

**GO TO DUTCHSOUND.NL**  
***OPTIMALISERING VAN DE***  
***EXPORTDOELSTELLING***  
***VAN BUMA CULTUUR***



Februari 2009

Patrick Heeregrave MA  
[0487651]  
patrickheeregrave@gmail.com

Universiteit Utrecht  
Instituut Media- en Cultuurwetenschappen  
Begeleiding dr. L.D.M. Mutsaers

*I met somebody who knew someone on the internet*

*He said that everything's fluid and subtle over there*

*Walking on miles and miles of wire very long*

*Very long time became a split second now*

- openingsregels 'A Public Thing' van Hit Me TV (NL),

album: *Hit Me TV* (The Alternative Records, 2008)

## Inhoud

### 1 Start Me Up

Inleiding en uiteenzetting van het onderzoek	- 04 -
Inleiding	- 04 -
Onderzoeksvraag	- 07 -
Methode	- 08 -

### 2 Go Your Own Way

Buma Cultuur en de noodzaak van muziekpromotie	- 10 -
Het begon met de Auteurswet	- 10 -
Waarom muziekpromotie?	- 12 -
Economisch belang van (pop)muziek	- 14 -
Muziekexport uit Nederland is indrukwekkend	- 16 -
Genre-indeling	- 19 -

### 3 Nothing Compares 2 U

Onderzoek naar vergelijkbare internetsites	- 21 -
www.hollandrocks.nl (Nederland)	- 22 -
www.musicXport.nl (Nederland)	- 23 -
www.muziekcentrum.be (Vlaanderen)	- 24 -
germansounds.de (Duitsland)	- 26 -
www.french-music.org (Frankrijk)	- 27 -
www.exms.com (Zweden)	- 29 -
www.icelandmusic.is (IJsland)	- 30 -

---

Samenvattend	- 32 -
<b>4 Talk</b>	
<b>Interviews met internationale muziekprofessionals</b>	- 34 -
Interview Bernard Batzen	- 34 -
Interview Mark Gorbulew	- 36 -
Interview Marianne Ifversen	- 38 -
Interview Dietmar Schwenger	- 39 -
Interview Philippa McEvoy	- 40 -
Interview Jonas Vebner	- 41 -
Interview Erwin Blom	- 42 -
Samenvattend	- 44 -
<b>5 The End</b>	
Conclusies en aanbevelingen	- 46 -
Literatuur en bronnen	- 49 -
Verantwoording en dankwoord	- 51 -
<b>Bijlagen</b>	
Bijlage 1: Screenshot <a href="http://www.dutchsound.nl">www.dutchsound.nl</a>	- 52 -
Bijlage 2: Screenshot <a href="http://www.musicXport.nl">www.musicXport.nl</a>	- 53 -
Bijlage 3: Screenshot <a href="http://www.muzyiekcentrum.be">www.muzyiekcentrum.be</a>	- 54 -
Bijlage 4: Screenshot <a href="http://www.french-music.org">www.french-music.org</a>	- 55 -
Bijlage 5: Screenshot <a href="http://www.exms.com">www.exms.com</a>	- 56 -
Bijlage 6: Screenshot <a href="http://www.icelandmusic.is">www.icelandmusic.is</a>	- 57 -
Bijlage 7: Overzicht bezoekersaantallen <a href="http://dutchsound.nl">dutchsound.nl</a>	- 58 -
Bijlage 8: Overzicht artikelen <a href="http://dutchsound.nl">dutchsound.nl</a> per genre	- 59 -
Bijlage 9: Interviewvragen muziekprofessionals	- 60 -
Bijlage 10: Interviewvragen Erwin Blom	- 61 -

# 1 Start Me Up

## Inleiding en uiteenzetting van het onderzoek

### Inleiding

De muziekindustrie is door de opkomst van internet ingrijpend en onomkeerbaar veranderd. Muziek wordt tegenwoordig in enen en nullen opgeslagen en verspreid. De muziekcultuur is digitaal geworden. Deze digitalisering dwingt de onderzoeker andere theorieën, methoden en visies te ontwikkelen over muziek als onderzoeksobject en de muziekindustrie als onderzoeksgebied.

Internet en digitalisering hebben drie belangrijke veranderingen veroorzaakt. Het produceren van muziek is gewijzigd. De computer heeft inmiddels een vaste en prominente plaats in menige opnamestudio. Thuisopnames zijn makkelijker te maken en mede daardoor populairder geworden. De receptie van muziek is veranderd. Door de populariteit van MP3-spelers is muziek mobieler geworden. Het muziekaanbod heeft er voor gezorgd dat de huidige generatie jongeren niet is opgegroeid met het besef dat muziek niet gratis is.

Naast productie en receptie is ook de muziekdistributie veranderd. Met iTunes, MP3-spelers en internetsites als MySpace, YouTube en Last.fm zijn de manieren waarop muziek tot haar publiek komt talrijker dan ooit. Een van de deelgebieden waar die huidige ontwikkeling merkbaar is, is muziekpromotie. Waar vroeger een A&R-manager de radiostudio's en muziekwinkels bezocht, verstuurt hij/zij nu persberichten per e-mail en kan de consument voorproefjes van nieuwe muziek online beluisteren.

De ontwikkelingen in de muziekindustrie als gevolg van digitalisering leveren nieuwe theorieën op over muziekpromotie. Een voorbeeld van een nieuwe theorie is uiteengezet in het boek *The Future of Music* van David Kusek en Gerd Leonhard.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> David Kusek is onder andere vice-directeur van het Berklee College of Music en was medeontwikkelaar van het digitale systeem MIDI, waarmee elektronische (muziek)instrumenten muzikale informatie kunnen uitwisselen. Gerd Leonhard is onder andere medeoprichter en directeur van Sonific LLC, een bedrijf dat muziekapplicaties ontwikkelt voor weblogs, social network sites en online communities. Bron: [www.futureofmusicbook.com](http://www.futureofmusicbook.com) en [www.music20book.com](http://www.music20book.com), 21 november 2008.

Ze spreken daar onder meer over ‘direct marketing’, waarbij het van belang is om een directe relatie tussen de producent en haar klanten te creëren, zoals bijvoorbeeld een fanclub.<sup>2</sup> Kusek en Leonhard spreken ook over internet als middel om een fanbase uit te breiden: ‘encouraging them [the audience] to recommend an artist to their friends.’<sup>3</sup>

Tegen deze achtergrond heb ik van april tot en met november 2008 onderzoek gedaan naar de website dutchsound.nl van Buma Cultuur. Stichting Buma Cultuur houdt zich bezig met ondersteuning en promotie van Nederlandse muziek.

Voor buitenlandse muziekprofessionals die geïnteresseerd zijn in muziek met Nederlands auteursrecht heeft Buma Cultuur de Engelstalige website dutchsound.nl ontwikkeld. Het doel van de website, opgericht in 2001, is om professionals in de internationale muziekwereld op een adequate manier te voorzien van accurate informatie over Nederlandse muziek en de Nederlandse muziekindustrie, om uiteindelijk de export te bevorderen.<sup>4</sup>

Het exportproduct is de totale exportwaarde van Nederlandse populaire muziek die op jaarlijkse basis gemeten wordt aan de hand van de waarde die wordt gecreëerd door het gebruik van Nederlands muzikauteursrecht, muziekopnamen van Nederlandse artiesten en het verzorgen van optredens door Nederlandse muzikanten in het buitenland en direct daaraan gerelateerde activiteiten. De exportwaarde verwijst naar de opbrengsten van de exploitatie van Nederlandse muziek in het buitenland na aftrek van gemaakte kosten, maar inclusief royalty's, uitbetaalde salarissen aan Nederlandse werknemers, winst en belasting.<sup>5</sup>

### **Dutchsound.nl**

Dutchsound.nl bevat een overzicht van enkele tracks van goedverkopende Nederlandse artiesten die beschikbaar zijn voor internationale licentie. Deze tracks zijn te beluisteren in de vorm van streaming audio.<sup>6</sup> Achter de website staat een

---

<sup>2</sup> David Kusek en Gerd Leonhard. *The Future of Music*, 2005, p. 66.

<sup>3</sup> Kusek en Leonhard, 2005, p. 68.

<sup>4</sup> Jaarverslag Conamus 2001.

<sup>5</sup> Sieb Kroeske en Joke Fictoor. *Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek 2005 en 2006*, 2008, p.7 en 17.

<sup>6</sup> Streaming audio is een techniek waarbij muziek via internet afgespeeld kan worden zonder dat er zichtbaar gedownload wordt.

database annex zoekmachine met contactgegevens van Nederlandse bedrijven, die buitenlandse geïnteresseerden de weg moet wijzen naar de Nederlandse muziek en naar de professionele vertegenwoordigers daarvan. Hiermee wil dutchsound.nl dé online zoekmachine voor de Nederlandse muziekindustrie zijn.<sup>7</sup>

In Europa wordt deze positie ingenomen door VIP-Booking: een organisatie die zichzelf presenteert als Europa's meest uitgebreide internetdatabase met informatie over onder andere artiesten, podia, boekingskantoren, managementbureaus, media en platenmaatschappijen. De toegang en het gebruik van de database geschiedt tegen betaling.<sup>8</sup>

Op dutchsound.nl is een continue stroom van nieuwsartikelen te vinden over Nederlandse muziek, Nederlandse muziekevenementen en Buma Cultuur-activiteiten. De korte nieuwsartikelen zijn gericht op de internationale muziekindustrie en bevatten bijvoorbeeld berichten over een buitenlandse tour en/of release. De site wordt beheerd op de server van een extern internetsites-ontwerpbureau. In de periode rond een grote muziekbeurs (Noorderslag, Popkomm, Midem) wordt een papieren versie van de site onder de noemer *dutchsound.nl newsletter* uitgebracht, om te verspreiden op die beurzen. De naam dutchsound.nl is ook de naam van de stand die Buma Cultuur beheert op de buitenlandse beurzen.

In mei/juni 2008 oogde dutchsound.nl achterhaald en voldeed de site niet meer aan de inhoudelijke en visuele eisen die het huidige internet stelt, zowel qua vormgeving als qua gebruiksvriendelijkheid. De contacten in de database van de Nederlandse muziekindustrie waren niet up-to-date. Sommige artiesten hadden geen vermelding in de artiestendatabase. Niet alle artiesten hadden Engelstalige biografieën: C-Mon & Kypski wel, maar Pete Philly & Perquisite en Racoon bijvoorbeeld niet.

Dutchsound.nl werd weinig bezocht: in de periode van januari tot en met augustus 2008 waren er gemiddeld 688 unieke bezoekers per maand.<sup>9</sup> Ter

---

<sup>7</sup> De Wet Bescherming Persoonsgegevens beperkt dutchsound.nl in het vrijuit publiceren van persoonsgegevens (inclusief contactgegevens) zonder toestemming van de persoon zelf. Hierdoor is het onder meer niet mogelijk om op personen te zoeken binnen de database op dutchsound.nl.

<sup>8</sup> www.vip-booking.com, 18 november 2008.

<sup>9</sup> Met behulp van Google Analytics wordt het bezoekersaantal op dutchsound.nl bijgehouden. Een overzicht van de aantallen bezoekers in 2008 is opgenomen in bijlage 7.

vergelijking: de site van Amsterdam Dance Event had over diezelfde periode gemiddeld 3.960 unieke bezoekers per maand.<sup>10</sup>

De situatie in mei/juni 2008 was mede aanleiding voor dit onderzoek. Buma Cultuur heeft toen ook afspraken gemaakt met een vormgever en een software-ontwikkelaar om de internetsite te restylen. Dit proces is in augustus 2008 in gang gezet en in oktober 2008 afgerond. De restyling heeft vooral betrekking op de vormgeving; het onderzoek zal vooral over de inhoud van de site gaan. Een afbeelding van de site per 1 juli 2008 is opgenomen in bijlage 1.

## Onderzoeksvraag

Dutchsound.nl is vrij toegankelijk; er hoeft niet ingelogd te worden om de inhoud van de site te zien. Dit betekent dat de bezoekers van deze site niet individueel traceerbaar zijn. Toch is Buma Cultuur geïnteresseerd in het nut van de website voor de (potentiële) gebruikersgroep. De vragen die vanuit Buma Cultuur zijn gerezen zijn:

1. In hoeverre is dutchsound.nl bekend?
2. In hoeverre wordt dutchsound.nl gebruikt?
3. Wat vindt de potentiële gebruikersgroep van het idee dutchsound.nl?
4. Waarvoor zal de potentiële gebruikersgroep dutchsound.nl het meest (willen) gebruiken?
5. Wat ontbreekt nog op dutchsound.nl volgens de potentiële gebruikersgroep?

Deze vragen zijn het uitgangspunt voor mijn onderzoek naar het nut en de gebruiksvriendelijkheid van de site. Vanaf het moment dat dutchsound.nl online staat, 1 mei 2001, is hier niet of nauwelijks onderzoek naar gedaan. Met bovenstaande vragen als achtergrond kom ik tot de volgende onderzoeksvraag:

*Hoe kan dutchsound.nl worden verbeterd om het doel van Buma Cultuur te bereiken?*

---

<sup>10</sup> Gegevens Google Analytics.

## Methode

Het onderzoek valt uiteen in twee componenten:

1. Bestudering van vergelijkbare buitenlandse muziekpromotiesites;
2. Interviews met muziekprofessionals uit, voor Buma Cultuur, relevante exportlanden.

In het eerste deel beschrijf ik hoe de sites in elkaar zitten en vergelijk ze met dutchsound.nl. Met een weergave van de *unique selling points* van deze sites genereer ik een goed overzicht van de specificiteit van dutchsound.nl en haar meerwaarde en/of gemis.

In het tweede deel van het onderzoek laat ik muziekprofessionals uit relevante exportlanden aan het woord en stel hen aan een aantal vragen. Voor deze methode is gekozen, omdat deze mensen verstand van zaken hebben.

Via statistieksites, zoals Google Analytics, zijn de gebruikers van dutchsound.nl alleen als groep en slechts in beperkte mate traceerbaar. De statistiekgegevens tonen onder andere uit welke landen de site bezocht wordt. Maar individuele websitebezoekers zijn niet te bereiken. Doordat niet voldaan kan worden aan deze voorwaarde voor een kwantitatief onderzoek is deze onderzoeksmethode niet haalbaar.

Het is wel mogelijk om vanuit Buma Cultuur buitenlandse muziekprofessionals te bereiken die potentiële dutchsound.nl-gebruikers zijn.<sup>11</sup> Het probleem hierbij is dat geen harde conclusies getrokken kunnen worden uit een groep ‘mogelijke’ gebruikers, omdat men niet weet in hoeverre de potentie hard gemaakt kan worden.

