

Are You Ready To Travel?

Door Frank Janssen

Succesvol zijn in het buitenland wordt door veel artiesten, managers, producenten, distributeur en labels vaak gezien als ‘the holy grail’. Bovendien zorgt internationale exploitatie van muziek voor extra inkomsten die grotere investeringen rechtvaardigen. Maar een carrière buiten de eigen landsgrenzen is geen vanzelfsprekendheid. Een realistisch plan, een heldere strategie, doorzettingsvermogen, talent, onderscheidend repertoire, een uitstekend netwerk en een beetje geluk; en dan nog is succes niet verzekerd.

In het recente verleden was succes in eigen land een absolute voorwaarde voor een focus op een carrière in het buitenland. Immers, waarom zouden partners elders in de wereld zich het vuur uit de sloffen lopen voor een artiest of band die niet eens in eigen land de podia en hitlijsten domineert? De vraag vandaag de dag is echter, of je nog wel kunt spreken van een thuismarkt? Of succes in eigen land? Want is de wereld niet het werkterrein van elke muzikant, producent, distributeur of label? Want zodra je muziek online te vinden is op streaming platforms, YouTube, Soundcloud of social media platformen, bedien je per definitie de wereld.

Dominant in dance

Decennialang is het landschap van de populaire muziek gedomineerd door Amerikaanse en Britse acts en artiesten. Zij domineerden de hitlijsten en dus de playlists op radio. Trots als een aap met zeven staarten waren we als Nederlandse bands als Golden Earring, George Baker Selection, Pussycat, Shocking Blue, The Cats en later Urban Dance Squad of Herman Brood & Wild Romance hits scoorden in de Britse of Amerikaanse hitlijsten. Natuurlijk was er ook succes voor The Nits in Scandinavië of Robby Valentine en later crooner Wouter Hamel in Japan, werkten Lois Lane en Candy Dulfer met Prince. En recenter het internationale succes van Within Temptation en Floor Janssen met Nightwish. Of Caro Emerald in Duitsland en met name Engeland. Met dank aan Jools Holland, die met zijn populaire BBC TV-show Later With... een belangrijke rol in de carrière van Caro Emerald heeft gespeeld.

Baanbrekend is echter het internationale succes van Nederlandse dance. Op basis van de oerhollandse muziekstroming gabber(house), wisten Ray en Anita, beter bekend als 2Unlimited, in de jaren negentig wereldwijd hits te scoren met hun variant van happy hardcore. House en vervolgens alle mogelijke varianten van dance veroverden de daaropvolgende jaren de harten van miljoenen muzikliefhebbers wereldwijd. De Nederlandse DJ's, mede geholpen door het succesvolle platform Amsterdam Dance Event, zijn nu al vele jaren wereldwijd toonaangevend. Armin van Buuren Tiësto, Hardwell, Afrojack, Martin Garrix, Headhunterz, Don Diablo en Oliver Heldens vierten over de hele wereld hun successen met uitverkochte shows, miljoenen streams op de digitale platformen en evenzoveel volgers op social media. Zij voeren dan ook al jaren de DJ Mag Top 100 van meest populaire DJ's ter wereld aan.

Exportwaarde groeit

Elke jaar laat Buma Cultuur een uitgebreid onderzoek uitvoeren naar de exportwaarde van Nederlands copyright. Anders gezegd: wat Nederlandse acts en artiesten in het buitenland hebben verdiend. De inkomsten zijn gebaseerd op twee geldstromen: recorded music en alle daaraan gekoppelde exploitatie en live-optredens. De cijfers laten al jaren achtereen groei zien. Mede dankzij de internationale successen van Nederlandse DJ's, die goed zijn voor bijna driekwart van alle in het buitenland verdiende euro's of dollars. In 2018 was die exportwaarde ruim 216 miljoen euro, aldus Buma Cultuur.

Kortom, Nederlandse artiesten zijn wel degelijk in staat om ook internationaal succesvol te zijn. Hierin spelen in toenemende mate de streaming platformen en social media een rol. Omdat het voor labels en distributeurs inzichtelijk wordt waar bands en artiesten het meest gestreamd worden. Als blijkt dat bepaalde tracks of artiesten in bepaalde regio's in de wereld goed scoren, kan daarop het beleid worden aangepast. Datzelfde geldt ook voor de volgers van artiesten op social media kanalen. Zo kon de nog jonge Groningse artiest Blanks (Simon de Wit) op basis van zijn immense YouTube following begin dit jaar een clubtour doen in de VS. Want daar zitten de meeste fans die hem op zijn YouTube-kanaal volgen.

