeels mee oneens	21	grotendeels mee oneens	23
helemaal mee oneens	<u>10</u>	helemaal mee oneens	<u>11</u>
	100		100

Figuur 6.14 Stellingen oefenruimtes en mogelijkheden voor muziektalent door groei evenementen en festivals (N=70)

De grootste groep respondenten (41%) onderschrijft de stelling dat er genoeg oefenruimtes zijn in Rotterdam. Circa eenderde van de respondenten acht het aanbod van oefenruimtes onvoldoende.

Als muzikanten hebben opgetreden op een festival, talentenjacht of poppodium, dan heeft dat positieve gevolgen zoals andere optredens die worden aangeboden, meer bekendheid of platendeals:

	%
helemaal mee eens	17
grotendeels mee eens	32
niet mee eens, niet mee oneens	32
grotendeels mee oneens	14
helemaal mee oneens	4
	99

Figuur 6.15 Stelling over spin-off na optredens op speelplekken (N=69)

Ruim de helft van de respondenten is van mening dat optredens bevorderlijk zijn voor het verwerven van meer bekendheid en nieuwe optredens, terwijl eenderde het hier eens noch oneens is. Slechts een kleine groep is het oneens met de stelling.

Welke muziekgenres in Rotterdam krijgen te weinig aandacht op de podia en festivals?

De respondenten hebben in antwoord op deze vraag in totaal 93 keer een genre genoemd. Volgens hen blijft in eerste instantie het genre rock onderbelicht en verdienen daarnaast met name pop, jazz en dance meer aandacht. Dat vooral rock wordt genoemd is niet gek aangezien ruim een kwart van de respondenten dit genre zelf zegt te spelen (zie figuur 6.3) en ook bij de categorie overig bij diezelfde vraag voornamelijk stijlen van rock werden genoemd. De categorie 'anders' is ook in tabel 6.16 groot (bijna 40%), evenals bij de vraag naar hoofdgenre van de formatie; het betreft hier wederom stijlen als punkrock, rockabilly en hardrock. De respondenten lijken in Rotterdam dus vooral de genres en stijlen te missen die ze zelf spelen.

Muziekgenres	%
klassiek	4
urban	6
wereld	6
dance	9
jazz	10
pop	11
rock	16
anders, namelijk...	<u>38</u>
	100

Tabel 6.16 Stelling omtrent aandacht muziekgenres op podia en festivals (N=69)

<i>Waar liggen op dit moment de beste kansen voor popbands om bekend te worden?</i>		<i>Waar zouden nieuwe muziekgenres moeten worden geïntroduceerd/gepromoot?</i>	
	%		%
podia	14	op podia	34
festivals	19	op festivals	33
talentenjachten	10	op talentenjachten	12
televisieprogramma's	13	via het muziekonderwijs	8
Youtube	14	op speelplekken	9
Sellaband	2	Anders, namelijk	<u>5</u>
MySpace	22		
anders, namelijk.....	<u>6</u>		
	100		101

Figuur 6.17 Stellingen betreffende kansen om bekend te worden en introductie nieuwe muziekgenres (N=69)

Veel respondenten beschouwen Internet als een belangrijke mogelijkheid om bekend te worden voor muzikanten. Bijna 40% van de antwoorden betreft mogelijkheden via Internet als MySpace, Youtube en Sellaband, waarvan MySpace de hoogste ogen gooit. Daarnaast ziet men de festivals en podia nog altijd als belangrijke plaatsen om bekend te worden. Als we Internet buiten beschouwing laten en vragen waar nieuwe muziekgenres in Rotterdam zouden moeten worden gepromoot, dan komt duidelijk naar voren dat podia en festivals volgens de respondenten hier een voortrekkersrol dienen te vervullen.

<i>Er is in Rotterdam een goede samenwerking binnen de muzieksector:</i>		<i>Er is in Rotterdam een keten van talentenjachten – podia – festivals:</i>	
	%		%
helemaal mee eens	1	helemaal mee eens	6
grotendeels mee eens	6	grotendeels mee eens	13
niet mee eens, niet mee oneens	43	niet mee eens, niet mee oneens	41
grotendeels mee oneens	32	grotendeels mee oneens	26
helemaal mee oneens	17	helemaal mee oneens	14
	99		100

Figuur 6.18 Stellingen over samenwerking en keten in de Rotterdamse muzieksector (N=69)

Veel respondenten (43%) zijn het eens noch oneens met de stelling dat er een goede samenwerking is binnen de muzieksector in Rotterdam, maar de grootste groep – in totaal ruim 50%- vindt dat de samenwerking te wensen overlaat. Aan het bestaan van een keten worden eveneens getwijfeld. Circa tweevijfde is het met de stelling eens noch oneens, maar eveneens tweevijfde vindt dat niet van zo'n keten gesproken kan worden.

De vraag, hoe de gemeente Rotterdams muziktalent zou kunnen en/of moeten faciliteren, heeft vele antwoorden opgeleverd. Deze zijn moeilijk te categoriseren, aangezien er per antwoord meerdere opties worden gegeven en ze zeer divers zijn.

Maar liefst 60 respondenten hebben deze vraag beantwoord. In grote lijnen is men vooral van mening dat er een bredere en betere programmering moet komen op de podia (en ook op festivals).

Op deze manier kunnen de podia en festivals meer talent laten spelen en kan een diverser aanbod ontstaan, wat het popklimaat ten goede komt. De podia die het goed doen, moeten subsidie krijgen om dit te kunnen bewerkstelligen. De komst van een groot podium of heropening van Nighttown, wat op hetzelfde neer komt, wordt door een aantal respondenten genoemd en ook moet er in Rotterdam een betere doorstroom komen vanuit het onderwijs naar podia, festivals en talentenjachten. Verder zouden de respondenten graag meer podia en festivals zien komen in Rotterdam. De gemeente moet volgens hen een scherpere visie ontwikkelen en eens goed nadenken voor er geld wordt uitgegeven, en vervolgens moet er wel genoeg geld aan projecten worden besteed.

Kortom:

- meer subsidies in het algemeen
- meer subsidies voor een verbreding en verbetering van de programmering van podia en festivals, wat moet zorgen voor meer kansen voor talent
- betere doorstroom vanuit het onderwijs naar podia en festivals
- groot podium à la *Nighttown*
- meer podia
- meer festivals
- meer visie bij de gemeente en daadkracht

De vraag welk podium of festival er in Rotterdam moet komen is beantwoord door 61 respondenten. Ook in dit geval vallen de antwoorden moeilijk te categoriseren. Veel respondenten zeggen hun antwoord op de vraag 'al bij de vorige vraag te hebben gegeven' en een aantal weet niet wat er bij moet komen.

De grootste groep respondenten geeft echter aan dat zij het liefst een middelgroot tot groot podium in de stad willen, waar een diversiteit aan muziekstijlen te horen is. Daarnaast noemen een aantal respondenten de *Exit* als voorbeeld voor andere laagdrempelige podia. Dit podium biedt talent kansen en hier zouden er meer van mogen komen.

7. VERGELIJKING, CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

7.1 Inleiding

In dit hoofdstuk zullen de uitkomsten van de interviews en de enquête worden geanalyseerd in paragraaf 7.2. Er wordt gekeken naar (opmerkelijke) overeenkomsten en verschillen tussen beide analyses. In de paragraaf hierop volgend zullen de deelvragen van het onderzoek worden beantwoord. De deelvragen dragen bij aan de beantwoording van de hoofdvraag, welke in de vierde paragraaf aan bod zal komen. Na de beantwoording van de deelvragen en de hoofdvraag, zullen er aanbevelingen worden gedaan met betrekking tot de popsector. In de zesde paragraaf komen de beperkingen van het onderzoek aan bod en de zevende paragraaf geeft suggesties voor vervolgonderzoek. Het hoofdstuk wordt afgesloten met het nawoord.

7.2 Vergelijking resultaten

Volgens gegevens uit de interviews en de enquête is de huidige positie van de Rotterdamse muziek sector niet slecht te noemen, maar ook niet ideaal. Aan de hand van de resultaten van de interviews en enquête zijn er enkele opvallende overeenkomsten en verschillen naar voren gekomen. Als eerste zullen enkele overeenkomsten stapsgewijs worden toegelicht. Vervolgens zal er aandacht worden besteed aan enkele opvallende verschillen tussen de uitkomsten van de interviews en de enquête.