In plaats van een kwantitatieve conclusie heb ik gekozen voor een kwalitatief oordeel, ontwikkeld vanuit de visies van geselecteerde professionele muziekexperts uit voor Buma Cultuur belangrijke exportlanden:

- Bernard Batzen, Frankrijk
- Mark Gorbulew, Verenigde Staten en Frankrijk
- Marianne Ifversen, Denemarken

---

<sup>11</sup> Gedacht kan worden aan bijvoorbeeld de buitenlandse bezoekers van het Noorderslag Seminar van 2008.



- Dietmar Schwenger, Duitsland
- Philippa McEvoy, Groot-Brittannië
- Jonas Vebner, Noorwegen
- Erwin Blom, Nederland

De vier belangrijkste exportlanden van Nederland zijn België, Frankrijk, Duitsland en Groot-Brittannië. Op België na zijn de belangrijkste exportlanden vertegenwoordigd. Daarnaast heb ik twee landen uit Scandinavië geselecteerd. Net als de belangrijkste exportlanden liggen deze landen dicht bij Nederland en hebben ze van oudsher een open handelsstructuur. Ook zijn de twee grootste muziekindustrieën vertegenwoordigd: Groot-Brittannië en de Verenigde Staten.

In 2007 waren de tien belangrijkste exportlanden voor Nederlandse muziek, op basis van de exportwaarde van Nederlandse populaire muziek over 2007, in willekeurige volgorde: België, Duitsland, Frankrijk, Groot-Brittannië, Italië, Japan, Oostenrijk, Scandinavië, Spanje en de Verenigde Staten.<sup>12</sup> Alle landen van de geselecteerde muziekprofessionals zijn in deze top tien vertegenwoordigd.

Naast het land was ook het beroep een keuzeoverweging. Zo is Denemarken geen groot exportgebied van Nederlandse muziek, maar is Marianne Ifversen als boeker van het Roskilde Festival een interessante potentiële dutchsound.nl-gebruiker. Erwin Blom heb ik geselecteerd vanwege zijn kennis van zaken op het gebied van nieuwe media.

---

<sup>12</sup> Sieb Kroeske en Joke Fictoor. *Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek 2007, 2009*, bijlage.

## 2 Go Your Own Way

### Buma Cultuur en de noodzaak van muziekpromotie

#### Het begon met de Auteurswet

‘Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch door fotokopieën, opnamen of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.’

Deze volzin, of een variant hierop, staat voorin elk boek. Niet iedereen zal deze opvallen en nog minder zal het gelezen worden. Toch is deze zin van wezenlijk belang voor het culturele erfgoed van Nederland en geldt het niet alleen voor boeken, maar voor elke culturele uiting.

De Auteurswet uit 1912 inspireerde tot de oprichting van auteursrechtenorganisatie Buma/Stemra in 1913. Zij regelen dat muzik auteurs vergoedingen krijgen waar dezen krachtens de Auteurswet recht op hebben. Een deel van de geïnde incassogelden wordt besteed aan de instandhouding van de Nederlandse muziekcultuur. Daarvoor is in 1962 Conamus, de afkorting van Comité voor de Nederlandse Amusementsmuziek, opgericht. In 2006 werd de naam Conamus gewijzigd in Buma Cultuur. De naamswijziging was een gevolg van de waardering die Conamus kreeg voor haar activiteiten. Dat Buma/Stemra deze activiteiten grotendeels financierde was onbekend. Door het innen van incassogelden voor auteursrechtelijk beschermde muziekwerken heeft Buma/Stemra niet bij iedereen een positief imago. Met de naamswijziging hoopt Buma/Stemra nog beter duidelijk te maken dat met het geïnde geld projecten worden ondersteund die de Nederlandse muziek(cultuur) ten goede komen.

De doelstelling van Buma Cultuur in het jaarverslag over 2006:

‘Buma Cultuur zet zich in voor de promotie en ondersteuning van Nederlandse muziek. Opgericht en ondersteund door de Nederlandse auteursrechtenorganisatie Buma, draagt Buma Cultuur

bij aan projecten in Nederland en daarbuiten. Buma Cultuur bestrijkt het hele spectrum aan genres van Nederlandse muziek: van M.O.R. [= Middle Of the Road] en pop tot dance, jazz, cabaret en contemporaine muziek.’<sup>13</sup>

Buma Cultuur voert in samenwerking met partners in binnen- en buitenland een aantal projecten uit die muziek met Nederlands auteursrecht ten goede komt. Zo organiseert Buma Cultuur onder meer Amsterdam Dance Event, EuroSonic Noorderslag, Muzikantendag, Buma Harpen Gala, de Popprijs, Jazzdag.nl: Dag van de Nederlandse Jazz en musicXport.nl. Deze projecten zijn inmiddels vaste waarden binnen de (inter)nationale muziekwereld.

Een belangrijke component van de promotieactiviteiten van Buma Cultuur is gericht op het buitenland. Een succesvolle promotie van Nederlandse muziek in het buitenland komt ten goede aan Nederlandse auteurs, uitgevers, uitvoerende artiesten en producenten. Deze geldstroom loopt via auteursrechtenorganisatie Buma/Stemra, die in Nederland verantwoordelijk is voor incasso en repartitie van openbare uitvoeringsrechten.

Ongeveer gelijktijdig met de naamswijziging heeft Buma Cultuur ook de opdracht gekregen van Buma om de promotie van jazz en hedendaagse gecomponeerde muziek op zich te nemen. Hiervoor zijn onder andere de evenementen Jazzdag.nl: Dag van de Nederlandse Jazz en Toonzetters in het leven geroepen. Met deze wijziging is de archaïsche term ‘lichte muziek’ definitief uit de uitingen verwijderd. Sprak men de laatste jaren al veel over Nederlandse populaire muziek, nu kan Buma Cultuur zichzelf promotor van alle Nederlandse muziek noemen. Hun adagium ‘wij hebben geen smaak’ komt volledig tot haar recht. Alle muziek wordt gepromoot, er is geen enkel onderscheid in meer of minder ‘belangrijke’ genres.

### **Geen esthetische criteria**

Het licht ironische motto ‘wij hebben geen smaak’ is voor promotionele activiteiten in opdracht van een duidelijk omschreven achterban het enige juiste standpunt. In het normale leven is het opzettelijk laten ontbreken van smaak geen issue. Muzieksmaak is persoons- en groepsgebonden en fans identificeren zich dikwijls met de

---

<sup>13</sup> Jaarverslag Buma Cultuur 2007, p. 1.

muzikanten. Bij kritiek op muziek voelen sommige muziekliefhebbers zich daarom persoonlijk aangevallen. Muzieksmaak is ook cultureel bepaald binnen een gegeven context die niet onveranderlijk is. In de literatuur spreekt men dan over het ‘culturele geheugen’, dat mede bepalend is voor identiteitsvorming.

Buma Cultuur hanteert in het bereiken van haar doelstelling dus géén esthetische criteria. Dit heeft twee oorzaken. Ten eerste wil Buma Cultuur geen waardeoordeel geven. Ze opereert zelfstandig en onafhankelijk en kan die positie alleen behouden als ze geen subjectieve keuzes maakt in haar ondersteuningsactiviteiten. Ten tweede draait het bij promotieactiviteiten om economisch belang. Buma Cultuur voert promotietaken uit om meer Nederlandse muziek te verkopen aan meer partijen. In het geval van dutchsound.nl komt dit neer op verkoop in het buitenland. Meer verkoop van muziek met Nederlands auteursrecht vergroot het bestaansrecht van Buma Cultuur. Meer verkoop van muziek met Nederlands auteursrecht levert meer inkomsten op voor auteursrechtenorganisatie Buma/Stemra. Zij financiert op haar beurt grotendeels de activiteiten van Buma Cultuur.<sup>14</sup>

## Waarom muziekpromotie?

‘Buma Cultuur zet zich in voor de promotie en ondersteuning van Nederlandse muziek.’ Muziek hoort bij cultuur, en cultuur is onmisbaar bij de ontwikkeling van de mens als individu en de samenleving als geheel. Cultuur verstrekt zingeving en geeft duiding aan het leven. Muziek kan zelfs de integratie bevorderen wanneer tijdens concerten losstaande individuen opgaan in een gedeelde identiteit. Bestedingen aan cultuur door overheden hebben daarom vooral een maatschappelijk en sociaal doel.

Wanneer de marktwerking op cultuur wordt losgelaten, verdwijnt de diversiteit, het experiment en de hoeveelheid promotiefähige acts. Marktwerking zal ervoor zorgen dat popmuziek, als voorbeeld van een onderdeel van de Nederlandse cultuur, afvlakt en inkrimpt tot een beperkt aantal commerciële producten. Dit hoeft niet kwalitatief minder te zijn – al gaat dit vaak samen. Het doel dat cultuur heeft, zal

---

<sup>14</sup> De overige inkomstenbronnen zijn, in volgorde van grootte volgens het jaarverslag over 2006: kaartverkoop, subsidies, donatie Sena en sponsorbijdragen.

door marktwerking moeilijker worden bereikt. Daarom moet cultuur gepromoot en ondersteund worden en daarom is er, alleen in de muziekcultuur al, in de achterliggende jaren een ware wildgroei van fondsen, stichtingen en verenigingen ontstaan, die elk een bepaald facet bevorderen.

Naast Buma Cultuur zijn onder meer de volgende belangrijke organisaties actief:<sup>15</sup>

- Buma/Stemra is de auteursrechtenorganisatie voor uitvoeringsrechten en mechanische reproductierechten.
- Sena is de belangenorganisatie die opkomt voor naburige rechten. Dit zijn de rechten voor uitvoerende artiesten en producenten.
- Stichting BREIN bestrijdt intellectueel eigendomsfraude (piraterij) namens auteurs, uitvoerende kunstenaars, uitgevers, producenten en distributeurs van muziek, film, video en interactieve software.
- Het Nederlands Fonds voor Podiumkunsten+ (NFPK) besluit, namens het ministerie van OCW, over subsidieaanvragen. Het fonds is per 1 november 2007 ontstaan uit een fusie van het Fonds voor de Scheppende Toonkunst (FST), het Fonds voor Podiumprogrammering en Marketing (FPPM) en het Fonds voor Amateurkunst en Podiumkunsten (FAPK).
- Muziek Centrum Nederland (MCN) profileert zich als het kennis- en promotiecentrum voor het professionele muziekveld. MCN is actief sinds 1 januari 2008 en is ontstaan uit de fusie van zeven organisaties: Donemus, Gaudeamus, De Kamervraag, Dutch Jazz Connection, de Jazzorganisatie, Nederlands Jazz Archief en Nationaal Pop Instituut.
- International Association of Music Information Centres (IAMIC). Het IAMIC is een international netwerk van organisaties gericht op het documenteren en promoten van 'de muziek van deze tijd'. De nationale organisaties kunnen beschouwd worden als hoeders van het nationale muzikale erfgoed. Er zijn 42 organisaties uit 38 landen bij aangesloten.<sup>16</sup> Het Nederlandse lid is Muziek Centrum Nederland.

---

<sup>15</sup> De beschreven organisaties hebben respectievelijk de volgende websites: [www.bumastemra.nl](http://www.bumastemra.nl), [www.sena.nl](http://www.sena.nl), [www.anti-piracy.nl](http://www.anti-piracy.nl), [www.nfpk.nl](http://www.nfpk.nl), [www.muziekcentrumnederland.nl](http://www.muziekcentrumnederland.nl), <http://iamic.net>, [www.vnfp.nl](http://www.vnfp.nl), [www.nvpi.nl](http://www.nvpi.nl), [www.nver.info](http://www.nver.info), [www.palmnet.nl](http://www.palmnet.nl).

<sup>16</sup> [iamic.net](http://iamic.net), 13 november 2008.

- Vereniging Nederlandse Poppodia en Festivals (VNPF) behartigt de collectieve belangen van de poppodia en –festivals van Nederland.
- NVPI, de brancheorganisatie van de entertainmentindustrie, vertegenwoordigt het merendeel van de Nederlandse platenmaatschappijen, videodistributeurs en game-software distributeurs.
- De Nederlandse Vereniging van Entertainment Retailers (NVER) is de branchevereniging die de belangen behartigt van vrijwel alle muziek- en entertainmentwinkels in Nederland.
- Vereniging PALM (Professionele Auteurs Lichte Muziek), de beroepsvereniging voor tekstschrijvers en componisten van ‘lichte muziek’ (volgens hun eigen website ‘rock, pop, jazz, dance, blues, house, Hollands, cabaret, enz.’)

## **Economisch belang van (pop)muziek**

Naast de culturele waarde heeft popmuziek ook een economische waarde. Popmuziek in brede zin beweegt zich op, misschien nog wel het meest van alle muziek, een commerciële markt, waarin producten over de toonbank gaan die winst moeten genereren.

Het economisch belang van popmuziek wordt niet onderschat. Zo valt in het TNO-rapport over ‘Het economisch belang van het cluster Nederlandse populaire muziek’ uit 1996 al te lezen dat:

‘... de populaire muziek, ook de Nederlandse, van cruciale betekenis [is] voor verschillende media. Radio en televisie gebruiken muziek om hun publiek aan zich te binden. Muziektijdschriften kunnen verschijnen en muziekjournalisten kunnen werken bij de gratie van het bestaan van muziekopnames en concerten. Verder realiseren vele bedrijven significante omzetten in het kader van de duizenden concerten die jaarlijks worden gegeven,

variërend van cateringbedrijven, verhuurders van feestpaviljoens tot busjesverhuurbedrijven.<sup>17</sup>

Behalve direct met platenmaatschappijen en concertorganisatoren, is de muziekindustrie indirect verbonden met bedrijven en instanties waarbij de winstgevendheid en het economisch succes van de muziekindustrie ook betrekking heeft op hun eigen winstgevendheid en economisch succes. De onderzoekers van TNO zijn van mening dat al deze aspecten in ogenschouw genomen moeten worden bij de vaststelling van het totale economische belang van het cluster Nederlandse populaire muziek.

Ruim tien jaar later constateren Sieb Kroeske en Joke Fictoor dat de meeste aandacht, die in alle onderzoeken naar het economisch belang van de Nederlandse populaire muziek die tot op heden zijn verricht, uitgaat naar de economische betekenis van de exploitatie op de nationale markt. Hun voorgangers keken niet of nauwelijks over de landsgrenzen. ‘Echter ook een succesvolle exploitatie in het buitenland is van groot belang voor de opbouw van een gezonde, op continuïteit gestoelde muziekindustrie.’<sup>18</sup>

Deze conclusie is, in het licht van de open economie die Nederland heeft en als de internationaal opererende handelsnatie zoals zij zichzelf graag profileert, niet opzienbarend. Dutchsound.nl wil bijdragen aan een succesvolle exploitatie van Nederlandse popmuziek in het buitenland.

