Vrije Universiteit Brussel

VRIJE UNIVERSITEIT BRUSSEL
FACULTEIT DER LETTEREN EN WIJSBEGEERTE
VAKGROEP COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN
PROFIEL MEDIA & CULTUUR

# Imperialisme: Vlaamse cultuur = Belgisch?

## Festivalcase 2004-2010: Dance vs Rock

EINDWERK VOORGELEGD TOT HET BEHALEN VAN DE MASTER IN DE COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN DOOR

Kirsten Hannaert

ACADEMIEJAAR 2010-2011
PROMOTOR: PROFESSOR DR. SEGERS KATIA

# Imperialism: Flemish culture = Belgian?

## Festivalcase 2004-2010: Dance vs Rock

TOTAAL AANTAL WOORDEN: 34 523

ONDERZOEK: 32 975

# INHOUDSOPGAVE

DANKWOORD ..... 1
LIJST VAN FIGUREN EN TABELLEN ..... 3
LIJST VAN AFKORTINGEN ..... 4
ABSTRACT ..... 5
SAMENVATTING ..... 6
INLEIDING ..... 9

DEEL I: THEORETISCH ONDERZOEK ..... 19
1. Cultuurindustrie ..... 19
1.1 Definitie(s) ..... 19
1.2 Cultuur product ≠ economisch product ..... 21
1.2.1 Cultuur = Risicovol & onvoorspelbaar ..... 21
1.2.2 Cultuur als collectief goed? ..... 22
1.2.3 Prijsmechanisme ..... 22
1.2.4 Creativiteit versus (?) commercie ..... 23
1.3 Soorten culturele industrieën ..... 23
1.4 Besluit ..... 26
2. De muziekindustrie ..... 27
2.1 Structuur waardenketen ..... 27
2.2 Productie circuit ..... 28
2.3 Live circuit ..... 29
2.3.1 De Belevenissenindustrie ..... 30
2.3.2 Live Performance als Belevenissenindustrie ..... 32
2.3.3 Waarom live performance belangrijk is… ..... 35
2.3.4 Intellectuele rechten op live performance ..... 38
2.4 Rock 'n Roll versus Dance ..... 39
2.5 Besluit ..... 41

3. De Vlaamse muziekindustrie .....42
3.1 België .....42
3.1.1 Moeilijkheden Vlaamse muziekindustrie .....43
3.1.2 De andere kant van de medaille: Mogelijkheden & Kansen .....45
3.1.3 De Vlaamse Muziekindustrie: Een Grijze Blik.....47
3.2 Besluit .....48
4. Muziekindustrie & internationale handel .....49
4.1 Globalisering.....50
4.1.1 Globalisering: een poging tot definitie.....50
4.1.2 Globalisering en de muziekindustrie.....52
4.1.3 Een cultureel vraagstuk: Diversiteit versus homogenisering.....53
4.2 Europese muziekindustrie.....56
4.2.1 Handel binnen Europa.....56
4.3 De Verenigde Staten van Amerika .....58
4.3.1 Verklaring sterke positie .....58
4.3.2 Cultuurimperialisme .....60
4.4 Besluit .....66
5. BESLUIT THEORETISCH ONDERZOEK .....67

DEEL II: EMPIRISCH ONDERZOEK .....69
6. Onderzoekskader.....69
6.1 Kwantitatief Onderzoek .....70
6.1.1 Onderzoeksvragen .....70
6.1.2 Onderzoeksmethode.....71
6.1.3 Populatie-Universum .....71
6.2 Kwalitatief Onderzoek .....74
6.2.1 Onderzoeksvragen .....74
6.2.2 Onderzoeksmethode.....75
6.2.3 Onderzoekseenheden .....75

7. Onderzoeksresultaten ..... 80
7.1 Resultaten Kwantitatief Onderzoek ..... 80
7.1.1 Dominantie?: Verdeling volgens nationaliteiten ..... 81
7.1.2 Vergelijking tussen de vier festivals ..... 90
7.1.3 Verband podiumplaats en nationaliteit artiest ..... 94
7.2 Besluit kwantitatief onderzoek ..... 97
7.3 Resultaten Kwalitatief Onderzoek ..... 98
7.3.1 De sector zegt… ..... 98
7.3.2 Het publiek zegt… ..... 108
7.4 Besluit kwalitatief onderzoek ..... 112
8. BESLUIT EMPIRISCH ONDERZOEK ..... 114
8.1 De cijfers vertellen ons de kwantiteit… ..... 114
8.2 …de professionals en het publiek de kwaliteit ..... 115

CONCLUSIE ..... 117
BIBLIOGRAFIE ..... 120
BIJLAGEN ..... 127

# DANKWOORD

*Fais de ta vie un rêve, et d'un rêve, une réalité.*

*Antoine de Saint-Exupéry*

Reeds jaren droom ik ervan een universitair masterdiploma te behalen en vandaag hoop ik van deze droom een realiteit te kunnen maken. Via deze meesterproef komt het realiseren van deze eerste levensdroom binnen handbereik, al is het schrijven ervan zeker niet zonder horten en stoten verlopen. Na veel zenuwen, prikkelingen en natuurlijk "bloed, zweet en tranen", ben ik er via de vriendschap en liefde van mijn familie en vrienden doorgeraakt. Hoofdzakelijk mama, papa en mijn verloofde Sven wil ik in de eerste plaats bedanken voor de steun en het zelfvertrouwen die zij mij op moeilijke momenten gegeven hebben. Aan mijn ouders wil ik nog eens extra benadrukken hoe gelukkig ik ben dat ik de kans gekregen heb aan de universiteit te mogen studeren en volledig mijn ding te mogen doen. Zij hebben een grote bijdrage geleverd aan het omzetten van deze droom in een werkelijkheid.