7.2.1 Overeenkomsten

Doorstroom

In de enquête komt naar voren dat een optreden positieve gevolgen kan hebben voor het verdere verloop van de carrière van een artiest. Bij diverse geïnterviewden komt dit ook duidelijk naar voren. Bij het hoog eindigen op een talentenjacht ontvangt men een prijzenpakket dat bestaat uit bijvoorbeeld studiotijd of een optreden op een bekend festival. De geïnterviewden zijn van mening dat je als band veel moet optreden om beter en professioneler te worden en op die manier in de toekomst veel meer optredens kan genereren. Door veel op te treden groeit de zogenoemde biografie van de band. Hoe meer namen van podia en festivals daarop staan, hoe gemakkelijker bands aan een volgend optreden kunnen komen.

Oefenruimtes

Uit de enquête is gebleken dat de respondenten tevreden zijn over het aantal oefenruimtes dat Rotterdam bezit. Zij zijn wel van mening dat er altijd meer faciliteiten bij mogen komen. Deze overeenkomst zien we ook onder de geïnterviewden. Zij zijn van mening dat in Rotterdam het aantal oefenruimtes de laatste jaren is toegenomen. Veelal werd er positief verwezen naar de oefenruimtes in *WaterFront*. Uit de enquête bleek dat het overgrote deel van de respondenten daar ook wel eens oefent of geoefend heeft.

Genre bands

In de interviews wordt zeer veel gesproken over het feit dat er steeds meer nieuwe vormen van muziek ontstaan, de zogenoemde cross-overs. Diverse geïnterviewden zijn het daar mee eens. Opvallend is dat in de enquête bij vraag 8 de vraag wordt gesteld betreffende het hoofdgenre van de formatie, waarbij het overgrote gedeelte van de respondenten (38%) aangeeft een ander hoofdgenre te hebben dan bijvoorbeeld pop, rock, urban, klassiek of jazz. Hieruit zouden we kunnen concluderen dat de respondenten moeite hebben om zich te benoemen in een bepaald genre, omdat er vaak diverse stijlen te vinden zijn in de muziek. Een betere naam voor deze combinatie van muziekstijlen zou 'cross-over' zijn.

Drempel

De respondenten en de geïnterviewden zijn het erover eens dat er wel degelijk een hoge drempel bestaat voor talent om op te treden bij een groot podium of festival. Programmeurs zijn volgens de interviews eerder geneigd om buitenlandse acts te programmeren. Mede omdat zij goedkoper zijn en minder eisen hebben dan nationale bands (interview Joey Ruchtie, 12 april 2007). Vaak ligt dit volgens de geïnterviewden aan de lage subsidie die zij toebedeeld krijgen. Diverse geïnterviewden zijn ook van mening dat als zij meer subsidie zouden ontvangen, zij ook sneller geneigd zullen zijn talent te boeken voor een reguliere avond. De laagdrempelige podia bieden genoeg kansen aan talent en hier zouden er meer van moeten komen in Rotterdam om zo talent een kans te geven om ervaring op te doen en zich in de kijker te spelen.

Eigen initiatief

In de interviews en enquête wordt veel gesproken over het belang van eigen initiatief in de muzieksector.

Daarbij moet gedacht worden aan regelmatig optreden, eigen promotie en het gebruik maken van een site als *MySpace*. Beide spreken over de grote rol van *MySpace* in de huidige muzieksector.

MySpace kan worden beschouwd als een belangrijke spil om door te breken. Toch zijn de geïnterviewden en respondenten van menig dat het optreden het belangrijkste gegeven is in de carrière van een artiest. Door veel op te treden vergroot je je achterban en dus ook je bekendheid in het veld waardoor de kans groter is dat je wordt opgemerkt door programmeurs van de bekende podia en festivals. Artiesten dienen veel aan eigen promotie te doen. Men moet actief bezig blijven om opgemerkt te worden in de muzieksector. Uit de interviews en enquête worden drie punten duidelijk benadrukt om succes te genereren namelijk: Eigen initiatief, vrienden (achterban) en Internet (*MySpace*).

Doorbreekmogelijkheden

Waar liggen volgens de respondenten en de geïnterviewden de beste kansen om door te breken? De meeste respondenten spreken in de enquête over *MySpace* als beste doorbreekmogelijkheid. Veel geïnterviewden zijn het er mee eens dat *MySpace* kan bijdragen aan de loopbaan van een artiest. Zij benadrukken echter ook dat artiesten ook veel dienen op te treden op podia en festivals. Men moet ervaring opdoen om op die manier zijn of haar band naar een hoger niveau te brengen. Uit de enquête blijkt ook dat een traditionele vorm als optreden nog steeds belangrijk is voor de respondenten. Daarbij spelen volgens de enquête en de geïnterviewden de huidige podia en festivals een belangrijke rol om nieuwe muziekstijlen een kans te geven. *WaterFront* springt hier zeer goed op in met de komst van het productiehuis. Met diverse projecten proberen zij nieuwe of achtergestelde muziekstijlen een kans te geven. Het *Dunya Festival* wordt door enkelen geroemd om het brengen van nieuwe cross-overs binnen de muziek.

Keten

Als men kijkt naar het geloof in het bestaan van een keten binnen de enquête en de interviews komt naar voren dat er een groep is die erin geloofd, maar ook een groep die het bestaan ervan niet wil of kan erkennen. Bij de enquête wordt veelal de middenweg gekozen als er wordt geantwoord. In sommige interviews kwam naar voren dat men geloofde in een doorstroom van de keten zoals door de onderzoekers is gepresenteerd. Anderen waren van mening dat men soms stappen overslaat. Zodoende is er geen eenduidig antwoord op het bestaan van de keten te geven.

Subsidies

Een ander punt wat bij de enquête en interviews duidelijk naar voren kwam was de discussie over subsidies. Er moet veel veranderen in de manier waarop het geld wordt besteed. De respondenten en geïnterviewden zijn beiden van mening dat men geen geld moet steken in instanties die slecht gaan, de zogenoemde bodemloze putten. Men moet juist investeren in podia of festivals die hebben bewezen dat ze goed functioneren en graag willen doorgroeien. Als er eerst wordt geïnvesteerd in een goede organisatie kan de aandacht gevestigd worden op het verbeteren van de programmering. Als er meer subsidie wordt ontvangen, is men eerder geneigd om in talent te investeren. Uiteindelijk willen beide partijen dat de gemeente beter gaat nadenken alvorens zij subsidie toebedeelt. Een ander punt waar overeenstemming in te vinden is, is dat zij beiden het belang zien van beter onderwijs. Door beter muziekonderwijs en een betere doorstroom, ontstaan er meer kansen voor muzikalent.

Aanbod Podia

Als er gekeken wordt naar het aanbod van podia en festivals in de Rotterdamse muzieksector zijn de geïnterviewden en respondenten het er over eens dat er een nieuw groot tot middelgroot podium bij moet komen. Het podium moet een aanbod creëren waar diverse genres kunnen optreden. Na het wegvallen van Nighttown is er gat ontstaan in het Rotterdamse muziekaanbod. Artiesten hebben niets meer om naar door te stromen. Tussen een podium als *Rotown* en *Ahoy* is geen aanbod in Rotterdam. Zij zijn het erover eens dat het zeer slecht is voor het imago van de stad. Artiesten zijn eerder geneigd om naar een andere stad te gaan. In de interviews en enquête komt ook duidelijk naar voren dat er meer vraag is naar kleine laagdrempelige podia zoals de *Exit*, Kleinschalige podia waar iedere avond van de week opgetreden kan worden. Een stad als Rotterdam dient veel meer van dit soort broedplaatsen te creëren.

7.2.2 Verschillen

Aanbod

In de enquête komt naar voren dat de respondenten vinden dat Rotterdam geen goede mogelijkheden biedt voor muzikalent. In de interviews komt juist naar voren dat er diverse nieuwe initiatieven zijn gestart of het aankomende jaar worden gestart om nieuw talent een kans te geven. Ook zijn er goede samenwerkingsverbanden ontstaan volgens de geïnterviewden. Enkele voorbeelden van instanties die talent een kans proberen te geven zijn de *Popunie*, *Exit*, *WaterFront* en *TalentNight*.