De muziekexportbevordering van dutchsound.nl en andere initiatieven genereert een geldstroom van het buitenland naar Nederland. Dit heeft een toename van het bruto binnenlands product (BBP) tot gevolg en dat is positief voor de Nederlandse economie.

---

<sup>17</sup> Dr. P.W.M. Rutten en Ir. E. van der Weele. TNO-rapport. *Het economisch belang van het cluster Nederlandse populaire muziek*, 1996, p.2.

<sup>18</sup> Kroeske en Fictoor, 2008, p.10.

## Muziekexport uit Nederland is indrukwekkend

De ontwikkelingen in de afgelopen tien jaar in de muziekindustrie hebben er niet toe geleid dat de rol van Buma Cultuur als promotor minder belangrijk is geworden. Zo verklaarde Ed Nijpels, voorzitter van het Algemeen Bestuur van SENA, in zijn column in *Sena Performers Magazine* van juni 2008 dat door alle negatieve ontwikkelingen in de internationale platenindustrie, zoals tegenvallende verkoopcijfers en het downloaden en kopiëren van muziek, de inkomsten uit rechten steeds zwaarder gaan wegen.<sup>19</sup> Het promoten en ondersteunen van Nederlands muziekauteursrecht kan dus een grotere invloed hebben op de inkomsten per artiest dan voorheen.

### Onderzoek exportwaarde

Begin 2008 publiceerde Buma Cultuur de resultaten van een onderzoek naar de exportwaarde van Nederlandse populaire muziek over 2006, uitgevoerd door Perfect & More B.V.. Het onderzoek is gebaseerd op gegevens van rechtenorganisaties en informatie van belangrijke bedrijven uit de Nederlandse en buitenlandse muziekbranche. Het bureau concludeert dat de export van Nederlandse muziek 'al een aantal jaar indrukwekkend te noemen' is en niet onderdoet voor andere Europese landen.

Uit het onderzoek blijkt dat de export van Nederlandse populaire muziek in 2006 € 35,9 miljoen opleverde.<sup>20</sup> Dit is een stijging van 10% in vergelijking tot 2005 en een stijging van 13,6% ten opzichte van 2004. Ruim eenderde van de Nederlandse export, 36,8%, komt op het conto van de dance. Met internationaal toonaangevende DJ's als Tiësto, Armin van Buuren en Ferry Corsten mag Nederland zich één van de koplopers noemen in dit genre.

Van de Nederlandse muziekexport is 31% afkomstig uit auteursrecht en naburige rechten, 30% komt van de exploitatie van opnames van Nederlandse artiesten in het buitenland en 39% van optredens van Nederlandse artiesten over de grens.

---

<sup>19</sup> Ed Nijpels. 'Over de grens'. In: *Sena Performers Magazine*, nr. 2, jaargang 8, juni 2008. p.10.

<sup>20</sup> Kroeske en Fictoor, 2008, p. 3.



Deze cijfers onderstrepen het belang van muziekexport en ze rechtvaardigen het bestaan van initiatieven als dutchsound.nl. Het onderzoek laat tegelijk zien dat muziekexport niet voor elk genre evenveel oplevert. Het is evident dat Nederlandstalige muziek een beperkte rol kan spelen in het buitenland, ongeacht een eventuele uitmuntende promotiecampagne. De uitzondering is Vlaanderen, waar vroeger (The Scene, Tröckener Kecks), maar ook nu (Frans Bauer, Marco Borsato) successen door Nederlandse artiesten worden geboekt. In andere landen breekt de taalbarrière op. Niet voor niets zingen Jan Smit en Ellen ten Damme hun liedjes in het Duits wanneer zij in Duitsland optreden. In Engels gezongen en zeker instrumentale popmuziek maken een grotere kans op internationaal succes. Het essay *Is Everybody Happy?*, in 2004 geschreven in opdracht van het Ministerie van OCW, concludeert:

‘Bands van organische oorsprong en ingetuned op de internationale popmuziekproductie zijn, als ze in het Engels zingen, exporteerbaar en winnen soms zelfs internationaal erkende prijzen, zoals Kane, dat in 2000 de eerste MTV Award voor beste Nederlandse popgroep won.’<sup>21</sup>

Kane won in 2001 en 2004 eveneens de MTW Award voor beste Nederlandse act. Andere voorbeelden van internationale prijswinnende artiesten zijn Tasha’s World en Anouk. Tasha’s World won in 2003, als eerste Nederlandse artiest, de prestigieuze EMMA-award voor beste wereldmuziekact.<sup>22</sup> De EMMA is een belangrijke multiculturele Engelse prijs die behalve muziek onder meer ook film en journalistiek als prijscategorieën kent. Anouk won de MTW Award voor beste Nederlandse act in 2005 en 2006.

Interessant is dat in het citaat wordt gesproken over ‘organische oorsprong’. Het essay maakt onderscheid tussen organische en synthetische popmuziek. Organisch staat voor het spontaan ontstaan van acts. Synthetisch vertegenwoordigd de ‘mediapopmuziek’: popmuziek geproduceerd door professionele mensen achter de

---

<sup>21</sup> Lutgard Mutsaers. *Is Everybody Happy? Een opiniërend essay over de popmuzieksector in Nederland in het licht van de cultuurnotaperiode 2005-2008*, 2004, p. 17.

<sup>22</sup> Ron van der Sterren. ‘Tasha’s World wint EMMA Award’, *3voor12.vpro.nl*, 2 juni 2003.

schermen waarbij de uitvoerenden zijn samengesteld en vooral fungeren als 'gezichten'. Het grote verschil is dat synthetische popmuziek geproduceerd is om door te breken. Bij organische popmuziek is doorbraak een natuurlijk proces dat vaak een gevolg is van lang oefenen, veel ervaring opdoen en een dosis geluk.

De dj/producer die artiest is geworden past niet in de verdeling organisch/synthetisch en is een aparte categorie. Het is juist die nieuwe categorie waarin Nederland internationaal uitblinkt.

In januari 2002 verscheen een KPMG-rapport over de economische betekenis van dance in Nederland. Dansclubs en mega-evenementen als Sensation en Dance Valley bleken samen onder meer goed voor 11.000 banen en een half miljard euro aan omzet. Dat bericht haalde de voorpagina's van de Nederlandse kranten.

Cyril Sniijders, journalist voor de gratis krant DAG en op diverse internetsites, waaronder [dance.blog.nl](http://dance.blog.nl), schrijft op 7 juli 2006 dat de dance sindsdien 'alleen nog maar groter en volwassener geworden [is]. Anno 2006 staat Nederland onbetwist op nummer één in de wereld. Geen land heeft zoveel grootschalige feesten (800.000 bezoekers per jaar) of zulke populaire dj's.'<sup>23</sup>

Sniijders noemt als voorbeeld Amsterdam Dance Event, het door Buma Cultuur georganiseerde clubfestival en conferentie voor de dance-industrie, dat met de cijfers over 2007 haar slogans 'the worlds biggest club festival for electronic music' en 'Europe's main electronic and dance music conference' waar maakt: 72.000 festivalbezoekers, 700+ dj's/acts, 34 podia en 1.800 muziekprofessionals uit 36 verschillende landen.<sup>24</sup>

Dat de dance in Nederland geïnstitutionaliseerd is, blijkt uit de oprichting op 1 juli 2003 van de Belangen Vereniging Dance (BVD), de brancheorganisatie voor organisatoren van dance events. Binnen Europa is dit de eerste branchevereniging die opkomt voor de belangen van deze specifieke bedrijfstak.

---

<sup>23</sup> <http://night-report.blogspot.com>, geraadpleegd op 23 juni 2008.

<sup>24</sup> [www.amsterdam-dance-event.nl](http://www.amsterdam-dance-event.nl), geraadpleegd op 23 juni 2008.

## Genre-indeling

Waarom de ene muziek meer exportwaarde heeft dan de andere, hangt voor een deel van de muzieksoort af. Zo is dance veelal instrumentale muziek, en overstijgt daarom gemakkelijker het nationale kader.

Dutchsound.nl maakte in mei/juni 2008 onderscheid in zes genres:

- dance / electronic
- rock
- pop
- urban
- schlager / volks
- jazz / world

Uit de verdeling van de artikelen, in de periode van 1 januari tot en met 31 augustus 2008, over de verschillende genres blijkt welk genre het meest exportfähig wordt geschat: van de 140 berichten gaan er 69 over dance en elektronica.<sup>25</sup>

Bekeken vanuit productionele hoek zou pop het grootste genre moeten zijn. In het genre pop worden de meeste albums en singles gemaakt en de meeste artiesten zijn onder pop te scharen. Ook aan de verkoopkant is dit genre het grootst. Volgens het rapport *NVPI Marktinformatie Audio 2007* ligt het gemiddelde percentage bestedingen aan geluidsdragers voor het genre pop/MOR in Nederland, ten opzichte van het totaal aantal bestedingen aan geluidsdragers, rond de 50%.<sup>26</sup> Met 25 artikelen op dutchsound.nl in de eerste acht maanden van 2008 komt pop er echter bekaaid vanaf. Anders gezegd: het blijkt dat niet alle Nederlandse pop evenveel exportwaarde heeft als Nederlandse dance.

In de genre-indeling uit mei/juni 2008 is hedendaags klassiek niet vertegenwoordigd, terwijl Buma Cultuur dit genre vanaf 2006 ook promoot. Daarnaast wordt de benaming 'schlager/volks' gebruikt op een verder Engelstalige site. Tegelijk met de restyling van dutchsound.nl in oktober 2008 is gekozen voor een andere genre-indeling. Op de vernieuwde dutchsound.nl heeft Buma Cultuur zich

---

<sup>25</sup> In bijlage 8 is een overzicht opgenomen van het aantal artikelen op dutchsound.nl, gesorteerd naar genre.

<sup>26</sup> NVPI Marktinfo Audio 2007, p. 5.

bepikt tot zes verschillende genres. Meer genres zou de overzichtelijkheid van de website niet ten goede komen. De zes genres zijn:

- dance
- rock / alternative
- pop
- jazz
- folk / world
- contemporary

Deze genre-indeling houdt rekening met de vier hoofdstromen binnen de muziek (pop, jazz, klassiek en wereldmuziek). Daarnaast vertegenwoordigen de eerste vier genres de promotie-cd's met nieuwe Nederlandse muziek die Buma Cultuur jaarlijks samenstelt.

Genre-indelingen blijven een punt van discussie. Deze indeling geeft momenteel een zo evenwichtig en duidelijk mogelijk overzicht.

### 3 Nothing Compares 2 U

#### Onderzoek naar vergelijkbare internetsites

In dit hoofdstuk worden een aantal vergelijkbare sites van dutchsound.nl besproken. Het is geen volledig overzicht van promotiesites van buitenlandse muzikauteurs-rechtenorganisaties. Gekozen is voor een aantal internetsites, die ofwel hetzelfde belang hebben als de Nederlandse site dutchsound.nl ofwel een buitenlandse muziekpromotie site zijn.

De sites zijn bestudeerd op:

- uiterlijk / vormgeving
- indeling / gebruiksvriendelijkheid
- inhoud
- aanwezigheid muziek / video

Er zijn twee Nederlandse sites bestudeerd:

- [www.hollandrocks.nl](http://www.hollandrocks.nl) (van Muziek Centrum Nederland)
- [www.musicXport.nl](http://www.musicXport.nl) (Buma Cultuur en Muziek Centrum Nederland)

En er zijn vijf buitenlandse sites bestudeerd:

- [www.muzykcentrum.be](http://www.muzykcentrum.be) (Muziekcentrum Vlaanderen)
- <http://germansounds.de> (German Sounds)
- [www.french-music.org](http://www.french-music.org) (French Music Export Office)
- [www.exms.com](http://www.exms.com) (Export Music Sweden)
- [www.icelandmusic.is](http://www.icelandmusic.is) (Icelandic Music Export)

## **www.hollandrocks.nl (Nederland)**

### Uiterlijk / vormgeving

De site Holland Rocks is Engelstalig en is opgezet door het toenmalige Nationaal Pop Instituut (NPI).<sup>27</sup> De site opent traag en ziet er ouderwets uit. Als eerste pagina is een voorkant opgenomen die geen informatieve toevoeging heeft. De gebruiker wordt alleen gedwongen om een extra handeling te verrichten, namelijk het klikken op 'enter site'.

Het uiterlijk en de vormgeving zijn niet coherent. De diverse onderliggende pagina's hebben vaak verschillende kleuren.

### Indeling / gebruiksvriendelijkheid

De indeling van de site is als volgt: news, what's hot, bands online, encyclopedia, on the road, history, international activities, links, Dutch R&P Institute, reviews, Dutch Music Scene en een zoekfunctie. Het is niet direct duidelijk wat je waaronder kunt vinden. Daarnaast is het onderscheid tussen sommige kopjes en bijbehorende inhoud, zoals news en what's hot, te beperkt.

### Inhoud

Bij het eerste bezoek was het meest recente nieuwsbericht op de site van 14 februari 2008, dus bijna een half jaar oud. Wel was er een recent overzicht met optredens in het buitenland van Nederlandse artiesten. Het aantal artiesten was 5. Gezien het aanbod van Nederlandse acts is dat beperkt. Een later bezoek liet een gesloten internetsite zien waarop vermeld werd dat Holland Rocks 'currently under reconstruction' is. Hierdoor is een verdere beschrijving en analyse van de site niet meer mogelijk.

### Aanwezigheid muziek / video

Ten tijde van het bezoek – vóór de sluiting – was er geen muziek en video op de site aanwezig.

---

<sup>27</sup> De site [www.hollandrocks.com](http://www.hollandrocks.com) is bezocht op 3 juni en 17 juni 2008.

## **www.musicXport.nl (Nederland)**

MusicXport.nl is de vlag waaronder Buma Cultuur samen met Muziek Centrum Nederland (MCN) haar internationale marketingprogramma voert. In samenwerking met lokale partijen wordt voor iedere betrokken artiest op maat een marketingplan ontwikkeld en uitgevoerd. De bijdrage vanuit musicXport.nl bestaat daarin vooral uit contacten met agenten, promotors, festivals, promotiebureaus en media.

