



Hogere opleidingen in de popmuziek vandaag in Vlaanderen: de nood aan zakelijke vorming

Eindwerk voorgelegd voor het behalen van de graad van Master in de Agogische Wetenschappen door

Vogelaers Kathleen

Academiejaar 2010-2011

Promotor: Prof. Dr. K. Segers

Aantal woorden: 36.147



VOORAF

SAMENVATTING

VRIJE UNIVERSITEIT BRUSSEL
FACULTEIT VOOR PSYCHOLOGIE
EN EDUCATIEWETENSCHAPPEN

EINDVERHANDELING

acad.jaar 2010/2011

Naam: Vogelaers Kathleen

Richting: Agogische Wetenschappen

Titel verhandeling & promotor:

Hogere opleidingen in de popmuziek vandaag in Vlaanderen: de nood aan zakelijke vorming

Prof. Dr. K. Segers

Samenvatting: (max. 300 woorden)

Vlaanderen kent een bloeiende muziekcène. Net als de andere creatieve sectoren in Vlaanderen, trekt de muziekindustrie steeds meer mensen aan. We problematiseren het overaanbod van popmuzikanten die werk zoeken. De professionele popmuzikant moet opvallen in de menigte, waarbij muzikaal talent niet meer voldoende blijkt te zijn. Deze masterproef focust zich op het belang van zakelijk ondernemerschap voor professionele muzikanten en welke bijdrage de hogere muziekopleidingen hebben in dit verhaal.

Er worden 2 groepen bevroegd in het onderzoek. Een eerste bevraging van professionele muzikanten, (oud-)studenten aan één van de hogere muziekopleiding, schetst een uitgebreid beeld van de risicovolle factoren in hun beroepspraktijk, van hun visie op zakelijk ondernemerschap en hoe zij de rol van hun hogere muziekopleiding hierbij hebben ervaren. In een tweede bevraging worden deze eerste reflecties afgetoetst bij opleidingsafgevaardigden van de zes betrokken hogere muziekopleidingen.

We stellen bij de hogere opleidingen een bewustwording vast over het toenemend belang van zakelijk ondernemerschap. Toch blijkt zakelijke vorming bij de meeste opleidingen nog in een startfase te zitten en wordt zakelijk ondernemerschap als bijkomstig beschouwd. Er heerst een zekere onwetendheid over hoe zakelijke vorming functioneel te implementeren in de opleiding. In de discussie wordt er stilgestaan bij suggesties rond de implementatie van zakelijke vorming. Deze masterproef gelooft in de cruciale rol die hogere muziekopleidingen spelen in het doorgroeiproces van beginnende muzikanten. Het is wenselijk dat de hogere muziekopleidingen hun verantwoordelijkheid opnemen door hun studenten te wijzen op het toenemend belang van zakelijk ondernemerschap en hun hierin bij te staan.

BEKNOPTE INHOUD

VRIJE UNIVERSITEIT BRUSSEL
FACULTEIT VOOR PSYCHOLOGIE
EN EDUCATIEWETENSCHAPPEN

EINDVERHANDELING

acad.jaar 2010/2011

Naam: Vogelaers Kathleen

Richting: Agogische Wetenschappen

Titel verhandeling & promotor:

Hogere opleidingen in de popmuziek vandaag in Vlaanderen: de nood aan zakelijke vorming

Prof. Dr. K. Segers

Beknopte inhoud: (max. 10 regels)

Het overaanbod van muzikanten en de risicovolle beroepspraktijk wordt geproblematiseerd. Deze masterproef behandelt het belang van zakelijk ondernemerschap voor professionele muzikanten en welke bijdrage de hogere muziekopleidingen hebben in dit verhaal. Er werd toegespitst op professionele muzikanten in de lichte muziek. We interviewden professionele muzikanten (N=12) en opleidingsafgevaardigden (N=6) over de beroepspraktijk van de muzikant, zakelijke competenties en de betekenis van de hogere muziekopleiding. Er blijkt een nood te zijn aan zakelijke vorming en het bewustzijn hierrond neemt toe. Toch blijkt het niet gemakkelijk te zijn zakelijke vorming te implementeren. Gebaseerd op het verzamelde materiaal worden praktische en beleidsaanbevelingen geformuleerd voor een betere afstemming tussen het hoger muziekonderwijs en de nood aan zakelijke vorming.

DANKWOORD

Een masterproef maak je niet alleen. Er zijn dan ook mensen die ik hier uitdrukkelijk wil bedanken voor hun betrokkenheid en steun tijdens dit proces.

Tijs Vastesaegeer wil ik erg bedanken voor de vele babbels in het begin van mijn zoekproces en me zo met zijn advies op het juiste spoor te zetten. Bedankt, Jan Pauly, voor de voortdurende constructieve feedback en inhoudelijke input. Bedankt voor de tijd die je steeds vrijmaakte, je geduld en je motiverend enthousiasme. Poppunt als organisatie wil ik feliciteren met haar 10 jaar bestaan en mooie verwezenlijkingen ter ondersteuning van onze muzikanten.

Ik wil alle muzikanten enorm bedanken die me te woord hebben gestaan voor mijn onderzoek. Ik vond de gesprekken steeds aangenaam en zeer boeiend. Bedankt daarvoor.

Bedankt, Els Smedts, Eric Van Leuven, Maarten Weyler, Peter Hertmans, Laurens Leurs en Ondine Quackelbeen voor jullie vlotte en oprechte medewerking.

Tom De Mette, mijn begeleider op de Vrije Universiteit Brussel, wil ik bedanken voor zijn feedback en advies op cruciale momenten in het proces. Ook mijn promotor Prof. Dr. Katia Segers wil ik hier bedanken voor haar geloof in het onderwerp en me steeds bij te staan met inhoudelijk advies.

Mijn vrienden verdienen ook een dankjewel. Merci voor de luisterende oren en de vele verbeterhanden, maar vooral voor de toffe momenten zoals altijd. Tot slot wil ik mijn ouders ook bedanken voor de emotionele en -niet te vergeten- logistieke ondersteuning. Bedankt, mama en papa.

INHOUD

DEEL 1: THEORETISCH LUIK	1
1. Probleemstelling	1
2. Situatieschets	3
2.1. Velen geroepen, weinigen uitverkoren.	3
2.2. Realiteit van de (pop)muzikant.	5
2.2.1. Risicovolle industrie	5
2.2.2. Verschuiving van het risico naar de artiest	6
2.3. Muzieklandschap in Vlaanderen	12
2.4. Rol van het onderwijs	13
2.5. Besluit bij situatieschets	15
3. Conceptenafbakening	16
3.1. Pop	16
3.1.1. Genre pop: moeilijk te definiëren	16
3.1.2. Wat is een popmuzikant	17
3.2. Ondernemerscompetenties bij muzikanten	18
3.3. Educatie	20
3.3.2. Popeducatie in Vlaanderen	20
3.3.3. Hoger muziekonderwijs in Vlaanderen	21
3.3.4. Decretale bepalingen	23
3.3.5. Overzicht zakelijkheid in het huidig curriculum	24
DEEL 2: EMPIRISCH LUIK	27
4. Onderzoeksvragen	27
5. Methode.....	28
5.1. Onderzoeksopzet	28
5.2. Onderzoekseenheden	30
5.3. Registratie, verwerking en preparatie gegevens.....	32
5.4. Analyseprocedure	33
5.5. Betrouwbaarheid en geldigheid.....	34
6. Resultaten.....	35
6.1. Muzikanten	35
6.1.1. Nood aan ondernemerschap	35
6.1.2. Zakelijk ondernemerschap	39
6.1.2.1. Algemene definitie en overkoepelende ondernemerattitudes	39
6.1.2.2. Financiële competenties	41
6.1.2.3. Sociale competenties	43
6.1.2.4. Praktische competenties.....	44

6.1.2.5. Juridische competenties	45
6.1.3. Rol van het hoger onderwijs	48
6.1.3.1. Taak van de hogere opleiding	48
6.1.3.2. Belang van zakelijke vorming binnen de opleiding	50
6.1.3.3. Visie en aanwezigheid binnen de hogere opleiding	50
6.1.3.4. Suggesties voor zakelijke vorming binnen opleiding	51
6.2. Opleidingsafgevaardigden	53
6.2.1. Belang van ondernemerschap	53
6.2.2. Zakelijk ondernemerschap	56
6.2.2.1. Algemene definitie en overkoepelende ondernemerattitudes	56
6.2.2.2. Financiële competenties	59
6.2.2.3. Sociale competenties	60
6.2.2.4. Praktische competenties	62
6.2.2.5. Juridische competenties	63
6.2.3. Rol van het hoger onderwijs	64
6.2.3.1. Taak van de opleiding	64
6.2.3.2. Nood aan zakelijke vorming	66
6.2.3.3. Visie van de opleidingen op zakelijke vorming	67
6.2.3.4. Knelpunten in het aanbieden van zakelijke vorming	69
6.2.3.5. Aanpak binnen opleiding en suggesties voor de toekomst	72
6.3. Empirisch besluit	76
DEEL 3: DISCUSSIE EN CONCLUSIE	80
7. Praktische en beleidsaanbevelingen	80
7.1. Aanbevelingen op praktijkniveau	80
7.2. Aanbevelingen op beleidsniveau	82
8. Evaluatie en suggesties voor verder onderzoek	84
8.1. Beperkingen van eigen onderzoek	84
8.2. Aanbevelingen voor verder onderzoek	84
9. Algemeen besluit	86
REFERENTIES	88
LIJST MET TABELLEN EN FIGUREN	94
LIJST MET AFKORTINGEN	96
BIJLAGEN	97
BIJLAGE 1: HOGERE OPLEIDINGEN	98
BIJLAGE 2: DECRETEN	108
BIJLAGE 3: METHODE	112
BIJLAGE 4: INTERVIEWS	zie bijgevoegde cd-rom

DEEL 1: THEORETISCH LUIK

1. Probleemstelling

Het leven als muzikant is de droom van velen. Velen voelen zich geroepen, slechts weinigen zijn uitverkoren. De muziekindustrie is een dynamische sector waarin de concurrentie hard is. De laatste jaren is de muziekindustrie op vele vlakken sterk aan het veranderen. Digitalisering, professionalisering, globalisering zijn enkele ingrijpende veranderingen die hebben plaatsgevonden en nog steeds aan het plaatsvinden zijn. Ze hebben het aanbod van artiesten en muziek exponentieel vergroot en de concurrentie alleen maar harder gemaakt (Segers, Buekers, Peeters, De Meyer, & Coenen, 2000, p. 92). Het heeft allemaal een enorme impact op het beroep van de muzikant. Niet iedereen kan immers werk vinden in de muziekindustrie. Is talent nog voldoende? Men mag niet vergeten dat de muzikant zich moet handhaven in deze wereld. Dit handhaven is steeds moeilijker geworden. De muzikant wordt gedwongen om een flexibel ondernemer te zijn en moet zich bezighouden met tal van zaken op het gebied van ondernemen, sociale verzekeringen, contracten, auteursrechten, marketing, management en zo maar verder (MusicFromNL, 2003). Professioneel popmuzikant worden, is gekenmerkt door een hoge mate van carrièreonzekerheid en stress. Het glamoureuze bestaan is zeker niet voor iedereen weggelegd (Zwaan, 2009, p. 59).

Men kan zich afvragen of de opleidingen aan hogescholen voor muzikanten hiermee rekening moeten houden in het klaarstomen van hun studenten voor de arbeidsmarkt. Zij spelen immers een begeleidende rol voor aspirerende muzikanten in hun doorgroeiproces als professional. De educatiemogelijkheden voor een muzikant zijn vandaag enorm. Het formeel onderwijs volgen is zeker geen must om professioneel muzikant te kunnen worden. Toch willen we in dit eindwerk focussen op de rol en de meerwaarde van hoger onderwijs in de carrière van popmuzikanten.

In dit onderzoek wordt er toegespitst op de 6 instellingen in Vlaanderen die een hogere opleiding aanbieden in muziek: Jazz Studio (Antwerpen), Koninklijk Vlaams Conservatorium Antwerpen, Koninklijk Conservatorium Brussel, Koninklijk Conservatorium Gent, Lemmensinstituut (Leuven) en tot slot, Rockacademie (PHL-Music) (Hasselt).

Jongeren in Vlaanderen die bij deze instellingen aankloppen, hebben een bepaald toekomstbeeld voor ogen. Dit beeld kan realistisch zijn, maar eveneens romantisch en onrealistisch. Hoe gaan deze 6 scholen daarmee om? Bieden zij hun studenten een degelijke opleiding aan die voldoende aansluit bij de artistieke én zakelijke kunstpraktijk in de hedendaagse, professionele muziekwereld? Begeleiding van hun studenten naar de arbeidsmarkt staat hier dan eveneens synoniem voor het aanreiken van knowhow en contacten inzake artistieke en businessaspecten (Segers et al., 2000, p. 72).

Volgens van der Plas en Vastesaegeer (2009, p. 39) is er in België weinig of geen aandacht voor de zakelijke kanten van het vak binnen de muzikantenopleidingen. Er is er een groot consensus in de

sector dat er nood is aan een kritische reflectie over de professionele opleidingen voor muzikanten in wording en dat hierbij het zakelijke inzicht zeker niet over het hoofd mag gezien worden. Dit vormt de focus van dit eindwerk.

De **algemene vraagstelling** kan geformuleerd worden als het volgende:

Welke zakelijke competenties (kennis, vaardigheden en houdingen) heeft men nodig om in het popmuziekveld professioneel te functioneren en hoe worden deze competenties vormgegeven in de hogere muziekoopleidingen in Vlaanderen?

Met dit kwalitatief onderzoek worden de meningen hierover nagegaan. In een eerste fase wordt er geluisterd naar de muzikanten in de popsector. *Waar liggen de noden op het vlak van zakelijk ondernemerschap en zakelijke vorming?* In een tweede fase wordt er gekeken *in welke mate deze noden matchen met de muziekoopleidingen* in de 6 vernoemde instellingen. Dit gebeurt vanuit de standpunten van de departementshoofden en/of opleidingscoördinatoren.

Dit eindwerk probeert te informeren naar de wijze waarop iedere betrokken opleiding omgaat met de kwaliteit van haar onderwijs en hoe het zakelijk ondernemerschap daarin een plaats krijgt. Het moet een kritische reflectie vormen over de lesprogramma's van deze hogere opleidingen, die geacht worden hun studenten klaar te stomen voor het professionele leven. Uit overeenkomsten en verschillen tussen deze 6 instellingen kan dan op zoek gegaan worden naar de knelpunten en getracht worden hier rond aanbevelingen te formuleren ter verbetering van de popeducatie in het Vlaams Hoger onderwijs. Dit is het achterliggende doel en de wens van het onderzoek.

2. Situatieschets

2.1. Velen geroepen, weinigen uitverkoren.

Het zuchten over het huidige overaanbod van muzikanten vormde de aanleiding voor deze masterproef. Steeds meer jongeren bieden zich aan als kandidaat voor een opleiding aan een kunsthogeschool (Vlaams Hogescholenraad [VLHORA], 2003). De creatieve industrie in Vlaanderen beslaat zeven creatieve sectoren: de audiovisuele industrie, de mode-industrie, de muziekindustrie, de beeldende kunstindustrie, de gedrukte media industrie, de architectuur en vormgevingsindustrie en de podiumkunstenindustrie. Artistieke beroepen zitten meer dan ooit in de lift en steeds meer mensen gaan in de creatieve sector werken. Zo is bijvoorbeeld de werkgelegenheid over de periode van 1999-2003 jaarlijks toegenomen met maar liefst 12%, ver boven de gemiddelde groei van de Vlaamse economie (Maenhout, De Voldere, Onkelinx & Sleuwaegen, 2006, p.62). In een recent artikel van De Standaard (27 mei 2011) schreef men dat de creatieve industrie op dit moment werk biedt aan zo'n 121.800 Vlamingen, goed voor 4,3% van de totale werkgelegenheid (Sels, 2011). Verscheidene evoluties en redenen die deze 'kweekvijvers' van talent voortbrengen, kunnen worden aangehaald.

Hans Abbing (2005, p. 36) spreekt over de opkomst van de romantische notie van de kunstenaar sinds midden 19^{de} eeuw. De kunsten evolueerden steeds meer van een ambacht naar een autonome beroeps categorie die getuigden van volharding en zelfopoffering. Het publiek begon de kunstenaar op een voetstal te plaatsen. Dit zien we ook duidelijk vandaag gebeuren in de media. Supersterren worden aanbeden door horden fans, verdienen bakken geld, ontmoeten interessante mensen, ... Dit mythisch beeld krijgen we mee van de media, die een dominante rol spelen sinds de 20ste eeuw (Vanherwegen, 2008; Hesmondhalgh, 2007). In vele onderzoeken rond het overaanbod binnen de kunstensector wordt er gesproken over de **mythevorming**.

Velen voelen zich geroepen om een carrière te maken in de muziekindustrie en wensen hun stempel te drukken op de geschiedenis van de populaire muziek. Het beeld van glamour en glitter wordt geïdealiseerd door de media en doet velen dromen van eenzelfde godstatus (De Meyer & Trappeniers, 2007). Het muzikantenbestaan trekt vele mensen aan: de variatie, de hoge graad van eigen initiatief en zelfstandigheid, een groot gevoel van zelfverwezenlijking, erkenning door de omgeving als een talent, ... (Menger, 1999). Het is allesbehalve dagelijkse sleur. De meeste mensen werken from 9 to 5 om te kunnen voorzien in levensonderhoud. Ontspanning en zelfvoldoening wordt gezocht in vrije tijd. Volgens Jolien de Boodt (2006) zouden velen maar al te graag willen geld verdienen met hetgeen hen passioneert. Veel studenten zien een kunstenaarsopleiding als een mooi alternatief voor een 'gewone' job (Abbing, 2002, p. 115).

Hoeveel mensen er precies dromen om professioneel muzikant te worden, kan niet gezegd worden. Maar wat wel met zekerheid kan gesteld worden, is dat er maar weinigen zijn die er zullen in slagen (De Meyer & Trappeniers, 2007). Er gaapt een kloof tussen droom en werkelijkheid, tussen input en output. Uit het oorspronkelijke overaanbod van artiesten (input) komt er uiteindelijk

slechts een klein gedeelte bij de consument (output) terecht (De Meyer & Trappeniers, 2007). Het Manifest van de muzieksector kaart het probleem meteen aan (Muziekplatform, 2010). Steeds meer muzikanten menen dat ze 'het' in zich hebben en wagen de sprong. Dit is deels dankzij de verbeterde digitalisering die het zo gemakkelijk maakt om zelf muziek te maken, produceren en online tot bij de consument te brengen. Je hoeft zelfs niet eens muzikles gevolgd te hebben. De drempel om muziek te produceren en ermee naar buiten komen, is enorm verlaagd (Muziekplatform, 2010, p. 3).

Die laagdrempeligheid of 'openheid' is kenmerkend voor de muzieksector die maakt dat de sector relatief toegankelijk is voor creatievelingen die hun kans willen wagen. Iedereen die wil, kan in principe toetreden. Het beroep van de popmuzikant heeft een enorme aantrekkingskracht: men hoeft er niet perse voor te studeren en met wat geluk wordt men heel rijk (economisch en/of symbolisch) (Vanherwegen, 2008, p. 85-86). Beroepsgroepen pogen steeds het aantal instromende mensen te beperken, maar door het ontbreken van formele barrières, is dit bij de kunsten niet het geval (Abbing, 2005).

Men zou verwachten dat artiesten de sector zouden verlaten en minder jongeren eraan beginnen, maar het tegenovergestelde is waar. Het toont aan dat de kunsten niet normaal zijn. De kunsteneconomie is uitzonderlijk (Abbing, 2005, p. 32). Abbing geeft het overaanbod als voornaamste oorzaak voor de problematische overgang naar de arbeidsmarkt.

2.2. Realiteit van de (pop)muzikant.

2.2.1. Risicovolle industrie

De muziekindustrie is een zelfstandig economisch circuit met vele actoren (artiesten, fonogramfirma's, muziekuitgeverijen, auteursverenigingen ...) en kent een eigen karakter. Ze heeft namelijk haar eigen spelregels die verschillen van de economische basisregels in de meer traditionele economie (De Meyer & Trappeniers, 2007). De muziekindustrie is bij uitstek een cultuurindustrie en hoort van oudsher bij de kern van de cultuurindustrieën (Hesmondhalgh, 2007, p.12). Zoals de traditionele economie is de cultuurindustrie wel begaan met hetzelfde basisprobleem van vraag en aanbod, maar kent de cultuurindustrie wel degelijk zijn specifieke eigenschappen en unieke methoden (De Meyer & Trappeniers, 2007). Het gaat om een symbolisch product (muziek met een hoog gevoelsgehalte) met hoge productie- en lage reproductiekosten. De cultuurindustrie is in wezen een 'risky business' en dat geldt absoluut voor de muziekindustrie. De hoge risicofactor ligt enerzijds aan het feit dat de actoren in de muziekindustrie vooraf niet weten of hun investeringen zullen gecompenseerd worden. Anderzijds is het investeringsrisico groot, omdat men vooraf niet kan weten wat in de smaak zal vallen bij de consument. De smaak van het publiek is onvoorspelbaar (Hesmondhalgh, 2007). De muziekindustrie is een zeer dynamische sector, gekenmerkt door hoge differentiatie in muziekaanbod, hoge in- en uitstroom van artiesten en vele technologische evoluties (Burke, 2003, p. 321).

De muziekindustrie is op vele vlakken sterk aan het veranderen. Sinds 1950 kent de gehele cultuurindustrie een enorme expansie, die gekenmerkt wordt door verregaande professionalisering, groeiende complexiteit van arbeidsdeling, opkomst van nieuwe media-technologieën en internationalisering (Hesmondhalgh, 2007, p. 54). De opkomst van internet op het einde van de 20^{ste} eeuw en de constant verbeterende technologie maakten de muziekindustrie enerzijds democratischer en toegankelijker voor artiesten om toe te treden (Valckenaers, 2009). Er zijn meer mogelijkheden om zichzelf te promoten, maar wat niet wilt zeggen dat het gemakkelijker is geworden. Anderzijds verschoven de machtsverhoudingen en voorspelden sommigen het einde van de klassieke muziekindustrie (De Meyer & Trappeniers, 2007, p. 8). Het had wel degelijk een grote impact op de opname-industrie. De platenverkoop kenden een duikvlucht, maar vormen nog steeds een belangrijk deel van het inkomen. Inkomsten uit optredens en auteurs- en naburige rechten vormen nu echter de voornaamste bron van inkomen (IJdens, Von der Fuhr & Rooij, 2009, p. 15). De opname-industrie is eerder statisch, gekenmerkt door concentratie van de platenmaatschappijen ('de majors') en weinig verandering in marktverdeling (Burke, 2003, p. 321). De muziekindustrie kwam terecht in een crisis en gatekeepermomenten in de productieketen kregen een nieuwe invulling.

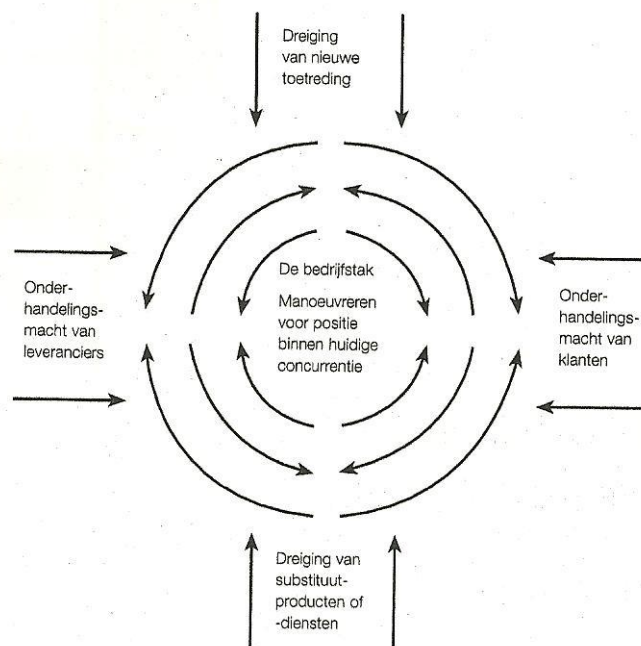
Het investeringsrisico in nieuwe artiesten werd groter, wat drastische gevolgen had voor de muzikanten zelf. Muziekindustriëlen spelen voortaan liever op veilig en grijpen gemakkelijk naar gekende succesformules (Fictoor & Kroeske, 2007, p. 14; Valckenaers, 2009, p. 8; p. 33). De platenmaatschappijen, maar ook andere firma's moesten als reactie op de crisis diversifiëren in hun

inkomstenstromen en takenpakket. Zo ontwikkelden ze een nieuw businessmodel: het 360°-model. Hierbij 'omringen' ze de artiest door hen op meerdere fronten (management, boekingen, publishing, merchandising, websites, ...) te vertegenwoordigen en worden de verschillende functies gebundeld bij één speler (van der Plas & Vastesaeger, 2009, p.253-254). Het 360°-model bezorgt de muziekindustriëlen terug een machtigere positie op de markt, doordat de artiest zo terug meer afhankelijk wordt van die ene speler in de industrie. Op deze manier kan de industrie de verliezen door het illegaal downloaden via internet recupereren via andere kanalen. Nieuwe artiesten maken bijgevolg minder kans op een platencontract (Raeman, 2008).

2.2.2. Verschuiving van het risico naar de artiest

Men mag niet vergeten dat alles begint bij de professionele (pop)muzikant die zich moet handhaven binnen deze competitieve wereld (Fictoor & Kroeske, 2007, p. 34). Dit handhaven wordt steeds moeilijker doordat de risico's worden verschoven naar de artiesten (Menger, 1999, p. 570; Menger, 2001, p. 251). Niet iedereen die denkt talentvol genoeg te zijn, kan dezelfde kansen krijgen in de muziekwereld om een professioneel carrière uit te bouwen (Muziekplatform, 2010; Segers et al., 2000; Menger, 1999). Voor veel muzikanten kan het romantisch beeld dan ook onderuit gehaald worden. "Een professionele popmuzikant kent een hoge beroepsonzekerheid en het beroep heeft een hoog stressgehalte" (Zwaan, 2009, p. 59). Termen als 'entrepreneurial career', 'portfolio career' en 'boundaryless career' verwijzen in vele theorieën rond de carrières van de 'creatieve klasse' naar deze eigenschappen (Burke, 2003; Menger, 1999, p. 552). Veel professionelen in de creatieve sector zijn niet lang meer gebonden aan één organisatie doorheen hun carrière, maar stippelen juist hun eigen creatieve pad uit (Arthur & Rousseau, 1996 in Zwaan, 2009, p. 81). Bij popmuzikanten is dit net zo en wordt hun muziekcarrière gekenmerkt door een onvoorspelbaarheid en instabiliteit. Hun carrière is een hobbelig parcours met een hoge graad van zelfstandigheid, flexibiliteit en een freelance karakter op korte termijnen (Menger, 2001, p. 251). Deze kenmerkende beroepsonzekerheid zorgt ervoor dat het voor veel muzikanten noodzakelijk is om een andere job erbij te nemen als verzekerd inkomen ('multiple job holding') (Zwaan, 2009, p. 81).

De talrijke actoren en evoluties binnen de muziekindustrie staan niet los van elkaar. Eenduidig kijken naar de problematiek binnen de muziekindustrie is niet eenvoudig. De complexiteit van de sector vraagt aandacht. Het concurrentiemodel van Porter (1999) biedt ondanks zijn leeftijd nog steeds een relevant inzicht in het competitieve karakter van een industrie. Aan de hand van vijf strijdende krachten schetst Porter (1999) een kader waarmee men de onderliggende structuur van economische en technische kenmerken als oorzaak van de concurrentie kan blootleggen. Het begrijpen van deze onderliggende, competitieve mechanismen maakt het vervolgens mogelijk om een strategie te ontwikkelen om met de concurrentiesituatie om te gaan. De vijf krachten zijn: (1) de bedreiging van potentiële nieuwkomers, (2) de macht van de leveranciers, (3) de bedreiging van substituten, (4) de macht van de consumenten, en tot slot (5) de interne rivaliteit met directe concurrentie (Porter, 1999). Concurrentie gaat dus veel verder dan de directe concurrentie.



Figuur 1. De vijf concurrentiekrachten die binnen een industrie heersen (Porter, 1999)

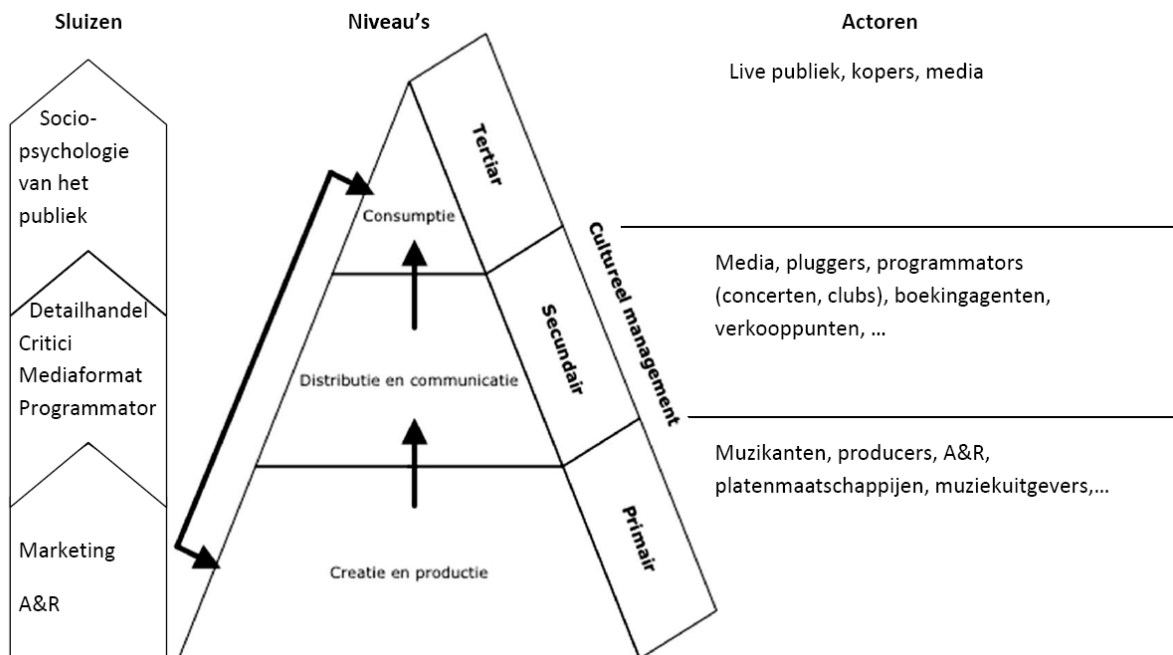
De mate waarin deze 5 krachten tezamen inwerken op de industrie, bepaalt de winstgevendheid binnen die industrie, oftewel het succes van een popmuzikant in zijn carrière (Porter, 1999). Vanhouche (2008) paste dit concurrentiemodel al eerder toe op de muziekindustrie vanuit het perspectief van de popartiest. Het model geeft een inzicht in de hoog competitieve werksituatie van de popmuzikant vandaag. Het overaanbod dat eerder werd omschreven binnen paragraaf 3.1 kan men relateren met iedere concurrentiekracht. Een strikte indeling van alle veroorzakende factoren in deze 5-deling is niet mogelijk, aangezien vele oorzaken samenhangen. Om een overzicht te kunnen krijgen, proberen we toch een indeling te maken. Natuurlijk zijn er nog veranderingen in de muziekindustrie die in dit model van Porter passen, maar in dit deel bespreken we enkel die factoren die relevant zijn voor de verklaring van de risicovolle situatie van Vlaamse popmuzikanten.

(1) de bedreiging van potentiële nieuwkomers

De toetredingsdreiging hangt af van bestaande barrières en reactie die de nieuwkomer te wachten staat door de bestaande concurrenten. Hoe hoger deze barrières zijn en hoe scherper de reacties zijn die de nieuwkomer kan verwachten, hoe zwakker de concurrentie door nieuwkomers is (Porter, 1999, p. 21- 22). Het **ontbreken van formele barrières** in artistieke beroepen werd reeds besproken in paragraaf 2.1 en is sterk gerelateerd met de 'overbevolking' van artiesten binnen de muzieksector. Productdifferentiatie, toegang tot de kanalen, schaalvoordelen, kapitaal en beleid vormen mogelijke barrières (Porter, 1999).

De laagdrempeligheid om muziek te maken, zet velen aan om hiermee beroepsmatig te (willen) beginnen. Tegelijkertijd zien we net dat het toetreden zelf tot de muziekindustrie de grootste

toetredingsbarrière is (Vanhouche, 2008, p. 24). De muzikant moet een voet tussen de deur krijgen en opvallen in de menigte ('**productdifferentiatie**'). Talent lijkt niet voldoende. Men moet opgemerkt worden door de andere actoren in de sector en is afhankelijk van hun investeringsbereidheid. Een artiest maakt met andere woorden deel uit van een culturele productieketen (Moons, 2007, p.6). In dit circuit zijn 3 niveau's te onderscheiden waarin we de verschillende actoren uit de muziekindustrie, netwerken en sluisen kunnen plaatsen. Onderstaand schema (figuur 2) geeft een visueel overzicht:



Figuur 2. Het culturele productieketen (Moons, 2007; De Meyer & Trappeniers, 2007; eigen aanvullingen)

De muzikant passeert op ieder niveau **sluisen** ('toegang tot de kanalen'). Er wordt namelijk op ieder niveau een selectie gemaakt uit het totaal aanbod (Buntinx, 2002; Joris, 2006). Zo vormt de artist & repertoire manager vaak al een eerste sluis, gevolgd door marketing, audiovisuele media, de verkooppunten en tot slot, de socio-psychologische eigenschappen van het publiek (De Meyer & Trappeniers, 2007, p. 15). Beslissende factoren bij het selectieproces door deze gatekeepers en dus kans op succes voor de artiest werd gevisualiseerd door Buntinx (2002) (Figuur 3, p. 95). We staan even stil bij het potentieel van een artiest door de ogen van de A&R-manager. Deze zou afhangen van het talent, het genre of tijdelijke hype, de bekendheid van de artiest en de publieksgroep die artiest bereikt. Talent neemt een belangrijke plaats in, maar gaat verder dan alleen het artistiek talent. De getalenteerde artiest moet ook de sluisen van de muziekindustrie weten te bespelen. Gedrevenheid en doorzettingsvermogen zijn onontbeerlijk (Buntinx, 2002).

Opkomst van **internet** en **globalisering** hebben de machtsverhoudingen binnen deze sluiswachters verschoven (De Meyer & Trappeniers, 2007; Delaruelle, 2009). De kaarten werden herschud en het klassieke industriemodel boette aan belang in. Door de gemakkelijke toegankelijkheid en daling van distributiekosten door digitalisering moet aandacht op een nieuwe

manier gezocht worden. Platenfirma's verliezen langzaamaan hun monopoliepositie als sluiswachters en de media beginnen steeds meer deze rol over te nemen. **De media** bepalen welke muziek zij promoten en zijn zeer machtig als gatekeepers in het carrièreverhaal van artiesten (Segers et al., 2000, p. 69). De professionele context en contacten blijken uit onderzoek de meest belangrijke voorspellers van succes te zijn (Zwaan, 2009, p. 70; Segers et al., 2000, p. 48). " Informatie in de media krijgen, heeft veel te maken met bij de juist media de juiste mensen te kennen" (Segers et al., 2000, p. 48). We gaan verder in op het belang van dit netwerken bij de tweede kracht van Porter.

De globalisering heeft ervoor gezorgd dat de muziekindustrie steeds meer productie, distributie en consumptie op wereldschaal voeren ('schaalvoordelen') (Delaruelle, 2009). Dit kan een potentiële toetreders ontmoedigen, tenzij deze een zekere kostennadeel kan anticiperen (Porter, 1999). Zo komen we bij de volgende barrière: het benodigd **kapitaal**. Een muzikant zal inderdaad steeds en zeker in het begin moeten geld investeren in opnamemateriaal , instrumenten, demo, Ook in een later stadium zal de muzikant kapitaal nodig hebben voor promotie, persen van een cd, touren, ... (Vanhouche, 2008, p. 28). Vele muzikanten voeren een bijkomende job uit in de artistieke of niet-artistieke sector om op die manier geld te verdienen. Dit geld investeren ze terug in hun muziekcarrière (Menger, 1999, p. 562-566; Zwaan, 2009, p. 81).

Wat het **overheidsbeleid** betreft, zien we in Vlaanderen een democratiserende benadering naar de popmuzikanten toe. Het lijkt erop dat het popbeleid sinds 1998 beginnende muzikanten maar weinig in de weg legt (Vanhouche, 2008, p. 28). Allerlei ondersteunende initiatieven werden ondernomen: het muzikantenstatuut, projectsubsidies,... . Steunpunten zoals het Muziekcentrum Vlaanderen, voor de professionele muzieksector, en Poppunt, voor de amateurkunsten in het Vlaamse pop-rockcircuit staan paraat voor beginnende en professionele popmuzikanten. Kunstenloket geeft dagelijks zakelijk advies aan kunstenaars. CultuurInvest, het investeringfonds voor culturele industrieën, biedt evenzeer een financiële ondersteuningsmaatregeling voor ondernemende muzikanten.

Tot slot vragen we ons af welke mogelijke reactie een potentiële nieuwkomer van de bestaande concurrenten kan verwachten? Hier willen we een interessante opmerking meegeven van Jan Timmermans, directeur van het Kunstenloket. Volgens Jan Timmermans gedragen muzikanten zich als vrienden tegenover elkaar. Dat is logisch. Ze zijn inhoudelijk allemaal met hetzelfde bezig en muziek als gedeelde interesse bindt hen. Muzikanten durven vergeten dat op het einde van de rit ze eigenlijk concurrenten van elkaar zijn. Allen willen ze dat de consument naar hun muziek luistert, naar hun concerten komt, hun cd's koopt, Simplistisch gezien, zal het de muzikant die zich het beste kan verkopen, degene zijn die zal doorgroeien en niet de andere (J. Timmermans, persoonlijke mededeling, 17 december, 2010). Het lijkt een pessimistische opmerking, maar kent een grond van waarheid die het belang van ondernemerschap aantoont.

(2) de macht van de leveranciers

Leveranciers kunnen macht uitoefenen door hun prijzen te verhogen of de kwaliteit van hun diensten en goederen te verlagen (Porter, 1999). Wie zijn de leveranciers binnen de muziekindustrie? De professionele context waarbinnen de popmuzikant zich vandaag bevindt, is een kluwen van actoren en netwerken (zie figuur 2). In zijn **netwerk van creatie** zal de muzikant moeten rekening houden met medemuzikanten, de producer, de eventuele manager, De muzikant moet veelzijdig zijn, zich kunnen aanpassen, de anderen goed aanvoelen. Daarnaast is er het **netwerk van (re)productie** met de opnamestudio's, uitgevers, platenmaatschappijen. Het **distributienetwerk** stelt de muzikant in contact met de media, detailhandel, concert- en club-programmatoren, Artiesten blijven sterk afhankelijk van derden zoals distributeurs of radiopluggers in het uitbouwen van hun carrière (Valckenaers, 2009, p. 33). Tot slot, bouwt een popmuzikant ook een **netwerk op met de consumenten** (Vanhouche, 2008, p.30).

In de literatuur komt sterk naar voren dat **netwerken** de cruciale factor zijn in een artistiek carrière (Zwaan, 2009; Segers et.al, 2000). Deals worden in de muziekwereld bijna letterlijk aan de toeg afgehandeld. Netwerken zijn voor zowel de industrie als voor de muzikanten zelf het betrouwbare instrument om te weten met wie ze goed kunnen samenwerken. Een succesvolle samenwerking levert een reputatie op die via die netwerken weer wordt verspreid en bijgevolg leidt tot meer vraag om samen te werken. Ze spelen dus een cruciale en accumulerende rol in een artistieke carrière (Vanherwegen, 2008, p. 68). Een professionele houding van de muzikant is cruciaal in het vormen van deze contacten. Machtige spelers in het veld geven aan dat muzikanten moeten weten hoe de muziekindustrie functioneert. Enkel zo maken ze kans om opgemerkt en geselecteerd te worden door media en platenmaatschappijen (Zwaan, 2009, p. 94).

(3) de bedreiging van substituten

Substituutproducten of -diensten beperken het potentieel van een artiest, doordat ze een bovengrens stellen aan de prijzen die deze kan vragen. Het overaanbod aan muziek dwingt de muzikant tot lagere gages en is een frustrerende factor voor velen (Abbing, 2002). De opkomst van het internet heeft hierin voor drastische veranderingen gezorgd. Muzikanten kunnen voortaan rechtstreeks via allerlei wegen (eigen website, Myspace, Facebook, vi.be, ...) en haast gratis hun muziek tot bij de man brengen. Echter, "De mythe dat elke artiest zich langs digitale weg rechtstreeks van een publiek kan verzekeren, mag al lang doorprikt heten: door de veelheid aan en de democratisering van muzikale productie- en verspreidingsmiddelen is het net ontzettend veel moeilijker dan vroeger 'to stand out from the crowd'. De artiest wordt voor promotie en marketing vaak op zichzelf teruggeworpen en ziet door het bos de bomen niet meer," aldus het Muziekplatform (2010, p. 12). Het overaanbod aan muzikanten laat zijn impact hier nogmaals gelden.