De juiste partners

Voor bands en artiesten die zich vooral bedienen van het meer klassieke rock en popidroom is de weg naar buitenlands succes vaak een hobbelige. Voorwaardelijk voor succes in het buitenland, los van talent, kwaliteit en ijzersterk songmateriaal, is om te beginnen een heldere strategie. Maar ook al klopt de strategie, dan nog steeds dienen talloze hordes genomen te worden. Om te beginnen de initiële investering. Want naar het buitenland gaan met een band of artiest kost in de eerste plaats geld. Daarnaast moet de artiest of act ook daadwerkelijk bereid zijn en de drive hebben om langdurig

in het land van keuze te verblijven om daar de muziek te promoten en live te spelen. Als label of distributeur ben je meestal genoodzaakt in zee te gaan met lokale partners. Denk aan boekers, agenten, labels, distributeurs, promotors of uitgevers die aan de slag willen met de band en het repertoire. Zij kennen immers de markt als geen ander, zij snappen de cultuur en kennen de weg naar clubs, radio- en tv-zenders, journalisten en alle mogelijke mediapartijen. Daarbij is het als label wel van cruciaal belang dat je met de juiste partners, passend bij de bloedgroep van de act en het dna van het label, in zee gaat. Uiteraard speelt vertrouwen daarin een belangrijke rol, maar ook heldere afspraken over inzet en resultaat. Een andere optie is om met partijen in het buitenland een nieuwe entiteit op te zetten waar je als label gelijkwaardig partner in bent.

Showcase platforms

Omdat het zowel vanuit cultureel als ook economisch opzicht belangrijk is om muziek van Nederlandse bodem met succes bij fans in het buitenland onder de aandacht te krijgen, zijn met name de meerdaagse muziekplatforms Eurosonic Noorderslag en Amsterdam Dance Event van belang. In het buitenland zijn het de showcase-evenementen als The Great Escape (Engeland), Reeperbahn (Duitsland) en SXWX (VS) die van groot belang voor de internationale oriëntatie. Hier komen immers vraag en aanbod bij elkaar. Zichzelf respecterende muziekprofessionals uit de verschillende geledingen van de muziekindustrie bezoeken elk jaar weer deze evenementen. Om kennis op te doen, om te netwerken, om bands, artiesten en DJ's te bekijken tijdens showcases en optredens, om deals te sluiten of om acts te boeken voor de zomerfestivals. Daarnaast worden deze evenementen bezocht door honderden journalisten, tientallen radio- en tv-zenders die allemaal jagen op 'the next big thing'.

Dutch Music Export

Het kantoor van Dutch Music Export (DME) draagt op verschillende manieren bij aan de carrièreontwikkeling van Nederlandse bands en artiesten in het buitenland. DME is een initiatief van het Fonds PodiumKunsten, Buma Cultuur en de Stichting Popcoalitie en heeft tot doel het structureel versterken van de internationale positie van de Nederlandse popmuziek. Onder andere door handelsdelegaties voor Nederlandse muziekprofessionals naar het buitenland te organiseren, door financiële support te geven voor reis- en verblijfkosten voor artiesten voor showcases in het buitenland, door het organiseren van extra optredens voor Nederlandse artiesten tijdens internationale showcases en door het aanbieden van marketingsubsidie voor internationale releases van Nederlandse artiesten. Maar support vanuit DME is eveneens gestoeld op de eerdergenoemde elementen zoals een heldere strategie, een steekhoudend plan, een ijzeren wil bij de band of artiest,

support van partners in het buitenland en vanzelfsprekend aansprekend repertoire. Want uiteindelijk begint de eerste stap richting de landsgrens altijd met goede songs.

STOMP Academy wordt mede mogelijk gemaakt door Merlin, het wereldwijde digitale rechtenbureau voor de independent muziekindustrie. Kijk voor meer informatie op www.merlinnetwork.org.