De relevantie en potentie van musicXport.nl heeft zich bewezen door buitenlandse successen van enkele Nederlandse acts. Zo speelde het bureau een belangrijke rol bij de internationale doorbraak van gothic metalband Within Temptation. De band heeft in 2003, 2004 en 2006 ‘tour support’ ontvangen vanuit musicXport.nl. Dat is een geldbijdrage in het tourbudget van een artiest.

Het adres van de website is: [www.musicXport.nl](http://www.musicXport.nl).<sup>28</sup>

### *Uiterlijk / vormgeving*

Dit is een tweetalige website, in het Nederlands en Engels. Het uiterlijk is rustig en uniform. Het kleurgebruik is beperkt en daardoor niet afleidend. De foto's van de artiesten in de fotocarrousel rechtsboven zijn niet recent. De site heeft een beperkte breedte en laat relatief veel ruimte van het scherm ongebruikt. Een afbeelding van de site per 1 juli 2008 is opgenomen in bijlage 2.

### *Indeling / gebruiksvriendelijkheid*

Op het eerste gezicht is de indeling niet geheel duidelijk, met twee menu's. Bij nader inzien blijkt het linkermenu het ‘echte’ menu te zijn met de volgende indeling: over musicXport.nl, nieuws & updates, acties, aanmelding nieuwsbrief en contact. Rechts staat een menu met regelingen & formulieren. De hoeveelheid subpagina's bij dit menu (11) komt de overzichtelijkheid niet ten goede.

### *Inhoud*

De site oogt statisch, mede omdat niet met het nieuws geopend wordt, maar met een korte uitleg over het project zelf. Maar ook de rubriek nieuws op de Nederlandstalige site is weinig actueel: geen berichten in maart, één in april, geen in mei en twee in

---

<sup>28</sup> De site [www.musicXport.nl](http://www.musicXport.nl) is bezocht op 23 juni 2008.

juni. Het Engelstalige gedeelte heeft wel meer nieuwsberichten, maar die worden in veel gevallen overgenomen van dutchsound.nl.

De site is dan ook niet bedoeld om nieuws uit te dragen, maar om alle informatie over internationale marketing gebundeld aan te bieden. De site verstrekt alle regelingen en formulieren.

De Engelstalige site biedt deze breedte niet. Op de Engelstalige site zijn links naar dutchsound.nl en hollandrocks.nl, en een korte uitleg van musicXport.nl en haar activiteiten (waarvan 2006 het meest recente jaar is).

### Aanwezigheid muziek / video

Er is geen muziek en video aanwezig.

Als de doelstelling van de website het informeren van Nederlandse muzikanten over internationale marketing is, lijkt de noodzaak voor een Engelstalige site niet aanwezig. Als daarnaast de informatie hiervoor uit niet veel méér bestaat dan een reglement, enkele formulieren en nog wat uitleg, is de vraag of een aparte website hiervoor nodig is. De Nederlandse muziekindustrie is al een wirwar van organisaties en bijbehorende websites waarin zelfs ingevoerde mensen soms door de bomen het bos niet meer zien. Goed argument voor behoud van de website is dat de naam musicXport.nl het uithangbord van het project is. Die naam moet terugkomen in de url. Dit kan behouden blijven door dit internetadres door te linken naar de website van MCN of Buma Cultuur, de twee partners binnen het project. De huidige musicXport.nl website linkt op sommige plekken al door naar subsites van MCN (hollandrocks.nl) en Buma Cultuur (dutchsound.nl).

## **www.muziekcentrum.be (Vlaanderen)**

België is een land met zes deelregeringen en drie nationale talen. De verschillende regeringen en talen zijn terug te voeren op verschillende gemeenschappen die elk een eigen cultuur en achtergrond hebben. Tegen dat licht is het niet verwonderlijk dat er geen gemeenschappelijke internetsite is, die alle muziek van België ondersteunt en promoot. Ik heb de site van het Muziekcentrum Vlaanderen bestudeerd.



Muziekcentrum Vlaanderen fungeert als officieel steunpunt voor de professionele muzieksector in Vlaanderen.

#### *Uiterlijk / vormgeving*

De website van het Muziekcentrum Vlaanderen, [www.muzyiekcentrum.be](http://www.muzyiekcentrum.be), oogt rustig en overzichtelijk, mede door het beperkte kleurgebruik van lichtgrijs en geel.<sup>29</sup> De advertenties aan de rechterkant vloeien door het vele kleurgebruik bij de rest van de site, en trekken daardoor meer aandacht dan de rest van de site. Een afbeelding van de site per 1 juli 2008 is opgenomen in bijlage 3.

#### *Indeling / gebruiksvriendelijkheid*

Het menu is horizontaal en bestaat uit nieuws, persoverzicht, nieuwe releases, infoplatform, muziek in Vlaanderen, databank, 'over ons' en nieuwsbrief. De site is Nederlands- en Engelstalig. De Engelstalige site wijkt iets af: concert calendar, news, music from Flanders, new releases, database en about us. Voor Franstaligen is er een pagina met een summiere uitleg over Muziekcentrum Vlaanderen. Er is verder geen inhoud.

#### *Inhoud*

Omdat het onderzoek gebeurt vanuit een vergelijking met [dutchsound.nl](http://dutchsound.nl) heb ik alleen naar de inhoud van de Engelstalige site gekeken.

In de concertkalender staat een uitgebreide lijst van concerten van Belgische artiesten buiten België. Deze lijst is samengesteld met behulp van data van de website [Last.fm](http://Last.fm). De concerten zijn niet onderverdeeld in genres.

Onder news zijn tien nieuwsberichten te vinden. Het oudste nieuwsbericht dateert van 10 oktober 2008. Het is niet mogelijk om oudere nieuwsberichten te vinden of naar een nieuwsarchief te gaan. De inhoud van de nieuwsberichten betreft zowel muzieknieuws over klassiek, jazz en pop, als nieuws over activiteiten van het Muziekcentrum.

---

<sup>29</sup> De site [www.muzyiekcentrum.be](http://www.muzyiekcentrum.be) is bezocht op 19 november 2008.

Via Music From Flanders zijn de genrepagina's te vinden. Het muziekcentrum onderscheidt de volgende genres:

- classical / contemporary
- pop / rock / dance
- jazz / world music / folk
- popular / chanson

De genrepagina's kunnen beschouwd worden als extra service. Er is geen nieuwe informatie te vinden. Wel kan vanaf de genrepagina's het nieuws en de muziekdatabase per genre bekeken worden. Een duidelijke keuze per genre ontbreekt, want sommige nieuwsberichten zijn op alle genrepagina's terug te vinden.

Ook in de muziekdatabase werkt de genreverdeling niet goed. Wanneer via de genrepagina pop / rock / dance wordt gezocht naar de rockbands Soulwax en dEUS vind men geen zoekresultaten. Als vanuit de database zelf wordt gewerkt, is de zoekactie wel succesvol. De inhoud van de database is uitgebreid, met vermeldingen van bandleden, website van de band, discografie en press clips. Helaas voor de Engelstalige bezoeker zijn deze persberichten (press clips) in het Nederlands.

De site biedt de mogelijkheid om je te abonneren op hun nieuwsbrief en/of RSS-feeds.<sup>30</sup>

#### Aanwezigheid muziek / video

Er is geen muziek en video aanwezig op deze site.

## **germansounds.de (Duitsland)**

Gedurende de onderzoeksperiode heb ik de site germansounds.de regelmatig bezocht. Op alle momenten werd gemeld dat het kantoor van German Sounds niet beschikbaar was vanwege een reorganisatie van het bedrijf. Volgens de mededeling zal meer nieuws op de site verschijnen. In de periode van ongeveer vijf maanden waarin de site

---

<sup>30</sup> Een RSS-feed is een applicatie die vaak wordt gebruikt bij nieuwssites of weblogs om op de hoogte te blijven van de laatste updates. Door middel van een RSS reader kunnen gebruikers zich abonneren op een RSS-feed en zien ze het nieuws zodra het wordt gepubliceerd.

diverse malen is bezocht, is er geen verandering in deze mededeling geweest.<sup>31</sup> Wel was het bericht zowel in het Duits als in het Engels geplaatst. Dit geeft aan dat de site waarschijnlijk eveneens tweetalig zal zijn, waarbij met de moedertaal Duits rekening wordt gehouden met meer dan alleen de eigen achterban (de Duitstalige markt is groter dan Duitsland), en met de wereldtaal Engels de overige doelgroep wordt bereikt.

## **www.french-music.org (Frankrijk)**

De site van het French Music Export Office, [www.french-music.org](http://www.french-music.org), wordt Engelstalig en Franstalig aangeboden. Het French Music Export Office is in 1993 ontstaan uit een initiatief van Franse platenmaatschappijen. Hun doel is om gezamenlijk Franse muziekprofessionals te helpen om de aanwezigheid van Franse artiesten en producties over de grens te vergroten en daarmee dus de verkoop van Franse albums te verhogen.

Met hulp van het Franse ministerie van Buitenlandse Zaken heeft het Franse muziekexportbureau een netwerk van negen kantoren en correspondenten opgebouwd in landen met een belangrijke markt en/of een geografisch interessante competentie.

Zo wordt vanuit het kantoor in Berlijn behalve Duitsland ook Oostenrijk, het Duitstalige gedeelte van Zwitserland en Nederland bediend. Behalve Berlijn zijn er kantoren in Londen, Barcelona, New York en Tokyo, en correspondenten in Moskou, Warschau, São Paulo en Mexico City. Het hoofdkantoor staat in Parijs.

### *Uiterlijk / vormgeving*

De site [french-music.org](http://www.french-music.org) oogt overzichtelijk.<sup>32</sup> De achtergrond is wit, de letters grijs en zwart. Het kleurgebruik komt vooral door de titelblokken in paars en de toegevoegde foto's. De site is geheel uitgelijnd naar links en laat daardoor een deel van het beeldscherm onbenut. Een afbeelding van de site per 1 juli 2008 is opgenomen in bijlage 4.

---

<sup>31</sup> De periode van bezoek aan de internetsite [www.germansounds.de](http://www.germansounds.de) was ongeveer van eind april tot en met eind september 2008.

<sup>32</sup> De site [www.french-music.org](http://www.french-music.org) is bezocht op 1 juli 2008.

Indeling / gebruiksvriendelijkheid en inhoud

Het menu links toont de inhoud van de site: onder news zijn de volgende subkopjes te vinden: record release, success/award, event, media en bureau export. De nieuwsberichten hebben betrekking op deze titels: buitenlandse releases, buitenlands succes en/of prijzen van Franse artiesten. Verder worden onder 'event' buitenlandse tours vermeld. Bij media staat hoe buitenlandse media schrijven over Franse artiesten en tot slot onder bureau export staat nieuws van het exportbureau zelf.

Het tweede menukopje is directory. Hier kan gezocht worden naar contacten uit de Franse muziekindustrie. Deze service is alleen beschikbaar voor muziekprofessionals en is daarom afgeschermd met een login. Het French Music Export Office beoordeelt elke aanvraag voor een login, zodat die alleen aan muziekprofessionals verstrekt worden.

Onder Music by genre staan dezelfde nieuwsberichten vermeld, maar dan per genre. De website onderscheidt:

- classical
- electronic
- hip hop, reggae en raga
- jazz
- pop, rock en french chanson
- world

Dit is een logische indeling. Drie van de vier hoofdsoorten muziek, klassiek, jazz en wereldmuziek, hebben een eigen kopje. De vierde hoofdsoort, pop, wordt hier onderverdeeld in drie kopjes: één voor alle elektronische muziek, één voor alle urban muziek en de overige popmuziek, waarbij het Franse chanson is toegevoegd aan pop en rock. Het Franse chanson is te vergelijken met singer-songwriters en/of folk.

De laatste drie kopjes in het menu betreffen tools, sponsorship en about us. Onder tools staan exporthandboeken, algemene exportinformatie, genregidsen ('a guide to jazz produced in France') en tracklijsten van cd's en dvd's samengesteld door het exportbureau ('French Essentials').

Onder sponsorship staan nieuws en projecten beschreven waarvan het onduidelijk is waarom die onder sponsorship staan. Waarschijnlijk zal The French Music Export deze zaken financieel ondersteunen. Het gaat om zes nieuwsberichten en één project. De nieuwsberichten gaan over een buitenlandse tour en een festival.

Voor de bezoeker is niet duidelijk waarom deze niet net als de overige nieuwsberichten zijn gerubriceerd.

Onder about us tot slot worden kort het team, de partners en de algemene zaken omtrent het exportbureau beschreven. De algemene zaken betreffen de missie, de activiteiten en hoe het exportbureau gefinancierd wordt. Het Franse exportbureau ontvangt geld van de overheid, enkele muziekkfondsen en Sacem, de Franse auteursrechtenorganisatie.

#### Aanwezigheid muziek / video

Er zijn fragmenten van songs te beluisteren via de playlist. De muzikspeler verschijnt in een apart scherm. Het is niet duidelijk wat voor playlist dit is; het is niet per genre, het is niet alleen nieuwe muziek. Er is geen video aanwezig.

## **www.exms.com (Zweden)**

#### Uiterlijk / vormgeving

Zweden associeer je met blauw en geel. Het wekt geen verbazing dat deze kleuren veelvuldig gebruikt worden op de site van Export Music Sweden, afgekort ExMS.<sup>33</sup> De site oogt overzichtelijk met één menu. Wel is het storend dat de website geheel naar links is uitgelijnd en dat het frame niet breed genoeg is, waardoor op sommige pagina's een horizontale scrollbar ontstaat, terwijl de breedte van de volledige site niet groot is. Een afbeelding van de site per 1 juli 2008 is opgenomen in bijlage 5.

#### Indeling / gebruiksvriendelijkheid

Het menu oogt helder en overzichtelijk, maar de volgorde is willekeurig. Het menu bevat: about us, useful links, trade events, music festivals, Swedish music update, Swede, Swede music, latest hit facts news, pdf archive, Midem attendance, Popkomm attendance, access all areas, music export statistics, newsletter sign-up en contact. De site wordt alleen in het Engels aangeboden en richt zich dus volledig op het buitenland.

---

<sup>33</sup> De site www.exms.com is bezocht op 20 november 2008.

### Inhoud

De site oogt niet overal, op alle punten up-to-date. Bij Swedish music update is het recentste jaartal dat ik aantrof 2005. De kopjes useful links en music festivals zijn niet gevuld. Access all areas en latest hit facts news geven een foutmelding.