(4) de macht van de consumenten

De onuitputtelijke bron aan artiesten heeft zijn positieve kanten voor de consument. Iedereen komt aan zijn trekken en vindt binnen het uitgebreid gamma aan genres en muziekproducten wel net die ene artiest die hem bevalt. Het illegaal downloaden via internet heeft zonder twijfel deze macht van de consument vergroot. De **smaak van het publiek is onvoorspelbaar** (Hesmondhalgh, 2007, p. 19). De hype van vandaag kan morgen weer gedaan zijn. Deze veranderingen in vraag worden dan voor de industrie opgevangen doordat zij - meestal in de persoon van A&R-manager steeds kunnen terugvallen op een 'pool' van muzikanten.

Er zijn 3 grote machtige consumenten te onderscheiden: de eindconsument, de media en de detailhandel (Vanhouche, 2008, p. 37). Er kan gesproken worden van een 'achterwaartse integratie' (Porter, 1999, p. 28), doordat deze groepen een grote invloed kunnen uitoefenen op de muzikanten. Welke eigenschappen van een artiest en zijn muziek zorgen er dan voor dat de consument hem verkiest boven een andere artiest? Hierrond bestaat veel discussie en zijn vele interessante theorieën neergeschreven, zoals bijvoorbeeld de 'The Talent Pool'-theorie van Simon Frith (1988) die succes zag als een kwestie van geluk, vergelijkbaar met de loterij. Een uiteenzetting van al deze theorieën gaan we hier niet doen, maar wat vaststaat is dat men het niet eens geraakt over de reden waarom iemand nu wel succesvol wordt en de andere niet. **Talent, kennis, toeval** en **geluk** zijn steeds terugkerende en centrale concepten in deze theorieën (Vanhouche, 2008, p. 38-40). De media zijn onmisbaar in het uitbouwen en onderhouden van een fanbasis. Radio, televisie, geschreven pers, film, internet, ... hebben de taak om uit het enorme aanbod informatie te filteren en te verspreiden naar de eindconsument (De Meyer & Trappeniers, 2007; Buntinx, 2002). Hun machtige positie als sluiswachter bespraken we reeds kort bij de eerste kracht van Porter. Tot slot, oefenen de detailhandelaars evenzeer een macht uit doordat zij de verkoop van cd's kunnen verhogen door ze zichtbaar te plaatsen in de winkel. Muziek afspelen op de achtergrond, luisterstands opstellen en posters ophangen zijn allemaal factoren die de aanwezigheid van een artiest kunnen verhogen en bijgevolg ook de verkoop van die artiest (De Meyer & Trappeniers, 2003, p.94-97).

(5) de interne rivaliteit met directe concurrentie

De interne rivaliteit is intens tussen de muzikanten, doordat ze hun best moeten doen om op te vallen in het overaanbod. Dat die rivaliteit onder muzikanten niet steeds zo wordt gevoeld, haalt Jan Timmermans aan. Hoewel een muzikant moet leren leven met deze situatie, is er toch een zekere speelruimte waarin de muzikant de situatie strategisch kan proberen te verbeteren (Porter, 1999, p. 31). Door in te spelen op de consumenten of zich een zodanig **unieke sound** aan te meten, kan de muzikant proberen de consument aan zich te binden (Porter, 1999). Dit strategisch positioneren is uiteraard makkelijker gezegd dan gedaan. Het gaat sterk uit van een commercieel denken en net dit commercieel denken botst vaak met het artistiek denken van artiesten (Hesmondhalgh, 2007, p.20).

Omdat het steeds moeilijker wordt voor jonge artiesten om een platencontract in de wacht te slepen, vond er een DIY-evolutie plaats (Raeman, 2008). De **Do- It-Yourself mentaliteit** vond ingang bij de artiesten als strategie om met de toegenomen druk om te gaan. Het is een filosofie

waarbij de muzikanten zoveel mogelijk controle willen behouden over hun creatie en distributie (De Meyer & Trappeniers, 2003, p. 98). Onder andere door digitalisering werden productie- en distributiekosten enorm verlaagd. Het is relatief goedkoper en eenvoudiger geworden om een eigen opname te maken en deze via het internet zelf tot bij de consument te brengen. Deze gedachte vond ook zijn opmars in de Vlaamse popmuziek (Vanherwegen, 2008, p.68). "Steeds meer bands gaan in eigen beheer werken," (Muziekplatform, 2010, p. 3). Het klinkt romantisch. Het is echter geen evidente strategie, want beginnende muzikanten moeten nog werken aan hun naambekendheid, missen veel ervaring en meestal ook kapitaal (Burke, 2003, p.324). Er hangt een groot financieel risico aan vast. De artiesten moeten voldoende startkapitaal, zakelijk inzicht en het juiste professionele netwerk hebben (Valckenaers, 2009). Meer dan ooit is het voor een muzikant belangrijk om inzicht te hebben in de muziekindustrie en te beschikken over marketingvaardigheden om opgemerkt te worden (Zwaan, 2009, p. 112-113).

De muzieksector (Muziekplatform, 2010, p. 3) geeft echter aan dat vele muzikanten doorgaans niet de meest bekwame zaakvoerders zijn en dat hier meer aandacht moet op gevestigd worden. "In de popsector wordt vooral uitgegaan van het zelfregulerende vermogen van de markt. Wat niet rendabel is, overleeft niet of blijft hangen in het systeem van **multiple job holding**, dat zo typerend is voor (pop)muzikanten," (Muziekplatform, 2010, p. 3). Werkonzekerheid is sterk aanwezig bij de uitbouw van een popcarrière en blijft een vaste constante binnen het beroepsleven van een muzikant (Vanherwegen, 2008; Menger, 1999, p. 560).

2.3. Muzieklandschap in Vlaanderen

In deze paragraaf belichten we kort de arbeidssituatie van de popmuzikant binnen Vlaanderen. Wat is er typerend voor de Vlaamse pop-rockindustrie?

Door de ruime smaak van de Belgische muziekconsument is ons land een goede afzetmarkt voor import van Engelstalige muziek uit het buitenland. De Belgische muziekliefhebber heeft een brede én internationale smaak. Dit maakt de concurrentie voor de Vlaamse popmuzikant des te groter. Dit komt door 2 oorzaken. De eerste oorzaak is de thuismarkt die klein is. Deze **kleinschaligheid** is inherent aan de Vlaamse situatie. Het betekent een kleine afzetmarkt, een klein concertcircuit, een klein livepubliek, een sterke instroom aan buitenlandse producten en tegelijkertijd slechts een beperkt gewicht op de internationale markt (Coenen, 2001, p.6). Toch is net schaalgrootte belangrijk binnen de culturele industrieën. De tweede oorzaak ligt bij de promotie van de eigen **Vlaamse muzikartiesten in het buitenland**. Deze gebeurt amper, doordat we als kleine C-markt onvoldoende gewicht in de schaal kunnen leggen en onze artiesten het niet gemakkelijk hebben om goede promotiedeals in het buitenland af te sluiten (Segers et al. , 2000, p. 50).

De Vlaamse rock- en popmuziek is grotendeels Engelstalig en heeft de voorbije decennia zich een eigen gezicht aangemeten (Schreurs et al., 2005, p. 120). Belgische artiesten blijken vooral populair in Vlaanderen, maar buitenlands succes blijft beperkt tot een handvol artiesten (BEA, 2010). Het Belgian Entertainment Association [BEA] (2010) analyseerde het commercieel succes van het lokaal repertoire in Vlaanderen, op basis van de Ultratop albumtop 200. In de lijst van de

200 best verkochte albums vergeleek BEA het percentage lokaal versus buitenlands repertoire. Meer dan 40 % van de albumverkopten staan op naam van lokaal talent en deze trend blijkt zich in stand te houden doorheen de jaren (2003 met 41%; 2007 met 43%). Sinds 2000 zakt het marktaandeel van het lokaal repertoire in de totale albumverkopten niet meer onder de 30%. Door het feit dat we minder Vlaamse acts hebben die in het buitenland scoren, hebben we in Vlaanderen ook minder know how en netwerken naar het buitenland toe (Coenen, 2001).

Toch kent Vlaanderen een bloeiende pop- en rockscène met tal van groepen met internationale ambities: Das Pop, Milow, An Pierlé, Soulwax, dEUS, Black Box Revelation, Selah Sue, Balthazar... (Schreurs et al., 2005, p.120-121). Vlaanderen is te klein voor deze artiesten. "Het stimuleren van de ontwikkeling en productie van lokaal talent in eigen land blijft belangrijk, maar Vlaanderen alleen is veel te klein om voor het stijgend aantal lokale muzikanten een succesvolle carrière uit te bouwen. Als je in Vlaanderen succes hebt, is het voor sommige artiesten nodig dat ze het vroeg of laat ook in het buitenland proberen", aldus Werner Dewachter, manager bij Petrol (BEA, 2010).

2.4. Rol van het onderwijs

Het opleidingstraject van een professionele popmuzikant kan opgedeeld worden in 3 fasen: het basisonderwijs, het voortgezet onderwijs en het professioneel bijleren ('learning by doing') (Vanherwegen, 2008, p. 130; Menger, 1999). In een eerste fase leert men vaak als kind en tiener een instrument bespelen in het deeltijds kunstonderwijs, in privélessen of door zelfstudie. Het voortgezet onderwijs vormt een tweede logische stap voor zij die verder willen gaan en een beroep als muzikant ambiëren. Tot slot, eenmaal professioneel bezig, verwijst 'learning-by-doing' naar de kennis, vaardigheden en houding die men ontwikkelt doorheen de koers van het beroepsleven en door de ervaring dat men daarin opdoet.

Wij willen in dit onderzoek focussen op de tweede stap in het traject, het voortgezet onderwijs en wat deze kan betekenen in de carrièreontwikkeling van popmuzikanten. In eerder onderzoek vinden we kritische cijfers bij het voortgezet onderwijs. De Boodt (2006) stelt vast dat de klassieke opleiding bij Vlaamse popmuzikanten niet populair is. Slechts ongeveer 15% van de professionele popmuzikanten in Vlaanderen begint een opleiding in het voortgezet onderwijs, waarvan slechts 8,3 % hun opleiding afmaakt. Wel merkt De Boodt (2006) op dat deze cijfers hoger zijn dan bij de amateur- en semiprofessionele popmuzikanten. De keuze voor een voortgezette opleiding lijkt voor velen een soort stil **startschot voor hun carrière**, waarin ze duidelijk kiezen voor hun passie: muziek (Vanherwegen, 2008, p. 131).

Het laatste decennium kende het opleidingsaanbod voor muzikanten in Vlaanderen een formalisering en raakte het meer geïnstitutionaliseerd in het hoger onderwijs (Vanherwegen, 2008; Valckenaers, 2009, p. 35). In de vier conservatoria werden in de periode van 1990-1994 afstudeerrichtingen in het 'lichte' genre ingericht (VLHORA, 2003, p. 9; De Brabander, 2008). Deze evolutie heeft onbewust de stormloop aan mensen die hun kans willen wagen, versterkt en werkt bijgevolg het overaanbod binnen de artistieke markt in de hand (Menger, 1999, p. 567). Deze evolutie is op te merken in alle kunstdomeinen. De opleidingen vergroten de

aantrekkingskracht van een artistiek beroep, omdat het zo een zekere status verwerft en een signaal naar de buitenwereld stuurt dat het veilig is om je kans te wagen. Dit **veiligheidsgevoel** bij potentiële popmuzikanten wordt versterkt door de overheidsondersteuning voor deze opleidingen (Vanherwegen, 2008). De overheid zou toch niet investeren in een opleiding als de kans om werk te vinden klein is? "Low priced education signals that it's safe to become an artist" (Abbing, 2002 in Vanherwegen, 2008). Een conservatoriumdiploma op zak hebben, biedt een beginnende muzikant echter geen garantie om carrière te maken in de muziek (Bamford, 2007, p. 155). Door het beperkte aantal werkgevers en de hoge beroepsonzekerheid binnen het muziekveld, zouden opleidingen begaan moeten zijn met de werkgelegenheid voor hun studenten (Van Praet, 2007, p. 20). Muzikant worden is een voortdurend onzeker streven naar werkzekerheid en wie er durft 'voor te gaan', maakt een grote kans om *niet* succesvol te worden (Zwaan, 2009, p. 112).

Zwaan (2009, p. 112) haalt echter aan dat dit niet betekent dat we niet moeten investeren in de noodzakelijke infrastructuur en een hoog niveau van ondersteuning. We moeten hen net ondersteunen in alle mogelijkheden die hen de kansen geven te doen wat ze zo graag willen, namelijk professioneel beroepsmuzikant worden. Minister van cultuur Joke Schauvliege (2009, p. 8) geeft in haar beleidsnota ook aan dat een kwalitatief opleidingsaanbod zich opdringt om professionelen in alle kunstsectoren noodzakelijke competenties helpen te verwerven.

We zagen dat actoren uit de muziekindustrie meer geneigd zijn samen te werken met muzikanten die kennis hebben over hoe de industrie in elkaar zit, die marketingvaardigheden hebben en die gekend zijn met de bredere professionele context. Het aanreiken van betrouwbare en toegankelijke informatie over de professionele muziekcontext en hoe hiermee om te gaan, is volgens Zwaan (2009, p. 112) dan ook een cruciale manier om beginnende muzikanten te ondersteunen in de uitbouw van hun professionele carrière. Know-how en contacten inzake artistieke en businessaspecten moeten onderdeel zijn van de begeleiding van muzikanten in hun groeiproces (Segers et al., 2000, p. 72). Deze achtergrond is vandaag voor iedere muzikant een *conditio sine qua non* om professioneel door te groeien (Muziekplatform, 2010, p. 4). Beginnende popmuzikanten gaan een zelfstandige ondernemerscarrière tegemoet, waarbij ze gesensibiliseerd moeten worden voor het opstellen van professionele promotie-, marketing- en communicatiestrategieën. Een minimaal inzicht in het zakelijk en juridisch kader waarin zij zich als werknemer zullen gaan bevinden, is hier geen overbodige luxe (Muziekplatform, p. 4; p. 12). Hogere opleidingen spelen bij beginnende muzikanten een cruciale rol in het hele bewustwordingsproces over de economische realiteit waarin zij terecht zullen komen (Van Praet, 2007). Jan Timmermans, directeur van het Kunstenloket, beaamt dit. Het is noodzakelijk dat hun studenten beseffen dat "goede afspraken goede vrienden maakt". Als ze niet weten hoe ze zichzelf moeten voorstellen of hoe te onderhandelen, maken ze geen kans om professioneel door te groeien (J. Timmermans, persoonlijke mededeling, 17 december, 2010).

"Ons onderwijs voor creatieve richtingen gaat er te vaak prat op geen ondernemerschapvaardigheden bij te brengen. Zakendoen zou remmend werken voor de creativiteit en het ontwikkelen van de individualiteit." (Lorin Parys in Schramme, 2010, p.116)

2.5. Besluit bij situatieschets

De muziekmarkt is op vele vlakken sterk aan het veranderen, maar men mag niet vergeten dat alles begint bij de muzikant die zich moet handhaven binnen deze competitieve wereld. Dit handhaven wordt steeds moeilijker. Steeds meer aangewezen op eigen creativiteit en innovatie, moet de muzikant boven de massa uitspringen. In verschillende velden van de muzieksector neemt professionalisering toe. Van de muzikant of artiest verwacht men in de eerste plaats een artistieke prestatie, maar de uitgebreide opleidingen aan kunsthogescholen en conservatoria zorgen dat deze prestaties aan professionaliteit winnen. Talent lijkt niet meer voldoende. Ook de organisatie en het management van deze prestaties vergen steeds meer zakelijk inzicht. De zakelijke eisen worden steeds groter (Fourrier, Geens & Vanhoeck, 2008). Ondanks het omringd zijn door een circuit dat zich bezighoudt met de zakelijke kant, wordt de muzikant ook gedwongen hierover na te denken. De muzikant moet zich vormen tot een flexibele ondernemer en wordt gedwongen zich bezig te houden met tal van zaken op vlak van ondernemen, belastingen, sociale verzekeringen, contracten, auteursrechten, productie-management, marketing, en ga zo maar verder. De muzikant moet zichzelf organiseren, moet onderhandelingen voeren en een carrièreplan ontwikkelen. De veranderingen maken de artiest tot een self-managed artiest (MusicFromNL, 2003). Educatieve instellingen kunnen via het aanreiken van betrouwbare en toegankelijke inzichten over de professionele muziekcontext bijdragen tot een bloeiende popcultuur (Zwaan, 2009, p. 112-113).

3. Conceptenafbakening

In dit hoofdstuk bakenen we de concepten binnen ons onderzoek af om misverstanden te vermijden. Allereerst schetsen we een kort beeld over de popmuzikant *over wie* dit onderzoek draait. Vervolgens beschrijven we de zakelijke competenties voor een muzikant ('*wat*'). Tot slot staan we stil bij *de context* waarover we het willen hebben, namelijk de educatie. We bekijken de definitie en vormen van popeducatie en spitsen ons tenslotte toe op de 6 instellingen in Vlaanderen die we betrekken in ons onderzoek. We hebben niet de ambitie hier algemeen geldende definities neer te schrijven, maar wel bruikbare definities.

3.1. Pop

De probleemstelling is afgebakend tot het domein van de popmuziek, oftewel populaire muziek. In deze sectie proberen we een algemene duiding te geven van het begrip. Er wordt hier niet uitgeweid over de ontstaansgeschiedenis van popmuziek, maar we formuleren kort een bruikbare definitie van het genre en van de popmuzikant. Nadien gaan we dieper in op het wezen van de popmuzikant en welk onderscheid hierin wordt gemaakt. Dit onderscheid heeft immers relevante gevolgen voor de popeducatie.

3.1.1. Genre Pop: moeilijk te definiëren

Doorheen de literatuur zijn vele pogingen ondernomen om een definitie te geven aan 'populaire muziek'. Allen worstelen ze met de breedte van het begrip (Stadeus & Vastesaegeer, 2006, p. 9; De Boodt, 2006; Vanhouche, 2008). Het is een haast ongrijpbaar begrip (Frith, 2001, p. 94; Shuker, 1994, p. 2-10). Simon Frith (2001, p. 93) onderscheidt popmuziek van enerzijds de klassieke - of kunstmuziek en anderzijds van folkmuziek. Puur muzikaal is het echter onmogelijk popmuziek af te bakenen in termen van genres. "Popmuziek is steeds een hoofdrivier geweest met vele zijrivieren", aldus Shuker (1994, p. 6). Jazz, blues, rhythm&blues, country, rock, hiphop en vele andere vallen onder de brede term van 'popular music' (Frith, 2001; Shuker, 1994). Muzikaal gezien, is popmuziek een smeltkroes van muzikale tradities, stijlen en invloeden (Shuker, 1994, p. 10) en is het ontoereikend te bepalen wat er allemaal onder popmuziek valt (Stadeus & Vastesaegeer, 2006). Het decreet van de amateurkunsten (2000) omschrijft lichte muziek, oftewel populaire muziek als "alle activiteiten op het vlak van de muzikale kunsten, met betrekking tot rock, pop, elektronische muziek, jazz, blues, chanson, kleinkunst en aanverwante genres". Poppunt, het landelijk ondersteuningspunt voor het 'lichte' genre, houdt het in zijn missie op "pop, rock, dance en aanverwante genres".

Wat verbindt deze oneindige reeks aan genres en subgenres dan wel met elkaar? Volgens Shuker (1994) moet men het karakter van popmuziek juist socio-economisch bekijken. Popmuziek wordt sterk gerelateerd met een massapubliek, doorgaans een jong publiek en commercialiteit (Shuker, 1994; Frith, 2001). Vele popmuzikanten willen gehoord worden door veel mensen en willen hun muziek dus 'verkopen' (De Boodt, 2006). Natuurlijk houden niet alle popmuzikanten van een groot publiek en worden slechts weinigen rijk als popmuzikant (Keunen, 2002). Kenmerkend voor

popmuziek (of lichte muziek) is dus de fundamentele spanning tussen haar creativiteit bij het maken en haar commerciële aard om te verkopen (Shuker, 1994, p. 7), wat ook een van de kenmerken van culturele industrieën is (Hesmondhalgh, 2007, p.20). De muziekindustrie heeft een tweevoudige natuur: een artistieke en een economische (Raeman, 2008).

In dit eindwerk benaderen we popmuziek eveneens vanuit dit socio-economisch karakter. We beogen die muzikanten die willen leven van hun muziek en er bijgevolg geld mee willen verdienen. We zijn namelijk net nieuwsgierig naar hoe de muzikanten in Vlaanderen zich handhaven in de commerciële wereld van de muziekindustrie. Vanuit het muzikale perspectief richten we ons binnen de opleidingen om praktische redenen enkel op de afstudeerrichtingen in de uitvoerende muziek, jazz en lichte muziek en de scheppende muziek, muziekproductie. Hiermee willen we natuurlijk niet uitsluiten dat muzikanten met een klassieke afstudeerrichting evenzeer in het popcircuit kunnen geraken. Toch trekken we het onderscheid tussen het klassieke muziekcircuit en meer commerciële popcircuit door naar de afstudeerrichtingen binnen de opleidingen.

3.1.2. Wat is een popmuzikant

Een popmuzikant is een muzikant die popmuziek creëert en/of speelt. Dit kan zowel met de stem als met een instrument, alleen of in groep. Dan spreken we van een 'band' of een popgroep (De Boodt, 2006, p. 21). Door de technologische evolutie is het niet meer perse noodzakelijk om een instrument te kunnen bespelen. Dj's/producers/remixers nemen steeds meer een prominentere plaats in het populaire muzieklandschap en kunnen bijgevolg meegerekend worden als popmuzikant (Van Keer, 2007). In dit onderzoek echter, gebruiken we de nauwere, oorspronkelijke definitie van de popmuzikant die zelf een instrument bespeelt.

Binnen de brede groep van popmuzikanten wordt doorgaans het onderscheid gemaakt tussen amateurs, gevorderden, semi- professionele en professionele muzikanten. Deze onderverdelingen hebben te maken met de manier waarop zij met muziek omgaan (Stadeus & Vastesaegeer, 2006). De grens tussen hobbyisme en professionaliteit is hier de belangrijkste om te trekken, maar blijkt bij popmuziek meteen ook de moeilijkste (IJdens, Von der Fuhr & Rooij, 2009, p. 3). Amateurs laten we in dit onderzoek buiten beschouwing. Zij spelen wel muziek, maar komen hiermee niet naar buiten als hun broodverdiensite. Zij zijn met andere woorden (nog) niet actief op zoek naar een podium, een publiek en een afzetmarkt (Stadeus & Vastesaegeer, 2006) .

De drie groepen erboven (gevorderden, semiprofessionele en professionele popmuzikanten) onderscheiden zich onderling vooral naar intensiteit. Ze hebben wel gemeen dat zij al actief op zoek zijn naar een podium en geleidelijk aan meer aandacht gaan hebben voor alsook de zakelijke aspecten van het muzikantenbestaan (Stadeus & Vastesaegeer, 2006). Zij wensen immers om van hun muziek hun beroep te maken en ondernemen stappen om hun carrière als muzikant uit te bouwen. Het gaat in dit onderzoek dus over de popmuzikanten die beroepsmatig met muziek bezig (willen) zijn, er hun brood mee (willen) verdienen en voor wie het dus geen vrijetijdsbesteding is. Dit onderscheid heeft uiteraard interessante consequenties voor het onderwijs. Amateurs zullen immers ander behoeften hebben dan de laatstgenoemde groep(en).

3.2. Ondernemerscompetenties bij muzikanten

De realiteit verplicht de popmuzikant ondernemer te zijn. Dit eindwerk draait helemaal rond de zakelijkheid binnen de carrières van popmuzikanten in Vlaanderen. Het vinden van een hanteerbaar concept is dan ook cruciaal. We bouwen voort op de definitie die werd aangegeven door Yoko Van Praet (2007, p. 17) en sterk geïnspireerd is vanuit het Kunstenloket. Sinds 2004 geeft het Kunstenloket informatie en advies aan iedereen met vragen over zakelijke en juridische aspecten van de artistieke activiteit.

Eerst moet er een belangrijk onderscheid gemaakt worden tussen de begrippen 'ondernemerschap' en 'management'. 'Management' moet gezien worden onder het groter geheel van 'ondernemerschap'. Een ondernemer is iemand die zijn droom wil realiseren en een manager zal de ondernemer bijstaan in het realiseren van die droom. Een manager zorgt ervoor dat alles netjes is georganiseerd qua financiën, personeel, Veel ondernemers kunnen niet zonder managers en veel managers durven niet ondernemen, omdat dat risicovol is. In de praktijk moet een muzikant, zeker in het begin, zowel ondernemer als manager zijn (J. Timmermans, persoonlijke mededeling, 17 december, 2010).

Ondernemerschap kan algemeen gedefinieerd worden als het succesvol invullen van opportuniteiten (Maenhout, T., Onkelinx, J. & Crijns, H., 2006). **Zelfstandigheid** staat centraal bij dit ondernemersconcept. De ondernemende muzikant kan zelfstandig vorm geven aan een professioneel bestaan binnen de muzieksector. Competentie wordt in het kwalificatiedecreet omschreven als 'de bekwaamheid om kennis, vaardigheden en attitudes in het handelen geïntegreerd aan te wenden voor maatschappelijke activiteiten' (Vlaamse overheid, 2009b). We gaan dieper in op dit decreet in 3.3.4. De Unie van Zelfstandige Ondernemers [Unizo] (Unizo, z.d.) omschrijft enkele persoonlijke competenties van de 'ideale ondernemer' :

- Vak- en beroepsbekwaamheid
- Zin voor observatie, kunnen informeren, op de hoogte zijn
- Kritisch en creatief denken
- Leervermogen
- Realistische instelling
- Stressbestendigheid
- Flexibiliteit
- Kunnen omgaan met risico's
- Durven nemen van beslissingen en verantwoordelijkheid
- Communicatief sterk, kunnen professioneel netwerken
- Inspireren en motiveren
- Kunnen plannen en organiseren
- Doorzetten en dynamisch zijn

Laten we duidelijk zijn: er bestaat niet één soort ondernemerschap of één type ondernemer. Een 'ideale' ondernemer bestaat niet, maar het is belangrijk dat de muzikant stilstaat bij zijn eigen sterke en zwakke punten.

Kennis, attitudes en vaardigheden zitten zodanig in elkaar vervlochten, zodat we ervoor kiezen hier niet naar op te delen. We kiezen een onderwerpsgebonden indeling.

Financiële kant

- Beheer:
budgetplanning, begroting, boekhouding
- belastingaangifte
- BTW

- fiscaliteit van het auteursrecht
- verschillende vormen van uitbetaling (KVR, SBK, ...)

- verplichte vermeldingen factuur
- subsidies
- prijzen
- CultuurInvest
- gage bepalen
- werkloosheidsuitkeringen
- sponsoring, fondsenwerving

Sociale kant: Marketing en promotie

- kennis van het muzieklandschap in binnen- en buitenland (omgevingsgerichtheid)
- networking: contact met collega's, managers, boekingskantoren, organisatoren,...

- marketingplan & marketingmix
- mediatraining
- online promotie
- ...

Praktische kant

- muziekopname
- cd in eigen beheer uitbrengen
- optredens regelen van A tot Z
- touren in het buitenland
- organisatie van een band
- het juiste businessmodel
- time management
- administratie
- ...

Juridische kant: rechten en plichten

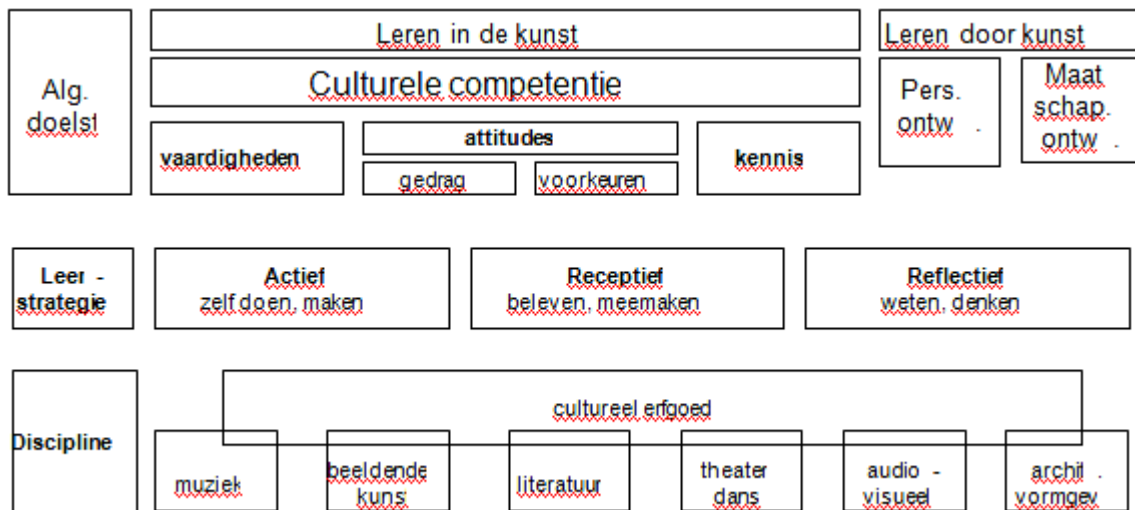
- Auteurs- en naburige rechten:
 - o lidmaatschap beheersvennootschappen
 - o analyseren statements beheersvennootschappen
 - o publishing
 - o gebruik muziek online: wat met YouTube etc.
 - o ...
- Contracten:
 - o publishingcontracten
 - o platencontracten
 - o distributiecontracten
 - o boekingscontract
 - o managementcontract
 - o contract voor optredens
 - o 360°-model
 - o ...
- De rechtsvorm & sociaal statuut:
 - o zelfstandigenstatuut
 - o kunstenaarsstatuut
 - o kiezen van de juiste rechtsvorm: feitelijke vereniging, vzw, vennootschappen, eenmanszaak, vennootschap onder firma (VOF),...

3.3. Educatie

3.3.1. Definitie van popeducatie

We kaderen popeducatie binnen het ruimere begrip kunsteducatie. Breed geformuleerd, is kunsteducatie elke vorm van educatie die kunst en/of kunstzinnige middelen en technieken als doel of middel inzet (Waege et al., 2008, p. 23). Het is gericht op bewustwording, participatie en handelen op cultureel, persoonlijk en sociaal vlak. Een kunsteducatieve activiteit kan verschillende concrete doelstellingen hebben. Zo onderscheidt men kennisdoelen, attitudedoelen en vaardigheidsdoelen en naargelang de werksoort zullen bepaalde doelstellingen prioritair zijn op andere.

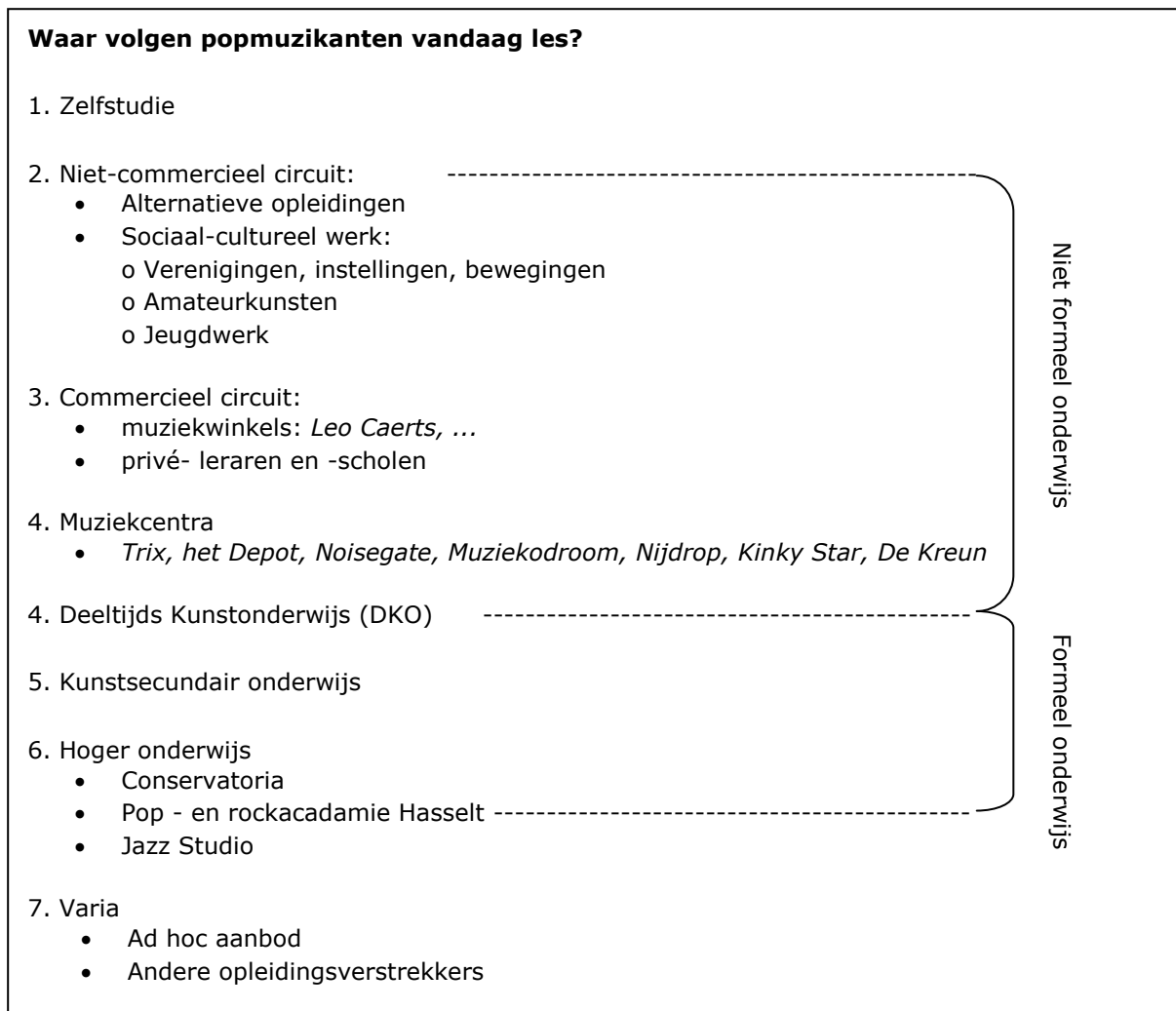
Jan De Braekeleer (2003 in Van Mechelen, 2009) biedt een overzicht van leerdoelstellingen, leerstrategieën en leerinhouden binnen de kunsteducatie. Binnen de kunsteducatie vindt langzaam een verschuiving plaats van een kennisgerichtheid naar een meer competentiegerichtheid. Deze evolutie werd recent bekrachtigd in het Vlaams decreet betreffende kwalificatiestructuur in april 2009, dat sterk vanuit dit competentiedenken vertrekt. Dit decreet is enkel van toepassing op het secundair onderwijs en hoger beroepsonderwijs, maar is een duidelijk voorbeeld van deze algemene verschuiving in kwalificatie-denken binnen de algemene kunsteducatie.



Figuur 4. Actieve benadering van kunsteducatie (De Braekeleer, 2003 In: Van Mechelen, 2009)

3.3.2. Popeducatie in Vlaanderen

Stadeus en Vastesaegeer (2006) maakten een veldanalyse van de popeducatiesector in Vlaanderen en brachten de verschillende spelers in kaart. Vandaag zijn er enorm veel educatiemogelijkheden om zich te professionaliseren in de muziek (figuur 5).



Figuur 5. Domeinen van de popeducatie in Vlaanderen (Stadeus & Vastesaegeer, 2006; eigen aanvullingen)

Vele popmuzikanten leren zichzelf een instrument te bespelen en bouwen door zelfstudie hun kennis en vaardigheden uit. Het internet biedt hier een grote meerwaarde en ondersteuning door het aanreiken van onmeetbare informatie online (van der Plas & Vastesaegeer, 2009, p.36). De muzikanten stippelen helemaal zelfstandig hun leerweg uit. Toch zijn hiernaast velen die op zoek gaan naar opleiding in muziek en participeren aan de vele niet-formele educatiemogelijkheden. Pas sinds 2001-2002 werden jazz en lichte muziek afdelingen officieel ingevoerd in het DKO. Jazz en lichte muziek volgen als vooropleiding in de kunsthumaniora is mogelijk sinds 2006 (De Brabander, 2008). Tot slot is er het hoger muziekonderwijs in Vlaanderen. We bespreken ze in volgend paragraaf.

3.3.3. Hoger muziekonderwijs in Vlaanderen

In dit onderzoek ligt de focus op het hoger muziekonderwijs in Vlaanderen, die een professionele opleiding aanbieden voor muzikanten:

- Koninklijk Vlaams Conservatorium Antwerpen (Antwerpen)

- Koninklijk Conservatorium Brussel (Brussel)
- Koninklijk Conservatorium Gent (Gent)
- Lemmensinstituut (Leuven)
- Jazz Studio (Antwerpen)
- Provinciale Hogeschool Limburg- Opleiding pop en rock (Hasselt)

Van oudsher is het conservatorium de beroepsopleiding voor muzikanten. Lange tijd beperkten zij zich enkel tot de klassieke muziek en pas vanaf de periode 1990-1994 wordt jazz en lichte muziek officieel gedoceerd in de vier conservatoria in Vlaanderen (De Brabander, 2008).

Sinds het Bologna-akkoord in 1999 is het formeel hoger onderwijs grondig veranderd. Onder de vlag van internationalisering en flexibilisering voerde men in Europa een nieuw onderwijsstructuur van bachelors en masters ('BaMa-structuur') in. Het invoeren van een systeem van internationaal herkenbare en vergelijkbare graden neemt grenzen weg en maakt het voor studenten mogelijk gemakkelijk in binnen- én buitenland opleiding te genieten. Het verhogen van het internationaal concurrentievermogen van het Europees hoger onderwijssysteem en het bieden van meer kansen aan Europese studenten op de arbeidsmarkt, zijn de doelstellingen achter de hervorming (Provinciaal Hogeschool Limburg [PHL], 2010a). In Vlaanderen werd in 2004 de BaMa-structuur in de praktijk gebracht.

Alle vier conservatoria bieden binnen de afstudeerrichting jazz en lichte muziek een academische bachelor (180 studiepunten; 3 studiejaren) en een academische master (120 studiepunten; 2 studiejaren) aan. Academische bachelors hebben geen eigen beroepsgerichte finaliteit en hebben het primair doel dat de studenten doorstromen naar de masteropleiding (PHL, 2007). In de masteropleiding staan zelfredzaamheid en reflectie van de gevorderde student centraal en ontwikkelt de student zijn artistieke persoonlijkheid diepgaander. De student gaat op een bewuste en kritische manier om met muziek.

De pop- en rockopleiding voor muzikanten in Provinciale Hogeschool Limburg [PHL-Music] is een jonge opleiding en bestaat recent sinds 2008. Het heeft de vorm van een 3-jarige professionele bacheloropleiding en heeft wel een specifieke beroepsfinaliteit. De opleiding wilt bijgevolg de student opleiden voor de arbeidsmarkt op die drie jaar. PHL-Music biedt 3 afstudeerrichtingen aan als muzikant, muziekmanager of muziektechnicus.

Jazz Studio is een professionele dagopleiding in de jazz en lichte muziek en speelt in op de steeds evoluerende muziekstijlen. Het is een privé-school uit Antwerpen en staat los van het traditioneel muziekonderwijs. Het biedt een vierjarige opleiding met het oog op een voorbereiding op het professionele arbeidsmarkt, maar valt niet onder deze BaMa-structuur. Jazz Studio heeft bijgevolg meer flexibiliteit om haar studieprogramma in te vullen en kent daardoor een meer vraaggerichte aanpak vanuit de studenten. Studenten die afstuderen aan Jazz Studio, kunnen een Europees diploma bemachtigen. Dit diploma EPMQ [European Professional Music Qualification] wordt uitgereikt door het EMMEN [European Modern Music Education Network], een Europees netwerk

van private instituties, scholen en federaties die toegewijd zijn aan de educatie binnen de populaire muziek (pop, rock en jazz) (The European Modern Music Education Network, z.d.). Jazz Studio is de enigste instelling in België die dit diploma kan verschaffen. Sinds september 2009 kent Jazz Studio een nieuwe afdeling die sinds september 2010 als volwaardige dagopleiding in werking is getreden: de Pop-soulstudio.

3.3.4. Decretale bepalingen

De opleidingen aan de vier conservatoria en Provinciaal Hogeschool Limburg vallen onder het decreet betreffende de herstructurering van het hoger onderwijs (4 april 2003). In dit decreet merken we de verschuiving van kennisoverdracht naar een competentiedenken, die plaatsgrijpt binnen het onderwijslandschap (De Keersmaeker, 2008 in Waeye et al., 2008, p. 42). Dit competentiedenken werd recent verder omkaderd met het Vlaams kwalificatiedecreet in 2009 (30 april). De kwalificatiestructuur in dit decreet vormt het instrument voor het ontwikkelen en inzetten van competenties van mensen. Het moet ervoor zorgen aan opleidingsverstrekkers transparant met elkaar kunnen communiceren over competenties.

In bijlagen vindt u een duidelijk overzicht waarin we de voornaamste informatie uit beide decreten naast elkaar leggen en kijken hoe we hierin ondernemercompetenties terugvinden (zie bijlage 2.1). We zetten even de meest relevante bevindingen hier op een rij. De Vlaamse overheid (2009b) onderscheidt 8 kwalificatieniveaus aan de hand van 5 beschrijvingselementen: kennis, vaardigheden, context, autonomie en verantwoordelijkheid. Niveaus 6 tot 8 komen overeen met de voorgeschreven competentiedoelstellingen voor het hoger onderwijs in Vlaanderen, beschreven in artikel 58, § 2 (2° t/m 4°). De meeste competenties passen binnen een ondernemingsgericht denken.