De *Popunie* heeft twee projecten waarmee zij jong talent kansen geven om met muziek kennis te maken en om er mee te experimenteren namelijk de *Highschool Music Competition* (HSMC) en het project *Popkids*. *HSMC* is een project waarbij jongere bands in de leeftijdscategorie twaalf tot negentien jaar spelen, waarbij de winnaar een workshop krijgt aangeboden met een bekende artiest. Het project *Popkids* is gericht op het primair onderwijs. De *Popunie* gaat de klas in vanaf groep vier, waarbij alles verteld wordt over verschillende muziekstijlen. De *Exit* is volgens diverse geïnterviewden een goed laagdrempelige podium van Rotterdam. Bands krijgen daar de mogelijkheid om voor een klein publiek hun kunsten te vertonen en op die manier hun achterban te vergroten. *WaterFront* staat met haar nieuwe start vorig jaar 2006 open voor nieuw talent. Dit proberen zij te doen door middel van het productiehuis en het organiseren van nieuwe dans en muziekavonden door de artiesten zelf. Een ander evenement waar talent zijn of haar kunsten kan vertonen gebeurt op de *TalentNight*. Deze avond kan eveneens volgens de geïnterviewden als laagdrempelig worden beschouwd.

Aandacht voor Rotterdams talent festivals

Volgens de respondenten van de enquête besteden de festivals weinig aandacht aan Rotterdams talent. 40% van de respondenten zegt het grotendeels oneens te zijn met de stelling dat Rotterdamse festivals genoeg aandacht besteden aan Rotterdams talent. Uit de interviews blijkt echter dat de festivals wel degelijk aandacht besteden aan talent of dat in de toekomst meer willen gaan doen door diverse nieuwe projecten. Enkele nieuwe projecten voor talenten zijn het *Metropolis Project X-perience* en het toekomstige podium van *WMDC* op het *Dunya Festival*.

Samenwerkingsverbanden

Volgens de respondenten wordt er nog niet zo goed samengewerkt binnen de Rotterdamse muzieksector. In de interviews komt echter wel naar voren dat er beter wordt samengewerkt dan voorheen. Enkele voorbeelden die worden aangehaald in de interviews zijn het vernieuwde popsectoroverleg waar diverse partijen, waaronder de gemeente, aan deelnemen met als doel het creëren van een gezond popklimaat in de stad en daarmee het bestaande aanbod te verbeteren en vergroten. *WaterFront* dat recentelijk samenwerkingsverbanden is aangegaan met *Codarts* en *Albeda College*, waarbij verwacht wordt dat er sneller een doorstroom zal ontstaan vanuit het onderwijs naar de muzieksector. Daarnaast de samenwerkingsverbanden met podia op *Metropolis*.

7.3 Beantwoording deelvragen

- In hoeverre bieden talentenjachten een goede springplank voor de verdere carrière voor muzikalent in Rotterdam?

Talentenjachten bieden in het algemeen een goede mogelijkheid voor de verdere carrière voor muzikanten. Als je wint krijg je een prijzenpakket, wat vaak afgestemd is op de mogelijkheden voor een muzikant om door te groeien in de muziekindustrie. De prijzen van de *Popunie* en van *Epitome* zijn allen nuttig voor een mogelijke carrière binnen de muzieksector: workshops van 'bekende' muzikanten, studiotijd, promotiemateriaal en optredens op festivals. Daarnaast stuurt de *Popunie* een brief naar podia over de winnaars van de *GPZH*. Daarnaast moeten de muzikanten er vooral zelf iets mee doen. De prijzen staan vast, maar als een artiest zichzelf gaat promoten kan het hard gaan (interview Amy Jans, 11 april 2007). Er is bij de talentenjachten niet zoveel bekend over spin-off voor de muzikanten, van een aantal weten ze wel wat daar mee is gebeurd, maar voor het grootste gedeelte is dat onbekend. Ook Martin Scheijgrond, directeur van de *Popunie* (interview, 11 april 2007) zegt, dat je als artiest er vooral zelf iets mee moet doen, maar je moet ook geluk hebben en op het juiste moment komen. Henca Maduro sluit zich hier volledig bij aan. Zij zegt ook dat je vooral zelf moet willen en moeite moet doen (interview, 26 april 2007). De winnares van de *TalentNight* van 2006 heeft een platendeal gekregen bij Universal, is gekozen tot ongekend talent door OC&W en is gevraagd voor meerdere optredens. Dit geeft aan dat je behoorlijk wat kunt overhouden aan een optreden op een talentenjacht. Daarnaast genereert een talentenjacht altijd veel exposure. Er zijn veel mensen uit de muzieksector aanwezig bij de finales en de media besteden er aandacht aan in items. Een groot deel van de respondenten van de enquête heeft meegedaan aan één of meer talentenjachten. De meeste respondenten hebben aan de talentenjacht studiotijd en optredens overgehouden.

- Is er een goede overgang tussen talentenjacht, podia en festivals in Rotterdam?

De overgang tussen talentenjachten, podia en festivals is niet vanzelfsprekend te noemen. Voordat op een talentenjacht wordt opgetreden moeten de artiesten al enige ervaring hebben opgedaan en hebben opgetreden. Daarnaast komt het ook bijna nooit voor dat je ineens op een groot podium kan optreden (interview Amy Jans, 11 april 2007). Ook Joey Ruchtie (interview, 12 april 2007) zegt dat je niet meteen op een groot podium kunt spelen. Hij ziet ook wel iets in een doorstroom.

Henca Maduro kan het eveneens vinden in een doorstroom binnen de muzieksector (interview, 26 april 2007) alleen ontbreken er in Rotterdam een aantal faciliteiten. Andere geïnterviewden zijn het hiermee eens. Als de keten zou worden opgezet volgens de geïnterviewden komen voor de talentjachten nog broedplaatsen als de 'Exit'. Er dient eerst een keer te zijn opgetreden voordat aan talentenjachten wordt deelgenomen. Een gebrek is er wel binnen de doorstroom. Er zijn te weinig broedplaatsen als de *Exit*, daarnaast zijn er te weinig podia om vervolgens door te kunnen stromen. Zeker nadat je een keer in *WaterFront* of *Rotown* hebt gestaan, moet men uitwijken naar een andere stad aangezien een groot podium ontbreekt in Rotterdam. De doorstroom naar festivals wordt minder gezien door de kenners, de festivals kijken voornamelijk naar goede artiesten in plaats van naar lokaal talent. Er zijn wel een aantal podia op Rotterdamse festivals waar lokaal talent geprogrammeerd wordt, dus als we kijken naar die specifieke podia op festivals, dan is er wel sprake van een doorstroom. Een doorstroom is niet altijd noodzakelijk, er zijn genoeg voorbeelden van bands die hele stappen over hebben geslagen of het helemaal niet goed doen in Nederland, maar wel in het buitenland. Ook Internet speelt volgens de betrokkenen een grotere rol om bekendheid te vergaren en je te profileren. Van de respondenten van de enquête zegt 41% het 'niet eens, maar ook niet oneens te zijn' met de stelling 'Er is in Rotterdam een keten van talentenjachten – podia – festivals' (Idealiter zou muziktalent via talentenjachten doorstromen naar podia en dan naar festivals). 26% van de respondenten is het 'grotendeels oneens' met deze stelling en 14% is het 'helemaal oneens' met deze stelling. Ook de respondenten geven aan dat in het aanbod van de doorstroom een aantal hiaten zit. Het grootste deel geeft aan dat zij het liefst een middelgroot tot groot podium in de stad willen, waar een diversiteit aan muziekstijlen te horen is. Daarnaast noemen een aantal respondenten de *Exit* als voorbeeld als laagdrempelig podium. Dit podium biedt talent kansen en hier zouden er meer van mogen komen. De respondenten en kenners pleiten dus beiden voor een groot podium en meer laagdrempelige podia, oftewel broedplaatsen die bij kunnen dragen aan een doorstroom en een mogelijke keten binnen het muziekklimaat in Rotterdam. Op dit moment is deze niet voldoende ontwikkeld.

- [In hoeverre en op welke wijze werken de talentenjachten, podia en festivals samen om Rotterdams talent meer kansen te bieden?](#)

De sector zelf geeft te kennen al goed samen te werken. Of dit specifiek is talent meer kansen te bieden wordt in het midden gelaten.