Music export statistics biedt wel toegevoegde waarde met rapporten van de afgelopen jaren (behalve 2007) over de 'export performance' van Zweedse muziek. Trade events is actueel met een uitgebreide kalender van conferenties in 2009 waar Music Export Sweden aanwezig zal zijn. Het beste oogt echter nog de homepage. Hier is een uitgebreide concertlijst van Zweedse artiesten met optredens in het buitenland opgenomen. Ook kan je doorklikken naar een pagina met de laatste nieuwsberichten. Er is één nieuwsbericht voor elke maand (behalve september 2008) waarin diverse nieuwsitems vermeld staan. Het verklaart waarom bij Swedish music update geen actuele nieuwsitems staan. Dit komt de overzichtelijkheid niet ten goede. Daarnaast wekt het verbazing dat deze pagina niet via het menu bereikbaar is.

### Aanwezigheid muziek / video

Er is welgeteld één song te beluisteren en te downloaden van de site. Dit betreft het nummer 'Cherry Tree' van Maria Grönlund uit 2005. Wel is er een uitgebreide lijst met externe links naar muziek en videoclips op onder meer MySpace en Pitchfork.

## **www.icelandmusic.is (IJsland)**

Het IJslandse muziekexportbureau heet Iceland Music Export en heeft met IMX een goede, hippe afkorting. Ze presenteren zichzelf als de 'first ever one stop shop for Icelandic Music', en wijken daarmee niet af van andere muziekexportbureaus.

### Uiterlijk / vormgeving

De site van Iceland Music Export, [www.icelandmusic.is](http://www.icelandmusic.is), oogt rustig, mede door het kleurgebruik: zwarte tekst op een witte achtergrond, met subtiel gebruik van blauw (in de linkjes) en grijs (in de titels).<sup>34</sup> Een afbeelding van de site per 1 juli 2008 is opgenomen in bijlage 6.

---

<sup>34</sup> De site [www.icelandmusic.is](http://www.icelandmusic.is) is bezocht op 17 juni 2008.

### Indeling / gebruiksvriendelijkheid

Het menu staat links en bestaat uit: news, artists, labels, events, studios/producers, media, conferences, new releases, about imx en contact. Het menu is uitgebreid, maar overzichtelijk. Waar nodig wordt een submenu weergegeven.

Bij nieuwsberichten is geen archieffunctie, waardoor de pagina onhandig lang wordt. Positief punt is dat onder elk nieuwsbericht de mogelijkheid gegeven wordt om het betreffende bericht door te sturen naar iemand, het zogenoemde 'tell a friend'. Je krijgt dan een link opgestuurd naar het betreffende nieuwsbericht op de site van IMX. Toen ik het testte met twee verschillende berichten werkte mijn links niet, maar het idee is lovenswaardig.

### Inhoud

De nieuwsberichten zijn recent en frequent. Er verschijnen elke week een paar nieuwe. Op 16 juni 2008 (een dag voor mijn bezoek aan deze site) zijn vier berichten geplaatst. De informatie in deze nieuwsberichten is eveneens recent. Wel staat er een banner op de site over het Spot Festival in Arhus, Denemarken.<sup>35</sup> Dat festival was van 5 t/m 8 juni 2008.

Onder het kopje artiesten is een alfabetische lijst te vinden van alle IJslandse musici, met hun website en MySpace-site. De artiesten zijn ook te verdelen onder de volgende genres: rock, pop, experimental, jazz/blues, classical, hiphop/R&B, folk, world, electronic.

Hierbij blijkt dat een artiest onder meerdere genres kan vallen. Björk, misschien wel IJslands bekendste exportproduct, is naast pop ook onder 'electronic' en 'experimental' terug te vinden. De genreverdeling is niet waterdicht. Sigur Rós, een kunstzinnige, IJslandse band op het snijvlak van pop, elektronica en klassiek, is niet terug te vinden onder één van de genres. Het navigeren tussen de verschillende genres is niet gemakkelijk, omdat de site niet aangeeft welke genrelijst weergegeven wordt. Weliswaar klikt de gebruiker zelfbewust op een genre en verschijnt de lijst met artiesten onder dat genre, nergens is een naam van de betreffende genrelijst te lezen.

---

<sup>35</sup> Een banner is een grafische reclame-uiting op een internetsite, die vaak doorverwijst naar een andere site.

Wanneer op de artiest zelf geklikt wordt, verschijnt een volgende pagina met een korte biografie, een foto en de belangrijkste contactgegevens. Ik heb hier een steekproefcontrole gedaan om een beeld te krijgen. Ik merkte dat de informatie wisselde. In een paar gevallen was de biografie in het IJslands, in plaats van in het Engels. Soms ontbrak een foto. Bij sommige artiesten was naast de internetpagina, de MySpace-pagina en een e-mailadres ook een manager met naam en e-mailadres vermeld. In een paar gevallen kon een song gedownload worden.

Ook bij de overige kopjes (labels, events, studios/producers) verschijnen lijsten met namen. Wanneer op de naam geklikt wordt, verschijnt een korte beschrijving van de betreffende organisatie.

### Aanwezigheid muziek / video

Er is veel audio en video beschikbaar op de site. Er is een muziekspeler, die in een apart scherm opent, er zijn muziekvideo's te zien en er zijn diverse podcasts te downloaden.<sup>36</sup> Dit is een groot verschil met de andere onderzochte sites.

## **Samenvattend**

Met de beschrijvingen van de internetsites is niet geprobeerd om een zo juist en volledig mogelijk beeld te schetsen van alle aanwezige muziekpromotie internetsites. Getracht is om inzicht te creëren in de verschillende soorten internetsites, met hun mogelijkheden en beperkingen.

Er is geen eenduidige invulling van een muziekpromotie site. De mate en wijze van invulling hangt samen met de aard en doelstelling van de organisatie en haar afweging in de tijd en moeite die erin gestoken wordt.

Sommige sites ogen statisch en worden beperkt bijgehouden. Andere sites zijn verouderd, onoverzichtelijk en sluiten niet meer aan op de huidige eisen die internet stelt. Er zijn sites die niet veel meer zijn dan een digitaal uithangbord.

---

<sup>36</sup> Een podcast is een technologische functie die ervoor zorgt dat digitale bestanden (veelal audio) verspreid worden om op een later moment gebruikt te worden. In de praktijk wordt podcasting vaak gebruikt om MP3-bestanden van een internetsite op een MP3-speler te zetten, om ze op een later moment te beluisteren.



In vergelijking tot andere sites vormt dutchsound.nl een positieve uitzondering. Het is niet de hoofdsite van het exportbureau, dat is bumacultuur.nl, maar een specialistische aanvulling daarop. Alleen daarom al wijkt de site af van alle andere onderzochte muziekpromotie sites.

Als je een rangorde samenstelt in de onderzochte sites, dan staat dutchsound.nl op de eerste plaats. Het muzieknieuws wordt daar het vaakst ververst, de site is duidelijk en inzichtelijk en met 67 nummers is er meer muziek te beluisteren dan op de andere sites.

## 4. Talk

### Interviews met internationale muziekprofessionals

Naast de bestudering van vergelijkbare buitenlandse muziekpromotie sites heb ik ook enkele muziekprofessionals uit relevante exportlanden geïnterviewd.<sup>37</sup> Zij kunnen beschouwd worden als een afspiegeling van de potentiële gebruikersgroep van dutchsound.nl. Ik heb geprobeerd om een veelzijdige mix van beroepen en nationaliteiten samen te stellen, om zo een compleet mogelijk beeld te creëren van de adviezen en wensen van de potentiële gebruikersgroep. Ik heb de volgende personen telefonisch geïnterviewd om te horen hoe zij internet inzetten als promotiemiddel:

- Bernard Batzen (Frankrijk)
- Mark Gorbulew (Verenigde Staten)
- Marianne Ifversen (Denemarken)
- Dietmar Schwenger (Duitsland)
- Philippa McEvoy (Groot-Brittannië)
- Jonas Vebner (Noorwegen)
- Erwin Blom (Nederland)

De interviews zijn afgenomen op basis van een achttal vragen. Waar is afgeweken van de vragenlijst, is dat aangegeven. De vragenlijst is te vinden in bijlage 9.

### Interview Bernard Batzen

Bernard Batzen is lid van het management van The French Music Export Office.<sup>38</sup> Deze organisatie is opgericht in 1993 door enkele platenmaatschappijen. Hierdoor is de insteek iets afwijkend van Buma Cultuur, omdat the French Music Export Office zelf ook een platenmaatschappij heeft.

---

<sup>37</sup> Hiervoor is gebruik gemaakt van het adressenbestand en de contacten van Buma Cultuur.

<sup>38</sup> Telefonisch interview met Bernard Batzen, 10 juni 2008.

Bernard Batzen was niet bekend met dutchsound.nl. Om op de hoogte te blijven van muzieknieuws checkt hij websites van festivals, magazines en de website van VIP-Booking. Zijn belangrijkste informatiebron blijft het netwerken op muziekconferenties. Daar vraagt hij mensen naar de hoogtepunten van de laatste festivals. Batzen gebruikt deze informatie als zijn graadmeter.

Daarnaast krijgt Batzen veel informatie van het label van de betreffende artiest. Als platenmaatschappij krijgt The French Music Export Office veel muziek opgestuurd. Tijd is hier het grootste probleem. Door tijdsgebrek luistert Batzen naar schatting naar slechts 1% van de opgestuurde muziek.

The French Music Export Office heeft volgens Batzen onder meer een podcastfunctie op haar site. Batzen beschouwt dit als een groot voordeel, omdat vooral (en eigenlijk enkel) tijdens reizen tijd is om naar muziek te luisteren.<sup>39</sup>

Op dutchsound.nl staat een Music Industry Database, waar contacten uit de Nederlandse muziekindustrie te vinden zijn. Batzen vindt dit een handige tool, hij was er niet bekend mee. Frankrijk heeft via de IRMA een zelfde soort database die hij meerdere keren per week raadpleegt.<sup>40</sup>

Batzen is vooral geïnteresseerd in informatie over, zoals hij dat noemt, 'what's happening abroad'. Hij doelt hierbij op buitenlandse tours en buitenlandse releases van Nederlandse acts.

Zodra er interesse vanuit een bepaald land is, is het belangrijk om aan te geven of er ook een release in dat land is en of de band in dat betreffende land al een publisher heeft. Batzen zou deze informatie graag terug zien op een muziekpromotiesite zoals dutchsound.nl. Tot slot is een mogelijkheid om te luisteren naar de muziek zelf ook belangrijk.

Batzen geeft aan dat er geen uitgebreide nieuws en/of biografieën op de site hoeven te staan. Hij vindt het van belang dat de muziekprofessional geen overbodige informatie hoeft te lezen, maar snel en direct in één oogopslag de belangrijkste zaken leest. Hijzelf gebruikt de website van the French Music Export Office niet. Hij gaf aan dat de muziekindustrie wel erg blij is met hen.

---

<sup>39</sup> Ik kon de podcastfunctie waarover Batzen sprak niet terugvinden op de site french-music.org. Dit doet geen afbreuk aan de mening van Batzen over podcasts.

<sup>40</sup> IRMA is het Franse informatie- en onderzoekscentrum voor populaire muziek. Het heeft als doel om de binnenlandse schakel te zijn tussen alle verschillende componenten in de Franse muzieksector.

Afrondend concludeert Batzen dat de website slechts één tool is. De hoofdtool blijft toch het supporten op muziekconventies. Live de band aanschouwen blijft het beste, omdat het hoofddoel voor een buitenlandse muziekprofessional toch vaak het boeken van een band is.

## **Interview Mark Gorbulew**

Mark Gorbulew is A&R consultant, muziekprogrammeur (onder meer voor een Amerikaans radioprogramma), muzikant en producer.<sup>41</sup> Hij is werkzaam in Frankrijk en de Verenigde Staten. Hij werkt deels via bedrijven, zoals Rendezvous (gevestigd in Beverly Hills, Californië) en deels op freelance basis.

Mark Gorbulew is bekend met dutchsound.nl en ook met Buma Cultuur zelf. Halverwege de jaren negentig is hij al eens op Amsterdam Dance Event (ADE) geweest. Hij maakt veel gebruik van internet en gebruikt dutchsound.nl ook om up-to-date te blijven met de Nederlandse muziekindustrie.

Zijn doel voor het gebruik van internationale muziekpromotie internetsites is om nieuwe artiesten te ontdekken en op de hoogte te blijven van ontwikkelingen. Naast internet leunt Gorbulew veel op zijn netwerk. Hij krijgt als A&R-manager ook veel cd's toegestuurd.

Als resultaat kan hij noemen dat hij via ADE vier Nederlandse artiesten heeft geboekt: Adina & Wolf (een producersduo dat elektronische muziek maakt met lounge- en jazzinvloeden), Praful (een saxofonist en fluitist die een soort jazzdance maakt) en Camiel (een gitarist). Hij stelt ook cd-compilaties samen waarbij hij Nederlandse artiesten gebruikt (bijvoorbeeld loungeartiest Monte La Rue) die hij via Nederlandse internetsites heeft leren kennen.

Gorbulew verklaart dat volgens hem Frankrijk en Nederland de meest actieve landen zijn wat betreft het gebruik van internet voor hun missie, het promoten van muziek. Duitsland en Italië noemt hij als twee landen die geen gezamenlijke internetsite voor internationale muziekpromotie hebben.

---

<sup>41</sup> Telefonisch interview met Mark Gorbulew, 2 juli 2008.

Naast sites van de exportbureaus gebruikt Gorbulew ook iTunes (hij is groot voorstander van de werking van het principe 'if you like this artist, you might as well like...') en enkele sites van platenmaatschappijen (o.a. United Recordings uit Leiden). Tot slot noemt hij nog MySpace als enorme bron van muziekaanbod.

De belangrijkste features van dat soort internetsites zijn voor Gorbulew de mogelijkheid om te luisteren en de mogelijkheid om de artiest te zien. Een foto, of beter nog, een video. Gorbulew bevestigt dat door de teruglopende cd-verkoop de optredens van artiesten de grootste inkomstenbron zijn geworden. Het liefst bekijkt hij video's van oude optredens als een soort 'proeve van bekwaamheid'. Daarnaast zijn een korte biografie en contactgegevens ook belangrijk.

Gorbulew maakt in het gesprek weinig onderscheid tussen ADE, Buma Cultuur en [dutchsound.nl](http://dutchsound.nl). Hij ziet het als één geheel, omdat er één organisatie achter zit. Voor andere muziekprofessionals kan dit misschien niet zo duidelijk zijn als voor Gorbulew. Uit enquêteonderzoek van Buma Cultuur zelf, na afloop van het Amsterdam Dance Event 2007, bleek dat het conferentie en festival een gevestigde naam is, maar dat voor de bezoekers niet altijd duidelijk is dat Buma Cultuur de organisatie achter het ADE is.