Het verschil tussen de academische en professionele bachelor is dat de professionele bachelor algemeen **beroepsgerichte** en **beroepsspecifieke competenties** erbij krijgt voorgeschreven: teamgericht werken, oplossingsgericht werken in complexe situaties binnen de beroepspraktijk en een besef van maatschappelijke verantwoordelijkheid samenhangend met de beroepspraktijk. Gert Stinckens, opleidingsverantwoordelijke van de pop-rockopleiding aan PHL, geeft mee dat de bijkomende beroepsspecifieke competenties resultaat zijn van enerzijds onderzoek naar gelijkaardige opleidingen in het buitenland en anderzijds van bevraging van de muzieksector (G. Stinckens, persoonlijke mededeling, 24 november, 2010; PHL, 2010b).

De Vlaamse wetgeving heeft bepaald dat de academische bachelor- en masteropleidingen in hogescholen actief betrokken moet zijn bij academisch onderzoek door nauwe samenwerking met de universiteiten (VLHORA, z.d.). Voor het academisch hoger onderwijs legt het herstructureringsdecreet (4 april 2003) meer klemtoon op de **wetenschappelijke competenties** dan op beroepsgerichte competenties. Deze wetenschappelijke competenties zijn opgedeeld in algemene en disciplinaire competenties. De wetenschappelijke-disciplinaire competenties doelen op grondige kennis van kernelementen, structuur en recentste ontwikkelingen binnen de discipline. Als we de muziekdiscipline ruim bekijken en buiten het muziektechnische ook de kernelementen,

structuur en ontwikkelingen van het werkveld zelf erbij zouden betrekken, zouden deze competenties een ondernemingsgerichte inhoud kunnen krijgen. Pas in de masteropleiding wordt er expliciet verwezen naar competenties die de zelfstandigheid die de student moet uitbouwen voor beoefening van het beroep als beginnend kunstenaar.

De competenties, voorgeschreven door beide decreten, zijn zeer algemene formuleringen voor alle bachelor- en masteropleidingen in Vlaanderen. De invulling van deze competenties worden overgelaten aan de opleidingsinstellingen. In welke mate dit volgens ons gebeurt, wordt besproken in volgend paragraaf. Het is interessant om te zien van waaruit de hogere opleidingsverstreckers moeten vertrekken om hun studieprogramma in te vullen. Het biedt een perspectief om te kijken naar hun huidige invulling. Jazz Studio is een privé-school en valt bijgevolg niet onder deze decreten van het formeel onderwijs. Zij vullen hun opleidingsprogramma vrij in naargelang de actuele noden en kennen een zeer vraaggerichte werking.

3.3.5. Overzicht zakelijkheid in het huidig curriculum

We bestuderen de algemene visies in de opleidingsprofielen en screenen de curricula met een brede visie op zakelijk ondernemerschap. Vakken die op het eerste zicht vooral muzikaal ingericht lijken, maar tevens de student zijn organisatievaardigheden en zelfstandigheid bevorderen, worden hier ook aanzien als mogelijke zakelijke vorming. We schrijven 'mogelijke', omdat we geen zicht hebben op hoe deze vakken in praktijk onderricht worden en deze eindcompetenties werkelijk nagestreefd worden. We baseren ons hier dus puur op de informatie die online voorhanden is. Om niet te ver te moeten uitwiden over de informatie in de opleidingsdocumenten over het zakelijk aanbod, vindt u in de bijlagen per school een uitgebreider overzicht van beschreven visies en aangeboden vakken in het zakelijk ondernemerschap. Hier beperken we ons tot een beknopte analyse van iedere opleiding. In het onderzoek van Van Praet (2007, p.37) beweren de vier conservatoria (Antwerpen, Brussel, Gent, Leuven) voldoende zakelijke vorming te geven aan hun studenten.

Yoko Van Praet (2007) vindt in haar onderzoek dat kunsthogescholen in het algemeen weinig aandacht besteden aan zakelijke vorming binnen hun artistieke opleidingen. Conservatoria zien hun taak voornamelijk weggelegd in het creëren van echte kunstenaars en leggen een sterke klemtoon op de artistieke component van het creatieproces. De zakelijke kant wordt dikwijls als bijkomstig beschouwd (Van Praet, 2007, p. 23; van der Plas & Vastesaegeer, 2009; Schramme, 2010). Natuurlijk moeten we hier opmerken dat in het onderzoek van Yoko Van Praet er gesproken wordt over alle departementen van alle kunsthogescholen in Vlaanderen en er dus wel enigszins genuanceerd moet worden, aangezien we het hier enkel willen hebben over de departementen muziek aan de hogescholen. Jazz Studio en PHL-Music waren niet in haar onderzoek opgenomen. Het visitatierapport door de Vlaams Hogescholenraad van de vier muziekconservatoria in 2003 geeft aan dat alle hogescholen wensen bekwame, technisch goed geschoolde, ook creatieve en inventieve musici af te leveren die stand kunnen houden in de beroepspraktijk. Elke school heeft echter een eigen specifieke visie in de wijze waarop ze deze taak vervullen (VLHORA, 2003, p.12). Dit zien we bevestigd in onze bevindingen van de opleidingsdocumenten.

Het Koninklijk Vlaams Conservatorium Antwerpen legt in haar visie een sterke klemtoon op de creativiteit en artistieke aspecten. Ze streven ernaar studenten op te leiden tot hedendaagse, creatieve musici met een grote autonomie en persoonlijkheid, die zichzelf kunnen situeren binnen het huidige socio-culturele en artistieke referentiekader. Zakelijk ondernemerschap wordt echter niet expliciet vernoemd, wel wordt er in hun competentieprofielen gesproken over een elementaire kennis van financiële, commerciële en wettelijke aspecten. Ook verschillende attitudes horend bij een ondernemer, worden opgesomd bij de doelstellingen. Met 3 verplichte vakken en 4 optionele vakken lijkt ons hier al een eerste stap ondernomen naar zakelijke vorming binnen de opleiding.

In de opleidingsprofielen van het Koninklijk Conservatorium Brussel zijn naast de muzikaal-technische competenties enkele competenties terug te vinden die verwijzen naar een zekere ondernemerszin. Vooral vanaf de master erkennen ze dat het werkveld van de muzikant gedifferentieerd is en men over communicatieve en sociale competenties, bijvoorbeeld een flexibele ingesteldheid, organisatorische vaardigheden en meer moet beschikken. Toch vinden we bitter weinig vakken terug die hierop terugslaan. Enkel twee verplichte vakken 'concertpraktijk jazz' en 'muziektechnologie' in de masterjaren blijken een notie mee te geven van zakelijk ondernemerschap bij muzikanten.

Het Koninklijk Conservatorium Gent omschrijft in de profielen niet expliciet ondernemerscompetenties. Er wordt alleen vaagweg geschreven dat de student een inspirerende en functionele werksituatie voor zichzelf moet kunnen opzetten en in stand houden. Binnen het curriculum en studiefiches vinden we wel expliciete verwijzingen naar zakelijk ondernemerschap. Opvallend zijn drie vakken die de studenten een stevige theoretische basis geven: cultuurmanagement, muziek en recht, juridische en economische aspecten van de muziekindustrie. Hiernaast worden nog vakken aangeboden die inhaken op de praktische kant van zakelijk ondernemerschap (zie conceptafbakening van ondernemerscompetenties bij muzikanten).

Het Lemmensinstituut in Leuven berust haar opleiding op vier fundamentele pijlers. Vooral de laatste pijler projectwerk kan gezien worden als een luik waarin gewerkt wordt aan de zakelijke competenties van de studenten. Het zelf organiseren van een concerttournee zou de studenten dichter moeten brengen bij het professionele muzieklandschap. Binnen de theoretische vorming vinden we slechts twee vakken terug: 'Organisatie muziekleven' en 'Muziek en maatschappij'. Daar we geen studiefiches voorhanden hebben, hebben we geen concreet inzicht op de inhoud van deze vakken.

De Provinciale Hogeschool Limburg heeft ook met het jonge departement in pop- en rockmuziek de kaart van muzikaal ondernemerschap getrokken. Door kruisbestuiving tussen de 3 richtingen Muziek, Muziekmanagement en Muziektechniek krijgen de studenten Muzikant tevens een stevige basis mee in zakelijk ondernemerschap. Het onderwijsconcept bestaat uit een opdrachtgestuurd en projectmatig onderwijs. Praktijkervaring staat centraal. Muzikaal talent, maar ook organisatietalent van de student, wettelijk en praktisch, wordt belicht. Gradueel maken de studenten kennis met het werkveld aan de hand van projecten en stages. Met het projectmatig werken benadrukt men de

samenwerking van professionals dat noodzakelijk is om tot een eindproduct te komen. In hun opleidingsprogramma vinden we sterk ondernemingsgeoriënteerde vakken terug.

De Jazz Studio in Antwerpen staat als privéschool los van de decretale bepalingen omtrent eindcompetenties en kunnen muzikaal-didactisch hun eigen koers uitstippelen. In hun visie schrijven ze dat ze inspelen op de noden van jongeren die een carrière in de muziekwereld willen uitbouwen. In het pedagogisch lesprogramma vinden we geen ondernemergeoriënteerde vakken terug. Alle opleidingsonderdelen zijn gericht op het uitbouwen van een sterke muzikaal-technische bekwaamheid. De Pop-soulstudio, de nieuwste afdeling, heeft in het tweede jaar wel een vak opgenomen over de muziekindustrie en muziekmanagement. Deze wordt momenteel inhoudelijk uitgedacht.

DEEL 2: EMPIRISCH LUIK

Het empirisch luik bestaat uit eigen onderzoek. Eerst herhalen we kort de onderzoeksvragen en gaan in op de methodologie die we hanteerden. Vervolgens presenteren we onze resultaten en koppelen we deze aan een conclusie en discussie. Hieruit formuleren we aanbevelingen om ten slotte stil te staan bij de eigen beperkingen van het onderzoek en suggesties te geven voor verder onderzoek.

4. Onderzoeksvragen

De muziekindustrie is een competitieve arbeidsmarkt. Omgaan met de risico's ervan vraagt om ondernemerszin en zakelijk ondernemerschap bij de muzikanten. Dit onderzoek gaat de meningen na van muzikanten zelf en hoe het hoger onderwijs zichzelf ziet als begeleider. Op basis van de bevindingen hoopt dit onderzoek een kader te verschaffen dat inzicht kan bieden in het verbeteren van de popeducatie in het Vlaams hoger onderwijs.

De **algemene vraagstelling** kan geformuleerd worden als volgt:

Welke zakelijke competenties (kennis, houdingen en vaardigheden) heeft men nodig om in het popmuziekveld professioneel te functioneren en hoe worden deze competenties vormgegeven in de hogere muziekopleidingen in Vlaanderen?

Om hierop een antwoord te formuleren, splitsen we het op in volgende **deelonderzoeksvragen**:

1. Ervaren professionele popmuzikanten in Vlaanderen de nood aan zakelijk ondernemerschap? Zo ja, welke zakelijke competenties geven zij hierbij aan?
2. Hoe ervaren deze professionele muzikanten in Vlaanderen de rol van de hogere opleiding op zakelijk vlak?
3. Hoe ervaren docenten/departementshoofden aan de hogescholen voor muzikanten deze noden aan zakelijke vorming?
4. Hoe verhouden deze ervaringen zich tot elkaar?
5. Hoe kan zakelijke vorming binnen deze opleidingen verbeteren?

De vragen volgen elkaar logisch op en vormen meteen ook de structuur voor de opbouw van de resultaten. De eerste drie onderzoeksvragen polsen naar de heersende meningen rond zakelijk ondernemerschap en de rol van het hoger onderwijs. Met de vierde onderzoeksvraag leggen we de meningen van muzikanten en opleidingsinstituten naast elkaar om zo een aanzet te geven tot het vormen van aanbevelingen, de vijfde onderzoeksvraag.

5. Methode

5.1. Onderzoeksopzet

Onderzoekstype

We kozen voor een kwalitatief onderzoek, omdat de klemtoon meer lag op het 'begrijpen' dan op het 'meten'. Er werd een beeld geschetst van de verschillende opvattingen, belevingen, ervaringen rond zakelijk ondernemerschap bij muzikanten en visies rond de begeleidrol hierin van het hoger onderwijs. Bovenstaande onderzoeksvragen zijn dan ook beschrijvend van aard. De beschrijving ging echter verder dan louter inventariseren. We probeerden ook te interpreteren. Om de perspectieven van de betrokkenen beter te begrijpen, situeerden we ze in de context van de risicovolle muziekindustrie (Baarda, De Goede & Teunissen, 2005, p. 94).

Onderzoeksontwerp

Een *survey* was het meest geschikte ontwerp voor het onderzoeken van opvattingen en ideeën (*perspectieven*) die mensen hebben over iets. We spitsten toe op een *facet*, namelijk de zakelijke vorming binnen de hogere muziekopleidingen binnen Vlaanderen. Het betrof hier ideeën en reflecties van de betrokkenen over zakelijke vorming binnen de muziekopleiding in zowel het verleden als het heden en toekomst. Het ging dus niet om een totaalbeeld van de opleidingen, maar het facet werd wel geplaatst in zijn context. Om deze reden was een survey-onderzoek geschikter dan een case-study. Met een survey houdt men rekening met de diversiteit (overeenkomsten, verschillen) binnen de opvattingen en staat men als kwalitatief onderzoeker open voor nieuwe onverwachte informatie (Baarda et al., 2005, p. 125-126).

Fasering

Het onderzoek werd uitgevoerd in twee fasen, omdat we ons richtten tot twee betrokken groepen. De (oud-)studenten van de hogere opleidingen werden in een eerste fase bevraagd rond hun visie op zakelijk ondernemerschap en hogere opleiding. In een tweede fase werden vervolgens hun reflecties afgetoetst bij de departementshoofden en/of opleidingscoördinatoren.

Onderzoeksmethode

In beide fasen van het onderzoek gebruikten we een *open interview*. Kwalitatieve surveys vertrekken steeds vanuit open vragen, want dit biedt de vrijheid aan de geïnterviewde om te antwoorden zoals die wilt. Dit is niet de meest evidente vorm van interviewen, omdat het een zekere behendigheids van de interviewer vraagt om in te spelen op hetgeen de geïnterviewde aanreikt. Het risico bestaat dat niet alle relevante onderwerpen aan bod komen door de onervarenheid van de interviewer (Baarda et al., 2005, p.233-236). Doorvragen was daarom cruciaal. Om een zekere houvast te bieden, opteerden we voor een tussenvorm van een open interview: een *semi-gestructureerd topicinterview*. Deze methode legt de onderwerpen vast, maar geen letterlijke vragen. Bij elk onderwerp schreven we nog enkele trefwoorden voor de zogeheten doorvragen (Baarda et al., 2005, p.229-236).

Om het risico enigszins op te vangen dat te weinig relevante onderwerpen rond zakelijk ondernemerschap aan bod kwamen tijdens de interviews, werd op het einde van ieder interview een kleine enquête afgenomen (Bijlage 3.2). Zo werd ook vermeden dat we deze allemaal moesten bevragen tijdens het interview en dat dit het interview langdradig zou maken. Het leek ons interessanter om tijdens het interview te focussen op wat zij zelf aanhaalden bij zakelijk ondernemerschap. De enquête bestond uit een oplistijng van onderwerpen die behoren tot zakelijk ondernemerschap. Hierop duidden de muzikanten-respondenten hun persoonlijk top 5 aan van welke zakelijke aspecten zij het belangrijkste vinden als professioneel muzikant. Deze bijkomende informatie gebruikten we ter ondersteuning van de kwalitatieve interviews.

De interviews werden *individueel* en *face-to-face* afgenomen. In de eerste fase deden we dit vanwege praktische redenen. Professionele muzikanten hebben immers onregelmatige agenda's. Ook in de tweede fase kozen we ervoor om face-to-face interviews af te nemen. Gezien het onderwerp wilden we de afgevaardigden zoveel mogelijk de kans geven om hun kritische mening te uiten in plaats van in debat te gaan met andere instellingen. Er werden in totaal twaalf interviews van muzikanten afgenomen: twee per instelling en per uitzondering 4 voor het Koninklijk Conservatorium Gent. Deze werden allemaal op café of bij hun thuis in maart 2011 afgenomen. De duur van de interviews varieerde van 40 minuten tot twee uur. In de tweede fase namen we zes interviews af met de opleidingsafgevaardigden (departementshoofd of opleidingscoördinator) in mei 2011. Bij elke betrokken onderwijsinstelling werd één interview afgenomen op locatie.

Opstellen van de topiclijsten

TOPICLIJST MUZIKANTEN (Bijlage 3.1)

Aan de hand van het literatuuronderzoek en de eerste twee deelonderzoeksvragen (zie 5. Onderzoeksvragen: 1 en 2) leidden we vier grote topics af die we wilden bevragen:

- A. De huidige beroepssituatie
- B. Ondernemerschap – mening en knelpunten in hun carrière
- C. Opleiding – belang voor carrière
- D. Opleiding – plaats voor zakelijk ondernemerschap

De eerste vraag was een zeer open openingsvraag. Er werd gevraagd te vertellen over hoe ze in het muzikantenleven terecht zijn gekomen. Deze vraag toonde interesse en hielp de respondenten om los te komen (Baarda et al., 2005, p.250). Het eerste topic hielp vooral om een beeld te schetsen van de context waarin de muzikanten zich bevinden.

De andere drie topics houden rechtstreeks verband met de twee deelonderzoeksvragen en waren geïnspireerd door de literatuurstudie. Het waren open vragen en er werd via doorvragen dieper ingegaan op de nood die ze ervaren aan zakelijk ondernemerschap en hoe zij de hogere opleidingen hierin een rol zien spelen.

TOPICLIJST AFGEVAARDIGDEN OPLEIDINGEN (Bijlage 3.3)

Deze interviews verzamelden de meningen van de betrokken opleidingsinstituten rond zakelijk ondernemerschap bij muzikanten en hun rol als onderwijsinstelling. De opbouw van deze topiclijst baseerde zich op de analyse van de interviews uit fase 1 en concentreerde zich rond volgende drie grote thema's:

- A. De nood aan zakelijk ondernemerschap
- B. Zakelijk ondernemerschap
- C. Rol van de hogere opleiding

Bij deze interviews werd ook op doordachte momenten de conceptualisering van zakelijke competenties in dit onderzoek samen overlopen. Dit werd gedaan om zeker te zijn dat voor de resterende tijd we hetzelfde begrepen onder dit concept. Ook werden op een bepaald moment onze bevindingen afgetoetst over de aanwezigheid van zakelijk ondernemerschap in hun visie en curriculum. Zo konden ze deze bevestigen, aanvullen of er verder uitleg bij geven.

5.2. Onderzoekseenheden

Populatie

Het studieobject was (het gebrek aan) zakelijke vorming binnen muziekopleidingen die aangeboden worden in het Vlaams hoger onderwijs. We richtten ons dus op de zes onderwijsinstellingen in Vlaanderen die een hogere opleiding bieden aan popmuzikanten: Jazz Studio, Koninklijk Vlaams Conservatorium Antwerpen, Koninklijk Conservatorium Brussel, Koninklijk Conservatorium Gent, Lemmensinstituut en tot slot, Provinciaal Hogeschool Limburg.

Er waren twee groepen onderzoekseenheden betrokken: de professionele popmuzikant en de hogere opleidingen. In de eerste onderzoeksfase vormden *de professionele Vlaamse popmuzikanten, gestudeerd aan 1 van de 6 instellingen*, de populatie. De twee criteria voor deze respondenten waren dat ze een opleiding hadden gevolgd en dat ze van hun muziek probeerden te leven. Binnen de conservatoria beperkten we ons tot de afstudeerrichtingen jazz en lichte muziek en/of produceropleiding. Zij spraken voor zichzelf als het aankwam op de noden die zij ondervonden als professioneel muzikant. Het was niet noodzakelijk een voorwaarde dat ze hun opleiding hadden afgemaakt. Het ging om hun mening over de opleiding, of ze nu afgestudeerd waren of niet. Bij een onvoltooide opleiding was het misschien juist interessant om de redenen hiervoor te achterhalen. Oorspronkelijk richtten we ons enkel op oud-studenten en om deze reden werd de Rockacademie, die in 2008 is opgericht, in de eerste fase niet bevroegd.

In de tweede fase vormden *de hogere opleidingen zelf* onze populatie. Deze populatie werd geoperationaliseerd door mensen die leidinggevend zijn binnen de instellingen: de departementshoofden of opleidingscoördinatoren van de richting jazz en lichte muziek. Zij vertegenwoordigen de instelling en beschikken over een duidelijke visie over het samenstellen van de opleidingen.

Selectie

De professionele muzikanten werden geselecteerd volgens een *selecte niet-gerichte steekproef*. Select betekent dat niet alle onderzoekseenheden evenveel kans maakten om in de steekproef terecht te komen (Baarda et al., 2005). Eerst werden de administraties van iedere instelling gecontacteerd met de vraag of zij ons contactgegevens konden geven van (oud-)studenten. Sommigen waren bereid een algemene oproep door te sturen naar hun alumni, anderen gaven enkele namen door en de rest gaven geen namen door. Dit maakte dat de respondenten uit deze eerste fase via verschillende kanalen werden geselecteerd. In de instellingen waar we geen contactgegevens verkregen, hebben we zelf via informanten contactgegevens verzameld en hieruit een niet-gerichte steekproef genomen. Omdat we dus niet beschikten over een totaal administratief kader, kunnen we spreken van een niet-gerichte beschikbare steekproef (Baarda et al., 2005, p.158- 160). De keuze van onze steekproef was immers volledig afhankelijk van de manier waarop we onze respondenten bereikt hebben.

De opleidingsafgevaardigden werden geselecteerd volgens een selecte en gerichte of beredeneerde steekproef (Baarda et al., 2005, p.156-158). We richtten ons specifiek tot deze mensen, omdat zij een leidinggevende positie in de instelling innemen en een nauwe betrokkenheid hebben met de onderzochte opleidingen.

Werving

Het werven van de popmuzikanten die professioneel bezig zijn én die een hogere opleiding hadden gevolgd, was minder evident dan aanvankelijk gedacht. Er bestaat immers geen lijst met personen die voldoen aan beide voorwaarden. Er werd vertrokken vanuit de alumniwerking van de scholen. In oktober contacteerden we de administraties van de verschillende instellingen en slaagden er zo enkele mailadressen en telefoonnummers van alumni te verzamelen. Via informanten en persoonlijke kennissen zochten we verder naar potentiële respondenten en vulden aan waar nodig. In een eerste contact verstuurd we een persoonlijke uitnodigingsbrief naar de verkregen e-mailadressen. Af en toe schreven we hierbij een korte persoonlijke boodschap met de kern van de vraag. Dat gaf een hogere waardering en hielp om een hogere respons te verkrijgen. Er zijn vele herinneringsmails verstuurd, telefoons gepleegd en uiteindelijk zijn we tot onze 12 respondenten gekomen. De aanhouder wint.

De departementshoofden en opleidingscoördinatoren van de zes vernoemde instellingen kregen een persoonlijke uitnodigingsbrief toegestuurd waarin we hen vroegen of zijzelf of hun collega een interview zagen zitten. Ook werd er telefonisch contact opgenomen. De werving van deze groep ging veel vlotter dan de eerste groep. Dit heeft volgens ons te maken met de hun regelmatigere agenda.

Respondenten

We ondervroegen 12 muzikanten. Omdat enkelen expliciet vroegen om anoniem te mogen blijven, pasten we dit consequent toe op alle respondenten. In tabel 1 vindt u de belangrijkste persoonskenmerken terug.

Tabel 1. Persoonskenmerken muzikantrespondenten

R	Geslacht	Leeftijd	Richting		Beroepspraktijk
Koninklijk Vlaams Conservatorium Antwerpen					
R1	man	31	JLM	Afgestudeerd	jazzpianist
R2	vrouw	37	JLM	Afgestudeerd	pop- en musicalzangeres, radiopresentatrice
Lemmensinstituut					
R3	man	34	JLM	Afgestudeerd	pianist/gitarist indieband, medewerker KUL
R4	man	25	JLM	Afgestudeerd	saxofonist, docent HKO en DKO (muziek/woord)
Koninklijk Conservatorium Gent					
R5	man	32	JLM	Afgestudeerd	songwriter, multi-instrumentalist, docent DKO
R6	man	25	JLM	Vroegtijdig gestopt	frontman indieband, singer-songwriter
R7	man	32	JLM	Vroegtijdig gestopt	contrabassist pop-rockband
R8	vrouw	22	JLM	Studente	zangeres pop-rockband , piano, gitaar,..., studente
Jazz Studio					
R9	man	41		Afgestudeerd	basgitarist, tv-optredens, ...
R10	man	40		Afgestudeerd	basgitarist rock/alternatief, solo-artiest nederlandstalige pop
Koninklijk Conservatorium Brussel					
R11	man	20	JLM	Student	saxofonist, student
R12	man	39	JLM	Afgestudeerd	gitarist, sessiemuzikant, docent HKO

Met betrekking tot de hogere opleidingen werden volgende 6 respondenten geïnterviewd:

- Koninklijk Vlaams Conservatorium Antwerpen: Els Smedts, opleidingscoördinator
- Koninklijk Conservatorium Brussel: Eric Van Leuven, opleidingscoördinator
- Koninklijk Conservatorium Gent: Maarten Weyler, departementshoofd
- Lemmensinstituut: Peter Hertmans, opleidingscoördinator
- Jazz Studio: Ondine Quackelbeen, directrice
- Provinciale Hogeschool Limburg- Opleiding pop en rock: Laurens Leurs, departementshoofd

5.3. Registratie, verwerking en preparatie gegevens

Elk interview werd opgenomen met een digitale recorder en nadien integraal uitgetypt. Tijdens de interviews schreven we kernwoorden neer. Dat versterkte het aandachtig luisteren en gaf ons ook een back-up indien achteraf zou blijken dat de opname mislukt was. De nota's vormden ook een houvast bij de verwerking van de gegevens.

Ieder interview begon met een introductie van onszelf, het onderzoek en hoe het interview zou verlopen. Bij een topicinterview staat het doorvragen centraal. Geregeld werd er dieper ingegaan op opmerkingen die de geïnterviewde aangaf. Dit zorgde ervoor dat de interviews niet identiek zijn, maar dat er wel dieper ingegaan werd op interessante aspecten. Af en toe werd er dan ook afgeweken van de vaste volgorde, als een andere vraag logischer aansloot op het vorige antwoord. Dit maakte het gesprek meer 'naturel' (Baarda et al., 2005, p.250-252). Achteraf werd er wel teruggekeerd naar de voorgaande vragen zodat alle vragen gesteld werden. Ieder interview bij de muzikanten werd afgerond met het afnemen van de mini-enquête en een informele babbel. Indien men na het beëindigen van de opname nog iets relevants vertelde, noteerden we dit achteraf. Na

het uitschrijven van de interviews schraptten we de irrelevante informatie en werden de interviews van de muzikanten geanonimiseerd.

5.4. Analyseprocedure

Met onze vraagstelling in het achterhoofd kozen we voor 3 kernthema's waarin we onze labels opdeelden:

A. De nood aan zakelijk ondernemerschap

De contextualiteit is in kwalitatief onderzoek belangrijk. Het onderzoeksprobleem werd benaderd als een veelomvattend, samenhangend geheel (Baarda et al., 2005, p.181). Daarom kozen we ervoor om alle labels die verwijzen naar de knelpunten van de beroepspraktijk aan dit kernthema vast te hangen. Hier haakten we in op onze literatuurstudie.

B. Zakelijke ondernemerschap

In deze categorie plaatsten we alle labels die rechtstreeks verwezen naar hoe zij zakelijk ondernemerschap definieerden en welke aspecten zij hierbij zelf aanhaalden.

C. Rol van de hogere opleiding

Het derde kernthema omvat alles wat verwees naar de hogere opleiding zelf. Zwakke en sterke punten, de rol en meerwaarde van een hogere opleiding, zakelijke vorming binnen de opleiding en suggesties hier rond, werden verzameld.

Het clusteren van de vele labels rond deze drie grote thema's heet axiaal coderen en biedt ons overzicht over de hoeveelheid informatie (Baarda et al., 2005, p.327). We pasten het toe op de interviews in beide fasen, zodat we achteraf de data gemakkelijk naast elkaar zouden kunnen leggen. Fragmenten met ongeveer dezelfde inhoud werden samen gezet en uitgewerkt in verschillende sublabels. Dit deden we met de 'One Sheet Of Paper'-methode (Verté & Buffel, 2011). Met deze methode zagen we de verschillende labels als mogelijke antwoorden op de 3 kernthema's en plaatsten we elk relevant antwoord van de respondent bij het passende label. Een fragment kon meerdere labels dekken. Doorheen het analyseren van de interviews doken nieuwe labels op en werden deze aan de lijst toegevoegd. Op de cd-rom in bijlage vindt u een voorbeeld van een OSOP-schema terug. De drie kernthema's vormen de structuur van onze resultaten en hierin koppelen we terug naar de onderzoeksvragen en de literatuurstudie.

5.5. Betrouwbaarheid en geldigheid

Kwalitatief onderzoek is nooit volledig onafhankelijk van toeval. Het toeval is onder meer gelegen in de keuze van locatie, respondent en informant en zeker in de persoon van de onderzoeker. Betrouwbaarheid wordt gegeven door alertheid voor deze potentiële verstoringen. Dit moet de conclusies die we trokken uit de gegevens, inzichtelijk en controleerbaar maken (Baarda et al., 2005, p.193).

De keuze van locatie lieten we de respondenten zelf voorstellen. Zo waren we zeker dat ze op hun gemak waren. Reflectie over de rol als onderzoeker is hier ook op zijn plaats. Als persoon lok je bepaalde reacties uit door bijvoorbeeld je uitstraling of je manier van vragen (Baarda et al., 2005, p.195). Zo speelde de onervarenheid in het interviewen wel een rol. Een open interview vraagt veel vaardigheid in het terplekke interpreteren en inspelen op de juiste momenten. Suggestief doorvragen is een veel voorkomende valkuil voor een beginnend interviewer. We moeten bewust zijn voor mogelijke sociale wenselijke antwoorden doordat we de doelstelling van ons onderzoek in de introductie mededeelden. Ook het weglateffect, vooral bij de professionele muzikanten, is niet uit te sluiten (Baarda et al., 2005, p.255). Zo kon bijvoorbeeld een negatieve ervaring van een opleiding ertoe leiden dat de muzikant zich enkel de negatieve dingen herinnerde en zo zijn ervaring in het totaal negatief inkleurt. Sommige muzikanten voor wie de opleiding al lang achter de rug was, kostte het misschien moeite zich alles te herinneren en zij selecteerden dan ook automatisch in hun antwoord.

De interne geldigheid voor dit onderzoek is echter wel groot. Wat de respondenten ons vertelden, waren wel degelijk hun belevingen en meningen over het zakelijk ondernemerschap en de hogere opleiding. We trachtten de reikwijdte van de resultaten te versterken door het te plaatsen in zijn context (Baarda et al., 2005, p.199). Ieder respondent sprak vanuit zijn of haar eigen leefwereld. Toch moet men bewust zijn dat het hier niet gaat om een statistische generalisatie, maar om een dwarsdoorsnede van opvattingen en ervaringen van de betrokkenen uit het muziek- en educatief veld in Vlaanderen.

6. Resultaten

We schetsen eerst de context waarin de popmuzikant zich vandaag beweegt. Elementen worden aangehaald die het belang van zakelijk ondernemerschap moeten aantonen. Hierin koppelen we terug aan onze literatuurstudie. Vervolgens presenteren we wat de professionele popmuzikanten en de hogere opleidingsinstanties zelf verstonden onder het concept zakelijk ondernemerschap. Tot slot zoomen we in op hoe het hoger onderwijs een plaats krijgt binnen dit ondernemersverhaal. Meningingen van muzikanten en opleidingsafgevaardigden worden hierin naast elkaar gelegd en afgetoetst.

Het is belangrijk te vermelden dat de aspecten die we zullen aanhalen, steeds aangebracht zijn door de respondenten zelf. Zo zullen bijvoorbeeld de resultaten van wat de respondenten hebben gezegd over 'contracten' alleen de informatie weergeven van de respondenten die dit zelf aanhaalden. Aangezien 'contracten' niet expliciet bevroegd werd, hebben ook niet alle respondenten hier iets over gezegd.

6.1. Muzikanten

De eerste twee deelsonderzoeksvragen staan hier centraal: Ervaren professionele popmuzikanten in Vlaanderen de nood aan zakelijk ondernemerschap? Zo ja, welke zakelijke competenties geven zij hierbij aan? Hoe ervaren deze professionele muzikanten in Vlaanderen de rol van de hogere opleiding op zakelijk vlak?

6.1.1. Nood aan ondernemerschap

In ons theoretisch luik probeerden we een overzicht te bieden van de bepalende factoren voor het welslagen van een professionele muzikant. De factoren vormen de context waarin de muzikant vandaag gedwongen wordt tot ondernemerschap. Hieronder kijken we naar hoe deze factoren terugkwamen in de interviews met de muzikanten.

De meeste respondenten gaven aan dat het functioneren als professioneel muzikant niet evident is. **Onzekerheid** ligt ondermeer in het feit dat er geen vaste regels zijn, aldus respondent 9. Als muzikant heeft men geen controle over zijn uren en inkomen. Men heeft het niet in de hand, zo beaamt respondent 12, doordat het allemaal sterk conjunctuurgevoelig is. Een muzikant verdient geen vast inkomen en er zijn geen vaste afspraken over de gages. Het onregelmatige inkomen en de wisselende tijdsplanning maken het niet gemakkelijk om beroepsmuzikant te zijn.

Verder polsend naar de mogelijke oorzaken van deze onzekerheid, sprak de helft van de respondenten over het **overaanbod** in de muzieksector. Volgens hen zijn er te veel mensen die muzikant willen worden, waardoor de sector verzadigd geraakt. Of is er te weinig werk in de sector, speculeerde respondent 1. Respondent 7 voegde daaraan toe dat binnen dit overaanbod niet elke muzikant media-aandacht kan krijgen. Drie respondenten spraken over de **concurrentie**

die ze reëel voelen tijdens hun carrière. De dreiging van potentiële nieuwkomers of interne concurrentie werden door respondenten 2 en 7 geïllustreerd:

"[...] dat is echt een komen en gaan als er een lichtung mensen afstudeert van jonge meisjes die er nog knapper en sexier uitzien dan iemand die al tien jaar ouder is, en die natuurlijk ook nog duurder is dan die jonge, geldt zowel in de musical als in de popwereld. Overal eigenlijk, [...] dan is het gedaan, dan mindert het sowieso," (Respondent 2).

"Er is niet echt zo'n openheid, vind ik, maar dat is ergens logisch dat dat zo is. Ja, die nieuwe man kan uw boterham afnemen, " (Respondent 7).

Dat ondanks deze concurrentie de drempel toch laag is om een kans te wagen in de artistieke sector, komt door een tal van redenen. Zo gaf iets meer dan de helft toe dat ze in het begin **romantische verwachtingen** hadden. Muzikant zijn klinkt veel romantischer dan het feitelijk is, beaamde respondent 10 meermaals. Andere respondenten nuanceerden dit. Ze beweerden dat ze min of meer een realistisch beeld hadden door de contacten die ze reeds tijdens de studies onderhielden met vakmensen.

Het veiligheidsgevoel door het kunnen studeren van muziek in officiële opleidingen, werd tegelijkertijd ontkracht en bekrachtigd door de meeste respondenten. Ten eerste haalden de meesten ironisch genoeg aan dat een opleiding geen garantie is op werk. Respondenten 2, 4, 5, 8, 9 en 12 geloofden niet in de waarde van het diploma. Popmuzikant kan je evengoed worden zonder de hogere opleiding gevolgd te hebben. Daartegenover vertelde respondent 4 dat juist het feit dat hij muziek als hogere opleiding kon volgen, leidde tot zijn keuze om muzikant te worden. Respondent 7 wist niet wat het alternatief is als je van je muziek je beroep wilt maken. Een hogere opleiding volgen in muziek, vormt dan een logische stap. Het geeft volgens respondent 11 een zekere legitimiteit. Deze gedachten tonen hoe dat de **academisering** heeft bijgedragen tot een toeloop in de muzieksector. Respondent 1 kon dit volgen, maar voegde er ook aan toe dat de academisering ook meer werkgelegenheid creëert. Het is goed dat deze mogelijkheden er zijn.

Naast deze academisering werden de **technologische evoluties** door enkelen aangekaart als oorzaak van de laagdrempeligheid. Internet neemt hier een vooraanstaande plaats in. Het maakt het mogelijk om jezelf goedkoop te promoten en met een laptop kan je tegenwoordige behoorlijke opnames maken, vertelde respondent 7. Deze evoluties hebben hun gevolgen gehad voor de werking van de muziekindustrie en veroorzaakten een crash van de muziekindustrie. Meer dan ooit is de muzikant hierdoor gedwongen om zelf ondernemer te zijn, aldus respondent 3 en 7.

Enkelen toonden aan dat **sluizen** meetellen in de doorbraak van beginnende muzikanten. Respondent 1 merkte de scheiding op tussen een kleine top die alles heeft en de rest waarvoor weinig media-aandacht overblijft. Dat een zekere bekendheid meespeelt in het opgepikt worden door de media (Buntinx, 2002), illustreerde de uitspraak van respondent 3:

"Als ge naar de radio gaat ofzo... . We hebben met een singletje van ■■■ iets gaan

pluggen. Het eerste wat ze ons zeggen, is "Ja, dat is geen single. We gaan dat niet draaien". Punt uit. Gedaan. En dan zijn we geselecteerd geweest voor een kortfilmfestival in een clip. En dat heeft dan zo ineens mensen doen beseffen "Oh, oh, er is aandacht voor [REDACTED]". En dan was er dat met Hooverphonic. En dan was dat overal, ja, Hooverphonic heeft nogal veel blabla gedaan in alle weekbladen en dit en dat. En dan plots begonnen ze dat nummerke te draaien en plots wilden ze het wel als single zien. Ze zeggen eerst "Nee, het is geen single. We zijn niet geïnteresseerd". En als ze zien dat er overal wat interesse komt, heb je mensen die moeten geïnteresseerd zijn, dan begint het te rollen. En dat is typisch."

Volgens respondenten 5 en 12 krijg je in *de Vlaamse media* nogal snel een stempel op je hoofd. In het begin van zijn carrière moest respondent 5 vechten tegen zijn stempel als backing vocal om zijn eigen solowerk in het daglicht te stellen. Bekende personen zoals Flip Kowlier en Tim Vanhamel zouden minder last hebben van dergelijk hokjesdenken. Die spelen gemakkelijk bij talloze andere bands. Eénmaal enige naambekendheid verworven en het 'marcheert', krijgt men volgens respondent 5 sneller de aandacht van de sector en de media. Volgens enkele respondenten zijn slechts weinige groepen groot of bekend genoeg om aan een eigen manager of boeker te geraken. Het gros van de muzikanten moet het allemaal zelf zien uit te zoeken, beaamden respondenten 2, 3 en 11. Tot slot haalden respondent 7 en 8 aan dat het landschap aan het veranderen is. De macht van platenmaatschappijen en labels verminderen, maar toch blijft het voor de lancering belangrijk om opgepikt te worden door iemand van de sector. Respondent 7 vond dat de radio's in Vlaanderen, meer dan in het buitenland, hierin een ontzettend belangrijke rol spelen.

Ook *de psychologie van het publiek* werd aangehaald als mogelijke sluis door respondent 3 en 4. Het publiek moet het mooi vinden. Zo komen we bij de **genregevoeligheid**. Voor velen was de beroepsonzekerheid gerelateerd aan het genre waarin de muzikant zich profileert. Zo zag de helft van de respondenten de klassieke muzieksector als meer rigide en minder onderhevig aan trends. In de pop- en rocksector is de goedkeuring van het publiek van groter belang. Je moet meer een vorm van originaliteit hebben en 'passen' in het plaatje. Zo zal iemand die 400 kilo weegt hoogstwaarschijnlijk niet gevraagd worden als nieuwe zangeres van Hooverphonic, illustreerde respondent 12.

België is klein en wordt nog eens in twee opgedeeld. Vlaanderen is met andere woorden te klein volgens enkelen (respondent 1, 2, 7, 10) om te kunnen doorbreken in het buitenland. Bijgevolg is de muziekindustrie een tamelijk gesloten wereld waar 'ons kent ons' geldt. Respondent 7 ging hier nog dieper op in en erkende de professionalisering van de Belgische muzieksector. Het is echter volgens hem vanuit een amateurisme gegroeid: zo zijn vele managers niet zakelijk opgeleid, maar rust hun expertise puur op ervaring. Zo gaf hij als voorbeeld dat ze geen tijd maken voor online-promotie. Gebrek aan know-how in ons land werd ook in de literatuurstudie aangehaald als knelpunt voor de muzikant (Coenen, 2001; Segers et al., 2000). Door professionalisering is tevens de live scene in ons land veranderd. Twee respondenten (9,10) betreurden dat er steeds minder en minder kleine clubs bestaan, waardoor ook de speelkansen afnemen. Grote concertzalen en festivals professionaliseren zich steeds meer, maar focussen zich voornamelijk op reeds bekende

groepen. Tegelijkertijd erkende respondent 8 het voordeel dat ons land klein is. Volgens haar is het in België net gemakkelijker om als muzikant zelfstandig iets te bereiken, doordat je zoveel aanspreekpunten hebt: Poppunt, radio's en studentenradio's,

In het kader van beleid en ondersteunende initiatieven ervoeren drie respondenten (1, 5, 9) een **gebrek aan een aangepast sociaal-juridisch kader**. Ze waren niet overtuigd van het sociaal statuut dat nu wordt aangereikt voor muzikanten. De drempel ligt volgens respondent 5 nog steeds te hoog om het artiestenstatuut te behalen. Dit maakt dat velen het niet behalen en het risico van de onderneming wordt verhoogd. De overheid zou rond dergelijke materie te weinig concrete standpunten innemen. Zowel hij als respondent 1 betreurden dat hierrond zo goed als geen maatschappelijk debat wordt gevoerd en het vormt voor vele popmuzikanten nochtans een financieel knelpunt.