De geïnterviewden noemen het pop(sector)overleg een goed voorbeeld van de samenwerking binnen de sector. In dit overleg komen meerdere onderwerpen aan bod en de gesubsidieerde clubs zijn aanwezig. Er zijn al concrete positieve dingen uit het sectoroverleg voortgekomen als het plakbeleid. De clubs hebben afspraken gemaakt met de gemeente over de plakplaatsen in Rotterdam. Er zou volgens de geïnterviewden wel meer kunnen worden besproken op het sectoroverleg. Henca Maduro (interview, 26 april 2007) vindt het jammer dat alleen de gevestigde orde deelneemt aan dit overleg, Sjoerd van Oortmerssen (interview, 25 april 2007) vindt dat er meer initiatief vanuit alle partijen moet komen en Martin Scheijgrond zegt dat er ook besproken moet worden wat iedereen programmeert, zodat je een divers aanbod krijgt en geen 'dubbele' avonden (interview, 11 april 2007).

De *Popunie* werkt voor de GPZH samen met verschillende podia en festivals. Op *Metropolis* wordt een podium geprogrammeerd door meerdere clubs uit onder andere Rotterdam. Hier krijgt regionaal talent een kans om op te treden. Ook *WaterFront* geeft aan graag samen te werken. Er is een samenwerking met *Codarts*, dat in hetzelfde gebouw gevestigd is. De leerlingen van *Codarts* geven workshops in *WaterFront* en kunnen gebruik maken van de oefenruimtes. Daarnaast is *WaterFront* een plaats waar finales worden gehouden van talentenjachten als die van de *Popunie* en *Metropolis (X-perience)* en waar talenten zelf hun avonden kunnen organiseren. Partners voor de zijprojecten van *Metropolis* zijn het *Albeda College* en het *Zadkine*. Het productiehuis van *WaterFront* verzorgt projecten met diverse organisaties binnen en rondom Rotterdam en gaat samenwerkingsverbanden aan. In de toekomst hoopt *WaterFront* middels dit productiehuis veel nieuwe projecten te kunnen realiseren. Met het Productiehuis vult *WaterFront* het gat tussen enerzijds gevestigde educatieve en culturele instellingen en anderzijds de veranderende behoeftes van de markt. Peter van der Stelt zegt dat het belangrijk is dat de speelplekken laagdrempelig zijn (interview, 3 mei 2007). De *Exit* vindt hij een goede tent, omdat je als de agenda het toelaat er kunt spelen ongeacht welk genre. Zelf probeert *WaterFront* ook laagdrempelig te zijn door initiatieven van muzikanten een kans te bieden en door muzikanten te begeleiden bij het organiseren van avonden. Het *Dunya Festival* werkt aan talentontwikkeling. De 'battle of drums' van het *Zomercarnaval* vind je terug in *Dunya*. Er wordt getracht jongeren op een hoger traject te krijgen door middel van het aanbieden van een optreden. Er zit en soort opleidingstraject aan vast waar verschillende partijen bij betrokken zijn als het *WMDC* en de *SKVR* (interview Guus Dutrieux, 29 mei 2007).

- Op welke manier en in welke mate participeert muzikaal talent uit Rotterdam op de podia en festivals?

De podia *Rotown* en *WaterFront* zeggen beiden te kijken naar Rotterdams talent. *Rotown* kan om de programmering (artistiek) gezond te houden niet meer Rotterdams talent programmeren zonder extra subsidies dan dat ze nu doen. Ze programmeren ongeveer 70% internationaal en 30% nationaal talent. Joey Ruchtie zegt dat lokaal talent de mogelijkheid moet krijgen om zich in de kijker te spelen. *Rotown* biedt in het algemeen talent de mogelijkheid om op te treden (interview, 11 april 2007). Ook zegt hij dat je weinig Rotterdamse bands ziet op festivals. Lokaal talent krijgt niet veel mogelijkheden van festivals om te treden. In totaal hebben 68 respondenten geantwoord op welk podium in Rotterdam ze hebben opgetreden en hoe vaak. Er is 183 keer opgetreden in totaal, wat neerkomt op ruim twee optredens gemiddeld per formatie. Er zijn minder optredens gedaan door de respondenten op de festivals dan op de podia. Terwijl er 183 keer is opgetreden op de podia in Rotterdam, is er maar 45 keer opgetreden op festivals in Rotterdam door 32 respondenten. Van de respondenten heeft 57% nooit opgetreden op een festival in Rotterdam. Met de stelling dat Rotterdamse podia genoeg aandacht besteden aan Rotterdams muziktalent is 46% van de respondenten het 'grotendeels oneens'. Daarnaast is 40% van de respondenten het 'grotendeels oneens' met de stelling dat Rotterdamse festivals genoeg aandacht besteden aan Rotterdams muziktalent. Deze uitkomsten zijn enigszins opvallend aangezien de respondenten veel vaker op podia dan op festivals hebben opgetreden in Rotterdam, maar een groter deel van de respondenten vindt dat de podia te weinig aandacht aan talent besteden ten opzichte van de festivals. Ondanks dat er vanuit de speelplekken zelf initiatieven zijn voor de participatie van talent, vinden de talenten zelf dat er niet genoeg mogelijkheden zijn. Wellicht dat een uitbreiding van het aantal speelplekken in combinatie met een samenwerking binnen de muzieksector meer mogelijkheden voor muziktalent kan creëren.

- Wat levert participatie in talentenjachten, muziekfestivals en podia op voor Rotterdamse muzikanten?

Joey Ruchtie (interview, 11 april 2007) zegt dat beginnende artiesten graag starten in een relatief kleine zaal als *Rotown*.

Na twee à drie keer optreden gaat men toch naar een grotere zaal. Toen *Nighttown* nog bestond was er zeker een doorstroom vanuit *Rotown* en andere zalen.

Doordat een groot podium ontbreekt, is er een gat en trekt men weg naar andere steden. Carla Leurs (interview, 8 mei 2007) vindt dat het ziel aan je carrière geeft als je hebt opgetreden op *Metropolis*, althans als je hebt opgetreden op *Metropolis* dan geldt voor nationaal niveau dat je goed bent. Daarnaast staat het altijd goed in je biografie. Bijna alle geïnterviewden zeggen dat succes en spin-off een combinatie is van je eigen promotie en de wil om door te breken en dat de optredens daar zeker aan bijdragen, maar dat een combinatie van die twee dingen het beste werkt. Carola Aafjes (interview 11 mei 2007) geeft aan dat zij voor de promotie van het talent dat in *WaterFront* speelt regelmatig cd's uitbrengen en dat daar wel spin-off uit voortkomt. De organisatoren van het *Dunya Festival* zien niet echt spin-off voor de artiesten. Zij denken dat het onder andere te maken heeft met het cultuurverschil en de manier waarop mensen gewend zijn dingen te organiseren. De muzikanten op *Dunya* worden niet bij voorbaat meer geboekt als ze hebben opgetreden op het festival. De reguliere podia zouden ook niet op dit aanbod ingesteld zijn en niet op het genre van *Dunya* inspringen (interview Guus Dutrieux en Ole Jorgenson, 29 mei 2007). De respondenten van de enquête geven aan dat ze enigszins iets zien in spin-off voor artiesten. Met de stelling 'als muzikanten hebben opgetreden op een festival, talentenjacht of poppodium, dan heeft dat positieve gevolgen zoals andere optredens die worden aangeboden, meer bekendheid of platendeals' is 32% van de respondenten het 'grotendeels eens' en eveneens 32% is het er 'niet mee eens, niet mee oneens'.

- [Bestaat er een link tussen het aanwezige talent in de stad per genre en het feit of er wel of geen festival aan dat genre wordt gewijd?](#)

Deze vraag is voor de geïnterviewden lastig te beantwoorden. De podia en festivals hebben bijna allemaal een eigen specialisme en voor bepaalde genres zijn locaties minder geschikt. Zo is *Rotown* geschikt voor singer/songwriters en kan *WaterFront* beter inspelen op 'harde' muziek omdat het gebouw daarvoor op een geschikte locatie zit. Bepaalde muziekculturen vinden het moeilijker om te participeren binnen het aanbod in Rotterdam. De *Popunie* heeft een project opgezet, *united cultures* en dat is begonnen als talentenjacht nationaal. Het was verschrikkelijk lastig om, gericht op cross-over muziek, die mensen aan een talentjacht te laten meedoen. Dat doen ze niet en dat is een heel ander circuit (interview Amy Jans, 11 april 2007).