De veronderstelling die ik opper dat het muziekgenre waarin hij zich beweegt, elektronische muziek, beter vertegenwoordigd is op internet, dan bijvoorbeeld de traditionele muziekgenres zoals folk, wuift hij weg. 'Dit was vroeger misschien het geval, maar dit geldt niet meer voor de huidige situatie. Afgelopen week heb ik nog een folksong gedownload.' Daarnaast ontdekt hij ook veel Afrikaanse en Cubaanse muziek via internet.

Als Gorbulew een schatting moet maken hoeveel resultaat hij via nieuwe media en hoeveel resultaat hij via de traditionele media boekt, antwoordt hij dat de verdeling ongeveer 50/50 is. Met resultaat wordt bedoeld dat hij muziek succesvol heeft geprogrammeerd, of dat hij een buitenlandse band heeft geboekt voor een tour door Frankrijk. Gorbulew ziet voor de toekomst dat deze verdeling zal doorschuiven naar 80/20 (in het voordeel van internet). 'Internet heeft de muziekwereld veranderd: de goede kant op en de slechte kant op.'

## Interview Marianne Ifversen

Marianne Ifversen heeft een deeltijdbaan in de muziekindustrie als assistent boeker voor het Roskilde Festival in Denemarken.<sup>42</sup> In het dagelijks leven is ze kinderarts.

Ifversen is bekend met dutchsound.nl, maar gebruikt de site niet. Als festivalboeker is Ifversen vooral geïnteresseerd in *live footage* van artiesten wanneer ze internetsites bezoekt. Videobeelden van internet werden echter alleen gebruikt om voorwerk te doen. Ifversen verklaart dat zij en haar collega-boekers van 90% van de artiesten die op Roskilde staan een liveshow hebben bezocht. Eigen waarneming is van doorslaggevende betekenis.

Voor haar deeltijdwerk gebruikt Ifversen vooral Deense internetsites, zoals Gaffa.dk, en enkele internationale sites zoals Pitchfork en NME. Ook MySpace en YouTube worden gebruikt, maar vaak alleen wanneer gericht gezocht wordt op audio- en/of videomateriaal van een bepaalde artiest.

Ifversen maakt geen gebruik van internetsites van internationale muziekexport bureaus. Ze vindt de muziek en het nieuws dat daar aangeboden wordt te breed voor Roskilde. Ze maakt liever gebruik van ideeën en advies van (inter)nationale muziekindustriecollega's.

Als inhoudselementen voor internationale muziekpromotie websites noemt Ifversen drie zaken belangrijk: erg korte biografieën, recensies door muziekprofessionals en een mogelijkheid om muziek te beluisteren. Bij het laatste element heeft video de voorkeur boven audio.

Ifversen vindt het moeilijk om een schatting te maken over het gebruik van nieuwe media in vergelijking tot oude media. Ook durft ze geen voorspelling voor de toekomst te doen. Ze gebruikt internetsites vooral als tweede bron. De eerste bron van informatie is en blijft ideeën en advies van internationale collega's uit de muziekbusiness. Ifversen vindt het belangrijk om mensen te zien en te blijven spreken, ook buiten internet om.

---

<sup>42</sup> Telefonisch interview met Marianne Ifversen, 5 augustus 2008.

## Interview Dietmar Schwenger

Dietmar Schwenger is hoofdredacteur van het Duitstalige muziektijdschrift *MusikWoche*. Het tijdschrift, opgericht in 1993, is vooral business gerelateerd.<sup>43</sup>

Schwenger is bekend met dutchsound.nl en gebruikt de website ook. Hij mist vooral business gerelateerd nieuws, zoals bijvoorbeeld een algemeen nieuwsbericht over de huidige situatie van de Nederlandse muziekindustrie (zoals de French Music Export Office wel doet, volgens Schwenger). Schwenger gebruikt van dutchsound.nl vooral de music industry database om contacten te genereren. Soms gebruikt hij nieuwsberichten voor een editorial.

Naast dutchsound.nl is Schwenger bekend met de internetsites van de Iceland Music Export en van The French Music Export Office. Zijn ervaring is dat hij vooral internetsites gebruikt, waarvan hij de mensen erachter kent. Die mensen heeft hij gesproken via conferenties en dit geeft hem een goed beeld van de betrouwbaarheid van nieuws en informatie van de betreffende internetsite.

Tot de belangrijkste functies van internationale muziekpromotie websites rekent Schwenger een goede industriedatabase. De database die dutchsound.nl heeft, vindt hij goed. Wel vindt hij het jammer dat er niet op personen, maar alleen op organisaties gezocht kan worden.

Naast de industriedatabase vindt hij nieuwsberichten belangrijk. Zoals eerder aangegeven ziet Schwenger graag meer business gerelateerd nieuws. Deze behoefte sluit uiteraard aan op de inhoud van zijn muziektijdschrift.

Schwenger gebruikte soms de hitlijsten om te kijken of Duitse acts succesvol waren in Nederland. In voorgaande jaren verscheen op dutchsound.nl een gecombineerde hitlijst waarin verschillende Nederlandse hitlijsten gecombineerd werden. Om bezuinigingsredenen en vanwege de beperkte toegevoegde waarde van de hitlijsten voor dutchsound.nl – de website is gericht op exportbevordering en wil vooral informeren over Nederlands succes in het buitenland – is men in 2007 gestopt met het abonnement op de hitlijst. Schwenger betreurt het dat de hitlijsten niet meer bijgewerkt worden. Op de nieuwe versie van dutchsound.nl komen de hitlijsten niet meer terug.

---

<sup>43</sup> Telefonisch interview met Dietmar Schwenger, 13 augustus 2008.

Voor de toekomst ziet Schwenger weinig verschuivingen in de informatievoorziening. Al een aantal jaren is de verhouding van ingewonnen informatie via nieuwe media versus traditionele media bij hem 60% tegenover 40%. De traditionele media, waartoe Schwenger ook muziekconferenties rekent, zullen blijven bestaan en het persoonlijke contact zal voor hem (en voor velen) de belangrijkste bron blijven.

## **Interview Philippa McEvoy**

Philippa McEvoy is Music Project Manager bij UK Trade & Investment.<sup>44</sup> Het bureau heeft als slogan: 'International business, exporting from the UK, investing in the UK'. Dit geeft het doel van UK Trade & Investment goed weer. Het bureau doet aan exportbevordering op allerlei gebied, waaronder muziek, daarnaast proberen ze kwaliteit uit het buitenland te importeren. In het fungeren als exportbureau opereert UK Trade & Investment net als Buma Cultuur.

McEvoy is erg te spreken over dutchsound.nl. Ze betreurt het dat Groot-Brittannië geen soortgelijke website heeft, maar beseft terdege dat de muziekmarkt in haar land te groot en divers is om deze binnen één website te vangen. Ze verklaart dat het in Groot-Brittannië moeilijk is om major platenmaatschappijen te bewegen om hun medewerking te verlenen aan dat soort initiatieven. McEvoy spreekt de verwachting uit dat platenmaatschappijen waarschijnlijk zouden weigeren om adressen en informatie te verstrekken. Zo'n website heeft alleen zin als het de totale nationale muziekindustrie omvat.

McEvoy is enthousiast over de servicegerichtheid van de website voor de muziekindustrie. Daarnaast vindt ze het positief dat dutchsound.nl zich niet uitsluitend op de muziekindustrie richt, maar dat er ook voor particuliere muzikliefhebbers waardevolle informatie te vinden is.

Ze gebruikt dutchsound.nl niet regelmatig. Ze kijkt dan vooral naar connecties met Britse muziek, zoals bijvoorbeeld het nieuwsbericht dat de Amsterdamse band Moke het voorprogramma verzorgt voor de Europese tournee van de Engelse singer-

---

<sup>44</sup> Telefonisch interview met Philippa McEvoy, 6 augustus 2008.



songwriter Paul Weller.<sup>45</sup> Op die manier is ze op zoek naar synergie tussen Engeland en Nederland.

Daarnaast gebruikt ze de website ook om te kijken wat Buma Cultuur nog meer doet, in vergelijking met UK Trade & Investment. Gaat Buma Cultuur ook naar Popkomm? Wat organiseert Buma Cultuur nog meer?

McEvoy gebruikt voornamelijk sites van exportbureaus, waaronder Buma Cultuur dus, maar bijvoorbeeld ook The French Music Export Office. De Europese exportbureaus zijn voor UK Trade & Investment de eerste stap om de mogelijkheden voor export door Britse bedrijven te onderzoeken. Daarbij gaat ze vooral af op nieuwsberichten.

Ze kan geen toevoegingen of verbeterpunten bijdragen, maar ze is ook een minder actieve gebruiker dan bijvoorbeeld een journalist of een festivalboeker.

## **Interview Jonas Vebner**

Music Export Norway is in 2000 opgericht door vijf organisaties uit de Noorse muziekindustrie. Music Export Norway fungeert vooral als exportbureau. Op 1 mei 2008 is het eerste internationale kantoor van Music Export Norway geopend. Dat kantoor zit in Londen en Jonas Vebner is het hoofd.<sup>46</sup>

Vebner kende dutchsound.nl niet en gebruikt geen muziekpromotie sites, behalve de site van zijn eigen bureau. Wel gebruikt hij internetsites van leden van IAMIC. Daarnaast maakt Vebner veel gebruik van RSS-feeds en digitale nieuwsbrieven. Hij denkt dat dit de meest handige functies voor muzieksites zijn. Hierdoor is Vebner van veel nieuws al op de hoogte, waardoor de toegevoegde nieuwswaarde van websites zelf beperkt is.

Music Export Norway gebruikt zijn internetsite zelf vooral om buitenlandse muziekprofessionals op de hoogte te stellen van showcases en promotieconcerten.

---

<sup>45</sup> Artikel 'Moke support Paul Weller on his European tour', *dutchsound.nl*, 29 juli 2008.

<sup>46</sup> Telefonisch interview met Jonas Vebner, 9 september 2008.

Behalve een nieuwsbericht op de site gebeurt de distributie van het nieuws vooral via gerichte elektronische mailings.

Op dit moment heeft Music Export Norway onvoldoende capaciteit om veel aan online muziekpromotie te doen. Wel kan Vebner melden dat er binnenkort een persoon wordt aangenomen die hierin gespecialiseerd is en deze taak voor Music Export Norway zal waarnemen. Vebner onderkent het belang en de waarde van nieuwe internettools en spreekt de verwachting uit dat deze in de toekomst meer gebruikt zullen gaan worden.

## **Interview Erwin Blom**

Erwin Blom is initiatiefnemer en oprichter van de populaire muziekjournalistieke website 3voor12, ex-hoofd afdeling Digitaal van de VPRO en eigenaar van zijn eigen nieuwe mediabedrijf The Crowds.<sup>47</sup> Blom kent dutchsound.nl alleen van naam en heeft het nooit gebruikt. Voor zijn eigen nieuwsvergaring gebruikt Blom vooral de website van NME en vergelijkbare muzieksites.<sup>48</sup>

Erwin Blom is woonachtig en werkzaam in Nederland. Na zijn vertrek bij de VPRO is hij niet meer professioneel actief in de muziekindustrie. Toch heb ik hem geïnterviewd, omdat Blom bekend staat als een autoriteit op het gebied van nieuwe media.<sup>49</sup> Omdat hij niet onder de gebruiksgroep valt, wijken mijn gestelde vragen aan hem af van mijn andere interviews. De gestelde vragen aan Erwin Blom zijn opgenomen in bijlage 10.

Erwin Blom verklaart dat het aantal internetgebruikers dat zelf actief op zoek gaat naar een Nederlandse site beperkt is. Dit geldt zowel voor muziekliefhebbers als voor muziekprofessionals. Hij pleit daarom voor aanwezigheid op internet daar waar je doelgroep ook is. Niet de doelgroep op je af laten komen, maar zelf actief op zoek

---

<sup>47</sup> Telefonisch interview met Erwin Blom, 20 augustus 2008.

<sup>48</sup> NME is de afkorting van New Musical Express, een Brits muziektijdschrift dat sinds 1952 wekelijks verschijnt. De website is nme.com en heeft als slogan: 'first for music news'.

<sup>49</sup> Erwin Blom heeft de websites 3voor12 en cinema.nl mede opgericht, heeft een veelgelezen weblog, was de eerste Nederlander die meer dan 30.000 berichten op Twitter had en hij wordt regelmatig gevraagd voor lezingen op het gebied van nieuwe media.

gaan naar de doelgroep. Die doelgroep bevindt zich tegenwoordig veelal in community sites zoals MySpace, YouTube, Facebook, LinkedIn en Last.fm. Blom: 'Zorg dat je daar vrienden wordt en deel dan de informatie.'

Hij verwacht dat het moeilijk zal zijn om bezoekers te interesseren voor dutchsound.nl. In eerste instantie zijn mensen op zoek naar goede muziek. De kwaliteit staat voorop. Dat de muziek uit Nederland komt, is voor veel mensen geen voorwaarde.

Volgens Blom moeten informatieverstrekkers, zoals dutchsound.nl, meer aandacht vestigen op de distributie van informatie. Dit kan bijvoorbeeld door gebruik te maken van nieuwsbrieven en RSS-feeds.

Samengevat moeten beheerders van internationale muziekpromotie sites zich volgens hem focussen op twee zaken:

1. Maak gebruik van elkaar. Goede muziek wordt vanuit enthousiasme al via mond-tot-mondreclame aan elkaar doorverteld. Daar is muziek ook voor bedoeld, zegt hij.
2. Maak het de gebruikers zo makkelijk mogelijk om de verstrekte informatie aan elkaar door te vertellen.

Vroeger is Blom regelmatig op internationale muziekconferenties geweest. Hij beschouwt een muziekbeurs als een fysieke uiting van een community. Blom: 'De informatiestroom kan daar beginnen, maar dat hoeft niet.' Blom verklaart dat het tegenwoordig gemakkelijk is om op LinkedIn een groep dance promoters te vormen en die groep via die weg op de hoogte te houden van datgene waar zij vooral in geïnteresseerd zijn. Blom: 'Dat is de grote waarde van internet: je kunt nu permanent eenvoudig contact houden.' De ervaring van Blom is dat internet tegenwoordig zoveel informatie biedt dat hij weinig nieuws meer hoort op muziekbeurzen. Het fysieke contact is uiteraard van belang, maar de nieuws waarde is nihil. De belangrijkste tip die Blom bij de afsluiting van het interview meegeeft, is om de informatieverstrekking eenvoudig te houden.