In onze literatuurstudie kwamen we tot de bevinding dat enkel **muzikaal talent** niet voldoende bleek voor een succesvol carrière. Wat vonden onze professionele muzikanten hier zelf van? De meningen waren verschillend en genuanceerd. Respondent 4 en 6 wisten niet of talent wel te definiëren valt. Respondenten 3 en 9 vonden dat muzikaal talent het allerbelangrijkste is in het uitbouwen van een carrière. Zonder talent zal men nooit opgemerkt worden of uiteindelijk tegen een figuurlijk plafond botsen: "Het is de innerlijke kracht die ieder muzikant apart maakt. Als je die niet hebt, zal het ook niet lukken," (respondent 9). De meesten (1, 2, 5, 7, 8, 11, 12) nuanceerden dit. Ze zeiden dat het wel meetelt - het zorgt onder andere voor geloofwaardigheid -, maar dat het niet is genoeg om opgepikt te worden. Commercieel talent is volgens respondent 11 een groot percentage in het welslagen van de muzikant. Respondenten 2 en 5 spraken over een beetje durf hebben, maar ook **geluk** en **de juiste mensen kennen** waren volgens hen belangrijke factoren:

"Geluk zit er volgens mij ook grotendeels in, want het is en blijft ook een kwestie van op de juiste moment de juiste personen tegenkomen," (respondent 2).

Respondent 10 relativeerde echter de rol van geluk hebben . Het geluk bestaat, maar er is één kans op de duizend dat men hier zijn succes aan te danken heeft. Hij was van mening dat muziek geen kunst is, maar een kunde. Het aandeel van muzikaal talent is volgens hem relatief klein. Inzet en passie is het allerbelangrijkste.

"Maar als je niet bereid bent om te werken of ondernemend te zijn voor hetgeen je nastreeft, ga je dat nooit bereiken. Nooit. De kans op geluk bestaat, maar is één op de duizend. Wat zijn de kansen dat je juist één van de duizenden bent? Ik reken er niet op," (respondent 10).

Het **begin** van een muziekcarrière was voor enkele respondenten (2, 3, 5, 6, 7) een moeilijk moment in een muziekcarrière op vlak van zakelijk ondernemerschap. Zeker dan waren ze op zichzelf teruggeworpen en wisten ze niet goed hoe ze het zakelijk gingen aanpakken. Het is in deze periode dat muzikanten domme dingen doen en verkeerde zakelijke beslissingen nemen. Zoals slechte contracten ondertekenen, gaf respondent 6 als voorbeeld.

Ter afronding belichten we twee manieren waarop muzikanten met de onzekerheid van hun beroep omgaan: multiple job holding en Do It Yourself. Liefst 5 respondenten haalden aan dat het haast niet mogelijk is om te leven van hun muziek alleen. **Lesgeven** werd hier voornamelijk als grote bijverdienste genoemd. Niet verwonderlijk als we in het Nederlandse rapport 'Pop , wat levert het op?' lezen dat lesgeven op de vierde plaats staat als bron van inkomsten (IJdens, Von der Fuhr & Rooij, 2009, p. 15). Hoewel het een Nederlands rapport betreft, lijkt het ons ook op te gaan voor onze respondenten. Enkelen van hen gaven les in het DKO, HKO of andere muzikeducatieve initiatieven. Toch gaf respondent 1 aan dat ook vele muzikanten weigeren les te geven ('Lesgeven is niet hetzelfde als muzikant zijn') en dus dikwijls in de werkloosheid zitten. Respondent 12 merkte dat iedereen diversifieert. Zo diversifieerde ook respondent 2 in tv-, radio- en musicalwerk. Naast multiple job holding werd de **Do It Yourself** als een strategie erkend om met de risico's om te gaan. Zo zijn er volgens respondent 7 steeds meer mogelijkheden voor de artiest om het heft in eigen handen te nemen. Hij geloofde in de tendens van succesvolle independent verhalen en pastte het zelf toe met zijn band. Het biedt zijn band de artistieke vrijheid zonder verplichtingen tegenover derden, maar enkel tegenover zichzelf. Respondent 8 beaamde dit.

6.1.2. Zakelijk ondernemerschap

6.1.2.1. Algemene definitie en overkoepelende ondernemerattitudes

Een algemene definitie geven, bleek moeilijk voor de respondenten. Het zakelijk ondernemerschap is een ruim en abstract begrip. Aan de hand van wat de respondenten doorheen hun interview aanhaalden, zullen we het trachten te concretiseren in de volgende paragrafen.

Ten eerste zagen velen (2, 3, 4, 5, 6, 12) zakelijk ondernemerschap als iets dat men kan overlaten aan **een ander persoon**, het management. Drie respondenten (4, 6, 7) vulden hier wel bij aan dat er in het begin wel een periode is dat je alles zelf moet doen. Eenmaal dat het goed loopt, is het vooral belangrijk om een goed team rond zich te bouwen. Toch haalde respondent 11 aan dat het gros van de muzikant alles zelf zakelijk moet regelen. Slechts een topje van de ijsberg heeft het voorrecht op een manager. Drie respondenten (7,8,9) nuanceerden en vonden dat je onmogelijk alles kunt weten en dus altijd beroep zult doen op anderen. Anderen (2, 7) gaven het zakelijk ondernemerschap juist liever **niet uit handen**.

"[...] ik ben geen ervaren manager in vergelijking met andere mensen die dat wel tien of twintig jaar doen. Er heeft al ooit iemand tegen mij gezegd van "Neem u een manager om serieus genomen te worden". [...] want we hebben dus nog altijd geen manager. [...] Maar bewust. Het was sowieso wel "We gaan dat niet overhaasten". Euhm, en ja, ik ben dan zo wat in die rol gegroeid. Enfin, dat vind ik wel goed, omdat een manager twintig procent van uw inkomsten neemt. Allez ja, als dat binnen uw band blijft, is dat ook interessant. Dat past ook gewoon in het kader om uw budget te controleren. Maar ik ga niet ontkennen dat ge wel ervaring mist en dat ge dan, zeker bij zo'n toestanden,... . [...] ik vraag wel aan andere mensen raad. Euh, en ook gewoon de advocaat waar ik raad aan vraag. En dan,

aja, onze boeker die is ook manager, maar niet voor ons. We hebben zo een beetje hetzelfde parcours als Balthazar gevolgd”, (respondent 7).

Ten tweede ervoeren de meeste respondenten het zakelijk ondernemerschap in hun carrière veeleer als een **noodzakelijk kwaad**, zoals respondent 10 het verwoordde. Respondent 10 vond dat het geen excuus mag zijn om het te verwaarlozen als muzikant. De meesten aanvaardden dus dat het zakelijk ondernemerschap bij hun beroep hoort. Meerderen (3, 5, 7, 9, 10) spenderen dan ook ongeveer 50% tot 70% van hun tijd in het zakelijk en praktisch regelen van hun beroep. Enkelen (1, 2, 6) gaven aan dat het verschilt van periode tot periode. De kleine rest (3, 8, 11, 12) besteedde bijna geen tijd aan het zakelijke, omdat iemand anders het op zich heeft genomen.

Ten derde polsten we welke **eigenschappen** zij plaatsten bij een succesvol muzikant. Sommigen (1, 4, 12) erkenden dat er verschillende invullingen van **succes** zijn. Bijna alle respondenten vulden echter het succes in hun carrière intrinsiek in. Succes betekende voor hen een artistiek succes, waarbij ze hun eigen muziek maken en goed weten wat ze willen. Slechts twee respondenten gaven succes een zekere financiële, extrinsieke connotatie. Van je muziek kunnen leven, jezelf en gezin kunnen onderhouden, stonden hier centraal. Respondent 5 verbond beide werelden: Iemand die veel platen verkoopt en dus een commercieel succes kent, zal intrinsiek ook succesvol zijn, omdat het betekent dat hij veel mensen raakt.

Doorheen de interviews verzamelden we verschillende attitudes die de respondenten verbonden aan een goede muzikantondernemer. Vele attitudes werden opgesomd, maar we houden het hier kort op de meest beklemtoonde houdingen. Zo beklemtoonden de meeste respondenten (behalve 3 en 5) het belang van een **doel** hebben. Talent is eigenlijk weten wat je wilt en als je dat wilt bereiken, heb je ondernemerschap nodig, verwoordde respondent 10. Als je wilt overleven in de muziek, moet je een bepaalde visie hebben over hoe je het gaat aanpakken:

“Ik denk dat als je echt wilt leven van enkel spelen alleen, concerten spelen, dan moet je toch een bepaalde visie hebben over hoe dat je dat wilt aanpakken, want anders denk ik dat het redelijk moeilijk wordt. Want er zijn er altijd tien anderen die er wel een visie over hebben. En dan kan je nog beter zijn of mooiere muziek maken, maar...” (respondent 11).

Respondent 6 geloofde rotsvast in zijn **zelfvertrouwen**. Het hangt allemaal af van hoe hard je in je zelf gelooft. **Doorzettingsvermogen** was volgens sommige respondenten (1,2,6,9) ook onmisbaar. Je moet steeds weer de energie en moeite opbrengen om door te gaan, ook in periodes dat het minder goed gaat, aldus respondent 9. Inzet en gedrevenheid siert de ondernemer, zeiden enkelen (2, 7, 9,10). Je gaat het maken doordat je gedreven bent, ook in andere dingen, doordat je steeds op zoek gaat naar nieuwe trends en mogelijkheden, vertelde respondent 7 ons.

Sommige respondenten beaamden dat je als muzikant niet bang mag zijn om risico's te nemen. Ook al heb je veel talent en hoop je ontdekt te worden, is een beetje **durf** cruciaal, was respondent 5 van mening. **Discipline** bij het plannen, is ook aan de orde, aldus enkele respondenten (4,7,9,10): zorgen dat je op tijd komt, voldoende voorbereidingen treft, je afspraken nakomt en je

eigen dagorde bepaalt, Discipline is de attitude die ervoor zorgt dat je onderneemt, bevestigde respondent 4.

Verder werd meermaals gezegd dat een **open** houding zeer belangrijk is. Hieronder verstonden de respondenten een **sociale houding** (5,7,8,9,11,12), **flexibiliteit** (7,9) én **leergierigheid** (2,6,7,8,9,10). Voor een goed ondernemer is het onontbeerlijk interesse te tonen, steeds nieuwsgierig te zijn naar nieuwe dingen zowel op muzikaal als zakelijk vlak.

Enkelen (2,5,9,10,11) legden vervolgens hun vinger op het belang van **vakbekwaamheid** en de veelzijdigheid hierin. De een (2,11) zag die veelzijdigheid als een diversiteit van projecten, de ander (5,9,10) zag het vooral als muzikale kennis. Vakbekwaamheid draagt bij tot het opbouwen van professionele netwerken en verhoogt je 'credibility'. **Creatief zijn**, eigen ideeën ontwikkelen en uitvoeren zijn eigenschappen die een manager niet voor je kan uitvoeren. Je hebt een instinct nodig om te overleven, beklemtoonde respondent 9. **Initiatief nemen** werd dan ook door de helft (2,6,8,9,11,12) vernoemd. Hierbij sluit de eigenschap **verantwoordelijkheid** aan. "Als men er zich niets van aantrekt, is het moeilijker om er te geraken, want dan leg je jouw lot in de handen van anderen", illustreerde respondent 7 het belang van ondernemerschap bij muzikanten.

Respondent 6 vond dat je als muzikant niet vies mag zijn van geld en niet te romantisch mag gaan doen. Het is belangrijk om te weten waar jouw geld naartoe gaat. Een zekere **commerciële ingesteldheid** is hier aan de orde. Ook een opportunistische houding door raad te vragen bij anderen of je kennis voordelig te gebruiken, kwam aan bod bij drie respondenten (3,4,7). Meerdere respondenten gaven dan ook blijk van een zekere **zelfstandigheid**. Op de eigen benen staan en zelf kunnen beslissen, schreven ze toe aan ondernemerschap. Tot slot werd **authenticiteit** door meer dan de helft van de respondenten (3,4,6,7,9,10,12) vernoemd. Je een eigenheid aanmeten in genre, sound en persoonlijkheid is zeker bij popmuziek van belang.

Vele van deze opgenoemde eigenschappen nam Unizo (z.d.) eveneens op in hun omschrijving van de ideale ondernemer. We plaatsen hier alvast een belangrijke nuancering van twee respondenten (4, 12). Zij zijn van mening dat dé eigenschappen van een ideale, ondernemende muzikant niet bestaan. In onze conceptenafbakening kwamen we reeds tot deze conclusie: dé ideale ondernemer bestaat niet. We zijn echter wel overtuigd dat het zinvol is om stil te staan bij deze attitudes. Het biedt een kader waarin gereflecteerd kan worden over de impact van de persoonlijkheid op het ondernemerschap.

6.1.2.2. Financiële competenties

De professionele beroepsmuzikant kent zeer uiteenlopende situaties van geld verdienen: optredens, auteursrechten, royalty's, Het is een financieel kluwen waarin de muzikant zonder een vaste werkgever zijn loon bijeen moet zien te krijgen. Meerdere respondenten (1,2,4,5,6,9,11) vonden het in dit kader enorm belangrijk om als artiest op de hoogte te zijn van **de verschillende**

uitbetalingvormen: de Sociaal Bureau's voor Kunstenaars¹, SMart², KVR³, cao⁴, SABAM, royalty's, ... kwamen aan bod.

Meerderden (4,6,7,9,10) spraken dan ook over hun financieel beheer. Het beheren, bijhouden, berekenen van je budget komt samen in het **boekhouden**. Dit bleek voornamelijk belangrijk voor muzikanten die als zelfstandige of bvba stonden ingeschreven (9,10). Vooral respondent 10, een geslaagd zelfstandig muzikant, hamerde op het belang hiervan:

" Dus het feit dat ge een muzikant zijt, mag nooit een excuus zijn voor hetgeen dat erbij hoort, de andere kant van de medaille, te verwaarlozen. Ik zie in praktijk dat dat heel dikwijls gebeurt. Dat heel veel van mijn collega's aan de grond zitten, simpelweg omdat die nooit hun boekhouding bijhouden. Die hebben zoiets van "Dat interesseert mij niet". Nee, maar op een gegeven moment geven ze wel, bij wijze van spreken, 150 000 euro boete aan de belastingen. En dan zijt ge geknipt voor de rest van uw leven, want hetgeen dat ge dan normaal zou geven aan een klein huizeke of aan een stuk van uw huis moet gij feitelijk gewoon afbetalen voor de rest van uw leven de komende dertig jaar, omdat ge slordig zijt geweest. Daar komt het eigenlijk op neer," (respondent 10).

Respondent 7 vond het interessant om als Do-It-Yourself'er de kosten laag te houden en het budget binnen de eigen band te houden, want een manager houdt twintig procent van uw inkomen af. Hiertegenover stonden evengoed enkele respondenten die hun boekhouding aan iemand anders overlieten: hun managers, vrienden of betaalde boekhouders.

Weten aan welke opdrachtgever en hoe je moet **factureren**, werd hierin door respondenten 1 en 10 aangekaart als belangrijk aspect. Respondenten 2 en 4 vulden hierbij aan dat je op de hoogte moet zijn over wat de normen rond **gages** zijn. Respondent 12 ontkrachtte dit dan weer door te stellen dat er helemaal geen afspraken zijn rond gages. De muzikant moet sterk in zijn schoenen staan, aangezien er wel eens is onenigheid rond afgesproken gages, aldus respondent 11. Respondent 1 betreurde de lage gages waarvan nog maar weinig overblijft door de administratieve beperkingen. Daarbij is het berekenen van **BTW** volgens respondent 10 iets dat vele muzikanten niet kunnen.

Respondent 6 herhaalde meerdere malen het belang van de fiscaliteit van **auteurs- en naburige rechten**. Het was voor hem ook een zekere garantie op een "pensioen" als muzikant:

"Als ge dan op uw zeventigste gewoon kunt leven van uw auteursrechten die binnenkomen, dan is dat wel mooi meegenomen", aldus respondent 6.

Het aangeven van **belastingen** vormde volgens een paar (4,10) een struikelpunt, omdat de situaties van geld verdienen zo uiteenlopend zijn. **Financiële ondersteuningsvormen** zoals

¹ T-interim, Randstad interim, ...

² Professionele Vereniging voor Creatieve Beroepen

³ kleine vergoedingsregeling

⁴ Collectieve Arbeidsovereenkomst

subsidies, geldprijzen, sponsoring en werkloosheidsuitkeringen worden door slechts weinigen aangehaald.

6.1.2.3. Sociale competenties

We begrepen onder sociale competenties alles waarbij een zekere sociale ingesteldheid hoort. Omgevingsgerichtheid, netwerken, communicatie, marketing en promotie, ... zijn aspecten waarvoor een zekere sociale intelligentie vereist is. We overlopen hieronder wat de muzikanten ons vertelden.

Voorop staat de competentie 'kunnen **netwerken**'. Alle respondenten, behalve respondent 6, spraken direct of indirect over het belang van netwerken. Het is een belangrijke katalysator in het vinden van werk. Twee bevestigden dat dit letterlijk van mond tot mond gebeurt. 'Word of mouth' verwoordde respondent 12 het. Het durven afstappen op mensen uit de sector en aanspreken vergt sociale vaardigheden. Je hebt een zekere psychologische mensenkennis nodig volgens respondent 4. Het **imago** is hierbij belangrijk volgens enkelen (9,11,12). Een goede imago lanceert je naam in professionele netwerken die kunnen leiden naar nieuwe werkaangelegenheden. Ondernemerschap bij een muzikant heeft volgens respondent 12 te maken met de vraag "Hoe ga ik mij profileren?". Respondent 5 vernoemde wat Segers et al. (2000) omschrijven als 'toogcontacten': *"Euh, het simpelste gaat ge eigenlijk nog steeds op café. Op café worden de beste ideeën geleverd, zeggen ze meestal. En vaak is dat wel zo. Daar spreek je met mensen, of je ziet elkaar, je spreekt mekaar aan en daar gebeurt er heel veel.[...] En zo begin je te babbelen eigenlijk en te netwerken."*

Daarnaast is kunnen **communiceren** met zowel je collega's, mogelijke werkgevers, je potentiële publiek onmisbaar. Communiceren is een ruime competentie die opgaat in vele aspecten van het beroep: hoe je medemuzikanten op hun gemak stelt, hoe je tegen een slechte gitarist of manager vertelt dat je zonder hem verder wilt, hoe je een nieuwsbrief moet opstellen, hoe je communiceert op sociale netwerksites, hoe je nee zegt tegen een opdrachtgever tijdens onderhandelingen... . Deze sociale aspecten werden allemaal aangehaald als voorbeeld van moeilijkheden die de respondenten ondervonden in hun beroepscontext.

Marketing en zelfpromotie hangen zo nauw samen met communicatie, aldus respondent 1. Een paar respondenten (1,4,11,12) zeiden letterlijk dat de mensen moeten weten dat je bestaat en je jezelf moet kunnen verkopen. als men de Muzikantengids leest, merkt men dat marketing echter meer is dan verkopen alleen (van der Plas & Vastesaeger, 2009). Marketing is de prijsbepaling, promotie en distributie van je producten, diensten of ideeën. Zo wenst men planmatig meer te verkopen, een reputatie uit te bouwen en duurzame relaties met je klanten te onderhouden. Het draait allemaal rond behoeftebevrediging (van der Plas & Vastesaeger, 2009, p.58-59). Zo illustreerde respondent 8 mooi:

"Een duidelijk voorbeeld is zo van de eerste ep en [REDACTED] wilde daar zo ene gratis download van maken. Terwijl dat nu in mijn hoofd zo zit van, ja, dat is vanzelfsprekend. Dat doet er niet toe. Da's leuk dat ge dat doet, want, allez, da's leuk voor een publiek ook. Ik vind dat zelf ook leuk als andere mensen dat doen. Terwijl dat ik daar toen echt zo tegenover stond van "Nee, echt niet doen!" (respondent 8).

Respondent 7 exploreerde volop hoe hij het internet kan gebruiken voor deze behoeftebevrediging en richtte zelfs een online platform op om muzikanten bij te staan in hun zelfpromotie.

Een **omgevingsgerichtheid** en je steeds informeren is tevens een sociale competentie dat de helft van de respondenten aanhaalde. Men kan leren door te kijken wat andere muzikanten doen, op het internet te surfen, te informeren via go-castingbureau's, te praten met collega's, Dit zijn manieren om op de hoogte te blijven van werkaangelegenheden, om zich te informeren over zakelijke kwesties en om te weten hoe 'het systeem' of platenindustrie marcheert.

Tot slot vermelden we hier de steunpunten in het popmuziekveld. Zij hebben immers als aanspreekpunt een sociale functie naar muzikanten toe. **Advies vragen** aan dergelijke steunpunten zagen ze ook als een sociale competentie van zakelijk ondernemen. Het Kunstenloket, Poppunt en SMart werden door een vijftal respondenten (1,4,6,8,11) vernoemd.

6.1.2.4. Praktische competenties

Muzikant zijn is veel meer dan enkel alleen maar op het podium je ding doen. Naast tal van financiële, sociale en juridische zaken, is er een praktische kant waar je als muzikant niet omheen kan. Muziek speel je meestal niet alleen, maar in groepsverband. Het kunnen **organiseren van de band** kwam dan ook meermaals naar voren. Het sociaal aanvoelen van en het communiceren met de andere bandleden is cruciaal. Ook moeten er volgens respondent 8 duidelijke afspraken gemaakt worden over wie wat doet. Zo verdeelden zij bijvoorbeeld de taken over online promotie, artwork en andere dingen. Ook **timemanagement** komt hierbij kijken. Dikwijls zitten muzikanten in verschillende bands waarmee ze optreden. Agenda's moeten goed worden bijgehouden en op elkaar afgestemd worden (respondent 1,7,9). Volgens respondent 1 is dit voor velen een struikelblok: dubbele boekingen, afgelaste optredens die een gat slaan in je agenda, **Het regelen van optredens** vraagt vervolgens ook veel planmatig en praktisch regelen. Het boeken van optredens is sterk aanwezig in het uitbouwen van een carrière als muzikant. Het oprichten van een band en optredens regelen noemde respondent 11 de allereerste stappen naar zelfstandigheid als muzikant. Respondent 8 vond het niet gemakkelijk om contact op te nemen met organisatoren, omdat ze er ervaring in miste. Zo zien we meestal ook van zodra de band of muzikant bekendheid wint, het plots allemaal snel kan gaan en aanbiedingen binnenstromen (Buntinx, 2002). Op dit punt nemen bands een professionele boeker die de optredens voor hun regelt (respondent 3, 7, 8). Weten waar je wanneer moet staan met je materiaal, tijd uitrekenen om zich te verplaatsen naar het optreden, ... zijn allemaal voorbereidingen die nodig zijn om de zaken goed te laten verlopen. De muzikant wordt dus genoodzaakt een goede **logistiek** bij te houden, aldus respondent 10.

Respondent 7 sprak bij zijn definitie over zakelijk ondernemerschap ook expliciet over het **regelen van opnames** bij een release. Hij noemde hierbij een aantal aspecten op, waaronder: een mixer organiseren, het artwork dat in orde moet zijn, de keuze van een cd of vinyl maken,

6.1.2.5. Juridische competenties

Tot slot richten we bij het zakelijk ondernemerschap ons licht op het juridisch kader van de muzikant. Een belangrijk inkomen van muzikanten zijn de 'uitgestelde' inkomsten of publishing (De Meyer & Trappeniers, 2003, p.9). Deze inkomsten uit **auteurs- en naburige rechten** zijn hyperbelangrijk, hamerde respondent 6. De onwetendheid over deze rechten is volgens hem de grootste struikelblok voor muzikanten. Het is belangrijk beheersvennootschappen zoals Sabam en Uradex te analyseren en hierover een duidelijk beeld te hebben. Dit moet muzikanten behoeden slechte contracten te ondertekenen. Ook respondent 8 gaf aan dat ze het niet eenvoudig vond om te beslissen of ze hun eerste ep gratis zouden aanbieden op het internet. Vermogensrechten, morele rechten en hoe om te gaan met online distributie van muziek bleek belangrijke informatie voor muzikanten om te weten.

Verder kan de muzikant niet om **contracten** heen. Om te kunnen onderhandelen is contractenkennis cruciaal. De soorten contracten waarmee een muzikant in contact komt, zijn ruim: platencontracten, publishingcontracten, distributiecontracten, managementcontracten, contracten voor optredens, boekingscontracten, Met kennis over de rechten en plichten in deze contracten staat de muzikant sterker in zijn schoenen. Zo noemde respondent 2 de onderhandelingen een machtspeletje waarbij de werkgever vaak aan het langste eind trekt. Ook respondent 6 bevestigde dat enige kennis over contracten een must is voor een muzikant. Andere muzikanten (8,12) zagen hier echter niet meteen de noodzaak van in, omdat zij hun contracten laten nalezen door een advocaat of laten onderhandelen door hun manager.

Vervolgens staan de **rechtsvormen** (vzw, bvba, VOF, eenmanszaak...) waarmee de muzikant zich juridisch kan organiseren, hier ook op hun plaats. De rechtsvorm heeft enkel betrekking op het juridisch kader van je onderneming of vereniging en op de wettelijke verplichtingen die je hierbij dient te volgen (Poppunt, z.d.). Meerdere respondenten (2,5,8,9,11) gaven aan dat ze het moeilijk vonden zichzelf hierin te positioneren en te weten welke vorm het voordeligste is voor hun situatie.

De sociale zekerheid en het **sociaal statuut** bleken voor velen nog een knelpunt te zijn. Het sociaal statuut heeft betrekking op het feit of je al dan niet gebonden bent aan een werkgever. Dit heeft dan consequenties voor je sociale zekerheid (Poppunt, z.d.). Als muzikant heeft men binnen het kunstenaarsstatuut twee opties: een werknemersstatuut of een zelfstandigenstatuut (Kunstenloket, 2011). Dit kunstenaarsstatuut blijft een heet hangijzer dat van regering op regering wordt doorgeschoven, aldus respondent 5. Enkele respondenten (1,5,9) betreurden dat het debat rond dit statuut amper mogelijk is. Het is geen eenduidig statuut, waardoor de rechten en plichten onduidelijk zijn (1,2). Respondent 1 en 9 gaven aan dat het statuut je in een bepaald keurslijf dwingt, wat eigenlijk niet past bij het artistieke beroep van een muzikant. Het onderzoek van de

KUL en VUB (2000) naar de problemen van Vlaamse popmuzikanten bij de uitbouw van hun carrière schoof dit als voornaamste probleem naar voren. Zo schrijft de wet dat een muzikant per definitie 'werknemer' moet zijn, maar in de praktijk gaat men in de muzieksector meestal uit van de zelfstandigheid van de muzikant. Zo kan de werkgever de zware kosten en het paperassenwerk vermijden. Dit leidt tot een oneigenlijk gebruik van allerlei profit- en non-profitstructuren (Coenen, 2001, p.3).

Respondent 9 pleitte voor meer ruimte en een apart statuut waarbij andere regels gelden dan voor een commerciële firma. Daarnaast vonden respondenten 3 en 5 de drempel om het kunstenaarsstatuut te behalen te hoog, waardoor velen muzikanten geen kansen krijgen. Respondent 1 toonde aan dat er langzaamaan een berustende houding bij de muzikanten ontstaat. Volgens hem is het als zelfstandige financieel niet haalbaar in de muzieksector en heeft iedereen zijn draai gevonden door eraan ook ander werk, zoals lesgeven, te verrichten. Door zich onafhankelijk te maken van het kunstenaarsstatuut, zullen ze er ook niet meer voor op straat komen om het op te lossen, aldus respondent 1. Ook deze berustende houding werd vastgesteld in het onderzoek van 2000 (Segers et. al, 2000).

We kunnen concluderen dat een muzikant zijn weg moet zien te vinden in het juridisch kluwen van rechtsvormen, statuten, rechten en plichten. Tot slot, zien we in tabel 2 de zakelijke aspecten die de respondenten in hun top 5 plaatsten. Deze aspecten vonden zij het belangrijkste om als beroepsmuzikant bekwaam te zijn.

Tabel 2. Top 5 van zakelijke aspecten per respondent

Legende: N°1,2,3,4,5 = top 5 met 1 als belangrijkste zakelijke aspect.

X = respondent (e) heeft geen volgorde toegekend.

Respondent	Aantal aanduidingen											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Financiële aspecten												
<input type="checkbox"/> begroting opmaken										X		
<input type="checkbox"/> budgetplanning												3 5#R
<input type="checkbox"/> boekhouding												2 N°2
<input type="checkbox"/> belastingaangifte		N°2										1
<input type="checkbox"/> BTW												0
<input type="checkbox"/> fiscaliteit van het auteursrecht					X							1
<input type="checkbox"/> verschillende vormen van uitbetaling (KVR, SBK, ...)				N°3	X					N°1		4
<input type="checkbox"/> verplichte vermeldingen factuur												0
<input type="checkbox"/> subsidies												0
<input type="checkbox"/> prijzen												0
<input type="checkbox"/> CultuurInvest												0
<input type="checkbox"/> gage bepalen	X											1
<input type="checkbox"/> werkloosheidsuitkeringen	X											1
<input type="checkbox"/> sponsoring, fondsenwerving												0
Sociale aspecten												
<input type="checkbox"/> kennis van het muzikantschap in binnen- en buitenland (omgevingsgenrichtheid)						N°5						2 N°3
<input type="checkbox"/> netwerking: contact met collega's, managers, boekingskantoren, organisatoren,...	X	N°3	N°1	N°5						X	N°3	9 N°3
<input type="checkbox"/> marketingplan & marketingmix												0
<input type="checkbox"/> mediatraining												0
<input type="checkbox"/> online promotie							N°3	N°5	N°2			3
Praktische aspecten												
<input type="checkbox"/> muziekopname			N°3	N°4							N°4	3
<input type="checkbox"/> cd in eigen beheer uitbrengen						N°4					N°4	2
<input type="checkbox"/> optredens regelen van A tot Z			N°4	N°2							N°2	4
<input type="checkbox"/> tours in het buitenland												0
<input type="checkbox"/> organisatie van een band				N°1						X		3
<input type="checkbox"/> het juiste businessmodel					X					N°1		3
<input type="checkbox"/> time management	X				X					X		3
<input type="checkbox"/> administratie												0
Juridische aspecten												
<input type="checkbox"/> Auteurs- en nabuige rechten:			N°5			N°1				N°1	N°5	4 4#R
<input type="checkbox"/> Contracten:										X		2
<input type="checkbox"/> publishingcontracten												1 N°4
<input type="checkbox"/> platencontracten				N°2								2 N°4
<input type="checkbox"/> distributiecontracten												0
<input type="checkbox"/> boekingscontract												2 5#R
<input type="checkbox"/> managementcontract												0
<input type="checkbox"/> contract voor optredens												1
<input type="checkbox"/> 360°-model												0
<input type="checkbox"/> De rechtsvorm & sociaal statuut:	X									X		4 N°1
<input type="checkbox"/> zelfstandigenstatuut												0
<input type="checkbox"/> kunstenaarsstatuut			N°1									1 9#R
<input type="checkbox"/> kiezen van de juiste rechtsvorm: feitelijke vereniging, vzw, vennootschappen, eenmanszaak, vennootschap onder firma (VOF),...				N°4	X						X	4

In tabel 3 zien we de voornaamste zakelijke aspecten aangegeven door de respondenten in tabel 2.

Tabel 3. Globale top 5 van zakelijke aspecten

Top	Aspect	Aantal r
1.	<input type="checkbox"/> Networking: contact met collega's, managers, boekingskantoren, organisatoren,...	9
2.	<input type="checkbox"/> De rechtsvorm & sociaal statuut	9
3.	<input type="checkbox"/> Financieel beheer	5
	<input type="checkbox"/> Contracten	5
4.	<input type="checkbox"/> Verschillende vormen van uitbetaling	4
	<input type="checkbox"/> Optredens regelen van A tot Z	4
	<input type="checkbox"/> Auteurs- en naburige rechten	4
5.	<input type="checkbox"/> Online promotie	3
	<input type="checkbox"/> Muziekopname	3
	<input type="checkbox"/> Organisatie van een band	3
	<input type="checkbox"/> Het juiste businessmodel	3

6.1.3. Rol van het hoger onderwijs

Nagenoeg alle ondervraagde muzikanten deelden de mening dat zakelijk ondernemerschap voornamelijk aangeboren is, in uw persoonlijkheid zit of een drive is die je meegekregen hebt vanuit de opvoeding. Ondernemerschap is een geheel van attitudes en vaardigheden dat je niet meteen kan aanleren, maar dat groeit naarmate je meer in contact komt met de professionele sector. Daarnaast gaven ze bijna allen aan dat men er zich toch ook wel in kan verfijnen en dat ondernemerschap kan bijgestuurd worden.

In volgende paragrafen gaan we na of de respondenten vonden dat de zakelijke vorming binnen de hogere opleidingen aangeboden moet worden of niet. We kijken hoe zij zakelijke vorming tijdens hun studies hebben ervaren en hoe zij suggesties gaven rond de thematiek.

6.1.3.1. Taak van de hogere opleiding

We vroegen de respondenten wat de meerwaarde en de belangrijkste taak van een hogere opleiding voor een professioneel popmuzikant is.

Techniciteit en muzikale ontwikkeling is de voornaamste taak van een hogere opleiding voor muzikanten. Het rijke pallet aan muzikale kennis en vaardigheden dat een hogere opleiding biedt, verhoogt de artistieke kwaliteit van de muzikant (respondent 1). Vakbekwaamheid leidt tot muzikale veelzijdigheid die je als muzikant flexibeler maakt en rijker. Vakbekwaamheid biedt voorts een 'credibility' die het imago ten goede komt en zo uiteindelijk ook de professionele netwerken.

Voor meerdere respondenten (3,4,5,7,9) was het echter niet genoeg om alleen muzikale theorie bij te brengen. Zij hechtten veel belang aan **creativiteit**. Creativiteit werd volgens hen gestimuleerd

door samenwerking en intuïtief leren, aldus respondent 3, 5 en 9. Hier zit echter het dilemma tussen traditie en eigen originaliteit. Respondenten 5 en 7 vonden dat men zich moet behoeden om hun studenten datgene op te dringen wat al 50 jaar de norm is. Door een te sterke klemtoon op de traditie te leggen, worden de studenten slechts kopieën van iemand anders. De meeste respondenten haalden dit kneden en vormen naar de traditie ook aan als de grootste valkuil van hun opleiding. Het evenwicht zoeken tussen traditie en eigenheid is de moeilijkste uitdaging voor een opleiding, zei respondent 7. Originaliteit is belangrijk en een hogere opleiding zou respect moeten tonen voor de eigenheid van hun studenten. De **authenticiteit** mag niet uit het oog verloren worden. Anderen noemden het eerder een **openheid** (9,11,12) creëren bij de studenten. Respondent 9 en 12 vulden deze openheid vooral muzikaal in: een openstaan voor vele genres. Respondent 11 zag dit echter als een verscheidenheid in alle aspecten van het muzikantschap leren kennen. Hij vond dat een hogere opleiding op z'n minst ook de student bewust moet maken van de **zakelijkheid** binnen de muziekwereld. De meningen over zakelijke vorming binnen de opleiding behandelen we verder in paragraaf 7.1.3.2.

Aangezien het muzikantenberoep onzeker is, vonden nog een paar respondenten (1,4,5) het de taak van de hogere opleiding hun studenten **bewust te maken** over het feit wat het wil zeggen om muzikant te zijn. Respondenten 4 en 5 spraken over een soort psychologische opvang en voorbereiden wanneer het wel eens niet zou lukken als muzikant. De paradox of dat de hogere opleiding in muziek wel een must is om het beroep uit te oefenen, zagen we reeds in de literatuurstudie en bij factor academisering in paragraaf 6.1.1. Enkele respondenten (2,4,5, 8,9,12) beaamden dit ook. Van Praet (2007, p.20) pleitte in haar onderzoek ervoor dat de opleidingen meer begaan zouden moeten zijn met de **werkgelegenheid** voor hun studenten. De respondenten (1,2,8) zagen een diploma nu voornamelijk als een diploma om te kunnen gaan lesgeven. Respondent 8 zou het interessant vinden als er binnen de opleiding naast optie leraar ook gekeken zou worden naar andere werkgelegenheden binnen de culturele sector. Enkele respondenten (5,12) daarentegen waren ervan overtuigd dat je kans om als muzikant geld te verdienen enorm vergroot als je een hogere opleiding in muziek hebt gevolgd. Het zijn volgens respondent 5 de meest gevraagde jobmuzikanten. Deze veronderstellingen zouden wel eens kunnen overeenkomen met de bevindingen in het Nederlands rapport 'Pop, wat levert het op?' (IJdens, Von der Fuhr & Rooij, 2009, p.13-14).

In de conceptafbakening merkten we op dat het onderscheid tussen amateurs –en professionele muzikanten consequenties heeft voor het onderwijs omwille van verschillende behoeften. Als docent in het DKO en HKO schetste respondent 4 dit onderscheid. Zo is hij veel strenger voor zijn studenten in het HKO wegens de beroepsgerichtheid binnen deze opleiding. In het DKO gaat het voor hem eerder om de menselijke waarden en de persoonlijke ontwikkeling van zijn leerlingen.

Volgens respondent 10 zouden de docenten van een hogere opleiding een belangrijke basisattitude moeten meegeven, namelijk hun passie voor het vak. Gepassioneerde docenten kunnen hun studenten sterker **motiveren**. Ook **zelfstandigheid** stimuleren is volgens een paar respondenten (4,12) een kerntaak.

Tot slot, geven we hier een opmerking mee die meerdere respondenten (1,2,3,6,8,9,12) gaven. Zij gaven aan dat de richting jazz & lichte muziek toch voornamelijk op jazz gericht is en weten ook niet of **lichte muziek** als genre in een opleiding te gieten valt. Jazz is volgens hen muzikaal veel technischer, terwijl popmuziek meer gericht is op eigenheid en dus meer experimenteel en minder schools.

6.1.3.2. Belang van zakelijke vorming binnen de opleiding

Een respondent (3) vond dat het zakelijk ondernemerschap geen plaats zou moeten krijgen binnen de hogere opleiding. Hij vond het goed dat daar aparte opleidingen voor bestaan. Volgens hem zou het te complex worden als men dat eveneens aan de muziekopleiding zou toevoegen. Het zou volgens hem maar half werk opleveren. Hij was van mening dat men zich beter focust op de volwaardige muzikale ontwikkeling.

Enkel nuanceerden dit echter. Zij waren van mening dat zakelijk ondernemerschap pas geleerd kan worden door ervaring in het werkveld of dat het doorgegeven kan worden aan iemand anders (zie ook: 6.1.2.1.). Respondent 7 formuleerde dat zakelijke vorming binnen de hogere opleiding zeker en vast belangrijk is, maar dat het wel een randverschijnsel blijft. Hij nuanceerde dit ook, omdat hij niet goed wist op welke manier dit dan juist zou moeten gebeuren. Respondent 12 gaf aan dat men moet voorkomen het de studenten te gemakkelijk te maken door alles voor te kauwen. Hij vond het belangrijker om een incentive te kweken om het zelf uit te zoeken.

Ruim de meerderheid van de respondenten (1,2,5,6,8,9,11) vond echter dat zakelijk ondernemerschap een plaats zou moeten krijgen in de hogere opleidingen voor muzikanten. Zij vonden het een gemiste kans. Volgens hen is de hogere opleiding een goede plaats om de zakelijke aspecten voor de muzikant helder en duidelijk uit de doeken te doen. Zo is er volgens respondent 5 wel veel informatie op het internet te vinden, maar is het niet evident dit allemaal te ontcijferen. Ook beklemtoonden enkelen (5,6) dat het nodig is om muzikanten al op jonge leeftijd te confronteren met dit zakelijk ondernemerschap. Velen studenten zetten immers tijdens hun studies reeds een voet in het werkveld.

6.1.3.3. Visie en aanwezigheid binnen de hogere opleiding

In deze paragraaf geven we de ervaringen van de respondenten mee rond zakelijke vorming tijdens hun opleiding. We merken op dat enkele respondenten de opleiding volgden tijdens de pioniersjaren van de richting jazz/lichte muziek. Het curriculum en de algemene visie zijn ondertussen mogelijks veranderd. Toch is het interessant om te polsen wat zij dachten over de visie van de opleiding rond deze materie.

De meeste respondenten hadden het gevoel dat ze zo goed als geen zakelijke vorming hebben gekregen. De respondenten gaven hiervoor uiteenlopende verklaringen. Volgens sommigen (2,4,8,9,12) was hun directie hier niet bewust mee bezig en focusten ze zich enkel op de muzikaal-technische ontwikkeling van hun studenten. Vervolgens verklaarden een paar (2,6) dat de

docenten zelf geen weet hebben van het zakelijk ondernemerschap, omdat zij zelf niet meer in het echte muzikantenleven staan. Volgens anderen (1,3,6,7,10) daarentegen was het wel een bewuste beleidskeuze van de opleiding. Het is wel correct dat de muzikale opleiding de hoofdzaak is en de zakelijke aspecten randverschijnselen blijven, aldus respondent 7. Volgens hem is er dan ook geen aanmoedigingscultuur vanuit het onderwijs voor ondernemerschap. Deze mening komt sterk overeen sterk met die van Lorin Parys (in Schramme, 2010, p.116). Zakendoen zou te remmend werken op de creativiteit en individualiteit van de studenten. Respondent 6 verweet de opleiding eerder dat zij er niet in geloven dat studenten zakelijke kennis al nodig zouden kunnen hebben tijdens hun opleiding. Respondent 5 legde tenslotte de oorzaak bij de desinteresse van muzikanten in het algemeen. Zakelijke vorming die aanwezig was, werd gegeven op losse basis. Docenten motiveerden hun studenten ook niet om dit ernstig te nemen.