WaterFront zegt eigenlijk alle genres een kans te bieden en ze pogen een meltingpot te creëren, maar er zijn nu eenmaal genres die het beter doen. *Dunya* zorgt voor exposure van een bepaald genre of bepaalde groepen. Bijvoorbeeld voor de Kaapverdische cultuur is op andere podia en festivals geen speelruimte, dus zou je kunnen zeggen dat *Dunya* een kans biedt aan dit soort stijlen. Dat het lastig is om bepaalde muziekstijlen kansen te bieden en daarbinnen te organiseren komt ook naar voren vanuit het productiehuis van *WaterFront*. Zij hebben de afgelopen jaren een project opgezet voor brassbands, waar naar voren kwam dat het lastig is om deze groepen te integreren in de muzieksector door onder andere cultuurverschillen. Het productiehuis wil deze groepen wel een kans bieden en een project met Kaapverdische muzikanten staat gepland. Deze stijl is in Rotterdam niet bekend, maar internationaal wel (interview Carola Aafjes, 11 mei 2007). Het is lastig om te spreken van bepaalde genres die ondervertegenwoordigd zouden zijn in het aanbod, omdat de genres steeds minder afgebakend zijn. Er is sprake van meer cross-overs, waardoor je moeilijker genres kunt definiëren. Dit komt ook naar voren bij de enquête. De antwoorden op de vraag wat het hoofdgenre van de formatie is lopen uiteen. Bij 11 respondenten werd dance als hoofdgenre bestempeld (14%), 4 respondenten pop (5%), 20 respondenten (26%) rock, 9 respondenten urban (12%) en geen van de respondenten heeft klassiek of jazz al hoofdgenre van de formatie. 3 respondenten noemen wereldmuziek als hoofdgenre (4%), maar het overgrote deel van de respondenten (38%) geeft een stijl als hoofdgenre aan. Deze 'overige' antwoorden zijn lastig te categoriseren, er zijn veel verschillende antwoorden en daarnaast worden er meerdere stijlen naast elkaar genoemd. Dit geeft aan dat de respondenten het lastig vinden hun muziek in een bepaalde stijl of een genre te benoemen.

- [Op welke manier stimuleert de gemeente Rotterdam de muzieksector en welke initiatieven kan ze nemen om de participatie en ontwikkeling van lokaal talent te bevorderen?](#)

De geïnterviewden geven met name een mening over wat de gemeente zou kunnen doen om het popklimaat en het participeren van talent hierbinnen te bevorderen. Een aantal vindt dat de gemeente Rotterdam geen visie en persoonlijkheid heeft om tot goede keuzes te komen. De keuze om vijftien miljoen voor een urban podium beschikbaar te stellen vinden de meeste een slechte keuze. Dat er een groot podium moet komen, omdat er na *WaterFront* en *Rotown* niets meer voor talent is om op te treden waardoor het wegtrekt naar andere steden, vinden alle betrokkenen.

Waarom dat nu aan urban besteed moet worden is de vraag, terwijl er genoeg andere genres zijn die op een groot podium een kans kunnen krijgen. Op een groot podium moet een diversiteit aan muziekstijlen ten gehore worden gebracht. De meningen lopen uiteen of het een verzamelgebouw moet zijn of alleen een podium. De meesten vinden dat er in ieder geval een groot podium moet komen waar een diversiteit aan muziekstijlen te horen is. Er moet ook meer aandacht aan urban worden besteed, maar de vraag op welke manier dat moet worden ingevuld blijft onduidelijk. Urban zou wellicht kunnen integreren in het huidige programma-aanbod van de speelplekken. Aan de andere kant wordt gezegd dat urban een 'streetstyle' is, een cultuur en niet een muziekstroming, dus dat je niet kunt zeggen dat 'urban' in het huidige programma-aanbod moet voorkomen. Daarnaast vindt het overgrote deel van de geïnterviewden dat de gemeente moet kijken naar wat goed gaat binnen de sector. Ze moeten kijken naar de partijen die zichzelf al bewezen hebben en ze moeten daar geld voor ter beschikking stellen, zodat deze partijen hun programmering kunnen versterken en kunnen professionaliseren. Nu lijkt het alsof er alleen geld beschikbaar wordt gesteld als je het slecht doet, wat geen stimulans is voor de andere partijen. De respondenten van de enquête vinden dat er een bredere en betere programmering moet komen op de podia (en ook op de festivals). Op deze manier kunnen de podia en festivals meer talent laten spelen en kan een diverser aanbod ontstaan, dat het popklimaat ten goede komt. De podia die het goed doen, moeten subsidie krijgen om dit te kunnen bewerkstelligen. De komst van een groot podium of heropening van *Nighttown*, wat op hetzelfde neer komt, wordt door een aantal respondenten genoemd en er moet in Rotterdam een betere doorstroom komen vanuit het onderwijs naar podia, festivals en talentenjachten. Ook zien de respondenten graag meer podia en festivals komen in Rotterdam. De gemeente moet meer visie ontwikkelen en eens goed nadenken voor er geld wordt uitgegeven, vervolgens moet er wel genoeg geld aan projecten worden besteed.

7.4 Beantwoording probleemstelling

“Hoe ziet het aanbod van talentenjachten, podia en festivals binnen de Rotterdamse muzieksector eruit en in hoeverre draagt dit aanbod bij aan de participatie en ontwikkeling van het Rotterdamse muzikalent?”

De onderzoeksvraag kan worden opgedeeld in twee deelvragen. De eerste vraag gaat in op hoe het huidige aanbod aan speelplekken in Rotterdam eruit ziet.

De tweede vraag gaat in op de manier waarop de speelplekken bijdragen aan de participatie en ontwikkeling van het muziktalent.

Het aanbod aan speelplekken in Rotterdam dat is onderzocht door middel van casestudies bestaat uit talentenjachten, podia en festivals. De popsector in Rotterdam is aan verandering onderhevig. Het is rommelig binnen de sector na de sluiting van *Nighttown* in 2006. Er is niet voldoende aanbod op dit moment in Rotterdam om talent te laten participeren. De geïnterviewden en respondenten zijn het er over eens dat er een mogelijke doorstroom is en moet zijn binnen de muzieksector.

Aan het begin van deze keten moeten een aantal kleine, maar voornamelijk laagdrempelige podia staan. De eisen voor deze podia zijn dat muzikanten, ongeacht welk genre, kunnen binnen lopen en de mogelijkheid hebben om op te treden. Er zijn in Rotterdam te weinig van deze podia om een goede doorstroom mogelijk te maken. Deze laagdrempelige podia worden ookwel broedplaatsen genoemd. Onder deze broedplaatsen worden speelplekken verstaan waar talent kan spelen, ongeacht genre en ervaring. Meerdere kunst disciplines zijn op de broedplaats vertegenwoordigd en werken samen waardoor synergie en kruisbestuivingen kunnen ontstaan. Een club als de 'Exit' en lokale cultuurcentra functioneren volgens de omschrijving van de betrokkenen uit de popsector als broedplaatsen.

De gevestigde podia zijn specialistisch in hun programmering, waardoor er niet voor alle genres genoeg ruimte is binnen deze schakel. De podia zouden of een diversere programmering neer moeten zetten, of er moeten meer van dit formaat podia bijkomen, waardoor het aanbod specialistisch kan blijven. *WaterFront* poogt wel een diversiteit aan genres de kans te geven om te spelen en wil mede door de uitbereiding van het café talenten meer kansen bieden om op te treden, het is echter nog te voorbarig om conclusies te trekken over het effect hiervan. Ook werken de gevestigde podia samen met onderwijsinstellingen. *WaterFront* werkt samen met *Codarts* in de vorm van workshops en de oefenruimtes, daarnaast zijn in *Rotown* middagen voor Rotterdamse scholen. Opvallend was uit de enquêtes, dat maar 35% een muziekopleiding heeft gevolgd. Ook kwam naar voren dat de inkomsten uit muziek hoger zijn voor de respondenten met muziekopleiding dan voor de respondenten zonder muziekopleiding.

De laatste jaren zijn er meerdere muziekopleidingen bijgekomen in Rotterdam waardoor de stad meer muziktalent kan aantrekken. Het is wellicht nog te vroeg om te kunnen kijken of hier meer muziktalent uit voort komt en of er meer inkomsten uit muziek gegenereerd kunnen worden.