## Samenvattend

De geïnterviewden redeneren logischerwijs vooral vanuit hun eigen werkveld en bijbehorende behoeftes. Samengevoegd komt er breed behoeftepakket naar voren waar een internationale muziekpromotie internetsite aan zou moeten voldoen. De breedte van de inhoud van zo'n site wordt gegenereerd door de breedte van haar doelgroep: een muziekpromotie-internetsite zou zowel een festivalboeker als een journalist moeten aanspreken, maar ook een A&R-consultant die op zoek is naar buitenlands muziekproduct om in eigen land uit te brengen.

Erwin Blom is van mening dat promotors naar de doelgroep toe moeten stappen. Dit is in overeenstemming met de 'direct marketing'-theorie van Kusek en Leonhard. Blom verklaart ook dat (goede) muziek onder meer bedoeld is om aan elkaar door te vertellen. Dit lijkt sterk op het 'tell a friend' principe dat Iceland Music Export hanteert. Het aan elkaar door vertellen door een computer gebeurt weer middels het 'if you like this artist, you might as well like...'. Van dit principe is Mark Gorbulew een groot voorstander.

Een ander opvallend resultaat uit de interviews is dat de meeste geïnterviewden niet zo geïnteresseerd zijn in nieuwsberichten over Nederlandse artiesten. Of ze vinden dutchsound.nl daar ongeschikt voor en gebruiken liever andere websites. Ze zien dutchsound.nl vooral als website met een databasefunctie. Juist de contactgegevens maken dutchsound.nl uniek.

Daarnaast zien de meeste geïnterviewden graag nog iets meer informatie bij een bepaalde artiest. Vooral een zeer korte biografie en videomateriaal van artiesten zijn gewenst. Een opvallend aspect uit de interviews was dat video de voorkeur geniet boven audio. Veel geïnterviewden wensten videomateriaal van optredens van de artiesten.

Tot slot opperde Marianne Ifversen een interessant mogelijkheid voor dutchsound.nl: recensies door professionals. Zeker in een ons-kent-ons-wereld die de muziekindustrie (tot op zekere hoogte) is, zal een aanbeveling van een bekende collega uit het buitenland hoger worden aangeslagen dan een algemeen artikel over bijvoorbeeld een nieuw Nederlands bandje.

En net als bij het vergelijkend onderzoek met andere websites kwam ook uit de interviews naar voren dat dutchsound.nl gebruik zou kunnen maken van

nieuwsbrieven en RSS-feeds. Dit sluit aan op de opvatting van Erwin Blom om de informatieverstrekking zo toegankelijk en eenvoudig mogelijk te houden.

## 5 The End

### Conclusie en aanbevelingen

Met de DJ's Tiësto, Armin van Buuren en Ferry Corsten en hun navolgers heeft de Nederlandse dance zich in een tijdsbestek van enkele jaren ontwikkeld tot een serieus exportproduct, dat in euro's misschien nog achterblijft bij de traditionele goederen, maar in bekendheid niet meer onderdoet voor tulpen, molens en klompen.

Maar Nederland kent meer goede muzikale exportproducten. Within Temptation heeft met haar Gothic metal de wereld veroverd en vele navolgers gekregen. André Rieu is in Australië de best verkopende klassieke muzikant aller tijden en staat eind 2008 op de achtste plaats in de Pollstar's 'Top 10 of Worldwide Touring Acts', tussen acts als Madonna, Coldplay en U2. Jazzartiesten als Candy Dulfer, Benjamin Herman (met of zonder zijn New Cool Collective) zijn internationaal zeer succesvol. Jan Smit en Ellen ten Damme genieten beiden in Duitsland een sterrenstatus.

De doorbraak en populariteit van bovenstaande Nederlandse artiesten is geen Nederlandse aangelegenheid. Elke muzikliefhebber kiest de muziek die hij leuk vindt. Deze evidentie moet uitgesproken worden om te beseffen dat niemand sec voor *Nederlandse* muziek kiest. Men kiest voor goede muziek. Muziek die recht doet aan de smaak van de luisteraar. En die smaak is vervolgens weer gekoppeld aan de (overigens niet gefixeerde, maar steeds veranderlijke) identiteit en het culturele geheugen van de luisteraar.

Juist met de opkomst van internet en de daarmee gepaard gaande digitalisering van de muziekindustrie is het voor muzikliefhebbers zeer eenvoudig geworden om bijna elke gewenste muziek op bijna elk gewenst moment te beluisteren. Dit heeft het nationale karakter van muziek, in de zin van waar muziek vandaan komt, verder teruggedrongen.

Het ondersteunen en promoten van sec Nederlandse muziek is daarom geen gemakkelijke opgave. Het informatietijdperk van de eenentwintigste eeuw vraagt om eigentijdse methodes.

Buma Cultuur heeft als doelstelling Nederlandse muziek te ondersteunen en te promoten. Onderdeel daarvan is exportbevordering. Een van de manieren om de export te bevorderen is de website dutchsound.nl. Deze website is in het leven geroepen om buitenlandse professionals te informeren over de Nederlandse muziek en muziekindustrie.

Ik heb onderzocht in hoeverre Buma Cultuur dutchsound.nl kan verbeteren om haar doelstelling te bereiken. Hiertoe heb ik vergelijkbare internetsites van buitenlandse muziekexportbureaus onderzocht en heb ik interviews gehouden met muziekprofessionals uit, voor Buma Cultuur, relevante exportlanden. Zij zijn de potentiële gebruikersgroep van dutchsound.nl.

Vanuit mijn onderzoek zijn enkele aanbevelingen naar voren gekomen.

Dutchsound.nl zou ervoor kunnen kiezen om de volgende wijzigingen door te voeren:

- ‘Tell a friend’: Bezoekers van dutchsound.nl brengen andere internetgebruikers op de hoogte van artikelen. Hierdoor kan een groep gebruikers bereikt worden die Buma Cultuur wellicht niet zelf kan benaderen.
- ‘If you like this, you might as well like...’: Hiermee wordt geprobeerd om bezoekers langer op dutchsound.nl te laten doorbrengen. Ze worden verrast en nieuwsgierig gemaakt naar voor hun onbekende artiesten.
- RSS-feeds: Het wordt de gebruiker zo makkelijk mogelijk gemaakt om nieuws te vergaren. Hij/zij krijgt updates van dutchsound.nl rechtstreeks in de mailbox.
- Newsletter: Hiermee wordt actief de potentiële gebruikersgroep bereikt. Bezoekers worden snel op de hoogte gebracht van het laatste nieuws en worden uitgenodigd om naar de website te gaan voor meer informatie.
- Podcasts: Met podcasts stel je bezoekers van dutchsound.nl in de gelegenheid om de aangeboden muziek op elk gewenst moment te beluisteren.
- Recensies door professionals: Het vertrouwen in de juistheid en volledigheid van informatie door bekende namen uit de industrie is groter dan het vertrouwen in de juistheid en volledigheid van anonieme informatie.
- Videomateriaal: Internet is een beeldmedium. Gebruikers zullen eerder geïnteresseerd zijn in videomateriaal dan in tekst.
- Korte biografieën: Er is bij de potentiële gebruikersgroep behoefte aan biografieën. Tekst op internet moet vooral kort en bondig gehouden worden.

Met de beschreven mogelijkheden kan dutchsound.nl zich verder ontwikkelen naar het doel om de gebruiker zo snel en eenvoudig mogelijk van bewust en onbewust gewenste informatie te voorzien. Met de opvolging van deze aanbevelingen en het onderhouden van (de actualiteit van) de website zelf kan dutchsound.nl een optimaal middel zijn in het bereiken van de doelstellingen van Buma Cultuur. Om onafhankelijker te opereren en directer te reageren op ontwikkelingen moet Buma Cultuur dutchsound.nl in eigen beheer nemen. Tenslotte wil ik Buma Cultuur de overweging meegeven de mogelijkheden voor een andere naam voor de website te onderzoeken.

De potentiële gebruikersgroep ziet een internationale muziekpromotie internetsite vooral als een goede aanvulling op de huidige informatiebronnen. Ze verklaren dat momenteel aanwezigheid op muziekconferenties nog steeds de belangrijkste manier is om hun doelen (boeken van een band, muzieknieuws voor een artikel, track voor een promotie-cd) te verwezenlijken. Het sociale contact met muziekprofessionals uit andere landen achten ze waardevol en van wezenlijk belang voor hun werk.

Niemand kan voorspellen welke richting de ontwikkelingen van nieuwe middelen en technieken binnen de internationale muziekindustrie uitgaan. Wil je als organisatie een rol van betekenis blijven spelen, dan zul je die ontwikkelingen nauwlettend moeten volgen en jezelf flexibel moeten opstellen om de veranderingen in je voordeel te gebruiken. En zul je internetsites, zoals dutchsound.nl, regelmatig moeten aanpassen aan de eisen van de huidige gebruikers en naar de mogelijkheden die het medium op dat moment biedt.



## Literatuur en bronnen

### Boeken en artikelen

Anderson, Chris. *The Long Tail. Waarom we in de toekomst minder verkopen van meer*. Amsterdam: Nieuw Amsterdam, 2006.

Buma Cultuur. *Jaarverslag Conamus 2001*. Hilversum: Conamus, 2002.

Buma Cultuur. *Jaarverslag Buma Cultuur 2006*. Hilversum: Buma Cultuur, 2007.

Buma Cultuur. *Jaarverslag Buma Cultuur 2007*. Hilversum: Buma Cultuur, 2008.

Dutchsound.nl. 'Moke support Paul Weller on his European tour'. *dutchsound.nl*, 29-07-2008.

Kroeske, Sieb en Joke Fictoor. *Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek 2005 en 2006*. Hilversum: Perfect & More BV, 2008.

Kroeske, Sieb en Joke Fictoor. *Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek 2007*. Hilversum: Perfect & More BV, 2009.

Kusek, David en Gerd Leonhard. *The Future of Music. Manifesto for the digital music revolution*. Boston: Berklee Press, 2005.

Mutsaers, Lutgard. *Is Everybody Happy? Een opiniërend essay over de popmuzieksector in Nederland in het licht van de cultuurnotaperiode 2005-2008*. Den Haag: Ministerie OCW, 2004.

Negus, Keith. *Popular Music in Theory*. Cambridge: Polity, 1996.

Nijpels, Ed. 'Over de grens'. In: *Sena Performers Magazine*, nr. 2, jaargang 8, juni 2008.

Rutten, dr. P.W.M. en ir. E. van der Weele. TNO-rapport: *Het economisch belang van het cluster Nederlandse populaire muziek*. Apeldoorn: TNO, 1996.

Sterren, Ron van der. 'Tasha's World wint EMMA Award'. *3voor12.vpro.nl*, 02-06-2003.

NVPI en Gfk. *NVPI Marktinfo Audio 2007*. Hilversum: NVPI en Gfk, 2008.

### Interviews

Batzen, Bernard (Frankrijk), 10 juni 2008

Blom, Erwin (Nederland), 20 augustus 2008

Gorbulew, Mark (Verenigde Staten), 1 juli 2008

Ifversen, Marianne (Denemarken), 5 augustus 2008

McEvoy, Philippa (Groot-Brittannië), 6 augustus 2008

Schwenger, Dietmar (Duitsland), 13 augustus 2008

Vebner, Jonas (Noorwegen), 9 september 2008

### **Internet**

<http://germansounds.de>, april – september 2008.

<http://iamic.net>, 13 november 2008.

<http://night-report.blogspot.com>, 23 juni 2008.

[www.amsterdam-dance-event.nl](http://www.amsterdam-dance-event.nl), 23 juni 2008.

[www.dutchsound.nl](http://www.dutchsound.nl), april – november 2008.

[www.exms.com](http://www.exms.com), 20 november 2008.

[www.french-music.org](http://www.french-music.org), 1 juli 2008.

[www.futureofmusicbook.com](http://www.futureofmusicbook.com), 21 november 2008.

[www.hollandrocks.nl](http://www.hollandrocks.nl), 3 en 17 juni 2008.

[www.icelandmusic.is](http://www.icelandmusic.is), 17 juni 2008.

[www.music20book.com](http://www.music20book.com), 21 november 2008.

[www.musicXport.nl](http://www.musicXport.nl), 23 juni 2008.

[www.muzyiekcentrum.be](http://www.muzyiekcentrum.be), 19 november 2008.

[www.vip-booking.com](http://www.vip-booking.com), 18 november 2008.

### **Verantwoording hoofdstuktitels**

1. Start Me Up (Mick Jagger, Keith Richards) – The Rolling Stones  
Afkomstig van *Tattoo You* (Virgin, 1981)
2. Go Your Own Way (Lindsey Buckingham) – Fleetwood Mac  
Afkomstig van *Rumours* (Reprise, 1977)
3. Nothing Compares 2 U (Prince) – Sinead O' Conner  
Afkomstig van *I Do Not Want What I Haven't Got* (Ensign/Chrysalis, 1991)
4. Talk (Coldplay) – Coldplay  
Afkomstig van *X&Y* (Capitol, 2005)
5. The End (The Doors) – The Doors  
Afkomstig van *The Doors* (Elektra, 1967)

## **Verantwoording en dankwoord**

Het onderzoek is tot stand gekomen in samenspraak met Buma Cultuur, waar ik van 11 februari tot en met 16 juli 2008 stage heb gelopen. Het is voortgekomen uit de vraag van Buma Cultuur hoe het gebruik van de website dutchsound.nl geoptimaliseerd kan worden. Ik dank Buma Cultuur voor de ruimte en mogelijkheid die ze mij gegeven heeft om volledig vrij en naar eigen inzicht het onderzoek uit te voeren. Voor het leggen van contact met buitenlandse muziekprofessionals is gebruik gemaakt van het (inter)nationale relatiebestand van Buma Cultuur. Ik wil Pieter van Adrichem en Peter Smidt bedanken voor de suggesties die zij aandroegen voor mijn 'lijstje internationale muziekprofessionals'. Lutgard Mutsaers krijgt mijn dank voor de begeleiding vanuit Universiteit Utrecht. Haar correcties, tips en adviezen hebben mij geholpen om dit onderzoeksverslag te structureren en leesbaar te houden.

## Bijlage 1: Screenshot www.dutchsound.nl

Bron: www.dutchsound.nl, 1 juli 2008.