6.1.3.4. Suggesties voor zakelijke vorming binnen opleiding

De respondenten gaven enkele suggesties hoe zij zelf zakelijke vorming zien gebeuren binnen een hogere muziekopleiding. Hierbij is gekeken naar wat zij zeggen over het moment in de opleiding, de manier waarop het gegeven zou moeten worden en welke zakelijke aspecten zij dan vooral aan bod willen zien komen.

Moment in de opleiding

Enkele respondenten (2,5,6) vonden het te laat om zakelijke vorming pas mee te geven in de laatste twee jaren van de opleiding. Respondent 6 die in de **beginjaren** van zijn opleiding een doorbraak maakte in de sector met zijn muziek, vond het vooral een zwaar minpunt dat men niet reeds in het begin van de opleiding inzicht meekreeg over zakelijkheid in de muzieksector. Anderzijds vonden een paar respondenten (1,7) niet dat het perse in het begin moet gedoceerd worden. Respondent 1 zou het interessant vinden deze vorming in te vullen als een **apart module**, vergelijkbaar met een lerarenopleiding, die men **na de opleiding** nog kan volgen als men dit nodig acht. Zijn gedachtegang hierbij was dat een leraar of lector muziek zakelijk ondernemerschap minder hard nodig heeft dan een beroepsmuzikant.

Manier: instructiestrategie en wijze van implementatie

De meeste respondenten (2,3,5,6,7,8,9,10,12) waren het erover eens dat men zakelijke **niet enkel** op een **theoretische manier** mag doceren. Ze legden een sterke klemtoon op het belang van praktijkervaring. De theorie moet volgens hen in een praktische context opgehangen worden. Drie mogelijke manieren van doceren werden aangegeven. Ten eerste vonden een paar (5,8) de **stage** in deze vorming belangrijk als leerrijkste vorm. Als tweede vorm vonden enkele respondenten (2,9,10,12) het interessant om naast deze individuele praktijkervaring ook te werken met een **gezamenlijk praktijkvak**. In een dergelijk praktijkvak zouden de studenten bijvoorbeeld samen een concert/kleinkunst-voorstelling/ ... in elkaar steken en organiseren. Zo leren ze samenwerken en komen ze automatisch in contact met enkele zakelijke aspecten van het muzikant zijn. Op deze manier kunnen ondernemerscompetenties aangewakkerd worden. Respondent 12 verwees hierbij naar het projectonderwijs dat in de PHL-Music wordt toegepast. Ten derde suggereerden enkelen (7,8,9) dat bijvoorbeeld contracten uitgelegd moeten worden aan de

hand van een aantal interessante **casussen** in plaats van een droge opsomming van feiten. Twee respondenten (5,7) zeiden dan ook dat het belangrijk is dat de docenten **mensen uit het werkveld** zijn, muzikantondernemers die hun eigen verhaal zakelijk komen toelichten. Respondent 5 benadrukte dat een constante vernieuwing van het docentenkorps wenselijk is, om zo een verroesting van het systeem te vermijden en het contact met de praktijk niet te verliezen. Respondent 7 relativeerde wel dat het niet eenvoudig is om succesvolle ondernemers te overtuigen les te komen geven.

Sommigen (7,8,11) deelden eveneens mee dat de zakelijk vorming **actueel** moet zijn. De muziekindustrie evolueert voortdurend en de opleiding mag hier niet naast kijken. Zo vond respondent 8 het belangrijk om zich als muzikant te kunnen positioneren in de evolutie van platenmaatschappijen tot de DIY-mentaliteit.

Of de zakelijke vakken **verplichte of optionele vakken** moeten zijn, waren de meningen niet eenduidig. Een paar (1,8,11) zeiden dat er op z'n minst een keuzevak zakelijk ondernemen zou moeten zijn, maar uiteindelijk meenden enkelen (1,2,5,11) dat iedereen toch een basis zou moeten hebben in het zakelijk ondernemerschap en dat een minimum aan verplichte vakken in zakelijkheid toch nodig is.

Tot slot, spraken enkele respondenten (5,7,11,12) over de **uitwisseling** met andere scholen of haalden zij een andere school als voorbeeld aan. Respondent 5 beaamt dat hogere scholen hun visie moeten verbreden door actief know how te wisselen met andere scholen. Unizo bood volgens respondent 7 ooit een boeiende lessenreeks aan rond zakelijk ondernemerschap in de muzieksector. Ook Nederland werd getipt als interessante samenwerkingspartner.

Topics

De respondenten gaven veel suggesties over de mogelijke leerinhouden binnen zakelijke vorming. Ze dekken bijna alle aspecten van zakelijk ondernemerschap die we in onze concept-afbakening opsomden. Men schoof voornamelijk de juridische en financiële topics naar voren. Het belang van de meer sociaal gerichte activiteiten werd ook onderstreept en tot slot, spraken enkelen ook van de meer praktische kant van het muzikant zijn.

Binnen de juridische topics onderstreepte de grote meerderheid (1,2,5,6,7,8,9,10,12) de behandeling van het sociaal statuut, de verschillende rechtsvormen of organisatievormen, de contracten en hoe hierin te onderhandelen, je rechten als muzikant, de auteurs- en naburige rechten en de beheersvennootschappen als onmisbare kennis.

Financieel beheer hoort er ook bij. Kunnen boekhouden komt hier als hoofdvak naar voren, maar ook kennis van de verschillende uitbetalingvormen, het factureren en het berekenen van BTW berekenen werden vernoemd.

Enkelen (1,4,5,7) beklemtoonden volgende sociale topics: marketing, internetverkoop van muziek, uitleg van de verschillende steunpunten, bewustzijn rond het belang van netwerken en de sociale

vaardigheden hierbij. Een algemene vorming over hoe het werkveld eruit ziet moet de studenten helpen meer omgevingsgericht te zijn en zich bewust te zijn van de verschillende beroepsmogelijkheden.

Tenslotte spraken enkelen (1,9,10,12) over de praktische kant. Het maken van opnames, kennis van randapparatuur en klankmanipulatie en het verloop van boekingen bij festivals en culturele centra zijn de topics die hier vernoemd werden.

6.2. Opleidingsafgevaardigden

Hoe denkt het hoger muziekonderwijs zelf over de problematiek van dit onderzoek? In dit onderdeel belichten we de derde deelonderzoeksvraag: "Hoe ervaren de opleidingsafgevaardigden de noden aan zakelijke vorming?". Voor een overzicht van onze respondenten uit het hoger muziekonderwijs verwijzen we naar: 5.2. Onderzoekseenheden.

6.2.1. Belang van ondernemerschap

Net als bij de muzikanten kijken we naar de context waarin de muzikant vandaag gedwongen wordt tot ondernemerschap. Hierbij werd teruggegrepen naar dezelfde factoren uit ons theoretisch luik. Van muziek je beroep maken, is geen evidentie. Dat wordt erkend door het hoger muziekonderwijs. Voornamelijk de directrice van Jazz Studio in Antwerpen, Ondine Quackelbeen, schetste in haar interview de **onzekere situatie** waarin een muzikant moet werken. Ten eerste is het beroep van een muzikant, net zoals de andere artistieke beroepen, niet syndicaal beschermd. Ten tweede is er in België een onaangepast juridisch kader. Dit ontbreken van een duidelijk juridische omkadering vanuit **het beleid** vormde voor haar de grootste oorzaak voor de penibele situatie. Zo worden gages laag gehouden, maar blijven de eisen aan de muzikanten steeds hoog. Laurens Leurs, departementshoofd van PHL-Music, sprak over het juridisch kader dat nog niet op punt staat –het muzikantenstatuut is nog steeds een hevig discussiepunt –, maar er zijn volgens hem wel bepaalde mechanismen in gang gezet die de muzikant beschermen.

Dat er weinig onderscheid wordt gemaakt tussen semiprofessionele en professionele muzikanten vloeit voort uit dit gebrek aan duidelijke omkadering. Beide groepen zitten in eenzelfde vijver doordat het beroep onbeschermd is, aldus Quackelbeen. Slechts een elitair groepje van die vijver kan volgens haar financieel rondkomen. Peter Hertmans, opleidingscoördinator van jazz/lichte muziek aan het Lemmensinstituut, sprak over het **overaanbod** van muzikanten. Hij begon zijn professionele carrière als muzikant in de jaren '80 en merkte de aanzienlijke toename van muzikanten op. Om zich te profileren en opdat de muzikant zou opgemerkt worden, is zakelijk ondernemerschap noodzakelijk geworden:

"Ik begon professioneel, dat is 1980, gitaristen van mijn niveau, wel, we waren met 2 of 3 in België. Nu zijn ze gewoonweg met een 150-tal. Zie je het verschil? Dus om je te profileren nu heb je de zakelijke kant nodig, anders ziet niemand u." (Peter Hertmans).

Muzikanten die het zich kunnen veroorloven zich enkel met de artistieke kant bezig te houden, zijn eerder zeldzaam, aldus een overtuigde Leurs. Voor elke 'Selah Sue' zijn er honderd andere artiesten die eerst zelf moeten uitzoeken hoe ze hun muziek op de markt kunnen brengen en zo verder.

Volgens Quackelbeen gaan muzikanten zelden om met risico's, of alleszins, met 'extra' risico's. Het is al een groot **risico** om muziek als beroep te kiezen. Het is een beroep waar enkel het eindproduct telt. Ook Leurs beaamt dit. Volgens hem zijn productiebudgetten voor muzikanten steeds minder aan de orde dan vroeger. Een muzikant wordt niet betaald tijdens het creëren, maar wordt betaald voor het eindproduct.

Multiple jobholding als kenmerk van de carrière van een muzikant kwam meerdere malen naar voren. Els Smedts, opleidingscoördinatrice van het Koninklijk conservatorium in Antwerpen, gaf aan dat 80% van hun leerlingen werk vond in de culturele sector, les gaven of speelden. Dit vond ze geruststellende cijfers. Ook Eric Van Leuven, opleidingscoördinator van jazz/lichte muziek aan het Koninklijk conservatorium Brussel, voelde aan dat de muzikant zich steeds flexibeler moet opstellen en gedwongen wordt tot het combineren van jobs. Quackelbeen was van mening dat een muzikant geen hoofd- of bijberoep heeft. Zij sprak over een mengvorm van beroepsuitingen. Dat vormt meteen ook het grootste probleem voor een degelijke juridische structuur rond de muzikant. Lesgeven vormde volgens de opleidingsafgevaardigden een belangrijke factor in de carrière van de meeste muzikanten. Het DKO neemt hier een grote plaats in. De meeste muzikanten spelen in een aantal bandjes en geven daarnaast meestal ook les in een academie. Quackelbeen maakte echter de bedenking dat de werkgelegenheid aan dergelijke academies en conservatoria uiteindelijk ook op grenzen botst. Volgens haar is er geen plaats voor nieuwkomers, want de huidige lesgevers zitten er vastgeroest voor de komende vijftig jaar.

Maarten Weyler, departementshoofd van het Koninklijk Conservatorium Gent, verklaarde hierbij dat er veel mogelijkheden zijn om jobs vlot te combineren, omdat Vlaanderen net zo klein is. Dit maakt volgens hem ook de stap naar het muzikantenleven kleiner, omdat het risico zodoende ingedijkt wordt. In Amerika is volgens hem het kiezen voor het muzikantenleven een veel grotere beslissing. Ondanks de combinatie met een job in het DKO proberen de meeste Vlaamse muzikanten toch een carrière uit te bouwen als soloartiest of band. Waarschijnlijk is daar dan bij velen na een vijftal jaren een falen, omdat zij een zakelijk ondernemerschap mankeren, aldus Weyler.

Dat falen groeit voor een deel ook voort uit een **onwetendheid** bij jonge muzikanten, volgens Weyler, Leurs en Quackelbeen. Volgens hen zijn er velen die niet beseffen welke industrie ze binnenstappen. Deze onwetendheid is volgens Leurs nog nadeliger dan ooit. Die onwetendheid hangt nauw samen met **verwachtingen** die muzikanten koesteren. Volgens Weyler en Quackelbeen is dagdromen vele muzikanten over de ideeën die ze willen bereiken.

Van Leuven en Hertmans spraken over **technologische evoluties** die het makkelijker maken om vandaag zelfstandig muziek te maken. Vroeger was een muzikant genoodzaakt naar een studio te

gaan voor een degelijke opname. Tegenwoordig bestaan er zoveel mogelijkheden met apparatuur, bijvoorbeeld Pro Tools, die het mogelijk maken thuis kwaliteitsopnames te maken (Hertmans). Het internet heeft een enorme impact op hoe de muziekindustrie functioneert:

"Wat is de impact van het internet tegenwoordig op het muziekgebeuren? Enorm. Je ziet, Justin Bieber, zeventien jaar en hij is nu al multimiljonair dankzij Youtube. Dat was ondenkbaar vroeger." (Peter Hertmans).

Ook Van Leuven schreef een grote ommekeer in het werkveld toe aan de komst van internet. De vroegere grote inkomstbronnen via de platenverkoop zijn ingezakt en bepaalde geldstromen zijn gewijzigd. Weyler sprak eveneens over deze omwenteling in de muziekwereld. In de context van veranderende businessmodellen is de **Do It Yourself-mentaliteit** gegroeid en algemeen verspreid geraakt, aldus Leurs. Hier doelde hij op een soort implosie van de industrie waardoor de artiest steeds meer zelf moest omgaan met de risico's en het heft in handen is moeten gaan nemen. Aanvankelijk was dit een noodgedwongen verzet tegen de grote platenfirma's; tegenwoordig is dit steeds meer verspreid als mentaliteit om carrière te maken. Quackelbeen sprak over een industrialisering waarbij de muzikant steeds meer op de achtergrond werd geschoven. Zij gaf hierbij het voorbeeld van een Europese conferentie rond de richtlijnen voor de rechten bij cd's. Van de vele aanwezigen op deze conferentie waren er slechts twee zelf muzikant.

De popindustrie in **België** verloopt op kleine schaal in vergelijking met het buitenland. Volgens Weyler gebeurt doorbreken in het buitenland gebeurt nog zelden door het gebrek aan know how. Doordat deze know how nog redelijk klein is, is in ons land de manager en de boeker vaak eenzelfde persoon. Onderscheid tussen verschillende functies vind je hier in mindere mate tegenover bijvoorbeeld de Amerikaanse muziekindustrie, aldus Weyler. De mogelijkheid om lesgeven en optredens te combineren, maakt de noodzaak om in het buitenland door te breken ook minder noodzakelijk.

Over de rol van het **muzikaal talent** zijn de opinies wat verdeeld. Hertmans maakte een belangrijke statement dat geen enkel zakelijk ondernemerschap het gebrek aan muzikaliteit kan opvullen. Een sterke muzikale act is een absolute voorwaarde opdat zakelijk ondernemerschap zin heeft. Quackelbeen deelde die mening niet helemaal. Zij zag het ene niet als een voorwaarde voor het andere. Het is niet omdat men goed kan spelen, dat men zich goed kan verkopen en omgekeerd. Er zijn 'autistische' muzikanten die zich niet kunnen verkopen, maar die wel fantastisch spelen. En er zijn evengoed zwakkere muzikale talenten die zich perfect kunnen verkopen in de economie. Leurs zag uitzonderlijk muzikaal talent wel als een mogelijke springplank, maar noemde het eerder zeldzaam. Over **geluk en toeval** werd niet expliciet gesproken door deze respondenten.

Verder maakten enkelen een duidelijk onderscheid naar **genre**. Zo legde Weyler uit dat ieder muziekgenre nog altijd zijn eigen markt heeft waar andere geldbedragen circuleren. Zo is het volgens hem in het jazzcircuit veel harder dan in het popcircuit om te overleven van optredens. Ook Quackelbeen deelde die mening. Eric Van Leuven gaf toe dat hij niet zo gekend was met de

popsector, maar achtte het visuele entertainmentsaspect daar wel veel belangrijker dan het artistiek muzikale. Hij verbond het zakelijk ondernemerschap ook met dit onderscheid in genre. Hij trok het onderscheid tussen het economische zakelijk ondernemen en het artistiek zakelijk ondernemen. Hertmans maakte het genreonderscheid op artistiek inhoudelijk vlak met onder andere verschillende doelpublieken en motieven, maar trok geen onderscheid als het aankwam op de puur zakelijke competenties die een muzikant moet beschikken. Hoe dit genre verder invloed heeft op hun visie op zakelijk ondernemerschap, spitten we ook in volgende paragraaf verder uit.

6.2.2. Zakelijk ondernemerschap

6.2.2.1. Algemene definitie en overkoepelende ondernemerattitudes

Ook voor de opleidingsafgevaardigden was het niet vanzelfsprekend een pasklaar antwoord te bieden op wat zij verstonden onder zakelijk ondernemerschap. Op de algemene vraag antwoordden ze dan ook eerder op een abstract niveau, maar gaandeweg in de interviews tekenden zich wel competenties af die zij verstonden onder zakelijk ondernemerschap.

Koninklijk Conservatorium Antwerpen

Voor Els Smedts gaat het zakelijk ondernemerschap over “ een vinden van een zinvolle beroepsactiviteit die inkomsten genereert”. Het is meer dan alleen maar het vinden van optredens. Deze zinvolle beroepsactiviteit hangt volgens haar voor ieder muzikant af van persoonlijke interesses.

Koninklijk Conservatorium Brussel

Eric Van Leuven trok meteen het onderscheid tussen het artistiek en het economisch zakelijk ondernemen. Bij het artistiek zakelijk ondernemen noemde hij de reflectie van de artiest over hetgeen hij speelt. Wat speelt hij en waarom speelt die zoals hij het speelt? We interpreteren dit als een soort van filosofisch en musicologisch profileren als muzikant op een inhoudelijk vlak. Bij het economisch zakelijk ondernemen noemde hij daarnaast het ganse terrein van impresario's, het leggen van contacten, het schrijven van dossiers, het juridische kader en meer. Dit interpreteren we als eerder organisatorische competenties.

Koninklijk Conservatorium Gent

Ten eerste beschouwde Maarten Weyler het zakelijk ondernemerschap als een algemeen fenomeen voor alle beroepen. Toegespitst op muzikanten trok hij op de tweede plaats toch een onderscheid tussen de jazz en popsector. Dit komt ten eerste door een financiële factor. In beide sectoren gelden andere bedragen en is er een andere dynamiek. In Vlaanderen kent hij slechts enkele goede jazz managers wat voor hem een teken is dat het nog niet echt nodig is. Een jazzmuzikant zal het dus zelf moeten kunnen bolwerken, terwijl een popmuzikant mogelijks sneller een kantelmoment bereikt en de zakelijke kant zal moeten uitbesteden. Het was voor hem dus sterk gerelateerd aan het muziekgenre waarin de muzikant zich profileert. Ten derde geloofde hij dat het talent voor ondernemerschap grotendeels iets aangeboren is. We kunnen volgens hem immers niet verwachten dat elke popmuzikant een perfect zakelijk ondernemer is. Wel was hij van mening dat

de muzikant in staat moet zijn om creatieve impulsen te geven aan zijn entourage. Het creatieve ondernemerschap bij de muzikanten achtte hij dus wel noodzakelijk. Weyler verwees ook naar een conferentie van het Jazz Education Network dat hij bijwoonde in New Orleans (januari 2011). In dat verslag lezen we dat een platencontract tegenwoordig een 'joint venture' is. Het is een samenwerking tussen de artiest en de platenmaatschappij waarin iedereen moet investeren. Platenmaatschappijen kunnen artiesten helpen in domeinen waar ze niet sterk in zijn, maar zullen geen contract tekenen indien de artiest hen niet kan overtuigen. We leiden hieruit af dat een artiest vooral richting moet kunnen geven in wat hij of zij wilt en hierbij ook creatieve impulsen kan inbrengen.

Lemmensinstituut

"Een muzikant moet zichzelf kunnen verkopen en moet daarvoor gezien worden," aldus Peter Hertmans. Muziek speelt zich af in twee verschillende geledingen: de artistieke wereld en de amusementssector. Dit verschil maakte hij echter alleen op artistiek inhoudelijk vlak. Het onderscheid is gelegen in de doelpublieken en motieven die gehanteerd worden. Fundamenteel bekeken, los van het genre, zijn de zakelijke bezigheden grotendeels overeenkomstig. Het zich kunnen authentiek profileren en het in contact treden met de omgeving, zijn de voornaamste aspecten die werkgelegenheid bieden. De muzikaliteit en zakelijkheid zijn in het beroep van een muzikant constant met elkaar verweven, waarbij de muzikale bekwaamheid een eerste absolute voorwaarde is om het zakelijk ondernemerschap te doen slagen. Toch had voor Hertmans zakelijk ondernemerschap ook een individuele oorsprong. De individuele persoonlijkheidskenmerken zijn voor hem de zaken die het verschil maken of dat iemand opgemerkt wordt of niet.

Provinciaal Hogeschool Limburg

Voor Laurens Leurs kwam zakelijk ondernemerschap bij muzikanten neer op het kunnen beredderen van hun zaakje. Clichés dat de muzikant enkel creatief, maar niet zakelijk moet zijn, waren voor hem in deze tijden al lang achterhaald.

Jazz Studio

Ondine Quackelbeen's visie kwam grotendeels overeen met die van Peter Hertmans. Zakelijk ondernemerschap komt erop neer dat men in staat is om het eigen muzikaal project te verkopen en kennis te hebben van het muzikantschap. Ook voor haar is een muzikale sterke act een voorwaarde voor het slagen van het zakelijk ondernemen van de artiest. De artiest beschikt over deze capaciteiten of niet. Sommigen zullen zich nooit kunnen verkopen, hoeveel kennis ze ook hebben over de muziekindustrie. Het inschatten van eigen capaciteiten vormt voor haar de basis van ondernemen. Toch is ook een muzikale vakbekwaamheid geen garantie voor het slagen van een muzikant en draait het meestal om de persoonlijkheidskenmerken van de artiest. Om die ten volle te laten ontplooiën bij muzikanten, moet volgens Quackelbeen eerst de financiële situatie optimaal zijn. Een muzikant kan volgens haar niet creatief zijn als hij zich zorgen moet maken over zijn loon. De risico's van het muzikantenberoep waren volgens haar geen stimulator voor ondernemerschap, maar hadden juist een remmende factor.

Bij de interviews zien we dat persoonlijkheidskenmerken en attitudes een belangrijke plaats innemen bij het omschrijven van zakelijke competenties. We kijken hoe de persoonlijke

competenties die zij aanhaalden, pasten in de omschrijving van Unizo (z.d.). **Vakbekwaamheid** werd vooral sterk beklemtoond door Hertmans en Quackelbeen. Het is de allereerste voorwaarde opdat men opgemerkt zou worden en men zich zou kunnen gaan verkopen. Als men niet kan spelen, wat gaat men dan verkopen? Een muzikant moet dan ook een **leervermogen** vertonen volgens Quackelbeen. Een muzikant is nooit afgestudeerd en moet zich voortdurend bijschaven om zijn carrière te realiseren.

Zin voor observatie was volgens Smedts, Weyler en Quackelbeen ook een noodzakelijke competentie. Men moet weten waar men als muzikant terecht kan voor werk of hulp. En muzikant moet zichzelf naar waarde kunnen inschatten door zich te vergelijken met de rest in het (inter)nationale muzieklandschap, aldus Hertmans. Hoe goed ben ik en waar situeer ik mij in mijn stijl?

Vervolgens werd **kritisch en creatief denken** door de meeste opleidingsafgevaardigden belangrijk geacht. In dit kader zagen Hertmans en Quackelbeen **zelfkennis** als een belangrijke factor. Volgens hen is het cruciaal om uw capaciteiten en authentieke eigenwaarde goed te kunnen inschatten. Voornamelijk Hertmans zag hierin de essentie van wat een muzikant wilt bereiken: weten wie dat je bent en dat op een authentieke en niet opdringerige manier leren uitbuiten als artiest. Weyler dacht vooral aan **creatief ondernemerschap** waarbij muzikanten hun zakelijke blik verruimen en opportuniteiten aangrijpen om de zaken op een alternatieve manier aan te pakken. Quackelbeen vond dat een artiest pas creatieve zaken kon bedenken als de juridische omkadering juist was. Als er geen ruimte is voor de muzikant om rustig zijn beroep uit te oefenen, kan men ook niet verwachten dat hij creatief zal ondernemen. Met de creatieve impulsen die een muzikant volgens Weyler geeft aan zijn entourage, **inspireert en motiveert** een muzikant ook.

Vervolgens vonden Weyler en Hertmans een **realistische instelling** als muzikantondernemer onmisbaar. Het hangt immers nauw samen met het juist kunnen inschatten van de eigen capaciteiten. Quackelbeen betwijfelt echter of muzikanten wel realistische instellingen hebben. Daarnaast werd **stressbestendigheid** door geen enkele opleidingsafgevaardigde zelf aangehaald, maar ze gingen er wel mee akkoord na het horen van de conceptualisering in dit onderzoek. Quackelbeen schetste in haar interview de problemen die een beroepsmuzikant tegenkomt. De gages zijn heel laag, maar de eisen tegenover de muzikant vermeederen steeds. Het vraagt dus noodgedwongen heel wat flexibiliteit en stressbestendigheid, vertelde Quackelbeen.

Het **kunnen omgaan met risico's** leek vanzelfsprekend door het beeld dat zij schetsten over het beroep van een muzikant⁵. Verantwoordelijkheid nemen en zelfstandig kunnen beslissen getuigen voor de meesten dan ook van ondernemerschap. Hertmans vond het heel belangrijk, maar gelooft dat het een moeilijk punt is bij velen. Volgens Quackelbeen is er in elke muziekgroep één leider die alle verantwoordelijkheid draagt en de andere leden "hangen eraan".

Een **communicatieve houding** die u in staat stelt professioneel te netwerken en u te uiten tegenover uw publiek, is ontzettend belangrijk volgens alle opleidingsafgevaardigden. Het hoort

⁵ zie 6.2.1. Belang van zakelijk ondernemerschap

thuis in de sfeer van het moeten gezien worden. Iemand die niet communiceert, kan ook moeilijk gezien worden. Het belang van een **gedrevenheid** en het beschikken over een **visie**, wordt ook even aangehaald door Weyler, Hertmans en Leurs. "As in real life kan je het niet veroorloven het allemaal eventjes te laten hangen," verklaarde Leurs. Een doorzettingsvermogen komt dus bij het ondernemerschap kijken. Bij zakelijk ondernemerschap is **discipline** essentieel, voegde Weyler toe. Geordend en planmatig te werk gaan, is vaak een opgave voor muzikanten met een eerder chaotisch karakter, aldus Smedts en Quackelbeen.

6.2.2.2. Financiële competenties

In de volgende vier paragrafen bespreken we het aanbod van zakelijke topics binnen de hogere opleidingen en hoe de opleidingsafgevaardigden hierover denken.

Koninklijk Conservatorium Antwerpen

Volgens Els Smedts kon men van studenten niet verwachten dat ze specialisten werden in de financiële aspecten van het beroepsleven. Daarvoor zijn er boekhouders ter beschikking. Een gedetailleerde kennis vond ze dus overbodig, maar ze vond wel dat ze een basis moesten meekrijgen. Hierbij vond ze de verschillende manieren van uitbetaling essentieel, alsook gages leren bepalen en subsidies leren aanvragen. Dit wordt voornamelijk vormgegeven in het verplicht vak 'inleiding tot de muziekpraktijk' in het derde bachelorjaar.

Koninklijk Conservatorium Brussel

Eric Van Leuven gaf toe dat de financiële aspecten en competenties afwezig zijn in hun opleiding: er wordt nauwelijks gesproken over BTW, fiscaliteit van auteursrechten, wetgeving rond subsidies en Europese fondsen, Hij vond wel dat dit meer aan bod moet komen, maar vertelde dat het moeilijk ligt om tal van redenen. Die redenen worden in 6.2.3.4. besproken.

Koninklijk Conservatorium Gent

Op de financiële topics gaat Weyler niet diep in, maar hij gaf wel aan dat ze aan bod komen in hun curriculum. In 'cultuurmanagement' wordt in het derde bachelor een inleiding tot financiën meegegeven met een basis over financieel beheer, subsidies en sponsering. Prijszetting wordt in de master behandeld in het vak 'economische en juridische aspecten van de muziekindustrie'. In het mastervak 'muziek en recht' behandelt men de fiscaliteit van auteursrecht en naburige rechten.

Lemmensinstituut

Peter Hertmans sprak over budgetplanning, het aanvragen van subsidiedossiers, de fiscaliteit van auteursrechten, de verschillende uitbetalingvormen en gagebepaling. Dat laatste hing voor hem nauw samen met het kunnen inschatten van de eigenwaarde als artiest. Dat was essentieel voor hem. Subsidies was voor hem een aparte kwestie. Zoals bij de algemene definitie besproken, trok hij artistiek-inhoudelijk een onderscheid tussen de artistieke sector en de amusementsector. Subsidies dienen volgens hem vooral voor die eerste sector. Als een muzikant steengoed is, maar weinig marktomzet heeft, is het de taak van subsidies deze artiest te onderhouden. Een popgroep die ernaar streeft een zo groot mogelijk publiek te bereiken, heeft deze overheidssteuning

minder nodig. Deze aspecten zouden aan bod komen in het derde bachelor en master met het vak 'organisatie van het muzikaleven'. We hebben er echter geen zicht op in welke mate ze in dit vak besproken worden.

Provinciaal Hogeschool Limburg

PHL-Music biedt binnen het curriculum een stevige basis aan de muzikantstudenten. Boekhouding, het BTW-stelsel, sponsoring, fiscaliteit van auteursrecht en naburige rechten, verschillende uitbetalingvormen komen onder meer uitgebreid aan bod in hun vakken 'oriëntatie beroepspraktijk' en 'werkveldverkenning'. De muzikantstudenten krijgen, toegespitst op hun discipline, een theoretische basis in de financiële competenties, voornamelijk kenniscompetenties.

Jazz Studio

De financiële kant was een heet hangijzer voor Ondine Quackelbeen. Het is de onzekere financiële situatie van een muzikant die ondernemerschap moeilijk maakt, vond ze. Het heersen van dumpingprijzen, het factureren dat het voor organisatoren soms onnodig ingewikkeld maakt, interim-bureaus die belastingen afhouden, belastingspapieren die zodanig ingewikkeld zijn voor de verschillende vormen van beroepsuitoefening, maken het voor de muzikant niet gemakkelijk zich te organiseren. Jazz Studio biedt geen zakelijke vakken aan, maar vanaf volgend academiejaar gaan ze een vak 'music business' inrichten waar ze boekhouding en de financiële topics willen in uitwerken.

6.2.2.3. Sociale competenties

Koninklijk Conservatorium Antwerpen

Els Smedts haalde communicatie aan als allereerste zakelijke competentie. Ze vond het belangrijk kennis te hebben van het muzikale landschap en te weten hoe ze moeten netwerken. Een goede biografie kunnen schrijven leek haar al een goed begin. In de bachelorjaren operationaliseert men de communicatievaardigheden als het leren samenwerken met anderen aan gemeenschappelijke projecten en activiteiten. Dit samenwerken komt in meerdere vakken voor zoals 'ensemble', 'repertoire' en 'muzikale projecten'. In de masterjaren is er een vak 'communicatievaardigheden' die zich specifiek richt op de sociale vaardigheden als leraar in de muziekeducatie. Dit zouden we kunnen zien als 'interne' communicatievaardigheden. Omgevingsgerichtheid tot de culturele sector (en minder de industrie) is terug te vinden in het keuzevak 'inleiding tot cultuurmanagement'. Tevens is er een keuzevak 'marketing'. Dit zien we als 'externe' communicatievaardigheden.

Koninklijk Conservatorium Brussel

Hoe men contacten moet leggen in het werkveld of hoe men dossiers schrijft, wordt volgens Eric Van Leuven niet expliciet behandeld in een bepaald opleidingsonderdeel. Wel komt het voor dat de studenten in een praktijkvak hun publiek moeten kunnen te woord staan en een programmaboekje moeten ineensteken.

Koninklijk Conservatorium Gent

Marketing en mediatraining, maar ook het schrijven van een goede sollicitatiebrief, waren sociale competenties die Maarten Weyler opnoemde. Marketing komt aan bod in het lesprogramma, maar over het algemeen vond hij dat dit wat te weinig concreet aan bod komt. Weyler gaf het voorbeeld van hoe Amatorski creatief met marketing omgegaan is door Spa toe te laten hun hit 'Come Home' te gebruiken voor hun reclamespot. Het gaf hen veel airplay en opende de deuren naar het grotere publiek. Vroeger was dergelijke actie 'not done' wegens het denigreren van de muziek tot achtergrondmuziek. Vandaag heet zo iets creatief ondernemen en de opportuniteiten ervan inzien.

Lemmensinstituut

Peter Hertmans legde sterk de klemtoon op sociale competenties. Uzelf profileren en inschatten gebeurt in wisselwerking met de internationale muziekwereld. Zich steeds afvragen hoe goed men is en hoever men staat, is een must voor een muzikant. Als men een goed imago heeft doordat men technisch goed en authentiek is, zorgt mond-op-mond reclame voor verspreiding van bekendheid. Verder houden de sociale competenties voor hem in dat men weet wie men moet benaderen en op welke manier men zichzelf degelijk kan voorstellen. Hij benoemde marketingmechanismen als websites, Myspaces, flyers, affiches, artikels in tijdschriften, ontwerp van cd-hoes en zo verder. Het creëren van een naam die de artistieke inhoud dekt en waarmee het publiek zich kan identificeren, plaatste hij ook bij het marketingdenken. Verder sprak hij over de promotie van een cd organiseren en hieraan een tournee kunnen koppelen. Deze aspecten werden volgens hem behandeld in het theoretisch vak 'organisatie van het muzikaleven'. Ook in het meer praktische vak 'bijkomende solistische vorming' waarbij de studenten zelf helemaal een concert moet organiseren, komen de studenten in contact met de sociale kant van hun beroep. Ze moeten zelf hun affiches maken en het publiek lokken. Dit gebeurt nog wel binnen de veiligheid van de schoolomgeving waardoor het volgens Hertmans wel iets mist van een realistische situatie.

Provinciaal Hogeschool Limburg

Professioneel netwerken is sterk ingebouwd in hun opleiding, pleitte Laurens Leurs, aangezien praktijkgerichtheid en de wisselwerking met het werkveld een grote rol speelt. Docenten die nog in de praktijk staan, nemen hun studenten op sleeptouw. Die wisselwerking gebeurt langs twee kanten. De opleiding wordt rijker en studenten netwerken al volop tijdens hun studies. Het werkveld op haar beurt kan op de studenten terugvallen voor projecten, stages en dergelijke meer. In het curriculum zijn de sociale competenties in meerdere vakken terug te vinden (zie bijlagen voor meer uitleg). Ze gaan in op verschillende software als middel voor en kennis rond communicatie en zelfpromotie. Omgevingsgerichtheid wordt gestimuleerd door het vak 'werkveldverkenning' waarin de culturele, politieke en economische ontwikkelingen van het muzikale veld aan bod komen.

Jazz Studio

Omgevingsgerichtheid werd ook door Ondine Quackelbeen beklemtoond. Muzikanten moeten kennis hebben van het muzikale landschap waarin ze werken. Ze moeten weten waar ze zich situeren in hun stijl, waar ze terecht kunnen voor werk en hulp, wie ze moeten aanspreken om een tour op

te stellen, hoe men affiches maakt en zo verder. Op dit moment krijgen deze sociale competenties niet formeel vorm als opleidingsonderdeel. Wel is één van de pijlers dat de opleiding een smeltkroes is waar gemakkelijk contacten gelegd worden. De opleiding profileert zich als een uitwisselingsplaats in een belangrijke muziekmetropool, Antwerpen. Quackelbeen wenste het vak 'music business' dat gepland staat, ook in te vullen met een onderdeel rond promotie voeren.

6.2.2.4. Praktische competenties

Koninklijk Conservatorium Antwerpen

Els Smedts sprak over het inleveren van goed geluidsmateriaal en het kunnen regelen van optredens van A tot Z. In het vak 'Muzikale projecten' die ze in de vijf jaren aanbieden, wordt er gewerkt aan het organiseren van een optreden. Hierbij moeten de studenten ook aandacht schenken aan de technische omstandigheden van het concert en is het vooral de bedoeling de zelfstandigheid en zelfredzaamheid als muzikant te trainen. Verder bieden ze ook een keuzevak 'opnametechnieken' aan, maar dit zou volgens haar nog meer uitgewerkt mogen worden.

Koninklijk Conservatorium Brussel

Eric Van Leuven vernoemt enkel het kunnen organiseren van concerten als een praktische competentie die een muzikant zeker nodig heeft. Deze competentie wordt in hun jazzopleiding geconcretiseerd in het vak 'concertpraktijk jazz' in de laatste twee masterjaren. Verder hebben ze in hun masteropleiding van jazzcompositie het verplicht vak 'Muziektechnologie'. Hierin wordt de student geïnitieerd in de ICT-toepassingen rond opnametechnieken, live-electronics en computer aided composing als studietechnieken.

Koninklijk Conservatorium Gent

In staat zijn planmatig te werk te kunnen gaan en hierbij een discipline tonen, vormde voor Maarten Weyler een belangrijke opstap om ondernemerschap te verbeteren. Hij is de eerste die sprak over het belang van goede time-management. Op een seminarie, de 'career day' genaamd, installeerde hij reeds een workshop rond het organiseren van een semester. Kwaliteitsvolle opnames, organiseren van try-outs, leren casten, het regelen van optredens en het organiseren van de band leert men zowel in de uitvoerende richting jazz/lichte muziek als de scheppende richting muziekproductie. Het realiseren van een cd in eigen beheer wordt enkel besproken bij de muziekproductie. In het curriculum van muziekproductie vinden we inderdaad enkele vakken die toegespitst zijn op apparatuur die de kennis rond opname en klankrealisatie verruimen (bv, 'live electronics').

Lemmensinstituut

Peter Hertmans sprak over het opnemen van demo's en een tournee van optredens koppelen aan de promotie. Praktische competenties worden volgens hem vooral vormgegeven in het vak 'bijkomende solistische vorming' waarbij de studenten zelf een concert organiseren.

Provinciaal Hogeschool Limburg

Laurens Leurs sprak niet expliciet over de praktische aspecten uit onze conceptualisering. Wel

sprak hij over het tweedejaarsproject van hun richting muziekmanagement: Burn Out Festival. In dit project zetten de studenten muziekmanagement een eigen festival van A tot Z op. Hoewel dit niet in het lessenpakket zit van de studenten muziek, worden zij wel nauw betrokken als vrijwilligers en als acts op de podia. Op deze manier komen ze wel in contact met een realistisch setting. In het vak 'bandprojecten' werken de studenten gedurende de hele opleiding aan het zich kunnen organiseren en functioneren als band.

Jazz Studio

Ook Ondine Quackelbeen was overtuigd dat er praktische aspecten zijn waarmee een muzikant niet zonder kan: weten hoe men een demo of cd opneemt, het juiste materiaal aankopen, weten hoe men zijn administratie moet bijhouden of waar hij daarvoor terecht kan. Ook hoe men aan festivals kan deelnemen en wie men moet aanspreken om een tour op te stellen, hoort erbij. Verder moet de muzikant functioneren in groep om de muziekstukken in te oefenen. Het aanbod in de opleiding bestaat uit een initiatie over opnametechnieken, logic en producing voor de richting popsoul. Oefenen in groep komt ook ruimschoots voor in de vakken.

6.2.2.5. Juridische competenties

Koninklijk Conservatorium Antwerpen

Voor Els Smedts was het belangrijk dat de studenten weten met wel sociaal statuut ze het beste af zijn. Het Kunstenaarsstatuut wordt onder andere besproken in hun vak 'inleiding tot de muziekpraktijk' in het derde bachelorjaar. Hierin komen ook auteursrechten en naburige rechten aan bod in enigszins beperkte mate, maar wat volstaat volgens Els Smedts. Informatie rond de verschillende contracten komt volgens haar nog te weinig aan bod. De mate waarin studenten met theorie rond de wettelijke aspecten in aanraking komen, hangt af van de lezingen die worden aangeboden in 'inleiding tot de muziekpraktijk'.

Koninklijk Conservatorium Brussel

Eric Van Leuven erkende dat het belangrijk is dat een muzikant kennis heeft over het hele veld van auteursrechten, kunstenaarsstatuten, wetgeving rond subsidies, Europese fondsen en dergelijke meer. Hij gaf toe dat hier weinig of niet formeel wordt over gesproken in hun lesprogramma. Het gebeurt enkel informeel tussen de docent en leerlingen.

Koninklijk Conservatorium Gent

Maarten Weyler legde voornamelijk een klemtoon op de kennis van auteursrechten. Dit komt mogelijks doordat dit een aspect is waar de studenten tijdens hun studies nog het meest mee geconfronteerd worden. In het aanbod vonden we een stevige theoretische basis in de rechtsvormen, auteurswet, contractuele modellen en sociaal statuten in de vakken 'inleiding tot cultuurmanagement', 'muziek en recht' en 'juridische en economische aspecten van de muziekindustrie'.

Lemmensinstituut

De juridische kant rond auteursrechten en contracten heeft Peter Hertmans laten opnemen in het vak 'Organisatie van het muzikleven'.