Wanneer de opleiding een aantal jaren bezig is, kan dit beter onderzocht worden. Er moet gekeken worden naar een betere doorstroom vanuit de muziekleidingen, bij voorkeur in samenwerkingsverband met speelplekken.

De podia werken onderling samen en proberen hun programmering op elkaar af te stemmen. Dit gebeurt onder andere in het pop(sector)overleg. Dit zou echter nog beter gestructureerd kunnen worden en er kunnen meerdere podia bij betrokken worden.

Tussen de laagdrempelige podia en de gevestigde podia staan de talentenjachten. Volgens de organisaties van de talentenjachten moet je eerst hebben opgetreden of al bezig zijn in de muziek alvorens je kunt optreden en hoog kunt eindigen bij deze talentenjachten. Het hoog eindigen op een talentenjacht levert duidelijk spin-off op voor de muzikanten. Prijzen van de talentenjachten dragen bij aan de verdere carrière van de muzikanten. Studiotijd, optredens op podia en festivals en workshops zorgen voor een impuls aan de carrière van de muzikanten. Het enige vereiste is, dat de muzikanten eigen initiatief tonen en zichzelf promoten om optredens te vergaren. Een combinatie van hoog eindigen met eigen initiatief tonen, blijkt een succesfactor te zijn om verder te komen in de muzieksector. De rol van Internet is steeds belangrijker te noemen. Uit de enquête en de interviews komt naar voren dat het hebben van een eigen website of een pagina op een community website kan bijdragen aan het succes van muzikanten. Internet kan naast optredens op speelplekken werken om een achterban te creëren, maar er zijn ook muzikanten die in één keer via Internet bekend worden, dit aandeel is wel vrij klein.

Als muzikanten op de laagdrempelige podia, talentenjachten of gevestigde podia hebben opgetreden is er niets meer in Rotterdam. Er ontbreekt een middelgroot tot groot podium, waardoor muzikanten sneller wegtrekken naar andere steden of zich niet verder kunnen ontwikkelen. De meeste geïnterviewden en respondenten zeggen dat er een podium, het liefst in het centrum, moet komen waar een diversiteit aan genres ten gehore wordt gebracht en waar de mogelijkheid is voor muzikalent om in het voorprogramma van grotere bands te staan. Het begrip genre is moeilijk te beschrijven.

De muzikanten vinden het volgens de enquête moeilijk om zichzelf in een stijl of genre te plaatsen. Twee genres zijn bijna of helemaal niet terug te vinden in de enquête, namelijk jazz en klassiek.

Dit valt mede te verklaren door het feit dat wij een deel van de respondenten via de *Popunie* hebben benaderd en ons meer hebben beperkt tot het genre popmuziek.

Over het algemeen zijn de respondenten die in het bestand van de Popunie staan jongere artiesten uit de sector. Een andere verklaring is te vinden door de indeling van de *Popunie* in categorieën. Zij krijgen voor de *GPZH* veelal aanmeldingen in de genres rock, urban en pop. Jazz en klassiek behoren meer tot de oudere generatie muzikanten, die wellicht niet meer mee doen aan talentenjachten, waardoor wij deze met onze enquête niet hebben kunnen bereiken.

Uit de enquête en interviews komt duidelijk naar voren dat er veelal sprake is van een vermenging van genres, welke cross-overs worden genoemd. De voormalige lokale scènes zijn zeer belangrijk geweest in het creëren van nieuwe stijlen, maar uiteindelijk behoren zij tot een globale scene met aanpassingen van de stad zelf. Naast dat de scènes niet meer plaatsgebonden gebonden zijn, vervagen ook de grenzen van de muziekgenres.

De festivals hebben een eigen visie op de programmering. Ze programmeren wat 'hip' is en het goed zal doen, nationaal danwel internationaal, en kijken niet zozeer naar regionaal talent. De elementen van succesvol zijn voor een festival volgens Noordman et al (2005) zijn bij de festivals aanwezig. Aan de hand van innovatie (programmeren wat hip is) en de authenticiteit (behouden artistieke missie) kan het succes van het festival bepaald worden. Toch bieden festivals mogelijkheden voor regionaal muziktalent door de samenwerkingverbanden met podia en onderwijsinstellingen in Rotterdam. De programmering van regionaal muziktalent op *Metropolis* wordt gedaan door *WaterFront*, *Rotown* en de *Popunie*. Het *WMDC* gaat een samenwerkingsverband aan met *Dunya* voor de programmering van een podium. Ook *Metropolis* werkt samen met onderwijsinstellingen. *Metropolis Xperience* is een soort talentenjacht waarbij de winnaar een plaats krijgt op het festival. Door deze samenwerkingsverbanden, oftewel netwerken, ontstaan er creatieve clusters doordat meerdere partijen bij elkaar worden gezet en hun innovatieve en creatieve bagage kunnen samenvoegen. Hierdoor krijgt talent meer mogelijkheden binnen de muzieksector. De workshops die bij *Epitome* en *WaterFront* worden gegeven kan men vergelijken met het begrip innovatie van Schumpeter. Het contact met de lokale professionals (in dit geval de gever van de workshop) geeft een soort van impuls aan de creativiteit en innovatie van de jonge buitenstaanders (in dit geval het muziktalent uit Rotterdam).

Festivals en een groot podium zijn in het algemeen goed voor het muziekklimaat. Ze trekken publiek en muziktalent naar de stad en kunnen een factor zijn om mensen te behouden. Festivals zijn één van de belangrijkste 'pullfactors' voor bedrijvigheid en economische spin-off. Creativiteit is hét kapitaal voor de toekomst en de aanwezigheid van de zogenoemde creatieve klasse is een voorwaarde voor economische groei van steden.

Grote steden als Rotterdam zijn aantrekkelijk om in te wonen door onder andere het grote aanbod van cultuur. De grote hoeveelheid podiumkunsten en de diversiteit van het aanbod zijn belangrijke peilers. Daarnaast zorgt een omvangrijke muzieksector op gebieden van huisvesting en werkgelegenheid voor een stimulans. Een gezond muziekklimaat kan voor Rotterdam van grote waarde zijn.

Tussen alle schakels binnen de speelplekken fungeren de gatekeepers. Muziktalent kan via hen een kans krijgen om door te breken. *Stichting Epitome Entertainment* fungeert als een soort gatekeeper tussen de multiculturele jongeren en bedrijven en organisaties. Omdat bedrijven en organisaties niet op een passende manier deze groep kunnen bereiken, vragen ze *Epitome* om hun netwerk en promotieteam in te zetten om deze doelgroep te bereiken. Andere gatekeepers binnen het veld zijn de kleinere podia binnen de muziekindustrie. Zij bepalen welke producten er doorgaan naar het publiek en geven in eerste instantie de artiesten de kans om op te treden en op die manier naamsbekendheid te vergaren. Internet kan ook als een gatekeeper fungeren. Muziktalent kan zich verder ontwikkelen en participeren binnen de muzieksector via de keten die hier geschetst is. Naast deze keten zijn er genoeg andere manieren om je te ontwikkelen en door te breken als muziktalent. Zo kunnen hele stappen overgeslagen worden, kan muziktalent na enkele optredens al ontdekt worden of worden ze bekend via Internet zonder op speelplekken te hebben opgetreden. Voor het grootste gedeelte van het muziktalent geldt echter dat ze zich via een keten ontwikkelen.

7.5 Aanbevelingen

Er zijn genoeg aanbevelingen die gedaan kunnen worden. De meeste punten zijn bij de analyse van de enquête en interviews al uitgebreid besproken. De aanbevelingen zullen daarom kort en puntsgewijs worden weergegeven. De sector is in beweging en de ontwikkelingen volgen elkaar snel op. Deze aanbevelingen gelden dan ook naar aanleiding van dit onderzoek en op korte termijn.

- Er moeten meer 'broedplaatsen' komen. Hiermee worden laagdrempelige podia en cultuurcentra bedoeld, waar muziktalent kan optreden ongeacht in welk genre zij gecategoriseerd zijn. Een voorbeeld van een dergelijke broedplaats is de Exit.
- Een groot podium is noodzakelijk om het popklimaat in Rotterdam te versterken.

Het moet een podium worden waar een diversiteit aan muziekstijlen te horen is. Beginnend muziektalent kan hier in het voorprogramma staan van grotere bands. Als dit podium er niet komt, moet talent uitwijken naar andere steden.

- De programmering van het huidige aanbod aan speelplekken moet worden verbeterd en worden verbreed.

