

What Does A&R Really Mean?

Door Frank Janssen

A&R als kerntaak van een label is met het verstrijken van de jaren steeds veelzijdiger geworden. Veel meer in ieder geval dan de traditionele betekenis; namelijk de juiste artiest (Artist) koppelen aan het meest geschikte liedje (Repertoire). A&R dus. Maar wat is de betekenis van A&R in 2020? En welke rol heeft de A&R-manager bij een label?

In de ontstaansgeschiedenis van de populaire muziek, nu meer dan 100 jaar geleden, zijn twee totaal verschillende disciplines te onderscheiden; de componist en tekstschrijver met zijn of haar uitgever enerzijds, en de uitvoerende artiest met zijn of haar label anderzijds. Waar begin vorige eeuw de componisten samenkwamen in hun kantoren in Tin Pan Alley – Manhattan New York om liedjes te schrijven die vervolgens via de muzikuitgever voor de best denkbare uitvoering een weg naar de uitvoerende artiest vonden, kwam daarin serieuze verandering met de opkomst van de rock 'n roll- en popartiesten in de jaren vijftig en zestig. Acts en artiesten die in toenemende mate hun eigen repertoire schreven. Om met zevenmijlslaarzen door de geschiedenis van de populaire muziek te stappen, zou je ongenueanceerd kunnen zeggen dat de basis voor de popmuziek, popcultuur en populaire muziekindustrie zoals we die vandaag de dag kennen, in belangrijke mate is gelegd door Elvis Presley in de VS en The Beatles in Europa.

Scouten

Acts en artiesten die hun eigen repertoire schreven, gaven de muziekindustrie vanaf de jaren zestig in de vorige eeuw wel een ander gezicht en de rol van A&R-manager bij een label kreeg ook een andere betekenis. De A&R-manager hoefde immers niet langer alleen de liedjes te koppelen aan de meest geschikte artiest. Bands en artiesten speelden namelijk in toenemende mate eigen repertoire. Nog steeds is het koppelen van liedjes van componisten aan de acts en artiesten een belangrijke taak, maar de A&R-manager nu is vele malen veelzijdiger geworden.

Het scouten van nieuw talent wordt gezien als een van de belangrijkste taken van de moderne A&R-manager. De manier waarop talent wordt gescout is door de jaren heen natuurlijk sterk veranderd

onder invloed van internet en technologische ontwikkelingen. Alle mogelijke mediakanalen blijven vandaag de dag belangrijk om nieuw talent te ontdekken; radio, televisie, internet, social media, maar ook talentenjachten, popprondes, popprijzen en het advies van bekenden in 'the scene' zoals je eigen artiesten en componisten. Waarbij A&R-managers, al dan niet gesteund door collega's, altijd op zoek zijn naar die unieke groeibriljant die iets toevoegt aan het roster en het repertoire dat er allemaal al is.

Ontwikkelen

Het logische gevolg van het scouten van talent, is vervolgens het benaderen van acts en artiesten om met ze in gesprek te gaan over een mogelijke samenwerking. Zodra er sprake is van een 'match' volgen de onderhandelingen over het contract. Voorafgaand zal de A&R -manager, veelal bijgestaan door de directeur van het label, gesprekken hebben over ambities, toekomstvisie, imago, plannen, doelen, wensen en eisen. Een artiestencontract is de laatste stap die de artiest aan het label verbindt.

Uiteraard heeft dit de nodige impact op het werk van de A&R-manager die na het tekenen van het contract samen met de artiest en de manager in overleg gaat over de te nemen stappen. Hoe ziet de planning eruit, wanneer is wat gereed, welke investeringen worden genomen? Maar ook over alle creatieve elementen zoals imago, look & feel, uitstraling, kleding, stijl, muzikale richting, sound, fotografie, video, samenwerkingen met andere artiesten, studio, repertoire, mixing en mastering en welke producer. Met als uiteindelijk hoogste doel het ontwikkelen van een langjarige carrière waar zowel de artiest als het label succesvol mee zijn.

Spin in het web

Bij de A&R-manager komen nagenoeg alle lijntjes samen. De functie staat centraal in alle activiteiten van een label en daarom is de A&R-manager ook wel de spin in het web. Hij spreekt niet alleen veelvuldig met de artiest en zijn manager, maar heeft ook veel contact met zijn leidinggevende en de marketing & promotieafdeling om te bespreken welke strategie gevolgd moet worden. Ook wordt samen met de sales afdeling afgesproken hoe de verschillende partners benaderd gaan worden en met de afdeling finance worden de te nemen investeringen besproken. De A&R-manager is ook de persoon die steeds tussen de belangen van de twee partijen – artiest enerzijds en het label anderzijds - manoeuvreert. En moet daarbij op het snijvlak van creativiteit en zakelijkheid soms moeilijke beslissingen nemen.

Ondanks alle voorgenomen plannen en alle ambitie, inzet en betrokkenheid is het mogelijk dat de verwachtingen niet ingelost kunnen worden. De verwachte hit blijft uit, het aantal boekingen en de gages blijven achter bij de voorspellingen, de media reageren minder enthousiast dan vooraf

ingeschat; veel artiesten krijgen vroeg of laat met dit fenomeen te maken. De A&R-manager fungeert in zulke gevallen vaak als de persoon die namens het label de artiest helpt in het professioneel verwerken van teleurstellingen en het creëren van nieuw werk. Van de A&R-manager wordt dus ook sociale intelligentie verwacht.

Analysis & Research

Muziek is emotie. En alles draait om het creatieve product gemaakt door mensen. Dat maakt het werk van een A&R-manager soms complex. Want op basis van welke uitgangspunten worden beslissingen genomen, in de wetenschap dat het label naast creatieve ambities ook winst moet maken? De match tussen creativiteit en winstverwachting is soms een moeilijke. Dus naast alle emotionele aspecten zoals 'gut feeling' en smaak spelen ook rationale elementen een rol in de beslissing wel of niet te investeren in de ontwikkeling van carrières. De vraag is wat leidend moet zijn in de uiteindelijke keuze; data of toch 'het goede gevoel'?

Feit is dat labels in toenemende mate gebruik maken van data bij het nemen van A&R-beslissingen. In het spel van hits & misses wil ieder label natuurlijk maximaal scoren en risico's zoveel mogelijk uitsluiten. Als data en algoritmes leidend worden in de keuzes, krijgt A&R ook een nieuwe betekenis en staat het naast Artist & Repertoire ook steeds vaker voor Analysis & Research. Maar ongeacht de methode of het wel of niet gebruiken van data en algoritmes in het A&R-beleid zijn alle bij labels actieve professionals het over één ding eens: A&R is de levensader, de ziel, van elk muziekbedrijf.