Provinciaal Hogeschool Limburg

Het regelen van auteursrechten, juridisch en sociaal statuut was voor Laurens Leurs een onderdeel waarmee een muzikant best zo vroeg mogelijk mee bezig is, gezien de vele beperkingen waarop men vroeg of laat kan botsen. Die beperkingen slaan niet enkel op de eigen beperkingen, maar ook op de beperkingen vanuit het beleid en instanties als de RVA en VDAB. Ze slagen er nog niet in om de muzikant aangepast juridisch te omkaderen. In het vak 'oriëntatie beroepspraktijk' wordt voor de studenten muziek een theoretische basis meegegeven rond sociaal recht, auteursrecht en contracten. Ook in 'werkveldverkenning' komen verscheidene juridische kwesties rond bijvoorbeeld online muziekindustrie naar voren.

Jazz Studio

Voor Ondine Quackelbeen was de juridische omkadering van de muzikant een groot knelpunt in het uitbouwen van een muziekcarrière. De consequenties die volgen uit de verschillende rechtsvormen, waren volgens haar irrealistisch met het oog op een muzikantenberoep. Een vzw eist een hele boekhouding en voor een VOF of een eenmanszaak moet de muzikant al kapitaalkrchtig zijn, illustreerde Quackelbeen. Kennis om te weten wat de meest geschikte rechtsvorm is, lag bij Quackelbeen gevoelig en vond zij allerm minst eenvoudig. Ook de sociale statuten stellen geen realistische eisen. Een jazzmuzikant kan zich moeilijk laten regulariseren door de eisen die het artiestenstatuut stelt rond het aantal werkuren. Bij een zelfstandigenstatuut of via een interim-bureau wordt de muzikant aan zijn lot overgelaten als het aankomt op werk zoeken. De verschillende contracten maken het tevens niet eenvoudig om als muzikant te factureren. Op dit moment worden de juridische aspecten niet structureel besproken binnen de opleiding, maar Quackelbeen gaf aan dit te willen opnemen in het vak 'music business'.

6.2.3. Rol van het hoger onderwijs

In dit onderdeel zetten we achtereenvolgens uiteen: hoe de opleidingsafgevaardigden kijken naar hun rol als onderwijsinstelling, hoe zij de nood aan zakelijke vorming ervaren, wat hun visie is op hun rol in zakelijke vorming, wat de knelpunten hierbij zijn en tot slot, wat hun toekomstvisie hierbij is.

6.2.3.1. Taak van de opleiding

Alle opleidingsafgevaardigden zien het bijbrengen van **muzikaaltechnische vaardigheden** als voornaamste taak van de opleiding. Net als bij de muzikanten zelf, vonden zij het hoge artistieke niveau de meerwaarde van een hogere opleiding in muziek. De brede muzikale vorming moet hun studenten polyvalent inzetbaar maken op het podium, in de studio, in het onderwijs..., aldus Weyler. Quackelbeen plaatste hierbij wel een nuanceverschil. In tegenstelling tot conservatoria

waar dat men ook sterk gericht is op muziekeducatie, focussen zij zich binnen de opleiding op het uitvoerende aspect, het leren musiceren. Zij proberen binnen Jazz Studio louter instrumenteel zoveel mogelijk mee te geven aan de studenten.

Meerdere muzikanten vonden het belangrijk dat in de opleiding **creativiteit** wordt gestimuleerd. Van Leuven vond ook dat een muziekopleiding tegen de artistieke grenzen moet blijven duwen. Creativiteit en innovatie om gewoontes te doorbreken, achtte Van Leuven en Leurs noodzakelijk. Weyler ging hiermee akkoord, maar vond het stimuleren van creativiteit moeilijk in een vastomlijnd curriculum. Hij erkende dat het een valkuil kon zijn studenten melodieën te laten naspelen en te kneden. De creatieve factor in musiceren stimuleren is inderdaad een uitdaging. In de muziekproductie slagen ze hier beter in dan in de uitvoerende richting van jazz/lichte muziek, vond hij. Het probleem bij onderwijs is dat het moet functioneren op modellen, maar dat dergelijke modellen snel als een keurslijf worden ervaren. Die modellen in muziek heeft men echter nodig opdat iedereen zou begrijpen hoe dat muziek is opgebouwd.

Over **authenticiteit** en **openheid** werd niet letterlijk gesproken bij de opleidingsafgevaardigden. Wel vond Van Leuven dat studenten door openheid een artistieke reflectie moeten kunnen bieden van en voor de maatschappij. Dit is een andere soort openheid dan wat de muzikanten aangaven. De muzikanten spraken over verschillende aspecten van het muzikantschap leren kennen. Deze visie gaf Leurs ook. Naast hun muziektechnische benadering willen de opleidingsafgevaardigden dat de studenten ook andere tools beheersen van zakelijke tot juridische aspecten. In paragraaf 6.2.3.3. bespreken we hoe de opleidingen hun taak zien binnen **zakelijke vorming**.

Leurs vond het belangrijk dat studenten zich **bewust zijn** van het feit dat ze steeds zo ondernemend mogelijk moeten ingesteld zijn. Volgens Van Leuven en Weyler brengt de onderzoekshouding, typerend voor de academische opleiding, de studenten op een hoger artistiek niveau. Van Leuven vond dit tevens belangrijk, omdat zij zich hierdoor steeds artistiek kunnen verantwoorden. Weyler vond de onderzoekshouding ook een meerwaarde met het oog op zakelijk ondernemerschap. Het academisch denken leert de studenten om **zelfstandig** op zoek te gaan naar informatie en hun plan te trekken. Daarnaast is de opleiding zelf ook een plaats waar studenten een rijk spectrum aan **informatie** aangeboden krijgen. Ook Leurs is hiervan overtuigd. De opleiding biedt de mogelijkheid op een snelle manier in contact te komen met informatie, waar iemand zonder opleiding er veel langer over doet. Leurs vond dit aanreiken van verschillende invalshoeken een grote meerwaarde voor een muzikant.

Verder vonden enkele opleidingsafgevaardigden het enorm belangrijk om studenten **realiteitszin** mee te geven. Zo vonden Weyler en Quackelbeen dat het de taak van een opleiding is om een reëel kader mee te geven. Het laatstgenoemde kunnen we ook interpreteren als het oriënteren van de studenten in het brede culturele circuit, zoals De Smedt hun taak omschreef. Men kan niet meer in de enge zin denken en verwachten dat men topsolisten moet afleveren. Het gaat om een brede oriëntatie die moet aansluiten bij de interesses en voorkeuren van de studenten. Ook Van Leuven en Weyler formuleerden deze visie. Ze moeten zoveel mogelijk kansen krijgen op de arbeidsmarkt door een polyvalente vorming. Ze zijn het er dus wel mee eens dat ze begaan moeten zijn met de

beroepszekerheid van hun studenten. Op het Koninklijk Conservatorium van Antwerpen had men in het kader van de visitatiecommissie dit jaar een bevraging gedaan bij hun oud-studenten. Voor de hele school gold dat 97% werk vond, waarvan 80% in de culturele sector. Dit vond men geruststellende cijfers. Hertmans wees er nog op dat een belangrijke meerwaarde van het diploma ligt in het feit dat men ermee kan gaan lesgeven. En dat dit aspect niet onderschat mag worden. Ondanks de meerwaarde die een opleiding biedt op verschillende vlakken, merkten Van Leuven, Hertmans en Leurs op dat een jazz- of popmuzikant zonder opleiding evengoed succesvol kan worden.

Tot slot eindigen we ook hier met de visie van de opleidingsafgevaardigden op het toevoegen van **lichte muziek** in een opleiding. Van Leuven en Hertmans gaven toe dat de popmuziek niet hun 'core business' is. Voor Hertmans stelt jazzmuziek hogere technische eisen. Met die vaardigheden kan men automatisch aan de slag in de popsector, aldus Hertmans. Weyler vond inderdaad dat lichte muziek in een opleiding vormgeven minder evident is dan klassieke muziek. Klassieke muziek steunt op duidelijke modellen met een strak keurslijf van regels over hoe de dingen gespeeld worden. Bij lichte muziek ligt dat net anders vanwege het creatieve aspect waar het vanuit gaat. Quackelbeen gaf mee dat ze met een zeker pessimisme gestart waren met de richting pop en soul wegens de commercialiteit. Ze heeft echter haar mening herzien en geloofde dat de lichte muziek een meerwaarde geeft om naar andere genres over te gaan.

6.2.3.2. Nood aan zakelijke vorming

We vroegen hen of zij zelf bij studenten een nood ervaren aan zakelijke vorming. De opleidingsafgevaardigden maakten hierbij drie kanttekeningen en vertelden waarom de nood aan zakelijke vorming zich in mindere mate opdringt. Allereerst hadden de meeste opleidingsafgevaardigden het gevoel dat de meeste studenten nog niet genoeg geïnteresseerd zijn in zakelijk ondernemerschap, omdat ze er nog te weinig mee geconfronteerd worden. Als ze wel al professioneel bezig zijn, is de confrontatie volgens De Smedt nog steeds in beperkte mate, omdat ze zich nog niet echt moeten organiseren wegens hun veilig studentenstatuut. Ten tweede maakten Van Leuven en Weyler de opmerking dat het gros van de muzikanten terechtkomen in het onderwijs. Hiervoor, beweerden ze, is het zakelijk ondernemerschap veel minder noodzakelijk, waardoor de nood bij de studenten zich ook al minder acuut voordoet. Een derde reden werd gespeculeerd door Quackelbeen. Zij had de mening dat het merendeel van de studenten niet naïef is en al kennis heeft over hoe ze Facebook en internet moet. Hierbij bemerkte ze ook dat de ene muzikant die goed omkaderd wordt door thuis niet zo'n nood ervaart. Anderen met minder omkadering misschien net weer wel.

Toch waren alle opleidingsafgevaardigden het eens dat er zich een nood vormt aan zakelijke vorming. Hertmans en Leurs voelden die nood voornamelijk **door de studenten** die vroegen welke geldsom ze voor een optreden mochten vragen en hoe die dan gefactureerd moest worden. Volgens Hertmans zijn de nieuwe generaties zich bewust dat men ook over de zakelijke kant moet beschikken, omdat men anders nergens geraakt. Een aantal studenten zetten **tijdens hun studies al een paar stappen in het professionele werkveld** via optredens en projecten. Het zijn

volgens Weyler ook zij die de meest interessante vragen stellen en de nood aan zakelijke vorming hard voelen, maar de overgrote meerderheid voelt die nog niet. Hierbij ervaarde hij dat vooral de studenten uit de muziekproductie hier meer om vroegen dan de studenten uit de uitvoerende richting jazz/lichte muziek.

De Smedt, Van Leuven en Weyler erkenden dat de problematiek van dit onderzoek actueel is en leeft in het werkveld. Van Leuven sprak over een **context van vernieuwing** waarbij langs alle kanten druk komt. Concertorganisatoren die slechte biografieën kregen toegestuurd of slecht materiaal kregen ingediend, directeurs in het DKO die triestige sollicitatiebrieven zagen passeren, ... waren enkele voorbeelden die de **druk vanuit het werkveld** rond de zakelijke vorming doet voelen bij de scholen. Ook op internationale conferenties, zoals die van het AEC⁶ en JEN⁷ vormt de problematiek rond zakelijk ondernemerschap bij muzikanten een onderwerp op de agenda, aldus De Smedt en Weyler.

6.2.3.3. Visie van de opleidingen op zakelijke vorming

Hoe vertaalt deze nood zich echter in de visie van de opleidingen? We bespreken hier kort de visie van elke opleiding over de plaats van zakelijke vorming binnen een hogere opleiding. We staan hierna ook stil bij de redenen die ze aanhaalden voor het al dan niet aanbieden.

Koninklijk Conservatorium Antwerpen

Els Smedts vond het gebrek aan zakelijke vorming binnen hun opleiding jazz/lichte muziek het grootste gemis binnen de opleiding. Ze miste voornamelijk een overkoepelend vak waarin de verscheidene theoretische aspecten aan bod kunnen komen. De studenten krijgen wel verschillende zakelijke aspecten mee, maar dit gebeurt volgens haar nog te verspreid. Dit creëert misschien het effect bij de studenten dat ze het te weinig in zich opnemen.

Koninklijk Conservatorium Brussel

Ondanks dat ze heel erg bewust zijn van de noodzaak, vonden ze het moeilijk om iets structureel aan te bieden rond het zakelijk ondernemerschap bij muzikanten. Toch vond Eric Van Leuven dat ze moesten blijven proberen om andere wegen te zoeken. De laatste twee jaren heeft er een beleidsmatige revolutie plaatsgevonden door de komst van een nieuw departementshoofd die deze vorming meer heeft uitgewerkt. Naar aanleiding van de visitatiecommissie dit academiejaar, hebben ze hard gewerkt aan een missietekst hier rond. Zakelijke vorming binnen de hogere opleiding voor muziek moet men ook functioneel implementeren en niet als een doel op zich. Het moet gericht zijn op het helpen starten van een carrière en op het zicht krijgen op de muziekwereld. Tot slot gaf Van Leuven de bemerking dat overal in de opleiding wel initiatieven zitten die men kan kaderen in het zakelijk ondernemerschap. Het vertaalt zich volgens hem niet noodzakelijk in een specifiek opleidingsonderdeel van het curriculum, maar het zit evengoed in de aanpak van lessen. Zakelijke vorming binnen het Koninklijk Conservatorium Brussel gebeurt informeel en is geënt op artistieke verantwoording.

⁶ Association Européenne des Conservatoires

⁷ Jazz Educators Network

Koninklijk Conservatorium Gent

Maarten Weyler vond dat het HKO absoluut kan bijdragen tot de vorming in zakelijk ondernemerschap, maar vond dat er ook reeds in het ASO initiatieven moeten genomen worden, omdat het een algemene ontwikkeling moet zijn. Een hogere opleiding kan volgens hem het zakelijk ondernemerschap bij muzikanten stimuleren en hierdoor een meerwaarde bieden. Hij vond echter wel dat men niet kan verwachten van studenten dat ze hierdoor perfect zakelijke ondernemers worden. Studenten kunnen evengoed aparte mensen als ondersteuning nemen, aangezien het immers moeilijk te bepalen is of dat onderwijs impact heeft op de ondernemerszin van hun studenten. Men kan wel proberen er een impact op te hebben. Het is wel cruciaal dat ze een creatieve impuls meekrijgen. Weyler vond dat een hogere opleiding vooral bewust moet maken wat zakelijk ondernemerschap inhoudt, zodat studenten weten wat ze er later nodig van zullen hebben. Ook Weyler maakt als Van Leuven de opmerking dat door de inrichting van vakken (bijvoorbeeld, het moeten casten van muzikanten en het nabootsen van zangeressen voor een muziekopname) zakelijk ondernemerschap onrechtstreeks in de opleiding gestimuleerd wordt. Het is niet steeds letterlijk terug te vinden in opleidingsonderdelen.

Lemmensinstituut

Peter Hertmans vond dat zakelijke vorming een plaats moet krijgen binnen een hogere opleiding om een realistische visie mee te geven over de muzikscene in de hele wereld. Hertmans trok een onderscheid tussen muzikanten die gefrustreerd waren, omdat hun carrière niet lukt en muzikanten die principieel weigeren om zich bezig te houden met de muziekindustrie. Vooral voor die eerste groep ziet hij potentieel in een hogere opleiding om ze dit zakelijk inzicht mee te geven.

Provinciaal Hogeschool Limburg

'De PHL is een ondernemende-netwerkende hogeschool' is een van de algemene pijlers voor alle opleidingen binnen het PHL (Lambrechts, 2011). Vanuit de ondernemersgedachte is de opleiding PHL-Music ook zo opgebouwd om zo dicht mogelijk bij de praktijk en werkveld te staan. Ze vinden het enorm belangrijk dat hun studenten zich bewust zijn van wat ze later in de beroepspraktijk nodig hebben in het zakelijk ondernemerschap en dat ze dat ook effectief gaan toepassen. Dag in dag uit worden de studenten geconfronteerd met hoe ze de zaken moeten opvolgen.

Jazz Studio

In tegenstelling tot de andere opleidingen wist Ondine Quackelbeen niet of dat een hogere opleiding de zakelijke aspecten van een muziekcarrière wel kan uitleggen. Bij hen wordt er wel informeel over gesproken, maar is het niet het hoofddoel. Zij vond het wel belangrijk om aan te kaarten, maar was van mening dat zakelijke vorming vooral buiten de scholen moet plaatsvinden. Vanuit de bedrijven of vanuit de gemeenschap zou er een soort platform moet komen die uitleg verschaft rond al zakelijke facetten. Dit maakt dat de informatie transparant is en beschikbaar is voor alle muzikanten, ook voor die zonder een hogere opleiding. Dat platform vult zij in als een kunstenhuis die verbonden is aan de overheid. Dit moet ervoor zorgen dat het een syndicale bevoegdheid op zich kan nemen met een adviserende én uitvoerende taak. De regulering van de RVA, sociale zekerheid, verschillende statuten,... moeten gebundeld worden in dit huis waar de

muzikant zich kan aansluiten. Dit maakt het ook mogelijk om een onderscheid te trekken tussen semi-professionele en professionele muzikanten. Dit is geen kwalitatief onderscheid, maar een onderscheid door de keuze die iemand maakt om voluit te kiezen voor het muzikantenberoep. Dit zou ten goede kunnen komen van de bescherming van het beroep.

6.2.3.4. Knelpunten in het aanbieden van zakelijke vorming

We polsten bij de opleidingsafgevaardigden wat het moeilijk maakt om zakelijk ondernemerschap te implementeren in hun opleiding voor muzikanten. We deelden de verschillende redenen op in 8 voornaamste punten:

1. Decretale bepalingen

De Smedt haalt aan dat ze met verschillende maatstaven moeten rekening houden. Door de vernieuwingen in het onderwijslandschap zijn de opleidingen verplicht geweest opleidingsprofielen uit te werken met begin- en eindcompetenties, aldus Van Leuven. Doordat de programma's transparant en congruent moeten blijven, vond hij het onder andere ongelooflijk moeilijk om de database van opleidingsonderdelen aan te passen. Zij houden dit dus het liefst zo stabiel mogelijk. Ook Weyler haalde aan dat ze gekoppeld zijn aan de competenties die voorgeschreven worden door de Dublindescriptoren⁸.

We vroegen de opleidingsafgevaardigden naar het onderscheid tussen een academische en professionele opleiding. Zit op dit metaniveau reeds een verschil in ingesteldheid rond het thema? In onze literatuurstudie vonden we immers een onderscheid in competenties die de twee soorten opleidingen krijgen voorgeschreven. Heeft dit een invloed op hun denken en hoe ze het opleidingsprogramma invullen? De opleidingsafgevaardigden voelen inderdaad een verschil in aanpak. De discussie rond "Wat betekent academisch?" woedt volgens De Smedt en Van Leuven volop. De onderzoekende houding en dus de wetenschappelijke competenties die worden voorgeschreven, zijn volgens hen een meerwaarde van de academische opleiding. De onderzoeksmethodiek leidt de studenten op naar een hogere graad van zelfstandig denken en handelen (Van Leuven & Weyler). Dit komt ook overeen met onze eigen bevindingen in de decreten waarin zelfstandigheid een plaats krijgt. Hertmans trok zijn onderscheid tussen de artistieke muziekwereld en commerciële muziekwereld door naar het denken rond zakelijk ondernemerschap op de scholen. Volgens hem zal een professionele opleiding inderdaad meer aandacht schenken aan het zakelijk ondernemerschap, functioneel gericht op het kunnen meedraaien in de muziekindustrie. Professionele opleidingen richten zich op studio- en sessiemuzikanten, terwijl academische opleidingen meer aandacht schenken aan zakelijk ondernemerschap op een artistieke manier. Zij willen zich richten op muzikanten die zelf creëren en zichzelf willen profileren in hun carrière. Leurs geloofde dat het onderscheid inherent ingebouwd is in de manier van onderwijzen.

⁸ De Dublindescriptoren vormen het Europees referentiekader voor de eindtermen in het hoger onderwijs. Zij moeten zorgen voor congruentie en streven naar een gelijkwaardig niveau van opleidingen binnen de Europese landen. In Vlaanderen zijn de Dublindescriptoren ingeschreven in het structuurdecreet voor hoger onderwijs (Vlaamse Overheid, 2009a).

Los van theorie die ze moeten geven, is projectwerk met het werkveld integraal ingebouwd in het curriculum. Hierin kunnen we de link leggen met de beroepsgerichte en beroepsspecifieke competenties die zij krijgen voorgeschreven vanuit de decreten.

2. Te weinig ruimte binnen curriculum

Een veelgenoemd knelpunt was het gebrek aan ruimte binnen het curriculum om vakken toe te voegen of te schrappen. Volgens De Smedt, Van Leuven, Weyler en Quackelbeen kan het toevoegen van zakelijke vorming zorgen voor een verzwaring van het curriculum. Er moet ruimte blijven voor de studenten om te studeren op hun instrument. De intensiteit van de muziekgeënte vakken vraagt reeds veel inspanning van de studenten, zodat de opleidingen niet goed zien hoe ze zakelijke vakken kunnen inpassen zonder in te boeten op de muziketechnische vaardigheden.

3. Te weinig middelen

De Smedt en Van Leuven halen een tekort aan financiële middelen aan als knelpunt. De opleidingen zijn niet in staat de extra kost op te vangen die gepaard zou gaan met het inrichten van zakelijke vakken. Van Leuven illustreerde hoe het gebrek aan middelen een rem zet op mooie initiatieven:

"We hebben nu pas nog het voorstel gekregen van iemand uit Nederland die zich daarin specialiseert om de studenten te helpen een portfolio te maken, van zich heel duidelijke vragen te stellen van "Wat wil ik het publiek aanbieden en hoeveel wil ik daarvoor vragen? Hoe wil ik dat bekend maken?", maar dat is weer een probleem: één, we moeten het budget vinden om die man te betalen." (Eric Van Leuven).

98% van de uitgaven ligt volgens Van Leuven bij wijze van spreken vast, dus de ruimte die ze hebben om nieuwe initiatieven te nemen, is klein. Hij gaf aan dat ze in een krimpde financiële situatie zitten, maar tegelijkertijd wordt er wel steeds meer verwacht van de hogescholen. Hij vond dat die situatie stilaan dramatisch werd. Als aanvoester van een privéschool haalde Quackelbeen ook aan dat het nemen van dergelijke beslissingen meer risico's inhielden voor hen dan voor conservatoria.

4. Andere zaken primeren

Een vrees dat er ingeboet zou moeten worden op muzikaaltechnisch vlak, werd eveneens vernoemd door De Smedt en Quackelbeen. De school wilt zich op de eerste plaats richten op het hoge artistieke niveau. Kunnen spelen blijft het hoofddoel. Bij De Smedt ging die vrees samen met de vrees voor een te zwaar curriculum. Quackelbeen redeneerde dat men moeilijk over de zakelijke aspecten kan spreken vooraleer de student kan spelen. "Waarover ga je beginnen spreken? Over iets dat ze nog niet kunnen verkopen?", aldus Quackelbeen. Bij Van Leuven kwam de reden naar voren dat zij zich toch voornamelijk richten op klassieke muziek en dus in mindere mate geconfronteerd worden met het zakelijk ondernemerschap.

5. Te weinig kennis over de materie

Enkelen gaven ook toe dat ze gewoon niet weten hoe ze zakelijk ondernemerschap binnen de opleiding zouden moeten inrichten. Het is een delicate materie die niet evident is om in te richten. De Smedt zag niet goed hoe zo'n onderwerp in een algemeen vak kan gegoten worden en Weyler vond het ook moeilijk, omdat onderwijs een model moet hebben waarop het kan functioneren. Nu vullen ze het in met een stage die de studenten in contact brengt met de praktijk. Voorlopig is dit in Gent echter enkel voor de richting muziekproductie en niet voor de richting jazz/lichte muziek.

6. Docenten

De Smedt, Van Leuven en Weyler gaven aan dat veel ook afhangt van het docententeam. De Smedt noemde het een generatiekloof, waarin de docenten niet genoeg belang hechten aan het thema vanuit een soort rock-'n-rollattitude. Van Leuven noemde de docent een belangrijke informele bron van informatie voor de studenten. Studenten gaan ten rade bij hun docenten en het zijn de docenten die bij machte zijn om hun studenten persoonlijk te motiveren. Als hun docent niet zegt dat het de moeite is om naar dat seminarie te gaan, zal de student dat ook niet snel doen. Weyler merkte op dat door de recente academisering de docenten nog uit een ander type onderwijs voortkomen. Hiermee bedoelde hij niet dat hun mentaliteit rond ondernemerschap anders is, maar dat ze nog hun weg moeten zoeken in het academisch onderwijzen. Docenten hebben hier dus een voorbeeldfunctie.

7. Studenten

Ook het gebrek aan interesse bij de studenten werd aangeduid als rem op het aanbieden van zakelijke vorming. Volgens De Smedt, Van Leuven en Weyler is het zakelijk ondernemerschap dat ze nodig zullen hebben voor hun beroep, nog te ver van hun bed, waardoor ze er het nut nog niet meteen van inzien. Door hun veilige studentenstatuut zijn ze nog niet echt geconfronteerd met het zakelijke kader rondom de muzikant, aldus De Smedt. Toch vond De Smedt dat ze het gebrek aan zakelijke vorming niet mogen afschuiven op dit desinteresse. Het is de taak van de opleiding ervoor te zorgen dat ze geïnteresseerd worden. Studenten zijn volgens Van Leuven dan weer vooral gefocust op hun muziek en studies. Seminars worden dikwijls afgelast vanwege een te lage opkomst. Van Leuven opperde dat er misschien te weinig gecommuniceerd wordt, maar weet dan niet meteen de oplossing hiervoor. Wegens te weinig voeling tijdens de studies met het echte werkveld, vergeten de studenten volgens Weyler dikwijls hetgeen later wel nuttig kan blijken voor hun carrière. Zakelijk ondernemerschap is zoiets. Hier ligt dus ook de grote uitdaging om studenten bewust te maken rond het nut van het thema.

8. Externe omgeving

Van Leuven vond de snelheid van de evoluties binnen het zakelijk werkveld ook een hinderlijke factor voor het invoeren van zakelijke thema's binnen de opleiding. Tegen dat de student in het werkveld staat, hebben er zich al talrijke veranderingen plaatsgevonden in het zakelijk ondernemen. Verder vernoemde hij dat de school niet lang meer de enigste bron van informatie is

en vormt het internet een zeer efficiënte bron voor zakelijke kennis. Toch beseftte hij dat het wel mogelijk moet zijn om algemene denkkaders en principes in het zakelijk ondernemen mee te geven aan de studenten.

Voor Quackelbeen was een aangepast juridisch en financieel kader voor muzikanten een voorwaarde om het te kunnen behandelen in de opleiding. Zij vond het belangrijk om in een opleiding constructief te praten en zolang de zakelijke omkadering niet goed zit, begreep ze niet waarover gesproken zou kunnen worden.

9. Andere redenen

Tot slot vond Van Leuven hun internationale studentenpopulatie een bijkomend knelpunt. Dat maakt het meegeven van een algemeen denkkader over auteursrechten, fiscaliteit en dergelijke ook niet eenvoudig. *"We gebruiken hier alle talen door mekaar, maar je hebt dus net zo goed studenten uit Polen als uit Spanje, maar binnen die landen is er vaak een verschillende regelgeving en wat moet je dan aanbrengen?"*, aldus Van Leuven.

6.2.3.5. Aanpak binnen opleiding en suggesties voor de toekomst

Tot slot staan we stil bij hoe de opleidingsafgevaardigden zakelijke vorming op dit moment inrichten en hoe zij hierover suggesties doen voor de toekomst. Verschillende aspecten werden geanalyseerd en vormen de kapstok van dit onderdeel.

Moment in de opleiding

Vanuit het gevoel dat hun studenten nog helemaal geen voeling hebben met de beroepspraktijk, vonden de meeste opleidingsafgevaardigden zakelijke vorming in het begin van de opleiding buiten de kwestie. Weyler had het gevoel dat sommigen zelfs nog in hun master te weinig voeling hebben om er geïnteresseerd in te zijn. Alles in het laatste jaar aanbieden, was daarentegen voor De Smedt geen optie. De studenten zijn dan intens bezig met hun eindproef. De Smedt en Hertmans vinden het midden van de opleiding het meest geschikte moment. Van Leuven zou het plaatsen in de masters, omdat de bachelor geen finaliteit heeft. Ook Weyler zou graag nog uitbreiden in de tweede master en daar combinaties van vakken installeren. De conservatoria opteren dan ook om de zakelijke aspecten te behandelen **verspreid over de derde bachelor en de masters**. In de Jazz Studio kunnen de studenten vanaf het tweede jaar keuzevakken kiezen. Voor 20% zijn ze vrij om hun programma in te vullen en zo kunnen ze dus ook het eigen tijdstip bepalen wanneer ze een keuzevak opnemen.

Praktijk/Theorie

De Smedt, Weyler en Hertmans gaven aan dat hun zakelijke vorming theoretisch wordt onderwezen. Volgens De Smedt hing veel af van de spreker en had ze op zich dus geen bezwaar tegen een theoretisch en klassikaal onderricht. Hertmans gaf toe dat het een passieve leer methode is en dat praktisch onderricht nog te beperkt is binnen hun opleiding. Weyler dacht dat zolang de studenten de praktijk niet meemaken, het altijd te theoretisch zal blijven. Hij geloofde wel dat praktisch onderricht nuttig is, maar dat het opvolgen ervan veel arbeidsintensiever is en daarom

praktisch minder haalbaar. Stage vond hij wel enorm nuttig vanwege de realiteitszin. Ook Van Leuven beaamde dit en zei dat de stage sterk uitgewerkt is in hun opleiding met contacten in de jazz scene. Wel moest Van Leuven toegeven dat er amper theoretisch wordt gesproken over de zakelijke kant. Aan de andere kant van het spectrum vertelde Leurs dat praktijk en theorie sterk verstrengeld zijn. Los van de theorie, is projectwerk enorm belangrijk bij PHL-Music. Toch bemerkten Leurs en De Smedt dat de theoretische leer methode inherent is aan onderwijs en men hier niet om heen kan. Leurs en Weyler pleitten sterk voor gebruik van practise-based voorbeelden in de theoretische lessen.

Theorie met practise-based voorbeelden lijkt dan ook de belangrijkste suggestie die de opleidingsafgevaardigden naar voren brachten. Er moet opgelet worden dat zakelijke vorming niet te theoretisch wordt gebracht, omdat dit de student kan doen afknappen. Van Leuven vond zeer toepasbare sjablonen en bruikbaar materiaal voor de studenten cruciaal. Weyler en Leurs zagen beiden heil in de instructievorm van 'masterclasses': gastsprekers uit het veld worden uitgenodigd om hun zakelijk verhaal te komen brengen aan de studenten. Hertmans suggereerde momenten die men zou moeten inbouwen waarop de studenten zelf concerten moeten organiseren van A tot Z en waarbij ze dus in contact komen met allerlei zakelijke facetten (boekingen, contracten en zo verder).

Mensen uit het veld

De Smedt gaf toe dat veel afhangt van de spreker. Zo was ze positief over de besprekingen die het Kunstenloket kwam geven in het vak 'inleiding tot de muziekpraktijk'. Weyler gaf ook aan dat de twee docenten van cultuurmanagement⁹ en de juridische vakken¹⁰ door hun rijke ervaring hiervoor uiterst geschikt zijn. Dit was ook het geval bij Hertmans die Peter Anthonissen als jazzkenner en eigenaar van Hnita Jazz club bekwaam achtte om de zakelijke vakken te doceren. Ook PHL-Music hechtte veel belang aan dit aspect. Hun docenten zijn professionals die hun praktijkomgeving terugkoppelen naar de studenten. Ook gaf Leurs aan dat door nauwe samenwerking met het werkveld vanaf het begin, zij kunnen terugvallen op een ruim gamma aan contacten. Dit geeft een **sterk netwerk rond de opleiding** die ook voordelig is voor de studenten. Dit lijkt dan meteen een argument om te pleiten voor samenwerking met mensen uit het werkveld. Weyler en Leurs geloofden in het stimulerende effect hiervan op studenten om te netwerken en ondernemen. Toch erkende Weyler hierbij dat het aantrekken van praktijkmensen niet steeds evident is, vooral voor een positie als vaste docent. Professionele muzikanten die spelen in de praktijk, kiezen immers om muziek te mogen spelen en steken daar al veel tijd in. Wel opperde hij het idee om alumni's hierover aan te spreken.

Actueel

We zagen reeds dat sommige muzikanten het belangrijk vonden dat de zakelijke vorming zich richt naar de actualiteit in de muziekwereld. Van Leuven vond dit moeilijk, omdat de muziekwereld net zo snel evolueert. Toch vond Van Leuven de verbeterde studentenwerking in hun school een pluspunt. Als uit die studentenwerking een actuele vraag voortkomt, vond hij dat de school hierop

⁹ Dries Sel, zakelijk leider van Vorst Nationaal

¹⁰ Luc Gulinck, jurist, gespecialiseerd in auteursrecht, mediarecht en entertainment law

moet inspelen met initiatieven. Ook Hertmans gaf toe dat als de studenten de opdracht kregen een concert te organiseren, dit wel gebeurde in de beschermde omgeving van de school. Leurs beklemtoonde sterk dat hun opleiding voortdurend terugkoppelt met de actualiteit in het werkveld. Doorheen het academiejaar evalueren en sturen ze hun curriculum bij waar nodig dankzij resonantievergaderingen met mensen uit de praktijk. Een voortdurend aftoetsen bij **studenten** en bij mensen uit het **werkveld** blijkt hier een manier voor een opleiding om actueel te blijven. De Smedt pleitte hierbij om de focus voornamelijk te houden op het **binnenland** vanwege de ingewikkelde materie.

Verplicht -/Keuzevak

Bij de muzikanten waren de meningen hierover verdeeld. Quackelbeen gaf aan dat zij via de keuzevakken in het tweede en derde jaar tegemoetkomen aan enige zakelijke vorming. Daartegen zijn De Smedt, Weyler en Hertmans wel akkoord dat zakelijke vorming verplicht zou moeten worden, omdat ze ondernemerschap beschouwen als basiscompetentie. Van Leuven vertelde dat ze de thematiek meerdere malen hebben geprobeerd via seminars aan te bieden. Wegens te lage opkomst hebben ze deze echter moeten stopzetten. De studenten ertoe verplichten als ze geen nood voelen, vond hij moeilijk. Als ze het echter niet opnemen in het lesprogramma, zal de belangstelling ook klein blijven, redeneerde Van Leuven. Het is een zoeken naar **een juiste balans**.

Uitwisseling

Bij de vraag naar uitwisselingen antwoordden alle opleidingsafgevaardigden positief. De Smedt, Weyler, Leurs en Quackelbeen spraken van internationale uitwisseling. De Smedt en Weyler en hun scholen nemen deel aan de congressen van de Europese Associatie van Conservatoria [Association Européenne des Conservatoires]. Daarnaast vermeldde Weyler ook het JEN [Jazz Educators Network]. Dergelijke conferenties verruimen hun blik rond de thematiek. Het implementeren van zakelijk ondernemerschap in hogere muziekscholen blijkt internationaal actueel te zijn. Beiden geven toe dat ze het elke keer opnemen in hun verslagen, maar dat het tot nu toe te weinig geïmplementeerd wordt. Wel gaf Weyler een voorbeeld van een geslaagd implementatie van iets dat hij had opgestoken op zo'n internationale conferentie:

"Bijvoorbeeld in die 'career day' heb ik direct iets geïmplementeerd dat ik in Amerika had gezien. Over het plannen van een semester. En dan waren er studenten die zeiden "Ja, dat hadden we vier jaar geleden moeten hebben". Dat is benchmarken. Kijken naar andere conservatoria om te zien hoe zij dat aanpakken Dat is allemaal heel belangrijk." (Maarten Weyler)

In de opstart van de pop- en rockopleiding aan het PHL hebben ze een inventaris en een screening gemaakt van gebruikte modellen in muziekopleidingen in Europa en het departement muziek aan de universiteit van California Berkeley in de Verenigde Staten. De grootste feedback komt nog steeds van de hogeschool in Tilburg, vertelde Leurs. Door de gemeenschappelijke taal en gelijkaardige pop- en rockcultuur en eerdere Nederlandse- Belgische samenwerking in de opstart

van de opleiding daar, is Tilburg de voornaamste partner voor overleg, vergelijking en studie. Verder is het dpt. PHL-Music lid van Muzone Europe. In dit Europees samenwerkingsverband ontmoeten pop- en rockopleidingen elkaar op geregelde tijdstippen, wat ook steeds interessante uitwisselingen voortbrengt. Quackelbeen gaf aan voor specifiek zakelijk ondernemerschap niet echt naar andere opleidingen te kijken. Zelf was ze eens gaan kijken op de website van PHL-Music en was heel erg akkoord met de items die werden aangeboden. Enkel had ze hier dan de bedenking: waarover kan men spreken in dergelijke lessen als de zakelijke structuur rond de muzikant niet juist zit?

Van Leuven en Hertmans spraken eerder over uitwisseling op nabije voet. Beiden gaven aan vooral gedachten te wisselen met andere opleidingen binnen dezelfde hogeschoolassociatie. Van Leuven vertelde dat er wel eens het initiatief is geweest om een Nederlandse specialist met een module rond ondernemerschap bij muzikanten uit te nodigen. Deze seminarie had men echter moeten afdassen wegens te weinig budget en te lage opkomst. Hertmans heeft regelmatig contact met de conservatoria in Antwerpen en Brussel. De Smedt vond de uitwisseling tussen Vlaamse conservatoria eerder beperkt. We ronden af met de bedenking dat '**bench marking**' of uitwisseling met andere opleidingen zeer vruchtbaar kan zijn in de zoektocht naar een goed model om zakelijk ondernemerschap te implementeren.

6.3. Empirisch besluit

Hoe verhouden de ervaringen van de muzikanten en opleidingsafgevaardigden zich tot elkaar? In dit empirisch besluit staan we stil bij de vierde deelonderzoeksvraag. Ook hier volgen we de opdeling in de drie grote thema's doorheen dit onderzoek en leggen we kort de bevindingen naast elkaar:

- Nood aan ondernemerschap
- Zakelijk ondernemerschap
- Rol van het hoger muziekonderwijs

Nood aan ondernemerschap

Zowel de muzikanten als de opleidingsafgevaardigden erkenden dat het steeds moeilijker wordt om als muzikant te leven en zeker het begin van een muziekcarrière vormt hierbij de moeilijkste stap. Verschillende factoren spelen een rol in de onzekere context van de professionele muzikant. Beide partijen voelden het **overaanbod** aan. Er treedt een verzadiging op of er is te weinig werk voor de hoeveelheid muzikanten die werk zoeken. Quackelbeen sprak hierbij over het onderscheid dat moeilijk te trekken is tussen semiprofessionele en professionele muzikanten, wat het overaanbod nog meer in de hand werkt. De meeste muzikanten gaven toe dat ze in het begin romantische **verwachtingen** hadden bij het muzikantenberoep en over het realiseren van hun ideeën. Ook de opleidingsafgevaardigden ervoeren bij hun beginnende studenten een zekere onwetendheid over welke industrie ze binnenstapten. Enkele muzikanten erkenden ook dat de **academisering** van hogere muziekopleidingen zorgde voor een zeker veiligheidsgevoel om de sprong te wagen.

Technologische evoluties in voorbije decennia kwamen ook sterk naar voren als een bepalende factor. Het internet en de ontwikkeling van diverse rand- en opnameapparatuur hebben volgens beide partijen de drempel tot het muzikantenberoep enorm verlaagd. Het landschap is sterk veranderd door deze evoluties en dit zorgde voor machtsverschuivingen. Leurs sprak over een soort 'implosie' waarbij het ondernemingsrisico verschoven werd naar de artiesten zelf. Quackelbeen vond echter dat door de industrialisering de rechten van de artiest juist meer naar de achtergrond werden geduwd. De **media** volgt volgens de muzikanten en Hertmans veeleer de reeds bekende groepen. Dit zorgt ervoor dat beginnende muzikanten in het begin hard moeten timmeren aan de weg om opgemerkt te worden. De meningen van zowel de muzikanten als opleidingsafgevaardigden of **muzikaal talent** hiervoor voldoende is, waren verdeeld. Men kan echter wel besluiten dat allen het eens waren over het feit dat muzikaal talent een absolute voorwaarde -, maar misschien niet de enigste- is voor het welslagen van de muzikant. Het is de drijfkracht die zorgt voor de geloofwaardigheid van de muzikant en die maakt dat ondernemerschap zijn nut heeft. Zo niet, stoot men vroeg of laat op een plafond. Zonder een muzikale fijngevoeligheid zal een ondernemerschap niets uitmaken. Enkel de muzikanten benoemden dat het **kennen van de juiste mensen** in de sector bepalend is om opgemerkt worden.

Beide partijen spraken over de betekenis van **België** als land voor een professioneel muzikant. De muzikanten erkenden dat het niet evident is voor Belgische muzikanten om door te breken in het

buitenland door de beperkte zakelijke knowhow in ons land. Ook Weyler erkende dit en gaf als voorbeeld dat functies vaak nog gebundeld zijn. De kleine oppervlakte maakt het ook mogelijk om het beroep als muzikant te combineren met andere jobs, zoals lesgeven. Een muzikant kan gemakkelijk lesgeven in Gent tot 17u en om 20u op een podium in Brussel staan. Dit duidt op hoe muzikanten in ons land omgaan met het hoge risicogehalte van hun beroep. **Multiple job holding** en **Do It Yourself** werd door beide partijen benoemd. Het uitgebreide DKO-netwerk in ons land vormt een sociaal opvangnetwerk waarin muzikanten gaan lesgeven. Tegelijkertijd verspreidt er zich een DIY-mentaliteit waarbij de muzikanten zelf alles in eigen beheer uitbrengen en organiseren.