**DUTCHSOUND.NL** THE ONLINE GUIDE TO DUTCH SOUND | MUSIC FROM THE NETHERLANDS

**SECTIONS DUTCHSOUND**

- News & updates
- About Dutchsound
- Het/ F.A.Q
- Music links
- Contact

**STYLE / GENRE SELECTOR**  
Make a selection & get related info  
Pick a Genre

**MUSIC INDUSTRY DATABASE**  
Search the Dutchsound database  
Advanced search

**DUTCHSOUND NEWSLETTER**  
Subscribe to our mailing list here  
Your name  
Your email  
Submit

**DUTCHSOUND NEWS**

**Rock singer Anouk prepares new blues album**  
23-06-2008

If all goes well, Anouk will release a new album at the start of 2009. It will be the follow up of the successful album Who's Your Momma and is set to be inspired by Mississippi blues and rock. They are sounds she's been thinking about for quite some time: "It ... [More...](#)

23-06-08 > Within Temptation expands in the USA  
23-06-08 > Rock singer Anouk prepares new blues album  
17-06-08 > Tintinable Satellite 31

**LISTEN TO...**  
click one these sets or tracks to start the audio stream.

- Kubus & Band Band in 3VOR12 Radio Live 06-03-2008 (Hiphop en Rap/Hiphop en Rap)
- Orange Glow - Dust & Saseline @ 3VOR12 Radio Live 06-03-2008 (Alternatieve)
- Kreuze - Live @ 3VOR12 Radio Live 13-03-2008 (Dance)
- Hunkle XI @ 3VOR12 Radio Live 30-03-2008 (Dance)

**NEW MUSIC**

Pop 2008 GO

- Beautiful Day  
By: gise du nord
- Close Your Eyes  
By: Sacca
- Come Closer  
By: Room Eleven

**OTHER PROJECTS**

- Amsterdam Dance Event
- Dutch Bands Abroad (NPI)
- DutchSoundNews.PDF
- MusicSpot
- Neerdring Weekend
- Trade Fair

contact | home | partners | All content (©) 2006 Buma Cultuur, The Netherlands  
DNL is supported by PERFORMERS BUITENLAND BUMA CULTUUR

## Bijlage 2: Screenshot www.musicXport.nl

Bron: www.musicXport.nl, 1 juli 2008.

**MUSICXPORT.NL**

About musicXport.nl  
 News  
 Activities  
 Subscribe newsletter  
 Contact  
 Rules & forms

**DUTCH MUSIC INDUSTRY**  
 supplied by Dutchsound.nl

Dutchsound.nl website  
 Buma Cultuur Music Industry Database  
 Dutchsound top 30  
 About Buma Cultuur

**LIVE DUTCH MUSIC**  
 supplied by HollandRocks.nl

Hollandrocks.nl website  
 Hollandrocks encyclopedia  
 Dutch Bands On The Road  
 Dutchs Bands Online  
 International Activities Dutch  
 Rocks, Pop, Institute

All Events  
 MusicXport.nl is a joint initiative of Buma Cultuur and The Dutch Rock & Pop Institute (NPi) and is financed by the Ministry of Foreign Affairs, the Ministry of Economic Affairs and the Ministry of Education, Cultural Affairs and Science.

**LATEST NEWS** [Timetable Satellite 31 read more »](#)

**NEWS**

17-06-08 > Timetable Satellite 31  
 09-06-08 > ADE & MusicXport.nl present Satellite 31 - Dutch Electronic Music  
 23-05-08 > Armin van Buuren wins Beatport Award  
 19-05-08 > Trintje Oosterhuis gets very polite welcome in Japan  
 09-05-08 > Eboman wins Webby award  
 29-04-08 > Big Dutch delegation at the Creamfields festival  
 29-04-08 > Candy Dulfer cruises the Caribbean  
 25-04-08 > Four Dutch bands play Sziget festival in Hungary  
 21-04-08 > Ziggi goes European: festivaltour and new album this summer  
 18-04-08 > Amina Figarova on tour with new CD  
 17-04-08 > Holland scores awards at Winter Music Conference  
 11-04-08 > Bastian releases album in Germany  
 20-03-08 > Huge number of Dutch nominees for International Dance Music Awards  
 10-03-08 > C-Mon & Kypski leave Holland for American tour  
 05-03-08 > Adept off to the States again  
 05-03-08 > Lucky Fonz III explores new coasts  
 04-03-08 > Dutch invasion @ SXSW 2008  
 29-02-08 > Tishanaka Buma, Export Pista and salones

**EVENTS**

AMSTERDAM DANCE EVENT  
 NOORDERSLAG WEEKEND

**NL**

**buma** cultuur

**Buma**

**Volcst**

## Bijlage 3: Screenshot www.muzyiekcentrum.be

Bron: www.muzyiekcentrum.be, 1 juli 2008.

**MUZYIEKCENTRUM**  
V L A A N D E R E N

Nieuws Muzikaal persoverzicht Nieuwe releases Beroepsinfo Over Muziekcentrum Contact Muziekzaken Home

» English

Klassiek/Hedendaags Jazz/Wereld/Folk Pop/Rock/Dance Populair/Varieté

» Muziekgids

Op zoek naar een lijst van platenfirma's? Concert-organisatoren? Boekingskantoren?... Neem een kijkje in de muziekgids!

» Nieuwe releases

» Recente forumdiscussies

Dé plek voor al je berichten, vragen, opmerkingen en reacties rond muziek uit Vlaanderen!

**Oproep kwarts.be. Verlenging deadline t.e.m. 4 juli**

Grootschalige data-verzameling in het muziek- en kunstenlandschap

01.07.2008

Op vrijdag 28 maart 2008 lanceerden de kunstensteunpunten (MCV, VAT, VTI en BAM) en enkele belangenbehartigers (o.a. Clubcircuit en Oko) kwarts.be. Kwarts.be is een gezamenlijk initiatief om jaarlijks cijfergegevens over de professionele organisaties in het kunsten- en muziekveld te verzamelen en beschikbaar te stellen voor vergelijkend onderzoek.

[Lees verder](#)

**Muzikaal persoverzicht 01-07-08**

01.07.2008

**KWARTS.BE**

rss feed

**WEERKLANK!**

Het online debatforum

**In de kijker**

**SOLS BELLE**

Sols Belle - Delirium

**Bijlage 4: Screenshot www.french-music.org**

Bron: www.french-music.org, 1 juli 2008.

The screenshot shows the homepage of the French Music Export Offices. At the top left is the logo for 'BURGERY THE FRENCH MUSIC EXPORT OFFICES' with a French flag icon. Below the logo is a navigation menu with links for 'OFFICES WORLDWIDE' (listing Brazil, France, Germany, Great Britain, Japan, Mexico, Russia, Spain, and United States), 'NEWS', 'DIRECTORY', 'MUSIC BY GENRE', 'TOOLS', 'SPONSORSHIP', and 'ABOUT US'. On the right side, there is a 'Login' section with fields for 'Password' and 'OK', and a 'Forgot your password? Please Account' link. Below the login section is a 'WELCOME TO THE FRENCH MUSIC NETWORK' message with a map of Europe. The main content area is titled 'Latest News From Our Offices' and contains three news items: 'BIRDY NAM NAM WILL FLY OVER THE UK FOR ONE UNIQUE DATE!' (London, 27-06-2008), 'BIRDY NAM NAM IN BRAZIL FOR THE FETE DE LA MUSIQUE' (Brazil, 23-06-2008), and 'THE YOUNPI PARTY IS COMING TO NEW YORK' (New York, 17-06-2008). At the bottom, there is a search bar for artists, a 'SEARCH ARTIST' button, and a sidebar with links for 'Artists', 'Export Priorities', 'Searching for deals', and 'Record Releases'. A large advertisement for the clip 'N'Y PENSE MÊME PAS' is also visible.

**Bijlage 5: Screenshot www.exms.com**

Bron: www.exms.com, 1 juli 2008.

The screenshot shows the website for EXMS (Export Music Sweden). At the top right, the logo 'EXMS' is displayed in yellow on a blue background, with 'EXPORT MUSIC SWEDEN' written in smaller white text below it. Below the logo is a navigation menu with the following items: About Us, Useful Links, Trade Events, Music Festivals, Swedish Music Update, Swede, Swede Music, Latest Hit Facts news, PDF Archive, Modern Attendance, Popkomm Attendance, Access: All Areas, Music Export Statistics, Newsletter Sign-Up, Contact, and Home.

The main content area features a large yellow 'EXMS' logo on a blue background, with 'EXPORT MUSIC SWEDEN' written in white text below it. To the right of the logo is a text block: 'Via Swedesplease, here's an surprisingly decent article on the behind-the-scenes aspect of Swedish music promotion abroad: <http://digital.spin.com/spin/200807/?pg=7&&pm=2&u1=friend>

**What's on with activities from Export Music Sweden:**

**Popkomm - October 8 to 10 in Berlin Germany**  
[www.popkomm.de](http://www.popkomm.de)

Popkomm has been based in Berlin since 2004 and is now well established as the world's music and entertainment business meeting place. Popkomm is synonymous for innovation and trends. The Popkomm-IMEA (Innovation in Music and Entertainment Award) distinguishes young companies that have creative business ideas. With a top-class international conference and a festival covering 30 Berlin clubs, Popkomm offers an optimal platform for the live sector and is essential for experts that wish to shape the future of the music business.

At the bottom of the page, there is a footer with the text: 'Export Music Sweden en redaktors ansvariga samarbetspartner och möta för internationell Svenska'.



## Bijlage 6: Screenshot www.icelandmusic.is

Bron: www.icelandmusic.is, 1 juli 2008

**ICELAND MUSIC EXPORT**

Home

[NEWS](#) | [ARTISTS](#) | [LABELS](#) | [EVENTS](#) | [STUDIOS/PRODUCERS](#) | [MEDIA](#) | [CONFERENCES](#) | [NEW RELEASES](#) | [ABOUT IMX](#) | [CONTACT](#)

[SUBMIT](#)

[RSS Feed](#)

**6/30/2008 12:04:17 AM**  
**IMX Conference - You are in Control!**  
 Icelandic Music Export has teamed up with the Trade Council of Iceland to explore the latest creative and business development trends in music and media in an exciting international conference titled:

**You are in Control!**  
 As more and more people are constricting music income from music sales is steadily decreasing. Downloads without payment, "usage over ownership", "streaming" and "social networks" are all new terms that call for new partnerships, new business models and new ways of releasing music and working processes...

[+ read more | tell a friend](#)

**6/25/2008 5:48:59 PM**  
**Daniel Bjarnason Bags 2nd In Prestigious Competition**  
 Icelandic composer Daniel Bjarnason was awarded 2nd place and a special recommendation in the category of composers under 30 at the 55th International Rostrum of Composers in Dublin, June 9th-13th, 2008. The prize was awarded for Bjarnason's piece "All sounds to silence come," which was written on request for the Skalholt summer concert and originally presented by the Itafold Chamber Group in the summer of 2007...

[+ read more | tell a friend](#)

**6/24/2008 10:40:21 AM**  
**Blindfold To Play London's Roundhouse**

**PAUSED**  
 Date/Note  
 OPEN PLAYER IN NEW WINDOW

**IN THE SPOTLIGHT**  
  
 Sardi Johannsson has been performing under the name Sang Gæng since 1996. His first outing was...

[+ read more](#)  
[+ more spotlights](#)

**PODCAST DOWNLOAD**  
  
 (At 1pm, Friday Oct 20, 2006.)  
[+ RSS Podcast](#)

**MUSIC VIDEOS**

## Bijlage 7: Overzicht bezoekersaantallen dutchsound.nl

Bron: Google Analytics, 19 september 2008

Bezoek van de website dutchsound.nl, gemeten per maand over de periode van 1 januari tot en met 31 augustus 2008.

	Totaal bezoeken	Totaal unieke bezoekers
Januari	982	798
Februari	1.025	796
Maart	925	745
April	898	705
Mei	818	652
Juni	786	584
Juli	811	669
Augustus	691	551
Totaal	6.936	5.500
Gemiddelde per maand	867	688

## Bijlage 8: Overzicht artikelen dutchsound.nl per genre

Bron: www.dutchsound.nl, 19 september 2008

Een overzicht van de nieuwsartikelen gepubliceerd op de website dutchsound.nl in de periode van 1 januari t/m 31 augustus 2008, gesorteerd per genre.

<u>Genre</u>	<u>aantal berichten</u>
Dance / electronic	69
Rock	29
Pop	25
Urban	5
Schlager / volks	0
Jazz / world	6
Totaal artikelen per genre	134
Totaal aantal artikelen	140

Het totaal aantal artikelen op dutchsound.nl in de periode 1 januari t/m 31 augustus 2008 bedraagt 140 stuks. Bij publicatie wordt elk artikel toegewezen aan een genre. In een enkel geval wordt een artikel toegewezen aan meerdere genres, wanneer de inhoud daartoe leidt: bijvoorbeeld bij het nieuwsbericht over de gezamenlijke single van Within Temptation zangeres Sharon den Adel (rock) en DJ Armin van Buuren (dance).

In een aantal gevallen wordt geen genre toegewezen. Dit is het geval bij artikelen over de muziekindustrie of over Buma Cultuur zelf, zoals bijvoorbeeld de aanwezigheid van Buma Cultuur op de muziekbeurzen Popkomm en Midem. Daardoor ontstaat er een verschil in de optelling van de aantallen artikelen per genre en het totaal aantal artikelen.

## **Bijlage 9: Interviewvragen**

De interviews met de internationale muziekprofessionals zijn afgenomen aan de hand van de volgende vragenlijst:

1. What is your correct title and profession?
2. Are you familiar with [dutchsound.nl](http://dutchsound.nl)?
3. What do you miss the most on the website?
4. Have you used [dutchsound.nl](http://dutchsound.nl)? Have you got a result?
5. Are you familiar with other music promotion websites focused on the international music industry?
6. What are the most wanted features on international music promotion websites?
7. Are international music promotion websites the best way to promote national music abroad (now or in the future)?
8. How is the result divided between the new and the traditional media?

## **Bijlage 10: Interviewvragen Erwin Blom**

Het interview met Erwin Blom is afgenomen aan de hand van de volgende vragenlijst:

1. Wat is je beroep en eventuele titel?
2. Ben je bekend met dutchsound.nl?
3. Heb je dutchsound.nl wel eens gebruikt? Heb je resultaten?
4. Wat mis je het meest aan de website?
5. Welke andere muziekpromotie internetsites gebruik je?
6. Wat zullen de meest gebruikte features zijn op internationale muziekpromotie sites (biografie, video, audio, foto, nieuws, etc.)?
7. Wat is de toegevoegde waarde van nieuwe media voor internationale muziekpromotie?
8. Zal nieuwe media de werkwijze van muziekpromotie veranderen? In hoeverre blijft de traditionele werkwijze bestaan?
9. Hoe kunnen nieuwe media optimaal ingezet worden om muziekexport te bevorderen?