Dit kan door middel van extra subsidie voor de gevestigde podia en festivals met de eis dat dit aan de programmering van muziektalent moet worden besteed, of er moeten meer speelplekken bijkomen zodat ieder podium een eigen specialisme kan behouden.

- Er moet gekeken worden naar de mogelijkheden voor urban. Deze term blijkt verwarring te zaaien binnen de sector, dus moet er ten eerste gekeken worden naar een goede omschrijving van deze term of wellicht een andere term. Een podium speciaal voor urban lijkt niet de eerste noodzaak te hebben. Er kan en moet gekeken worden naar andere manieren om urban meer te laten participeren in het aanbod binnen de muzieksector.
- De samenwerkingsverbanden binnen de sector lijken voornamelijk gunstig voor de participatie van muziektalent. Deze samenwerkingsverbanden zouden waar mogelijk uitgebreid moet worden om de participatie van muziektalent te bevorderen.
- Op gebied van onderwijs heeft Rotterdam de laatste jaren een enorme ontwikkeling ondergaan. Er zijn meerdere opleidingen bijgekomen en er moet gekeken worden naar hoe de doorstroom van onderwijs binnen de sector kan worden bevorderd en vergroot.
- Het stimuleren van muziekactiviteiten in welke vorm dan ook moet van onderaf beginnen. Er moet gekeken worden naar de functie van lokale centra en buurthuizen voor de participerende werking met betrekking tot de muziek. Daarnaast kan het (muziek) onderwijs, vanaf de lagere school, een belangrijke bijdrage leveren aan de participatie binnen de muzieksector. Dit zou zeer laagdrempelig moeten kunnen werken. Er zijn goede samenwerkingsverbanden met de opleidingen en de podia, dit zou verder kunnen worden uitgebreid binnen de sector.

7.6 Beperkingen

De popsector is sterk in beweging in Rotterdam. Ging het een paar jaar geleden nog goed met de sector en bloeide deze als nooit tevoren, de jaren daarop volgend is het grootste poppodium van Rotterdam gesloten.

Daarnaast hebben meerdere podia en festivals moeite om hun hoofd boven water te houden. De sector verandert zo snel, dat het lastig is om aanbevelingen te doen op langere termijn. De aanbevelingen die worden gedaan in dit onderzoek zijn om op korte termijn in te kunnen voeren. Daarnaast is er een verandering van muziekstromen en genres gaande, er is sprake van een vermenging van stijlen, zogenaemde cross-overs, waardoor het moeilijker is om specifieke muziekgenres eruit te lichten.

De meningen over wat er moet gebeuren binnen de popsector liggen uiteen. Het was onmogelijk voor deze onderzoeksperiode om veel meer mensen te interviewen of te enquêteren. Wanneer je de hele popsector wilt horen om zo een completer beeld te schetsen zal er veel tijd over heen gaan, waardoor je je moet afvragen of het onderzoek nog wel relevant is door snelle opvolgende veranderingen binnen de sector. In dit onderzoek zijn de speelplekken aan bod gekomen, voor een compleet beeld van de sector moet de gehele infrastructuur worden meegenomen. Hier kan worden gedacht aan agenten, scouts, platenmaatschappijen, opleidingen en boekingsbureaus.

7.7 Vervolgonderzoek

Als er meer broedplaatsen of laagdrempelige podia bij komen in de muzieksector in Rotterdam is het relevant om na een aantal jaren te kijken of dit een positief effect heeft gehad op de instroom van muzikalent. Daarbij kan er ook gekeken worden of alle genres in Rotterdam op deze manier de kans krijgen om binnen het aanbod van speelplekken te beginnen of dat alleen bepaalde genres hierdoor kansen krijgen.

7.8 Nawoord

De scriptie is dan eindelijk af. Met veel plezier hebben wij gewerkt aan de scriptie in combinatie met een stage bij de RRKC. Het begon met de sectoranalyses die wij hebben bijgewoond en waar wij verslag van hebben gedaan. Met trots hebben wij toch wel de culturele staalkaart 2007 gelezen, aangezien wij hier onze bijdrage aan hebben geleverd. We zijn naar meerdere bijeenkomsten, meetings en hoorzittingen geweest van de popsector. Dit heeft bijgedragen om een helder beeld te verkrijgen over hoe het er voor staat binnen de muzieksector.

Daarnaast hebben de interviews en enquête ons specifieke informatie verschaft voor ons onderzoek. Een scriptie schrijven met twee personen is vaak lastig. Wij hebben veel aan elkaar gehad, elkaar gestimuleerd, in evenwicht gehouden.

Er zijn natuurlijk een aantal mensen die wij moeten bedanken. Ten eerste onze begeleider Susanne Janssen. Hartelijk dank voor de goede begeleiding, het begon al met de bezoeken aan de Raad & de EDBR en het aandragen van de literatuur. Bedankt voor de kritische blik en aanwijzingen. Een goede begeleider is het halve werk!!!

Daarnaast zijn wij veel dank verschuldigd aan Paulette Verbist en Gabriëlle Muris. Zij hebben ons dit project aangeboden, ons een werkplek verschaft en ons in contact gebracht met personen uit de sector. Dank ook dat wij mee konden naar bijeenkomsten van de sector en voor de participatie in de totstandkoming van de Culturele Staalkaart. Wij hopen dat jullie iets kunnen met dit advies en dat er nu eindelijk iets gaat gebeuren dat ten goede komt aan de sector. Naast onze scriptie zijn recent genoeg adviezen uitgebracht!

Onze dank gaat uit naar alle personen die de tijd hebben genomen om onze vragen te beantwoorden: Amy Jans, Martin Scheijgrond, Ole Jorgenson, Guus Dutrieux, Joey Ruchtie, Sjoerd van Oortmerssen, Mar Melchers, Carla Leurs, Peter van der Stelt, Carola Aafjes en Henca Maduro. Eveneens veel dank aan alle muzikanten die de tijd hebben genomen onze enquête in te vullen. Daniël Baggerman bedanken we voor het gebruiken van de foto's van het Rotterdamse muziektalent.

Iedereen die heeft geholpen met de scriptie, in welke vorm dan ook: bedankt!

LITERATUURLIJST EN BRONNEN

- 3voor12. Via www.3voor12.nl. Geraadpleegd op 5 april 2007.
- Albeda College. Via www.albeda.nl. Geraadpleegd op 16 mei 2007.
- Baarda, D. , Goede, M. de. & Teunissen, J. 2005. *Basisboek Kwalitatief Onderzoek. Handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek*. Groningen: Stenfert Kroese.
- Baggerman, D. Via www.danielbaggerman.com. Geraadpleegd op 7 juni 2007.
- Bartelds, J.F., Jansen, E.P.W.A. & Joostens, Th.H. 1989. *Enquêteren: het opstellen en gebruiken van vragenlijsten*. Groningen: Wolters-Noordhoff.
- Bennett, A. 2000. *Popular Music and Youth Culture: Music, Identity and Place*. London: Macmillan.
- Bennett, A. 2004. Consolidating the music scenes perspective. *Poetics* (32), 223-234.
- Boer, C. de. & Brennecke, S. 2003. *Media en Publiek*. Amsterdam: Boom.
- Boogaarts, I. 2001. Rotterdam is vele festivals. In: J. Burgers & G. Engbersen. (red.). *De verborgen stad. De 7 gezichten van Rotterdam*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 215-222.
- Buhrman, J.M. 1996. *Basisboek Statistiek*. Groningen: Wolters-Noordhoff. Centrum voor Onderzoek en Statistiek. juli 2003. *Prognose Bevolkingsgroepen Rotterdam 2017*. Rotterdam.
- Burgemeester en Wethouders Rotterdam. 21 mei 2007. *Uitgangspuntennota Cultuurbeleid 2009-2012*. Rotterdam.
- Codarts, Hogeschool voor de Kunsten. Via www.codarts.nl. Geraadpleegd op 13 april 2007.