Op beleidsniveau duidde men het **gebrek aan een sociaal-juridisch kader** dat aangepast is aan de noden en eigenschappen van het muzikantenberoep. Het muzikantenstatuut blijkt een heet hangijzer te zijn, waarover men nog niet is uitgepraat. De muzikanten vonden de drempel om het muzikantenstatuut te verkrijgen nog steeds te hoog en de overheid neemt volgens hen nog te weinig concrete standpunten in over de materie. Tot slot trokken de muzikanten en opleidingsvertegenwoordigers een onderscheid in muziekgenres. Het **genre** heeft volgens hen immers een rechtstreeks gevolg op het overleven op de muziekmarkt. De muzikanten linkten deze gevoeligheid met het publiek. De smaak van het publiek in de popmuziek is grilliger dan in de klassieke muziek. De popmuzikant is dus sterk afhankelijk van dat publiek. Opleidingsafgevaardigden linkten het genre vooral met de geldbedragen die circuleren in de desbetreffende markt.

Zakelijk ondernemerschap

Het ondernemerschap is een ruim containerbegrip. De persoonlijke competenties omschreven door Unizo (z.d.) werden sterk bevestigd door de muzikanten en opleidingsafgevaardigden. Ondernemers hebben verschillende attitudes: doelgericht, zelfvertrouwen, doorzettingsvermogen, durf, discipline, sociaal, flexibel, leergierig, creatief, initiatiefnemend en verantwoordelijk, zelfstandig en authentiek. Het hebben van een visie en dus daarbij initiatief kunnen nemen, vormen samen met de discipline, sociale houding en leergierigheid de meest vernoemde attitudes. Ook de opleidingsvertegenwoordigers beklemtoonden voornamelijk de sociaalcommunicatieve houding samen met het kritisch en creatief denken. Vakbekwaamheid was voor beide groepen een absolute voorwaarde tot het slagen van zakelijk ondernemerschap. Het heeft zijn weerslag op hoe geloofwaardig en authentiek je overkomt als muzikant.

Er werd onderscheid gemaakt tussen competenties die samenhangen met financiële, sociale, praktische en juridische topics. Op **financieel** vlak kwamen de muzikanten overeen met de opleidingsvertegenwoordigers. Beiden gaven toe dat een muzikant op een boekhouder kan terugvallen, maar dat kennis rond de verschillende uitbetalingvormen en de normen van gages een onmisbaar kader zijn. Zelfstandige muzikanten worden meer geconfronteerd met dit financieel beheer dan muzikanten die als lesgever een werknemersstatuut hebben. Verder beklemtoonden beide groepen het belang van de fiscaliteit van auteursrechten. **Sociaal** gezien, komt zakelijk ondernemerschap neer op het professioneel netwerken. Het belang hiervan werd sterk onderstreept door de muzikanten. In staat zijn om te communiceren, een imago op te bouwen, oog

hebben voor je omgeving en via marketing jezelf op de kaart zetten zijn de voornaamste sociale competenties. Opleidingsafgevaardigden operationaliseerden deze sociale competenties vooral in samenwerkingsopdrachten, zoals bijvoorbeeld een concert organiseren. Marketing komt slechts in enkele opleidingen concreet aan bod. Hierbij aansluitend vormde het organiseren van de band en het kunnen regelen van optredens ook belangrijke **praktische** competenties waaraan aandacht wordt geschonken op de meeste opleidingen. Timemanagement is hierbij een belangrijk sleutelwoord. Het verzorgen van opnames komt bij de opleidingen meestal wel aan bod als verplicht of optioneel vak. Tot slot benoemden vele muzikanten en opleidingsafgevaardigden de **juridische** omkadering als een struikelpunt. Het sociaal statuut en verschillende rechtsvormen vormt een complex kluwen waarin men zijn weg moet vinden. Bij die juridische competenties werden ook de auteursrechten en de contractuele modellen door beide groepen onderstreept.

Rol van het hoger muzikonderwijs

De muzikanten en opleidingsafgevaardigden waren het eens dat het bijbrengen van muzikale **techniciteit** de voornaamste taak is van een hogere muziekopleiding. Het versterken van de vakbekwaamheid verhoogt de flexibiliteit en inzetbaarheid op de arbeidsmarkt. Verder benadrukten de muzikanten het belang van muzikale **creativiteit** stimuleren dat moet zorgen voor openheid en authenticiteit. De opleidingsafgevaardigden waren hiermee akkoord, maar vertelden ook dat dit niet steeds eenvoudig is door de vastomlijnde regulering. Verder erkenden beide groepen een hogere opleiding als een ideaal platform om op korte tijd veel **informatie** te vergaren. Dit draagt bij tot de **zelfstandigheid** van de muzikant, wat beiden ook zeer belangrijk vonden. Waar **bewustwording** bij muzikanten vooral draaide om een psychologische voorbereiding op de arbeidsmarkt en een begaan zijn met werkgelegenheid voor de studenten, ging dit bij de opleidingsvertegenwoordigers juist meer om een bewustwording van het ondernemerschap. De onderzoekende houding, centraal bij de academische conservatoria, draagt vooral hiertoe bij. Het zorgt voor die zelfstandigheid en realiteitszin van de student. Tot slot, erkenden beide groepen dat de hogere muziekopleidingen, met uitzondering van PHL-Music, zich meer richten op jazz- dan op popmuziek vanwege de technische moeilijkheidsgraad. Het eigen en experimentele karakter van popmuziek is moeilijker te integreren in een opleiding.

De meeste muzikanten vonden dat zakelijk ondernemerschap zeker en vast een plaats zou moeten krijgen binnen een hogere muziekopleiding. Het is volgens hen de geschikte plaats om zakelijke competenties mee te geven en helder en duidelijk uit te leggen. Het argument dat internet alle nodige informatie biedt, haalden ze onderuit. Het internet biedt niet steeds heldere en juiste informatie. Toch bedachten enkele muzikanten hierbij dat zakelijke vorming in de hogere opleiding vooral een incentive moeten zijn en geen voorkauwen. Het moet een basis zijn waarmee studenten aan de slag kunnen en die ze kunnen uitdiepen als ze eenmaal in het professionele veld staan. Bij deze ervaringen zien we verschillen met de ervaringen van de opleidingsafgevaardigden. Deze laatsten hadden wel het gevoel dat het internet een uitgebreide bron van informatie voor zakelijke vorming is en enkelen onderschatten hun rol hierin. Naar hun gevoel is de confrontatie met het werkveld van de meeste studenten nog te weinig om de nood aan zakelijke vorming al te voelen. Ook het aspect dat velen van hun studenten in het onderwijs stappen maakt de nood aan zakelijke vorming minder dwingend. Toch erkenden zij tegelijkertijd dat de druk om zakelijke vorming vanuit

het werkveld en veranderende context toeneemt. De studenten die wel reeds professionele stappen ondernemen tijdens hun studies, versterken de druk.

We spraken met een diverse groep muzikanten. Voor sommigen lag hun opleiding al ver achter de rug, voor anderen recenter en enkelen waren nog student(e). De meeste muzikanten hadden het gevoel dat ze zo goed als geen zakelijke vorming hadden gekregen. Oorzaken legden ze bij een (on)bewuste beleidskeuze, onwetendheid van docenten en hun verloren contact met de praktijk, een algemene desinteresse bij muzikanten en het gevoel dat de opleiding niet gelooft dat studenten al tijdens hun studies professioneel kunnen doorbreken. Het onderwijs zou kortom geen aanmoedigingscultuur hebben voor het zakelijk ondernemerschap. Hier botst het met de meningen van de opleidingsafgevaardigden. Ze erkenden dat op het vlak van zakelijke vorming nog veel bij te schaven is, maar dat ze wel reeds moeite en initiatieven hebben ondernomen. Dat de muzikanten aanhaalden geen zakelijke vorming te hebben gehad, verklaarde Weyler net met het feit dat de meeste studenten tijdens hun studies nog weinig voeling hebben met het werkveld. Hierdoor gaan ze zakelijke vorming, die ze al dan niet kregen, sowieso minder actief opnemen en sneller vergeten. Er kan dus sprake zijn van een fout in informatieoverdracht. Het is dan hier dat de bewustmaking door de hogere opleidingen net een belangrijke rol gaat spelen.

De opleidingsafgevaardigden beschreven ook dat zakelijke vorming niet perse steeds terug te vinden is in een specifiek opleidingsonderdeel, maar dat het evengoed voorkomt in een aanpak van onderwijzen en losstaande initiatieven, zoals het organiseren van seminaries. De redenen die het aanbieden van zakelijke vorming bemoeilijken, lagen volgens hen voornamelijk bij de decretale bepalingen, het gebrek aan mogelijkheid om te schuiven, het gebrek aan middelen, de onwetendheid van docenten, een desinteresse bij de studenten en externe factoren zoals het snel veranderende landschap, internet en het onduidelijk juridisch kader. Het implementeren van zakelijke vorming moet voor hen functioneel gebeuren en mag geen doel op zich worden. Jazz Studio, Het Koninklijk Conservatorium Antwerpen en Brussel gaven zakelijke vorming voornamelijk informeel, verspreid of op losse basis. Dit staat dan in licht contrast met het Lemmensinstituut, het Koninklijk Conservatorium Gent en PHL-Music die zakelijke ondernemerschap meer formeel implementeerden in hun curriculum. Hoe de muzikanten en opleidingsafgevaardigden suggesties deden om de zakelijke vorming binnen hogere muziekopleiding te verbeteren, zetten we uiteen bij de aanbevelingen.

DEEL 3: DISCUSSIE EN CONCLUSIE

7. Praktische en beleidsaanbevelingen

Hoe kan zakelijke vorming binnen de hogere muziekopleidingen in Vlaanderen verbeteren? Het is de laatste deelonderzoeksvraag van deze masterproef. We polsten bij de muzikanten en opleidingsafgevaardigden hoe zij zakelijke vorming binnen de hogere opleidingen zouden veranderen of inrichten. Op grond van onze bevindingen willen we enkele praktische en beleidsaanbevelingen formuleren.

7.1. Aanbevelingen op praktijkniveau

Op praktijkniveau staan we stil bij het praktisch onderricht van zakelijke vorming op drie vlakken: (1) Wanneer is het meeste geschikte moment?, (2) Op welke manier doet men dit dan best? en (3) Welke topics zijn de belangrijkste om aandacht aan te schenken?

(1) Moment in de opleiding

Enkele muzikanten vonden het te laat als men enkel in de laatste twee jaren van de opleiding aandacht schenkt aan zakelijke topics. Reeds in het begin kunnen studenten in contact komen met het professionele werkveld. De opleidingsafgevaardigden waren hier echter niet mee akkoord. Zij vonden dat te vroeg. Toch waren ook zij akkoord dat het aanbieden van zakelijke vorming enkel in de laatste jaren geen oplossing was. Het meest geschikt lijkt een **spreiding** van zakelijke vorming over de jaren heen. Rekening houdend met de meningen van de muzikanten lijkt een notie van zakelijke vorming in de eerste jaren toch niet misplaatst en mogen opleidingen de interesse bij hun studenten niet onderschatten. Men zou kunnen opteren voor een inleiding in de beginjaren en de zakelijke vorming zo gradueel verder uit te bouwen en te verfijnen naar de hogere jaren toe. Een spreiding gaat in tegen een te grote verzwarende van het lessenpakket en vermijdt dat de studenten halverwege de opleiding plots een zware blok zakelijke theorieën te verwerken krijgen.

(2) Instructiestrategie en wijze van implementatie

Uit de interviews met de muzikanten kwam duidelijk het belang van praktijkgerichtheid naar voren. Een theoretische leer methode is inherent aan ons onderwijs, maar er moet aandacht gegeven worden aan de praktische toepassing ervan. Dit kan aan de hand van **practise-based voorbeelden** of aan de hand van een **stage** die nog niet in elke richting aanwezig is. Hoewel de opleidingsafgevaardigden soms aangaven dat het niet eenvoudig is deze steeds goed op te volgen, pleiten we hier toch om erin te investeren. De praktijkervaring die een student opdoet tijdens zijn stage vormt een leerrijke oefening waarin de verschillende ondernemerscompetenties worden geïntegreerd en aangewakkerd. Naast deze practise-based theorielessen en individuele praktijkoefening, loofden de muzikanten de **gezamenlijke praktijkoefeningen** waarbij theoretische kennis kan geïntegreerd worden in de praktijk en zodoende gewerkt wordt aan de verschillende ondernemerscompetenties.

Uit het belang van praktijkgerichtheid vloeit ook het belang van **actualiteit** voort. Muzikanten hamerden erop dat opleidingen steeds oog moeten hebben voor de evoluties in de muziekwereld. Het nut van resonantiegroepen met mensen uit het werkveld wordt hier onderstreept.

We pleiten voor een versterkte **samenwerking met professionals uit het veld**. Deze professionals brengen een expertise binnen die de opleiding inhoudelijk kan ondersteunen in het uitbouwen van zakelijke vorming. Verder zorgen ze voor een verfrissing in het docententeam die verrijkend en stimulerend werkt voor de studenten. Via hun docenten die nog in de muziekpraktijk staan, krijgen studenten een blik op het werkveld. Tijdens de interviews bleek toch een zeker misnoegen over de verloren band van hun docenten met de praktijk. Een tweede argument die de samenwerking met professionals tracht te stimuleren, slaat op het gebrek aan middelen dat als knelpunt werd aangevoerd. Het samenwerken met freelancers of zelfstandigen van buitenaf kan de loonkost drukken. Door deze lagere headcount en minder kosten aan sociale bijdragen creëert men ruimte om initiatieven te nemen.

Docenten zijn een belangrijke spilfiguur in deze problematiek. Het **bewustwordingsproces** van het belang van zakelijk ondernemerschap te onderrichten, zou moeten starten bij de basis: de **docenten**. Het zijn de docenten die op de eerste lijn staan bij hun studenten en hun motivatie is cruciaal voor de inspiratie van de student. Het lijkt ons uiterst zinvol om met de docenten rond de tafel te zitten en gedachten uit te wisselen over hoe zij denken over het onderwijzen van zakelijk ondernemerschap in een hogere muziekopleiding. Een van de knelpunten is immers het gevoel van onwetendheid rond de materie. Het 'train the trainer'-principe pleit ervoor docenten bij te vormen om hun vakinhoudelijk deskundigheid op een onderbouwde en coachende manier over te brengen naar de studenten. Het wilt een werkwijze analyseren, actualiseren en professionaliseren. Voor deze bijvorming van docenten zal men de handen in elkaar moeten slaan met andere opleidingen en externe partners. Deze aanbeveling kan men koppelen aan de bevindingen uit het onderzoek van Orye (2008) over onderwijstheorieën in pop- en rockopleidingen.

Op het vlak van **uitwisseling van knowhow** met andere opleidingen merkten we dat onze opleidingen reeds sterk begaan zijn in contacten met **buitenlandse opleidingen**. Dit kunnen we enkel toejuichen, maar tegelijkertijd raden we aan om ook op vlak van zakelijk ondernemerschap voor muzikanten te kijken naar hoe andere opleidingen dit implementeren. Verder kregen we de indruk dat de uitwisseling tussen **onze opleidingen in Vlaanderen zelf** nog vrij beperkt blijft. Ook kan overleg tussen de directies van de vier conservatoria, PHL-Music en Jazz Studio een bijdrage en ondersteuning zijn in het verder uitdenken van de implementatie van zakelijke vorming. Tot slot willen we wijzen op het nut van **externe partners**. Vlaanderen kent tal van organisaties die begaan zijn met het zakelijk ondernemerschap in de muzieksector: het Kunstenloket, Muziekcentrum Vlaanderen, het Unizo, het CultuurInvest etc. Opleidingen moeten durven terug te vallen op het advies van deze externe organisaties, wat de band met praktijk verder versterkt. Unizo neemt tot doelstelling om ondernemingszin in het onderwijs te stimuleren en wenst zo onderwijsvernieuwing te ondersteunen (Unizo, z.d.). De overgang van kennen naar kunnen, van leerstof naar competenties en van lesgever naar begeleider-coach is een moeizaam proces dat door samenwerking en uitwisseling kan gefaciliteerd worden.

Of men de theorielessen over zakelijk ondernemerschap als **verplicht of optioneel opleidingsonderdeel** moet implementeren, werd niet eenduidig beantwoord door beide groepen. Iedere opleiding zal moeten zoeken naar een juiste balans, maar met deze masterproef willen we ervoor pleiten dat opleidingen zakelijke onderwerpen niet meteen volledig afschuiven naar hun keuzevakkenpakket. Er moet een afweging gemaakt worden in welke topics een basis vormt voor iedere student en welke topics verdiepende materie vormen.

(3) Topics

Suggesties die de bevroegde muzikanten gaven over topics, bedekten vrijwel alle aspecten die we omschreven in onze conceptafbakening. Ook hier zullen opleidingen prioriteiten moeten stellen en bepalen welke aanpak het meest geschikt is om te werken aan de gerelateerde competenties. In **tabellen 2 en 3** (p. 47-48) zien we de topics die het meest frequent werden onderstreept. Dit is echter een kwalitatief onderzoek en geen kwantitatieve bevraging. We verzamelden meningen omtrent de materie en hopen zo een inzicht en een opstap te bieden in het verder uitdenken van zakelijk ondernemerschap en popeducatie.

7.2. Aanbevelingen op beleidsniveau

In elk interview met de opleidingsafgevaardigden blijkt dat over de problematiek van deze masterproef op dit moment gediscussieerd wordt in het werkveld. Ze voelen de druk stijgen om meer aandacht te besteden aan zakelijk ondernemerschap in het hoger kunstonderwijs. Onze bevindingen schuiven het gebrek aan kennis rond zakelijk ondernemerschap en hoe het te integreren in het onderwijs als voornaamste knelpunten naar voren. Het lijkt ons wenselijk dat een **werkgroep van deskundigen** wordt samengesteld die hun expertise rond zakelijk ondernemerschap voor muzikanten en hoger onderwijs bundelen. Deze werkgroep kan hogere opleidingen constructief bijstaan in het uitbouwen van de zakelijke vorming voor muzikanten. Zij kunnen advies geven in het bedenken van een model waarin het aanwakkeren van zakelijk ondernemerschap kan functioneren.

Verder gaven de opleidingsafgevaardigden, met uitzondering van Quackelbeen die als privé-school niet onder deze regulering valt, aan dat zij gekoppeld zijn aan de eindtermen van de Dublin-descriptoren. Het hoger onderwijs is omkaderd door decreten en lijkt hierdoor geremd te zijn om nieuwe initiatieven te nemen en te schuiven in hun curriculum. Ook enkele muzikanten gaven aan dat het niet eenvoudig is nieuwe ideeën door te voeren. Uit deze aannames lijkt het ons aanbevolen **de structuur binnen de opleiding** te herzien en na te gaan hoe **meer flexibiliteit** kan ingebouwd worden. Op welke manier kunnen de hogere opleidingen vlotter inspelen op de toenemende vraag om zakelijk ondernemerschap te implementeren?

Met het kunstenaarsstatuut heeft de overheid een stap in de richting van de kunstenaars gezet die het gemakkelijker moeten maken een werkloosheidsuitkering te krijgen. Het misnoegen van de muzikanten ligt bij de irrealistische voorwaarden die aan het statuut vasthangen. Het sociaal-juridisch kader van de muzikant is nog steeds niet aangepast aan de werkomstandigheden van een muzikant, klinkt het meerdere malen. **Het debat rond het kunstenaarsstatuut** is reeds jaren

aan de gang, maar toch willen we het debat tussen beleidsmakers, praktijkwerkers én muzikanten terug aanmoedigen, aangezien de nood hieraan hoog blijkt te zijn.

8. Evaluatie en suggesties voor verder onderzoek

8.1. Beperkingen van eigen onderzoek

Deze masterproef was een eerste ervaring in het voeren van een wetenschappelijk onderzoek. Het is dus zeker verre van perfect. Graag staan we hier even stil bij enkele inhoudelijke en methodologische beperkingen van het onderzoek.

In de probleemstelling spitsten we ons toe tot het popmuziekveld. Ook binnen de literatuurstudie lag de focus op de pop- en rocksector. Deze term werd echter ruim gehanteerd bij het rekruteren van professionele beroepsmuzikanten voor een interview en dit kan mogelijk als een zwakte beschouwd worden. Dikwijls werd tijdens interviews duidelijk onderscheid gemaakt tussen de klassieke, jazz- en popsector. De klassieke sector buiten beschouwing laten was mogelijk, maar omdat we ons richtten tot de algemenere richtingen 'jazz en lichte muziek'-opleidingen aan de hogescholen, was het uitsluiten van oud-studenten die meer in de jazzsector bewegen, minder evident. Het beroep van een muzikant is nu gemengd en flexibel. De professionele muzikant vandaag beperkt zich vaak niet meer tot één genre en om deze reden is onze respondentengroep van de muzikanten behoorlijk heterogeen. Deze zwakte kan echter meteen ook misschien als een sterkte gezien worden. In dit onderzoek hebben we een ruim spectrum aan professionele pop- en jazzmuzikanten bevraagd over hun nood aan zakelijke vorming.

Een tweede inhoudelijke bedenking betreft het centrale concept: zakelijk ondernemerschap. Ook hier kan geopperd worden dat het begrip misschien te ruim is opgevat en de inhoudelijke omschrijving van zakelijke competenties¹¹ hierdoor wat oppervlakkig blijft. De zakelijke competenties van een muzikant moet volgens ons in een ruime context bekeken worden. Daarom werd gekozen voor een open benadering, waarin de focus vooral gelegd werd op de verschillende perspectieven van de betrokkenen en wat zij belangrijk vonden.

Deze laatste opmerking sluit meteen ook aan bij een methodologische beperking. De kwalitatieve onderzoeksmethodiek richt zich op meningen en ervaringen van de respondenten (Baarda, De Goede & Teunissen, 2005). Doordat de zakelijke topics uit ons concept¹² niet expliciet bevraagd werden, kan men opperen dat de resultaten een vertekend beeld geven over de noden van muzikanten. Toch willen we de open benadering van het onderwerp ook rechtvaardigen, omdat het een manier is waarin de respondenten uit eigen beweging de voornaamste zaken naar voren schuiven. Tot slot erkennen we onze onervarenheid in de vaardigheid van het interviewen. Dit heeft mogelijk een invloed gehad op de resultaten in de vorm van sociaal wenselijke antwoorden of het onbewust sturen van de respondenten in hun antwoord.

8.2. Aanbevelingen voor verder onderzoek

Een problematiek staat nooit op zich. De complexiteit ervan moet steeds geplaast worden in de ruime context. Een nauw verwant thema met de nood aan zakelijk ondernemerschap bij

¹¹ kennis, vaardigheden en houdingen.

¹² Zie conceptafbakening van zakelijk ondernemerschap.

muzikanten is hun inkomenssituatie. Gelijkaardig onderzoek zoals het Nederlands rapport 'Pop, wat levert het op?' (IJdens, Von der Fuhr & Rooij, 2009) zou een interessante verdieping vormen op het inzicht van de huidige beroepspraktijk van popmuzikanten. De verscheidenheid aan inkomstbronnen, typerend voor de huidige muzikant, hangt nauw samen met hun nood aan zakelijk ondernemerschap.

Ten tweede spraken we voornamelijk met oud-studenten van de opleidingen. Het zou een verdienstelijke bijdrage aan dit onderzoek zijn om de nood aan zakelijke vorming bij de huidige studenten aan de hogere muziekopleidingen te gaan bevragen. Staat het zakelijk ondernemerschap voor de meerderheid van de studenten werkelijk nog te ver van hun bed, zoals de opleidingsafgevaardigden hierboven beweerden?

Ook zou een bevraging bij docenten zelf een meerwaarde kunnen zijn in het uitspitten van hoe zakelijke vorming dient te gebeuren. Wat zijn de onderwijspraktijken? Een betere kijk op *hoe* men vandaag zakelijke vorming doceert, kan rijke informatie zijn voor het formuleren van aanbevelingen voor het hoger muziekonderwijs. Tot slot kan men hierbij ook over de nationale grenzen gaan kijken. Het in kaart brengen van buitenlandse muziekopleidingen en hoe zij omgaan met zakelijke vorming, zou een leerrijke uitwisseling tot stand kunnen brengen en helpen in het verder concreet uitwerken van zakelijke vorming aan hogere muziekopleidingen in Vlaanderen.

Het debat tussen professionele en academische opleidingen is aan de gang. De onderzoekende houding onderscheidt de academische van de professionele opleidingen. Ons lijkt het interessant dit debat verder uit te spitten en te gaan kijken op welke manier deze wetenschappelijke houding zich vertaalt naar een impact op de beroepspraktijk. We moeten de vraag naar de meerwaarde van deze wetenschappelijke instelling in het HKO durven stellen.

Tijdens het schrijven van deze masterproef werden de hogere muziekopleidingen doorgelicht door een visitatiecommissie van het VLHORA. De publicatie staat gepland voor december 2011 (K. De Wilde, persoonlijke mededeling, 24 mei, 2011). We zijn nieuwsgierig of deze problematiek aan het licht komt in hun evaluatie. Het lijkt ons dus tot slot interessant de bevindingen van de commissie te plaatsen naast onze bevindingen.

9. Algemeen besluit

De professionele popmuzikant moet zich vandaag handhaven in een competitief werkveld, waarin een overaanbod heerst aan mensen die hun gading zoeken in de muziekindustrie. Dit overaanbod brengt beroepsonzekerheid voort en versterkt het belang aan zakelijk ondernemerschap. Vanuit dit standpunt willen we kijken naar welke zakelijke competenties een professioneel popmuzikant precies nodig heeft én hoe hogere muziekopleidingen hier kunnen op inspelen. Er is een consensus binnen de sector dat er nood is aan een kritische reflectie over de professionele muziekopleidingen en dat hierbij zakelijk ondernemerschap niet over het hoofd gezien mag worden (Muziekplatform, 2010).

In onze literatuurstudie kwamen argumenten naar voren waarom zakelijk ondernemerschap bij muzikanten vandaag steeds belangrijker wordt. Vanuit het concurrentieschema van Porter (1999) belichtten we verschillende evoluties en kenmerken binnen de muziekindustrie die het overaanbod aan muzikanten en de stijgende competitiviteit in de hand werken. Uit de bevraging van de muzikanten en opleidingsafgevaardigden bleek de concurrentie inderdaad voelbaar te zijn door de benoemde evoluties en kenmerken. Muzikaal talent is een absolute voorwaarde, maar geen garantie om door te breken.

Zakelijk ondernemerschap blijkt dus een beslissende rol te spelen. Het ondernemerschap is een ruim containerbegrip. Eén soort ondernemerschap of één type ondernemer bestaat er niet. Elke muzikant heeft zijn of haar eigen accent, wat meteen authenticiteit als belangrijk eigenschap binnen ondernemerschap plaatst. Ondernemers hebben verschillende attitudes: doelgericht, zelfvertrouwen, doorzettingsvermogen, durf, discipline, sociaal, flexibel, leergierig, creatief, initiatiefnemend en verantwoordelijk, zelfstandig en authentiek (Unizo, z.d). Het hebben van een visie en dus daarbij initiatief kunnen nemen, vormen samen met de discipline, sociale houding en leergierigheid de meest vernoemde attitudes.

Naast deze overkoepelende persoonlijke eigenschappen omvat het zakelijk ondernemerschap een viertal clusters waarin verscheidene competenties verzameld worden: financiële, sociale, praktische en juridische competenties. Professioneel netwerken is enorm belangrijk in het uitvoeren van een artistieke beroepspraktijk, wat zeker blijkt op te gaan voor de muziekindustrie. Het speelt een niet te onderschatten rol in het vormen van een imago, het bewerkstelligen van nieuwe aanbiedingen en veel meer. Daarnaast blijkt de Vlaamse beroepsmuzikant sterk geconfronteerd te worden met een complex kluwen van rechtsvormen en sociale statuten. Ook juridisch gezien dient de muzikant op de hoogte te zijn van zijn of haar rechten binnen contracten en auteursrechten. De muzikant heeft een bijzondere inkomenssituatie. Het inkomen stroomt binnen langs verschillende kanten: verkoop van opnamen, auteursrechten, optredens en ga zo verder. De professionele muzikant kan hier niet omheen en moet kunnen onderhandelen. Kennis over de verschillende inkomstenbronnen blijkt onmisbaar te zijn. Tot slot, kent het muzikantenberoep een heleboel praktische facetten die organisatievermogen vragen van de professionele muzikant, zoals het organiseren van de band, time management, logistiek, transport, etc.

De roep om binnen de hogere muziekopleidingen aandacht te schenken aan zakelijke vorming, klinkt steeds luider. We kunnen concluderen dat de betrokken opleidingsinstituten reeds een stap richting zakelijke vorming hebben gezet, maar dat het bij de meeste opleidingen nog als bijkomstig wordt beschouwd. Een belangrijke vaststelling is dat men nog steeds zoekt naar de ideale formule om zakelijke vorming te implementeren. Er blijkt een fout te zitten in de overdracht van de zakelijke vorming naar de studenten toe. Opleidingen schuiven dit probleem af op het feit dat hun studenten nog te weinig geconfronteerd worden met het werkveld en het hierdoor minder actief opnemen. We moeten echter de redenering omkeren. Doordat de meerderheid van de studenten eerder weinig voeling met het werkveld heeft, moeten de opleidingen proactief investeren in de bewustwording bij beginnende muzikanten over de economische realiteit waarin zij terecht zullen komen. We zijn overtuigd dat het aanwakkeren van zakelijk ondernemerschap door vorming hiertoe bijdraagt.

REFERENTIES

Abbing, H. (2002). *Why are artists poor? The exceptional Economy in the Arts*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Abbing, H. (2005). Why are artists poor? *Anachronia*, 7, 31-39.

Baarda, D.B., de Goede, M.P.M. & Teunissen, J. (2005). *Basisboek kwalitatief onderzoek. Handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek*. Groningen/Houten: Wolters-Noordhoff.

Bamford, A. (2007). *Kwaliteit en consistentie: kunst- en cultuureducatie in Vlaanderen*. Onderzoeksrapport, Brussel: Vlaamse overheid, CANON cultuurcel. Gedownload op 18/08/2010, op <http://www.ond.vlaanderen.be/publicaties/eDocs/pdf/300.pdf>

Belgian Entertainment Association (8 januari, 2010). *BEA pleit voor gericht exportbeleid van Belgische muziek*. Geraadpleegd op 10 november 2010, op http://www.belgianentertainment.be/index.php/nl/bea_nieuws_detail/bea_pleit_voor_gericht_exportbeleid_van_belgische_muziek/

Buntinx, W. (2002). De kans op succes in de hitparade. Gatekeeping in de muziekindustrie. *Mediagids Audiovisueel*, 12, 111-124

Burke, A.E. (2003). Music business. In R. Towse (red.), *A handbook of cultural economics* (pp. 321-329). Cheltenham: Elgar.

Coenen, R. (2001). De problemen van de Vlaamse popmuzikanten bij de uitbouw van hun carrière. *Mediagids Audiovisueel*, 9, 117-126

De Boodt, J. (2006). *De sculptuur van de popmuzikant: het culturele gedrag nader bekeken*. Niet gepubliceerde eindverhandeling, Hogeschool Gent, Gent.

De Brabander, K. (2008). *Jazz in België. Het belang van het ontstaan van het jazzonderwijs*. Niet gepubliceerde eindverhandeling, Universiteit Gent, Gent.

Delaruelle, P. (2009). *Onderzoek naar een businessmodel in de muziekindustrie: het 360 graden contract, ook voor artiesten een redding?*. Niet gepubliceerde eindverhandeling, Vrije Universiteit Brussel, Brussel.

De Meyer, G. ,& Trappeniers, A. (2003). *Lexicon van de muziekindustrie*. Leuven: Acco.

De Meyer, G. ,& Trappeniers, A. (2007). *Lexicon van de muziekindustrie* (2^e ed.). Leuven: Acco.

Fictoor, J. ,& Kroeske, S. (2007). *Basisboek muziekmanagement*. Boomonderwijs: Amsterdam.

Fourrier, L., Geens, P., & Vanhoeck, R. (2008). *Wegwijzerbrochure. Wegwijs in de zakelijke aspecten van de muzieksector*. Brussel: vzw Muziekcentrum Vlaanderen.

Frith, S. (1988). *Facing the Music. Essays on pop, rock and culture*. New York: Pantheon Books.

Frith, S. (2001). Pop Music. In S. Frith, W. Straw, & J. Street (red.), *Pop and Rock* (pp. 93-108). Cambridge: Cambridge University Press.

Hesmondhalgh, D. (2007). *The cultural industries* (2^e ed.). Londen: SAGE Publications.

IJdens, T., Von der Fuhr, S., & Rooij, J. (2009). *Pop, wat levert het op? Onderzoek naar de inkomsten van popmusici in Nederland*. Geraadpleegd op 20 november 2010, op <http://www.muzykcentrum.be/document.php?ID=5759>

Joris, M. (2006). *Culturele kritiek: een onderzoek naar muziekcensies in Vlaanderen*. Niet gepubliceerde eindverhandeling, Universiteit Gent, Gent.

Keunen, G. (2002). *Pop! Een halve eeuw beweging*. Tiel: Lannoo.

Kunstenloket (2011, januari). *Het kunstenaarsstatuut*. Brochure gedownload op 28 april 2011, op http://www.kunstenloket.be/files/upload/document/file/brochure_kunstenaarsstatuut_nl.pdf

Lambrechts, B. (2011). Welkom op de Provinciale Hogeschool Limburg (PHL). In: Provinciale Hogeschool Limburg (red.), *Infobrochure Dpt. PHL-Music* (pp. 5). Hasselt: Ben Lambrechts, PHL.

Maenhout, T., De Voldere, I., Onkelinx, J., & Sleuwaegen, L. (2006). *Creatieve industrie in Vlaanderen*. Leuven/Gent: Vlerick Leuven Gent Management School : Flanders District of Creativity Kenniscentrum.

Moons, A. (2007). *Cultuurindustrieën ont(k)leed. Naar een analysemodel inzake de constituerende processen en impactindicatoren van cultuurindustrieën*. Geraadpleegd op 18 december 2010, op <http://www.vub.ac.be/SCOM/cemeso/download/cemeso-06-.cultuurindustrieen%20ontkleed.pdf>

Menger, P.-M. (1999). Artistic Labor Markets and careers. *Annual review of Sociology*, 25, 541-574.

Menger, P.-M. (2001). Artists as workers: theoretical en methodological challenges. *Poetics*, 28, 241-254.

MusicFromNL (2003). *Conamus start korte opleiding 'muzikaal ondernemerschap'*. Geraadpleegd op 18 augustus 2010, op <http://www.musicfrom.nl/magazine/nieuws/11617/conamus-start-korte-opleiding-muzikaal-ondernemerschap.html>

Muziekplatform (2010). *Music is life! Een integrale visie voor de muzieksector. De schaduw van de kerktoren*. Brussel: Stef Coninx, Muziekcentrum Vlaanderen vzw.

Orye, A. (2008). *Subjectieve onderwijstheorieën van beleidsmakers en docenten binnen de pop- en rockopleiding: PHL-Music*. Niet gepubliceerde eindverhandeling, Katholieke Universiteit Leuven, Leuven.

Porter, M.E. (1999). *Porter over concurrentie*. Harvard: Harvard Business School Press.

Provinciaal Hogeschool Limburg (2010a). *Situering BaMa- hervorming en flexibilisering*. Geraadpleegd op 11 november 2010, op <http://www.phl.be/eCache/DEF/2/020.html>

Provinciaal Hogeschool Limburg (2010b). *Vorbereiding competentieprofiel overgang naar i-BF*. Niet gepubliceerd document, Hasselt: Provinciaal Hogeschool Limburg, departement PHL-Music.

Raeman, V. (2008). *Are the Times A-Changin'?* Een exploratief onderzoek naar de rol van de platenmaatschappij als gatekeeper in de Vlaamse muziekindustrie anno 2008. Niet gepubliceerde eindverhandeling, Vrije Universiteit Brussel, Brussel.

Schauvliege, J. (2009). *Beleidsnota cultuur 2009-2014*. Geraadpleegd op 18 augustus 2010, op http://www.faronet.be/files/beleidsnota_cultuur.pdf

Schramme, A. (2010). *De verbeelding (opnieuw) aan de macht. Over de creativiteit en innovatie in de culturele sector*. Leuven: Lannoo Campus.

Schreurs, B., Aerts, J., Baeten, H., Bosmans, W., Degraeve, W., Demeulemeester, J., et al. (2005). Het muzieklandschap. In R. Dillemans & A. Schramme (red.), *Wegwijs Cultuur* (pp.120-131). Leuven: Davidsfonds.

Segers, K., Buekers, A., Peeters, T., De Meyer, G., & Coenen, R. (2000). *Promotie van muziek uit Vlaanderen: kenmerken en problemen. Probleemgebieden van de Vlaamse muzikanten*. Onderzoeksrapport in opdracht van Muziekcentrum Vlaanderen, Brussel/Leuven: VUB/KUL.

Sels, G. (2011, 27 mei). Creatieve industrie levert 120.000 banen. *De Standaard*. Geraadpleegd op 27 mei 2011, op <http://www.standaard.be/artikel/detail.aspx?artikelid=6M3ANB69>

Shuker, R. (1994). *Understanding popular music*. Londen: Routledge.

Stadeus, V., & Vastesaegeer, T. (2006). *Popeducatie in Vlaanderen*. Presentatie, Brussel: Poppunt.

Unie van Zelfstandige Ondernemers [Unizo] (z.d.). *Hoe ontdek ik of ik de geschikte persoonlijke eigenschappen heb om het te maken als ondernemer?* Geraadpleegd op 8 augustus 2010, op <http://www.unizo.be/starters/viewobj.jsp?article=4084>

Unie van Zelfstandige Ondernemers [Unizo] (z.d.). *Onderwijs & ondernemen*. Geraadpleegd op 12 juli 2011, op <http://www.ondernemendeschool.be/viewobj.jsp?id=76452>

Van der Plas, J. & Vastesaegeer, T. (2009). *De Muzikantengids. Handboek voor muzikant en dj*. Katwijk: Django Music & Publishing.

Vanherwegen, D. (2008). *Alleen Elvis blijft bestaan? Een beschrijvend onderzoek naar de carrières van Vlaamse professionele popmuzikanten*. Niet gepubliceerd eindverhandeling, Katholieke Universiteit Leuven.

Vanhouche, M. (2008). *Succes gegarandeerd? Een onderzoek naar succesfactoren binnen cultuurindustrieën op basis van 2 cases uit de Vlaamse muziekindustrie: Clouseau en Laura Lynn*. Niet gepubliceerd eindverhandeling, Vrije Universiteit Brussel, Brussel.

Valckenaers, H. (2009). *Een beleidsaanbeveling voor het subsidiëren van alternatieve managementbureaus: de noodzakelijkheid en wenselijkheid binnen het Vlaamse pop-rockcircuit*. Niet gepubliceerde eindverhandeling, Vrije Universiteit Brussel, Brussel.

Van Keer, L. (2007). *Onderzoek en aanzet naar de volwaardige erkenning en ondersteuning van dj's en producers in Vlaanderen*. Niet gepubliceerde eindverhandeling, Universiteit Antwerpen, Antwerpen.

Van Mechelen (2009). *Kunst- en cultuureducatie in het onderwijs: veranderingen en uitdagingen*. Geraadpleegd op 11 november 2010, op <http://www.locusnet.be/portaal/Locus/Publiekswerking/Kunst-%20en%20Cultuureducatie/2009-09-21%20Kunst-%20en%20cultuureducatie.doc>

Van Praet, Y. (2007). *De kunstenaar als ondernemer: feit of fictie? Een onderzoek naar zakelijke vorming in kunsthogescholen en de zakelijke interesse van beginnende kunstenaars*. Niet gepubliceerde eindverhandeling, Universiteit Antwerpen, Antwerpen.

Vlaams Hogescholenraad [VLHORA] (2003). *Muziek. Een onderzoek naar de kwaliteit van de tweecycli-opleiding muziek aan de Vlaamse hogescholen*. Visitatierapport, Brussel: Vlaams Hogescholenraad.

Vlaamse Overheid (2002). *Decreet betreffende de amateurkunsten*. Geraadpleegd op 10 november 2010, op http://www.amateurkunsten.be/files/amateurkunsten_gecoördineerd_decreeet_2006.pdf

Vlaamse Overheid (2003). *Decreet betreffende de herstructurering van het hoger onderwijs in Vlaanderen*. Geraadpleegd op 10 november 2010, op <http://www.ond.vlaanderen.be/edulex/database/document/document.asp?docid=13425>

Vlaamse Overheid (2009a). *De Vlaamse kwalificatiestructuur. Een gemeenschappelijk instrument voor onderwijs, vorming en werk*. Geraadpleegd op 17 juni 2011, op <http://www.evcvlaanderen.be/evenementen/11/Toelichting%20bij%20voorontwerp%20decreet%20Vlaamse%20kwalificatiestructuur.pdf>

Vlaamse Overheid (2009b). *Decreet 30 april 2009 betreffende de kwalificatiestructuur*. Geraadpleegd op 10 november 2010, op <http://www.ond.vlaanderen.be/edulex/database/document/document.asp?docid=14111>

Verté, D., & Buffel, T. (2011). *Data-analyse kwalitatief onderzoek*. Onuitgegeven powerpoint, Vrije Universiteit Brussel, thesisseminarie 4 maart 2011.

Waege, H., Akgönül, A., De Braekeleer, J., De Kepper, M., Dieltjens, D., Jeurissen, R., et al. (2008). *Gedeeld verbeeld*. Eindrapport Commissie Onderwijs en Cultuur, Brussel: Vlaamse overheid.

Zwaan, K. (2009). *Working on a dream. Careers of Pop musicians in the Netherlands*. Niet gepubliceerde doctoraatsverhandeling, Universiteit Utrecht, Utrecht.

WEBSITES

Jazz Studio (z.d.). Geraadpleegd op 16 augustus 2010, op <http://www.jazzstudio.be/>

Koninklijk Conservatorium Antwerpen (z.d.). Geraadpleegd op 16 augustus 2010, op <http://www.artesis.be/conservatorium/>

Koninklijk Conservatorium Brussel (z.d.). Geraadpleegd op 26 november 2010, op <http://www.kcb.be/>

Koninklijk Conservatorium Gent (z.d.). Geraadpleegd op 16 augustus 2010, op <http://cons.hogent.be/nl>

Kunstenloket (z.d.). Geraadpleegd op 8 augustus 2010, op <http://www.kunstenloket.be/>

Lemmensinstituut (z.d.). Geraadpleegd op 16 augustus 2010, op <http://www.lemmens.be/>

Poppunt (z.d.). Geraadpleegd op meerdere data, op
<http://www.poppunt.be>

Provinciale Hogeschool Limburg (z.d.). *Pop- en rockmuziek*. Geraadpleegd op 16 augustus 2010, op
<http://www.phl.be/>

The European Modern Music Education Network (z.d.). Geraadpleegd op 27 november 2010, op
<http://www.emmenet.org>

VLHORA (z.d.). Geraadpleegd op 30 november 2010, op
<http://www.vlhora.be/>

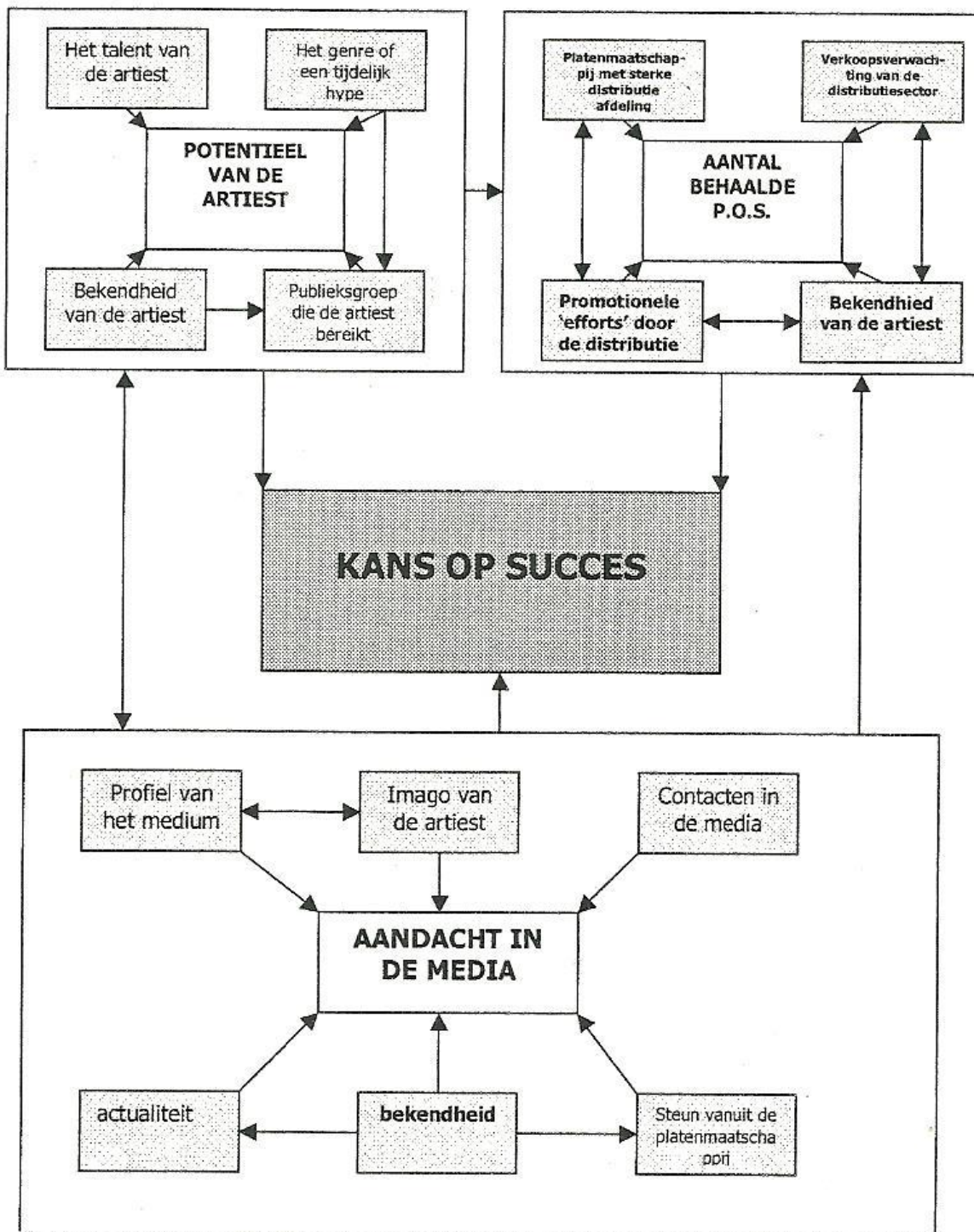
LIJST MET TABELLEN EN FIGUREN

TABELLEN

Tabel 1. Persoonskenmerken muzikantrespondenten	32
Tabel 2. Top 5 van zakelijke aspecten per respondent	47
Tabel 3. Globale top 5 van zakelijke aspecten	48

FIGUREN

Figuur 1. De vijf concurrentiekrachten die binnen een industrie heersen.....	7
Figuur 2. Het culturele productieketen	8
Figuur 3. Gatekeeping in de muziekindustrie (<i>met P.O.S. als 'Points Of Sales'</i>)	95
Figuur 4. Actieve benadering van kunsteducatie.....	20
Figuur 5. Domeinen van de popeducatie in Vlaanderen.....	21



Figuur 3. Gatekeeping in de muziekindustrie (met P.O.S. als 'Points Of Sales') (Buntinx, 2002)

LIJST MET AFKORTINGEN

AEC	Association Europeenne des Conservatoires
A&R	Artist & repertoire
ASO	Algemeen Secundair Onderwijs
DKO	Deeltijds kunstonderwijs
EMMEN	European Modern Music Education Network
EPMQ	European Professional Music Qualification
HKO	Hoger kunstonderwijs
JEN	Jazz Educators Network
JLM	Jazz & lichte muziek
PHL-Music	Provinciaal Hogeschool Limburg Dpt. PHL-Music
UNIZO	Unie van Zelfstandige Ondernemers
VLHORA	Vlaamse Hogescholenraad

BIJLAGEN

BIJLAGE 1: HOGERE OPLEIDINGEN

De bijlagen over de hogere opleidingen zijn selecties uit alle informatie die te lezen is op hun website. Voor hun uitgeschreven visie, opleidingscurriculum en bijhorende studiefiches of ECTS-fiches verwijzen we u graag door naar de desbetreffende website.

- 1.1. Koninklijk Vlaams Conservatorium Antwerpen
- 1.2. Koninklijk Conservatorium Brussel
- 1.3. Koninklijk Conservatorium Gent
- 1.4. Lemmensinstituut
- 1.5. Provinciaal Hogeschool Limburg
- 1.6. Jazz Studio

BIJLAGE 2: DECRETEN

- 2.1. Analyse decreten

Decreet 4 april 2003 Herstructurering van het hoger onderwijs

Decreet 30 april 2009 Vlaams kwalificatiedecreet

BIJLAGE 3: METHODE

- 3.1. Topiclijst Muzikanten
- 3.2. Kleine enquête Muzikanten: Top 5 zakelijke aspecten
- 3.3. Topiclijst Opleidingsafgevaardigden

BIJLAGE 4: INTERVIEWS *Zie bijgevoegde cd-rom*

Opgelet: De interviews zijn de ruwe data van dit onderzoek. Zij zijn niet bijgeschaafd geweest voor publicatie en de spreektaal is behouden.

- 4.1. Interviews Muzikanten
- 4.2. Interviews Opleidingsafgevaardigden
- 4.3. Voorbeeld OSOP-schema

BIJLAGE 1: HOGERE OPLEIDINGEN

1.1. Koninklijk Vlaams Conservatorium Antwerpen

Opleidingsprofielen

In hun missie streven ze ernaar de studenten op te leiden tot hedendaagse, creatieve musici met een grote autonomie en persoonlijkheid, die zichzelf kunnen situeren binnen het huidige socio-culturele en artistieke referentiekader. Klemtoon wordt gelegd op creativiteit en artistieke. Samenspel in al z'n facetten, artistiek onderzoek en samenwerking met diverse kunstopleidingen en professionele organisaties staan centraal binnen de opleiding. Er wordt niet expliciet gesproken over zakelijk ondernemerschap bij muzikanten.

Interessant zijn de omschreven eindcompetenties. Deze worden opgedeeld naar kennis, vaardigheden en attitudes. Een zekere affiniteit met zakelijk ondernemerschap vonden we in de volgende competenties:

Opleidingsprofiel bachelor

1. Kennis

- Kennis van de context: o.a. de studenten hebben een elementaire kennis van de financiële, commerciële en wettelijke aspecten van het beroepsveld.

2. Vaardigheden

- Verbale vaardigheden: De studenten zijn in staat om op een kritische en duidelijke manier te spreken of te schrijven over kunst en cultuur, en over muziek in het bijzonder.

- Optreden in het openbaar: De studenten zijn in staat om een artistieke dialoog aan te gaan met een publiek.

3. Attitudes

- Onafhankelijkheid: de student moet zichzelf kunnen motiveren en organiseren. Hierbij in staat zijn informatie te verzamelen en eigen ideeën kritisch uit te werken

-psychologisch inzicht: de student moet emotioneel begrip hebben, creatief en flexibel kunnen denken

-kritisch vermogen: de student moet kritisch zijn tegenover zichzelf en in staat zijn om constructieve kritiek te leveren voor het werk van anderen.

-communicatievaardigheden: de student moet kunnen samenwerken in teamwork binnen een wisselende context en zijn werk op toegankelijke wijze kunnen presenteren.

Opleidingsprofiel master

In dit opleidingsprofiel vermeldt men expliciet dat het curriculum de student moet voorbereiden om in het beroep te stappen. Hierbij wordt de klemtoon gelegd op het uitdiepen van de kennis, artistiek-technische en onderzoeksvaardigheden. Men benadrukt met andere woorden de artistieke en wetenschappelijke competenties en spreekt niet meteen over de niet-artistieke competenties. Omschreven competenties met ondernemerszin komen overeen met de competenties hierboven.

Curriculum Jazz/Lichte muziek: overzicht zakelijke vakken

Verplichte vakken

- Muzikale projecten doorheen de 5 jaren: Studenten moeten een optreden van A tot Z regelen, waarbij het de bedoeling is zelfstandigheid en zelfredzaamheid te trainen. Bij de evaluatie wordt ook o.a. gekeken naar de organisatie, communicatie met publiek en overtuigingskracht.

- Inleiding tot de muziekpraktijk in BA3: Aan de hand van gastlezingen door professionals uit het werkveld wordt de student geconfronteerd met het professionele werkveld. In dit vak ligt vooral de klemtoon op de zelfreflectie van de student. Wat zijn de persoonlijke ambities? Is hij/zij op de hoogte van de werkmogelijkheden?

- Communicatievaardigheden voor MA1, maar slechts alleen verplichten voor optie muziekeducatie: Hier worden alle processen, mogelijkheden, vaardigheden van communiceren in een ruime zin behandeld. Het is sterk gericht op de communicatie binnen het kader van de muziekeducatie.

Optionele vakken

- Communicatievaardigheden

- Inleiding tot cultuurmanagement: Aan de hand van praktijkseminaries wordt de student ingeleid in de werking van diverse werkorganen (orkesten, culturele centra, kunstencentra, steunpunten,...) binnen het brede, culturele veld. Bedoeling is dat de student een realistisch kijk krijgt op de gang van zaken.

- Marketing: De student moet na deze cursus 'Marketing' op zelfstandige basis een marketingstrategie kunnen uitschrijven voor zelf te realiseren projecten en deze marketingstrategie ook op adequate wijze in de praktijk kunnen omzetten. De student moet een kritische denk- en redeneervaardigheid ontwikkelen die hem toelaat op zelfstandige wijze informatie en vaardigheden te verwerven en aan te wenden. De student moet het realiseren van een marketingstrategie voor projecten kunnen coördineren.

- Muziek & computer

Voor verdere informatie

<http://www.artesis.be/conservatorium/>

1.2. Koninklijk Conservatorium Brussel

Opleidingsprofielen

De opleidingsprofielen splitsen hun competenties op naar algemene, algemeen artistieke en disciplinair artistieke competenties. Bij deze laatste competenties vonden we volgende competenties met affiniteit voor zakelijk ondernemerschap. Ze merken op dat het effectief realiseren van de competenties niet zozeer het resultaat is van één opleidingsonderdeel, maar van de wisselwerking tussen diverse opleidingsonderdelen van het studiecurriculum.

Opleidingsprofiel bachelor

-competentie 8: musiceren in groep: de student moet een aantal attitudes - engagement, communicatief vermogen, stiptheid, verantwoordelijkheidszin, ... - ontwikkelen die nodig zijn om in groepsverband te kunnen werken.

- competentie 9: materiële aspecten: de student moet kennis hebben van onderhoud en herstelling van het instrument, muziekwinkels, nationale en internationale wedstrijden en contacten, verplaatsingsproblematiek...

Opleidingsprofiel master

In dit profiel omschrijft men kort het gedifferentieerd werkveld van de muzikant en de eisen die dit werkveld stelt. Behoud en verdere ontwikkeling van de muzikale bekwaamheden is hier enorm belangrijk. Hiernaast erkennen ze echter ook dat musicus zich op een gedifferentieerd werkterrein beweegt en dus over communicatie en sociale vaardigheden, een flexibele ingesteldheid, organisatorische vaardigheden enzoverder moet beschikken om efficiënt te kunnen functioneren.

-competentie 8: podiumvaardigheden: Naast muzikaal-technisch hoogstaande performance getuigt de artistieke uitstraling op podium van de beheersing van zowel communicatieve als emotionele interactie met het publiek en is de student dus in staat zijn/haar muzikale expressie waar te maken.

-competentie 11: musiceren in groep: zie boven

-competentie 12: maatschappelijke en/of organisatorische vaardigheden: de student is sociaal denkend en voelend, maar beschikt over de nodige organisatorische vaardigheden zoals de organisatie van zijn persoonlijke agenda (concerten, repetitieschema's, zelfstudie...) en het vermogen om te plannen, programmeren, coördineren... Hij kan voldoende leiding nemen m.b.t. plannen, leggen van contacten i.v.m. concerten en public relations,...

-competentie 13: bewustzijn van de materiële aspecten en de eigen plaats binnen het actueel muziekleven: de student kent voldoende alle facetten van de muziekwereld (concertverenigingen, muziekorganisaties, wedstrijden, orkesten/ensembles, uitgevers, muziekwinkels, onderwijsinstellingen, ...) en heeft een brede visie op het nationaal en internationaal muziekleven.

Curriculum Jazz/Lichte muziek: overzicht zakelijke vakken

In de bachelorjaren zijn er geen zakelijke vakken. De richting Jazz/Lichte muziek wordt vanaf de derde bachelor opgesplitst in de modulen instrument en zang. Vanaf de masterjaren kan de student ook voor de module compositie kiezen. In de masterjaren vonden we 2 vakken.

Verplichte vakken

-Concertpraktijk jazz 1 en 2(enkel voor de modules instrument en zang): De studenten steken zelf een concert dienen in elkaar van A tot Z.

-Muziektechnologie 1 en 2(enkel voor de module compositie): Studenten worden vertrouwd met de ICT-toepassingen op gebied van opnametechnieken, live-electronics, computer aided composing als studietechnieken.

Optionele vakken

/

Voor verdere informatie

<http://www.kcb.be/>

1.3. Koninklijk Conservatorium Gent

Twee afstudeerrichtingen werden hier onder de loep genomen, vanwege de sterke link met de popmuziekwereld: Jazz/Pop (Uitvoerende muziek) en Muziekproductie (Scheppende muziek).

Opleidingsprofielen

In de omschrijving van de opleiding staat beschreven dat de twee richtingen nauw samenwerken. De opleiding wordt onderbouwd door muziektheoretische en algemeen vormende opleidingsonderdelen die er garant voor staan dat men zich een weg kan banen binnen de ruime muziekwereld. In de algemene opleidingsprofielen van de bachelor en master in de muziek zijn er geen expliciete verwijzingen naar zakelijk ondernemerschap of ondernemerscompetenties. Volgende omschreven competentie geeft echter wel aan dat de school stilstaat bij de toekomstige werksituatie van hun studenten:

“De student is in staat een inspirerende en functionele werksituatie voor zichzelf op te zetten en in stand te houden.”

Ze erkennen dat het werkveld van de musicus zeer beweeglijk is en het beroepenveld versnipperd is naar analogie met de verschillende afstudeerrichtingen. De opleiding heeft als doel de competenties te verschaffen om het werkveld te kunnen binnenstappen en zich verder te kunnen ontwikkelen.

Curriculum Jazz/Pop: overzicht zakelijke vakken

Verplichte vakken

- Bachelor 3: Cultuurmanagement: Een inleiding in een aantal basismechanismen van de zakelijke aspecten van de cultuurwereld. De student wordt verwacht te kunnen onderhandelen over inhoudelijke, organisatorische en contractuele aspecten van zijn beroepspraktijk. Enkele leerinhouden zijn: strategie en missie, cultuurmarketing, communicatie (o.a. mediatraining), financiën, politieke besluitvorming en subsidies, nieuwe wetgeving (o.a. rechtspersonen, auteurswet), arbeidsrecht (o.a. sociaal statuut van de kunstenaar, sponsoring).
- Bachelor 1/2/3: Projecten zang/pop: zie studiefiche
- Master 1: Muziek en recht: Inleiding in de financiële, sociaalrechtelijke en economische situatie als uitvoerder, componist en/of producer: beginselen van het auteursrecht en naburige rechten, de Belgische wet rond auteursrecht en naburige rechten, analyse van een casus, overzicht van contractuele modellen in de muziekindustrie, studie en toetsing in de praktijk van een artiestenovereenkomst, uitgaveovereenkomst en managementovereenkomst.

Optionele vakken

- Bachelor 3: juridische en economische aspecten van de muziekindustrie: een uitdieping van de leerinhouden van 'Muziek en recht': diverse stadia van het muzikale productieproces (doorlichting van platenfirma), prijszetting, muziek in films, televisie, commercials en games, impact van technologische evoluties op productie, promotie en marketing en muziekbeleving, contractuele modellen, sociaal statuut van de kunstenaar, etc.

Curriculum Muziekproductie: overzicht zakelijke vakken

Verplichte vakken

- Bachelor 1/2/3: Opname en klankrealisatie, Bandpracticum: zie studiefiches

Bandpracticum biedt de student de mogelijkheid zich te ontplooiën in het voorbereiden, het organiseren en leiden van een muziekproductie. Naast het ontwikkelen van muzikaal gehoor en vaardigheden, komen sociale competenties zoals leidinggeven en samenwerken hier tot zijn recht.

- Master 1: Bandpracticum, Stage, Muziek en recht: zie studiefiches
- Master 2: Bandpracticum, juridische en economische aspecten van de muziekindustrie: zie studiefiches

Optionele vakken

- Bachelor/Master: Aspecten van de experimentele pop: zie studiefiche
- Bachelor/Master: Toepassingssoftware: zie studiefiche
- Master: Live electronics: zie studiefiche

De drie vakken Cultuurmanagement, Muziek en recht en juridische en economische aspecten van de muziekindustrie hebben een expliciete zakelijke inhoud, waarbij de studenten een algemene inleiding krijgen in de financiële, juridische en communicatieve aspecten van het ondernemerschap bij muzikanten. Bij de omschrijving van de eindcompetenties is volgende competentie opvallend:

De student is zich bewust van zijn financiële, sociaalrechtelijke en economische situatie. De student moet de attitude hebben zich te verdiepen of op z'n minst bewust zijn van de noodzaak beroep te doen op extern advies. Dit opent de weg naar professionalisering en ondernemerschap.

Voor verdere informatie

<http://cons.hogent.be/nl>

1.4. Lemmensinstituut Leuven

Opleidingsprofielen

De opleiding Jazz/Lichte muziek steunt op 4 peilers: 1) de instrumentele vorming, 2) de theoretische vorming, 3) het reflectieve luik en 4) het projectwerk. In deze laatste peiler wordt de student de gelegenheid geboden om in contact te komen met het professionele muzieklandschap. De ontwikkeling van zakelijke ondernemercompetenties zou men bijgevolg moeten zoeken in dit laatste luik.

Curriculum Jazz/Lichte muziek: overzicht zakelijke vakken

Dit leken ons de vakken met een zekere affiniteit voor zakelijk ondernemerschap. Omdat er online geen ECTS-fiches terug te vinden waren, konden we echter geen zicht krijgen op de concrete inhoud van deze vakken. Tijdens ons interview met Peter Hertmans, opleidingscoördinator Jazz/Lichte muziek, kregen we enige duiding over de inhoud.

Verplichte vakken

-Projectwerk: een verplicht vak doorheen de 5 jaren waarbij de studenten een concerttournee met een bigband organiseren en de vele combo's de kans krijgen op te treden.

-Bachelor 3/Master 1:Organisatie muziekleven jazz: Een praktisch gericht vak met 4 leerinhouden: (1) hoe profileert men zich profileren als band?, (2) hoe vraagt men subsidies aan voor een tournee of plaatopname?, (3) Juridische aspecten zoals auteursrechten en (4) het opstellen van contracten.

-Master 1: Muziek en maatschappij (als onderdeel van muziekhistorische en maatschappelijke vorming): In dit vak denken de studenten sociologisch-filosofisch na over de rol van kunst. Wat betekent kunst voor onze maatschappij? Wat betekent muziek voor de maatschappij?

-Master 1 en 2: Bijkomende solistische vorming: De student doorloopt alle fasen bij een concertverloop, organiseren het van A tot Z, affiches ontwerpen, publiek lokken, etc. ...

Optionele vakken

/

Voor verdere informatie

<http://www.lemmens.be/>

1.5. PHL-Music

Opleidingsprofielen

Het woord 'ondernemen' komt paar keer letterlijk voor in de beschrijving van hun opleidingsconcept en maakt constructief deel uit van hun visie. Met hun gemeenschappelijk stam voor de drie afstudeerrichtingen Muzikant, Muziekmanager en Muziektechnicus leggen ze een brede focus op het verkennen van het werkveld die doorheen de drie jaren opleiding wordt uitgebouwd. Kruisbestuiving tussen de drie richtingen is dan ook sterk aanwezig en zo zal de student Muzikant ook kennismaken met vakken uit het Muziekmanagement en Muziektechniek. Opvallend is hun sectie 'je toekomstige job' waarbij ze de student bewust maken van het gemengde beroepspraktijk: in realiteit zal men meerdere jobs en opdrachten combineren in het dagdagelijkse bewegen.

Curriculum Muzikant: overzicht zakelijke vakken

Verplichte vakken

Bachelor 1

- Communicatievaardigheden: De student maakt kennis met verschillende software en leert middelen en kennis om te gebruiken in reële beroepssituaties (opnames, media, interviews...).
- Werkveldverkenning: Een algemene schets van het muziekveld: de spanningsvelden, de verschillende actoren, ... Student moet actief de culturele, politieke en economische ontwikkelingen van zijn eigen beroepspraktijk volgen.
- Masterclasses: Workshops van diverse professionals uit de muziekindustrie .
- Oriëntatie beroepspraktijk: Stevige theoretische basis in ondernemen, structuren van de muziekindustrie, boekhouden, BTW, marketing, sociaal recht, auteursrecht en naburige rechten, muziekguitgave, CD in eigen beheer, muziekbeleid,
- Bandprojecten: Als vertaling van het toekomstige werkveld, komen ze in contact met de verschillende betrokkenen in het productieproces.

Bachelor 2

- Oriëntatie beroepspraktijk
- Bandprojecten

Bachelor 3

- Bandprojecten
- Afstudeerproject

Optionele vakken voor bachelor 2 en 3

- Algemeen boekhouden: De student leert de theoretische basis van boekhouden.
- Practicum luisteren en beoordelen: De student leert beoordelen op verschillende niveau's: muzikanten, publiek, opdrachtgevers, collega's en andere belanghebbenden.
- Taalvaardigheden: Sectorgericht Engels en Frans wordt bijgeschaafd. .
- Communicatievaardigheden webtechnologie: Alle aspecten m.b.t. online communicatie: schrijven voor het web, werking van internet, sociale netwerksites, user generated content, fora (Youtube, Myspace, Hives,...), digitale beeldbewerking, etc.

Eindcompetenties en meer concrete lesinhoud staan duidelijk omschreven in de studiefiches.

Voor verdere informatie

<http://www.phl.be/>

1.6. Jazz Studio

Opleidingsprofielen

Als privéschool staat Jazz Studio los van het traditioneel muziekonderwijs. Dit maakt dat zij muzikaal-didactisch hun eigen koers kunnen volgen en kunnen volgens hun eigen visie "inspelen op de noden van jongeren die een carrière in de muziekwereld willen uitbouwen".

Pedagogisch lesprogramma

Opleidingsbrochure op te vragen bij Ondine Quackelbeen, directie Jazz Studio.

Het lesprogramma van deze voltijdse dagopleiding bestaat voornamelijk uit muzikaal-technische vakken. Men richt zich naast de instrumentvaardigheden sterk op gehoortraining, samenspel en muziekcreatie. Het ontwikkelen van compositie- en uitvoeringskennis en het regelmatig musiceren in verschillende ensembles vormt een belangrijke schakel binnen de opleiding. Verder komt ook de geschiedenis en achtergrond van de jazz en lichte muziek aan bod. We vonden geen zakelijke ondernemersgerichte vakken terug. De nieuwe opleiding in pop en soul heeft in het tweede jaar een vak op het programma staan, genaamd: Music business/Management. Dit vak wordt op dit moment nog inhoudelijk uitgedacht door de directie.

Voor verdere informatie

<http://www.jazzstudio.be/>

BIJLAGE 2: DECRETEN

2.1. Analyse decreten

De onderzochte decreten zijn terug te vinden op onderstaande linken:

- Decreet 4 april 2003 betreffende de herstructurering van het hoger onderwijs in Vlaanderen:
<http://www.ond.vlaanderen.be/edulex/database/document/document.asp?docid=13425>
- Decreet 30 april 2009 betreffende de kwalificatiestructuur:
<http://www.ond.vlaanderen.be/edulex/database/document/document.asp?docid=14111>

In onderstaande kaders geven we een overzicht van de eindcompetenties die aan het hoger onderwijs zijn voorgeschreven in het **decreet van 04/04/2003 betreffende de herstructurering van het hoger onderwijs in Vlaanderen**. We plaatsten een * achter de competenties die volgens ons affiniteit vertoonden met competenties binnen het zakelijk ondernemerschap.

Art. 58 §2. 2°

Professionele bachelor:

1. Algemene competenties:

- 1) denk- en redeneervaardigheid *
- 2) verwerven en verwerken van informatie *
- 3) vermogen tot kritische reflectie *
- 4) vermogen tot projectmatig denken *
- 5) creativiteit
- 6) uitvoeren van eenvoudige leidinggevende taken *
- 7) vermogen tot communiceren van informatie, ideeën, problemen en oplossingen aan zowel specialisten als aan leken *
- 8) ingesteldheid tot levenslang leren *

2. Algemeen beroepsgerichte competenties:

- 1) teamgericht werken *
- 2) oplossingsgericht kunnen werken (analyseren van probleemsituaties en ontwikkelen van oplossingsstrategieën) *
- 3) besef van maatschappelijke verantwoordelijkheid, samenhangend met de beroepspraktijk

3. Beroepsspecifieke competenties

Het beheersen van beroepsspecifieke competenties op het niveau van een beginnend beroepsbeoefenaar. *Geen verdere specificaties.*

Art. 58 §2. 3°

Academische bachelor:

1. Algemene competenties:

- 1) denk- en redeneervaardigheid *
- 2) verwerven en verwerken van informatie *
- 3) vermogen tot kritische reflectie *
- 4) vermogen tot projectmatig denken *
- 5) creativiteit
- 6) uitvoeren van eenvoudige leidinggevende taken *
- 7) vermogen tot communiceren van informatie, ideeën, problemen en oplossingen aan zowel specialisten als aan leken *
- 8) ingesteldheid tot levenslang leren *

2. Algemeen wetenschappelijke competenties:

- 1) onderzoekende houding
- 2) kennis van onderzoeksmethoden en deze kunnen toepassen
- 3) vermogen om relevante data te verzamelen
- 4) appreciatie van de onzekerheid, ambiguïteit en grenzen van kennis en vaardigheid tot het probleemgestuurd initiëren van onderzoek.

3. specifieke wetenschappelijke competenties:

- 1) begrip van de wetenschappelijke- disciplinaire basiskennis aan een bepaald domein van de kunsten
- 2) systematische kennis van de kernelementen van een discipline
- 3) verwerven van coherente en gedetailleerde kennis van de nieuwste ontwikkelingen van de discipline
- 4) begrip van de structuur van het vakgebied en samenhang met andere vakgebieden *

Art.58 §2. 4°

Academische master:

1. beheersen van algemene competenties op een gevorderd niveau:

het vermogen om op een wetenschappelijke wijze te denken en handelen, het om kunnen gaan met complexe problemen, het kunnen reflecteren op het eigen denken en werken en het kunnen vertalen van die reflectie naar de ontwikkeling van meer adequate oplossingen, het vermogen tot communiceren van het eigen onderzoek en probleemoplossingen met vakgenoten en leken en het vermogen tot oordeelsvorming in een onzekere context;

2. beheersen van algemene wetenschappelijke competenties op een gevorderd niveau:

het kunnen gebruiken van methoden en technieken in onderzoek, het kunnen ontwerpen van onderzoek, het kunnen toepassen van paradigma's in het domein van de wetenschappen of kunsten en het kunnen aanduiden van de grenzen van paradigma's, Het vermogen tot originaliteit en creativiteit met het oog op het continu uitbreiden van de kennis en inzichten en het samen kunnen werken in een multidisciplinaire omgeving;

3. een gevorderd begrip van en inzicht in de wetenschappelijk-disciplinaire kennis eigen aan een bepaald domein van de wetenschappen of de kunsten:

inzicht hebben in de nieuwste kennis van het vakgebied of delen ervan, in staat zijn om de wijze waarop de theorievorming beweegt te volgen en te interpreteren, in staat zijn om in een of enkele delen van het vakgebied een originele bijdrage aan de kennis te leveren en het bezitten van specifieke bij het vakgebied horende vaardigheden als ontwerpen, onderzoeken, analyseren, diagnosticeren;

4. beheersen van de competenties nodig voor het zelfstandig kunnen verrichten van wetenschappelijk onderzoek of de zelfstandige beoefening van de kunsten op het niveau van een beginnend onderzoeker of kunstenaar: *

beheersen van de algemene en specifieke beroepsgerichte competenties nodig voor de zelfstandige aanwending van wetenschappelijke of artistieke kennis op het niveau van een beginnend beroepsbeoefenaar;

Bovenstaande descriptorelementen, vermeld in artikel 58 §2 van het decreet van 4 april 2003 betreffende de herstructurering van het hoger onderwijs, zijn equivalent aan de niveaodescriptoren van niveau's zes, zeven en acht in het Vlaamse kwalificatiestructuur [VKS](**het decreet van 30 april 2009 betreffende de kwalificatiestructuur**) .

VKS- niveau	Niveaodescriptorelementen	
	Kennis Vaardigheden	Context Autonomie Verantwoordelijkheid
VKS 6	<ul style="list-style-type: none"> - kennis en inzichten uit een specifiek domein kritisch evalueren en combineren - complexe gespecialiseerde vaardigheden toepassen, gelieerd aan onderzoeksuitkomsten - relevante gegevens verzamelen en interpreteren en geselecteerde methodes en hulpmiddelen innovatief aanwenden om niet-vertrouwde complexe problemen op te lossen 	<ul style="list-style-type: none"> - handelen in complexe en gespecialiseerde contexten - functioneren met volledige autonomie en een ruime mate van initiatief - medeverantwoordelijkheid opnemen voor het bepalen van collectieve resultaten
VKS 7	<ul style="list-style-type: none"> - kennis en inzichten uit een specifiek domein of op het raakvlak tussen verschillende domeinen integreren en herformuleren - complexe nieuwe vaardigheden toepassen, gelieerd aan zelfstandig, gestandaardiseerd onderzoek - complexe, geavanceerde en/of innovatieve probleemoplossende technieken en methodes kritisch beoordelen en toepassen 	<ul style="list-style-type: none"> - handelen in onvoorspelbare, complexe en gespecialiseerde contexten - volledig autonoom functioneren met beslissingsrecht - eindverantwoordelijkheid opnemen voor het bepalen van collectieve resultaten
VKS 8	<ul style="list-style-type: none"> - bestaande kennis uit een substantieel deel van een specifiek domein of op het raakvlak tussen verschillende domeinen uitbreiden en/of herdefiniëren - nieuwe kennis via origineel onderzoek of geavanceerde wetenschappelijke studie interpreteren en creëren - projecten ontwerpen en uitvoeren die de bestaande procedurele kennis uitbreiden en herdefiniëren, gericht op het ontwikkelen van nieuwe vaardigheden, technieken, toepassingen, praktijken en/of materialen 	<ul style="list-style-type: none"> - handelen in bijzonder complexe contexten met brede, innoverende implicaties - met een hoge mate van kritische zin en sturend vermogen de verantwoordelijkheid opnemen voor de ontwikkeling van de professionele praktijk of van wetenschappelijk onderzoek

Deze informatie vormt in een notendop de decretale achtergrond waaruit de hogere opleidingen hun competenties , oftewel domeinspecifieke leerresultaten, invulling geven.

BIJLAGE 3: METHODE

3.1. Topiclijst Muzikanten

Introductie

- Stel mezelf voor: studente agogiek VUB, thesisonderzoek over zakelijk ondernemerschap bij muzikanten in Vlaanderen en plaats in het hoger onderwijs
- Doel en verloop van interview
- Toelating om op te nemen
- Toelating deelname en dataverwerking

Huidige beroepssituatie

1. Kan u mij wat kort vertellen over hoe u in het muzikantenleven bent gerold?
 - nagaan van gemengde beroepspraktijk
2. Wat waren uw verwachtingen toen u de keuze maakte om muzikant te worden?
 - nagaan van realistische kijk - en zijn die ook waargemaakt?

Ondernemerschap – mening en knelpunten in uitbouw van carrière

1. Wat is de rol van talent in het uitbouwen van een professionele carrière als muzikant?
 - a. In welke mate speelt dit mee? Waarom?
2. Hoe ziet u beroepsdag eruit qua tijdsverdeling in het musiceren en het praktisch regelen en organiseren van uw carrière?
 - b. Hoe ervaart u het om als muzikant zelf met deze praktische zaken bezig te zijn?
3. Kan u een voorbeeld geven in uw carrière dat u niet goed wist hoe u de situatie moest aanpakken?
 - a. Hoe bent u hiermee dan omgegaan?
 - b. Heeft u hulp moeten zoeken?
 - c. Wat zijn/waren de knelpunten in het uitbouwen van een muzikaal carrière?
 - d. Waar ligt volgens u de basis voor deze problemen?
4. Wat is een succesvol muzikant voor u?
 - a. Eigenschappen?
 - b. Kennis? Houding? Vaardigheden?
5. Wat verstaat u onder zakelijk ondernemerschap?
 - a. Aanvinken op blad welke topics ze aanhalen
6. Ervaart u als muzikant dat vandaag de dag in de muzieksector de muzikant zelf ondernemend moet zijn en verstand van zaken moet hebben?
 - a. In welke zin? Welke aspecten?
 - b. Wat is de grootste struikelblok in het regelen van je beroep?
7. Is ondernemerschap iets aangeboren?
 - a. Kan je ondernemerschap aanleren?

Opleiding – belang voor carrière

1. U heeft een opleiding gevolgd aan Hoe heeft u deze opleiding ervaren?
 - a. Doorvragen achter de sterke en zwakke kanten van de opleiding
- knelpunten en troeven van de opleiding
 - b. Bij vroegtijdig gestopt, ook doorvragen achter motieven
2. Voelde u zich voorbereid voor een professioneel carrière na de opleiding?
 - a. Waarom? – achterliggende redenen
3. Op welk vlak zou een opleiding aan het voortgezet onderwijs een meerwaarde kunnen bieden aan een beginnend popmuzikant?
 - a. Wat is de belangrijkste taak van een hogere muzikantenopleiding volgens u?

Opleiding – plaats voor zakelijk ondernemerschap

1. In welke mate bereidde uw opleiding u voor op de zakelijke kant van het beroepsleven?
 - a. Welke aspecten kwamen aan bod tijdens uw opleiding?
 - b. Indien weinig, wat zouden de achterliggende redenen kunnen zijn?
2. Vindt u dat zakelijke vorming een plaats moet krijgen in de professionele opleiding van (pop)muzikanten?
 - a. Zo ja, waarom? Op welke manier ziet u dit dan gebeuren? Welke aspecten zouden aan bod dienen te komen?
 - b. Zo nee, waarom? Wie moet er volgens u dan wel voor instaan?
3. Wat zou u veranderen aan de opleiding voor een popmuzikant? Hoe?

Afsluiting

- Heeft u nog iets toe te voegen? Nog een opmerking?
- Heel erg bedankt!
- Zorg voor social closure

3.2. Kleine enquête Muzikanten: Top 5 zakelijke aspecten

De muzikant: zakelijk ondernemerschap

Respondent:

In welke topics van zakelijk ondernemerschap vind u het belangrijkste om als muzikant vandaag te beschikken over kennis, vaardigheden en/of een zekere houding? *Duid uw top 5 aan.*

Financiële kant

- begroting opmaken
- budgetplanning
- boekhouding
- belastingaangifte
- BTW
- fiscaliteit van het auteursrecht
- verschillende vormen van uitbetaling (KVR, SBK, ...)
- verplichte vermeldingen factuur
- subsidies
- prijzen
- CultuurInvest
- gage bepalen
- werkloosheidsuitkeringen
- sponsoring, fondsenwerving

Sociale kant: Marketing en promotie

- kennis van het muzieklandschap in binnen- en buitenland (omgevingsgerichtheid)
- networking: contact met collega's, managers, boekingskantoren, organisatoren,...
- marketingplan & marketingmix
- mediatraining
- online promotie
- ...

Praktische kant

- muziekopname
- cd in eigen beheer uitbrengen
- optredens regelen van A tot Z
- touren in het buitenland
- organisatie van een band
- het juiste businessmodel
- time management
- administratie
- ...

3.3. Topiclijst Opleidingsafgevaardigden

Introductie

- Stel mezelf voor: studente agogiek VUB, thesisonderzoek over zakelijk ondernemerschap bij muzikanten in Vlaanderen en plaats in het hoger onderwijs
- Doel en verloop van interview
- Toelating om op te nemen
- Toelating deelname en dataverwerking

Zakelijk ondernemerschap

1. Wat verstaat u zelf onder zakelijk ondernemerschap voor muzikanten?
2. Welke zakelijke competenties mag een muzikant niet ontberen?
 - Attitudes, kennis, vaardigheden

Het concept van zakelijk ondernemerschap wordt overlopen, om een beeld te krijgen wat wij in dit onderzoek hier onder rekenen.

Nood aan zakelijk ondernemerschap

1. Ervaart u dat jullie studenten nood hebben aan zakelijke vorming?
2. Alumni's: Volgen jullie de studenten op? Hebben jullie een zicht op de verdere carrière van jullie studenten?

Aanbod opleiding – zakelijke vorming

1. Nagaan informatie curriculum
2. Hoe geven jullie vorm aan de zakelijke competenties binnen jullie opleiding?
 - zakelijke topics
 - verplicht/keuze
 - theoretisch/praktisch
 - lectoren
 - link met de beroepsveld
 - moment in de opleiding
 - gluren bij de burens:
 - Gaat u wel eens kijken bij andere hogere muziekopleidingen?
 - Wisselt u knowhow met andere opleidingen?

Visie opleiding – zakelijk ondernemerschap

1. Wat is volgens u de meerwaarde voor een beginnende popmuzikant om uw hogere opleiding te volgen?
M.a.w. Wat is volgens u de belangrijkste taak van een hogere muziekopleiding?

2. Vinden jullie zakelijk ondernemerschap belangrijk voor muzikanten? Waarom?
MENTALITEIT BEROEPSCONTEXT
3. Vindt u dat er binnen een hogere opleiding voor studenten die van muziek hun beroep willen maken, er aandacht zou moeten gegeven worden aan zakelijk ondernemerschap?

MENTALITEIT SCHOOLCONTEXT

- Achterliggende redenen voor het (niet) aanbieden
- Voor- en nadelen van het (niet) aanbieden

Zo ja,

4. In welke mate zou dit moeten gebeuren? *TOPICS*
5. Via welke onderwijsmethode kan men hier aan tegemoet komen? *MANIER*
6. Op welk moment in de opleiding zou u het inrichten? *MOMENT*

Zo nee,

4. Wie zou er volgens u dan wel voor moeten instaan?

Extra

Een respondent gaf de opmerking dat doordat de PHLMusic de vorm heeft van een professionele bachelor dit zo een andere kijk geeft op de opleiding. Meer dan bij een academische ingesteldheid is men gericht op het terechtkomen in professionele werkveld. Bent u hiermee akkoord? Gaat zo'n opleiding automatisch meer aandacht geven aan zakelijk ondernemerschap?

Afsluiting

- Heeft u nog iets toe te voegen?
- Heel erg bedankt voor dit interview!
- Toestemming al laten tekenen?