- Crane, D. 1992. *The Production of Culture. Media and the Urban Arts*. Newbury Park: Sage Publications.
- Crane, D. 2002. Culture and Globalization: Theoretical Models and Emerging Trends. In D. Crane, N. Kawashima & K. Kawasaki. (Eds.). *Global Culture: Media, Arts, Policy and Globalization*. London: Routledge, 1-26.
- Derksen, L. 2001. *Festivals in de culturele industrie; van alternatief naar commercieel?* Doctoraalscriptie. Erasmus Universiteit Rotterdam/Faculteit der Historische en Kunstwetenschappen. Geraadpleegd 9 maart 2007, via link <http://www.ethesis.net/festivals/festivals.htm>
- DUCOS. Via www.ducos.nl. Geraadpleegd op 19 maart 2007.
- Dunya Festival. Via www.dunya.nl. Geraadpleegd op 9 juni 2007.
- Epitome Entertainment. Via www.ee2.nl. Geraadpleegd op 2 mei 2007.
- Floor, J. & Raaij, W. van. 2002. *Marketingcommunicatie strategie*. Groningen:Stenfert Kroese.
- Florida, R. 2002. *The Rise of the Creative Class: And How it's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Frith, S. 1996. Entertainment, in Curran. J & Gurevitch, M. (eds.). *Mass Media and Society* (2). London: Arnold.
- Gemeente Rotterdam. februari 2006. *Gateway to Europe: de koers naar 2030*. Rotterdam.
- Gijssel, R. van. 15 maart 2007. Poppodia in de knel. *De Volkskrant, Kunstbijlage: 2-4*.
- Jaarverslag Codarts, Hogeschool voor de Kunsten. 2005. Via site Codarts. http://www.codarts.nl/01_home/01_codarts/Jaarverslag2005definitief.pdf

- Hakkenberg, D. 13 maart 2007. Nieuwe leiding moet Metropolis herkenbaar en Rotterdams maken. *Algemeen Dagblad*.
- Hoorzitting gemeenteraad over de Rotterdamse popsector. 30 mei 2007. *Rotterdam has got that Pop! How to get that Pop back in Rotterdam?* WaterFront, Rotterdam.
- Kloosterman, R. 2002. Putting music in its place. *Geografie* 11 (8), 6-10.
- Kloosterman, R. 2005. De creatieve hype. In: Reflect #05. *Creativiteit en de Stad: Hoe de creatieve economie de stad verandert*. Rotterdam: NAI Uitgevers, 56-65.
- Kok, L. 2002. *Evenementenveiligheid: normalisatie of regulering: een onderzoek naar de inzetbaarheid van normen en regels*. Rotterdam: Erasmus Universiteit.
- McLuhan, M. & Fiore, Q. 1967. *The Medium is the Massage. An Inventory of Effects*. New York: Bantam Books.
- Metropolis Festival. Via www.metropolisfestival.nl. Geraadpleegd op 9 juni 2007.
- Metz, T. 18 februari 2005. Creativiteit is geld waard. Terwijl de economie cultureel wordt, wordt de cultuur commercieel. *Het NRC Handelsblad*: 10.
- Negus, K. 1996. Globalization and the music of the public spheres, in Braman, S. & Sreberny-Mohammadi, A. (eds.). *Globalization, Communication and Transnational Civil Society*. Cresskill: Hampton Press.
- Noordman, T. 2004. *Cultuur in de Citymarketing*. Den Haag: Elsevier/Reed Business Publications.
- Noordman, T., Kroes, M. & Graauw, C. de. 2005. *Festivals en gemeentelijk beleid in Nederland*. Rotterdam: RISBO Contractresearch B.V.
- Onbekend. 12 april 2007. Hoorzitting over stand van zaken in Rotterdamse popsector. *Het Algemeen Dagblad*.

- Ontwikkelings Bedrijf Rotterdam. 2006. *Plezierige Zaken in Rotterdam: vrijetijdseconomie in cijfers*. Rotterdam.
- Riplet, J. Maandag 11 december 2006. Aardverschuivingen in het Rotterdamse popcircuit Programmeur Nighttown vertrekt naar WaterFront. Via site 3voor12. Geraadpleegd 10 april 2007. Via link <http://3voor12lokaal.vpro.nl/magazines/news/index.jsp?portals=61901&magazines=61902&news=440559>
- Rotown. Via www.Rotown.nl. Geraadpleegd op 27 april 2007.
- Rotown 20 jaar. Voorjaar 2007. Boek naar aanleiding van het 20 jarig bestaan van Rotown. Rotterdam.
- Rotterdam Festivals. Via www.rotterdamfestivals.nl. Geraadpleegd op 5 april 2007.
- Rotterdamse Kunst Stichting. 2004. *Cultuurplanadvies 2005-2008*. Rotterdam
- Rotterdamse Raad voor Kunst en Cultuur & Economic Development Board Rotterdam. augustus 2006. *Rotterdam maakt werk van Creativiteit, Gezamenlijk advies*. Rotterdam.
- Rotterdamse Raad voor Kunst en Cultuur. oktober 2005. *Puntig: Tien adviespunten voor de Rotterdamse politiek*. Rotterdam.
- Rotterdamse Raad voor Kunst en Cultuur. juli 2006a. *Rotterdam Has Got that Pop*. Rotterdam.
- Rotterdamse Raad voor Kunst en Cultuur. juli 2006b. *Just beneath the surface*. Rotterdam.
- Rotterdamse Raad voor Kunst en Cultuur. december 2006. *De transnationale stad. Over Rotterdams internationaal cultuurbeleid*. Rotterdam.

- Rotterdamse Raad voor Kunst en Cultuur. februari 2007. *Van de straat; Talentontwikkeling in Rotterdam*. Rotterdam.
- Rotterdamse Raad voor Kunst en Cultuur. mei 2007. *Culturele Staalkaart Rotterdam 2007*. Rotterdam.
- Rotterdamse Raad voor kunst en cultuur. Via www.rrkc.nl. Geraadpleegd op 2 februari 2007.
- Rutten, P., Manshanden, W., Muskens, J. & Koops, O. 2004. *De Creatieve Industrie in Amsterdam en de regio*. Delft: TNO Strategie, Technologie en Beleid. Via link, http://www.hetkenniscentrum.nl/binaries/stedelijkeconomie/bulk/Onderzoek/creatieve_industrie_axxdam_tno_2003.pdf
- Rutten, P., Manshanden, W., Bruijn, P. de. & Koops, O. 2005. *Creative Industries in Rotterdam*. Delft: TNO Ruimte en Infrastructuur. Via link, <http://80.95.161.43/OBR/Bestanden/RapportTNOCreatieveIndustrie.pdf>
- Sargentini, M. 2002. *Inspiratie op locatie. Een planologisch onderzoek naar stedelijke broedplaatsen in Amsterdam en Berlijn*. Universiteit van Amsterdam: Amsterdam.
- Saris, J. en Brouwer, J. 2005. Stedelijke regio's concurreren met creativiteit. Strategieën voor stedelijke netwerken in de creatieve economie. In: Reflect #05. *Creativiteit en de Stad: Hoe de creatieve economie de stad verandert*. Rotterdam: NAI Uitgevers, 108-145.
- Schumpeter, J.A. 1939. *Business Cycles*. New York: McGraw-Hill Book Company. vol. 1.
- Scott, A. 2000. *The cultural economy of cities: essays on the geography of image-producing industries*. London - Thousand Oaks - New Delhi: Sage.
- Segers, J. 1999. *Methoden voor de maatschappijwetenschappen*. Assen: Van Gorcum.

- Steenhoven, J. van den. 2005. Het creatief kapitaal van de stad. In: Reflect #05. *Creativiteit en de Stad: Hoe de creatieve economie de stad verandert*. Rotterdam: NAI Uitgevers, 90-99.
- Stoker, E. 20 april 2007. Leefbaarheid van jonge steden daalt. *De Volkskrant*.
- Tak, H. 2001. Zomercarnaval in Rotterdam. In: J. Burgers & G. Engbersen. (red.). *De verborgen stad. De 7 gezichten van Rotterdam*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 175-193.
- Talentnight. Via www.talentnight.nl. Geraadpleegd op 2 mei 2007.
- WaterFront. Via www.WaterFront.nl. Geraadpleegd op 26 april 2007.
- Young Economic Development Board Rotterdam. 2 maart 2007. *Debat: Het ideale poppodium*. Off Corso, Rotterdam.
- Young Economic Development Board Rotterdam. Via www.youngedbr.nl. Geraadpleegd op 13 april 2007.
- Zadkine Popacademie. Via www.zadkine-popacademie.nl. Geraadpleegd op 29 maart 2007.
- Zuid-Hollandse Popunie. Via www.popunie.nl. Geraadpleegd op 3 mei 2007.