Daarnaast wil ik natuurlijk mijn promotor Katia Segers in de verf zetten voor haar goede raad en opmerkingen. Het is niet altijd evident vele taken te combineren met een thesisstudent met vele vragen. Toch is het haar gelukt de nodige tijd te kunnen vrijmaken, waarvoor mijn oprechte dank.

Voor het waarmaken van het empirische thesisonderzoek, heb ik kunnen rekenen op de tijd en moeite van vele mensen in de sector, met name Luc Nowé (Poppunt), Wouter Degraeve (Muziekcentrum), Gerrit Kerremans (VRT), Jeroen Vereecke (Rock'o Co), Marc Steens (Clubcircuit), Roel Vergauwen (Live Nation) en Tijs Vandenbroucke (ID&T). Ook kon ik rekenen op de deelname van een aantal festivalbezoekers aan een focusgroep-interview, waaronder Sven Lenaerts, David Declercq, Emily Lefebvre, Brent Van Marcke, Audrey Verhaeren, Isabelle De Wit en Benoit Lechat. Hartelijk bedankt voor jullie medewerking. Ook mijn goede vriendin Vanessa Gillijns wil ik op deze manier nog eens extra in the spotlights zetten. Zij stond steeds paraat voor het nalezen van mijn thesis en voor het geven van goede raad en moed. Bedankt.

Tenslotte wil ik graag alle professoren van de afgelopen vier jaar bedanken, daar zij een zeer grote bijdrage hebben in de ontwikkeling van onze kennis, vaardigheden en kritische blik, hetgeen een noodzakelijkheid is bij de totstandkoming van een thesisonderzoek. In het bijzonder professor Dr. Katia Segers, professor Dr. Joke Bauwens, professor Dr. Nico Carpentier en professor Dr. Caroline Pauwels.

# LIJST VAN FIGUREN EN TABELLEN

Figuur 1: Structuur muziekindustrie ..... 27
Figuur 2: Waardenketen Productie Circuit ..... 28
Figuur 3: Structuur waardenketen, Live Circuit ..... 29
Figuur 4: Samenvattende structuur Live Circuit ..... 30
Figuur 5: Creative Industries ..... 33
Figuur 6: Functies Live Performance ..... 35
Figuur 7: Evolutie Royalties ..... 39
Figuur 10: Overzicht stakeholders festivalindustrie ..... 76
Figuur 11: Bar Chart Internationale verdeling op 4 festivals ..... 81
Figuur 12: Europese verdeling op de 4 festivals ..... 83
Figuur 13: Cirkeldiagram VK binnen EU ..... 84
Figuur 14: Evolutie nationaliteiten op de 4 festivals ..... 85
Figuur 15: Evolutie nationaliteiten op RW en PP ..... 87
Figuur 16: Evolutie nationaliteiten op TL en ILT ..... 88
Figuur 17: Cirkeldiagram verdeling EU en Angelsaksisch gebied op de 4 festivals ..... 89
Figuur 18: Overzicht nationaliteiten per festival ..... 90
Figuur 19: Verdeling nationaliteiten van de artiesten op RW en PP ..... 92
Figuur 20: Verdeling nationaliteiten op TW en ILT ..... 93
Figuur 21: Verdeling nationaliteiten volgens podium ..... 94
Figuur 22: Verdeling nationaliteiten volgens podium - RW en PP ..... 95
Figuur 23: Verdeling nationaliteiten volgens podium - TL en ILT ..... 96

Tabel 1: Internationale verdeling op de vier festivals ..... 82

# LIJST VAN AFKORTINGEN

| | |
|---|---|
| CCCS | Centre for Contemporary Cultural Studies |
| EFA | European Festival Association |
| FDC | Flanders District of Creativity |
| FMiV | Federatie van muziekfestivals in Vlaanderen |
| IFPI | International Federation Phonographic Industry |
| ILT | I Love Techno |
| PP | Pukkelpop |
| RW | Rock Werchter |
| TL | Tomorrowland |
| UNESCO | United Nations Educational, Scientific, Cultural Organisation |
| VSA | Verenigde Staten van Amerika |

# ABSTRACT

**Imperialism: Flemish culture = Belgian? Festivalcase 2004-2010: Dance vs Rock**

Paper written by Kirsten Hannaert
Promotor: Professor Dr. Segers Katia
University: Free University of Brussels (VUB)
Study Domain: Communication sciences, Media & Culture
Year 2010 - 2011

The United States of America are a very powerful geographical territory. Their power in international economy and trade is undisputable. Still it's of major scientific and societal importance that these international flows and dominant forces are questioned over and over again, because over time this situation may change. Therefore this study wants to contribute something, and examines the American dominance on four Flemish Rock- and Dance festivals. It questions and investigates the performing artists' nationality, with as main goal answering the question if there is a certain nation or territory dominantly present on the Flemish festival market.

After conducting a quantitative and qualitative analysis, results are that there is indeed a very strong Anglo-Saxon power on the four big Flemish festivals. Nevertheless the stakeholders of the sector made clear that they accept this dominance, without further resistance. This means that their view is very different than the most common theoretical approaches. In theory scientists make clear that it's very important that there's a great cultural diversity.

*Keywords*: Americanization, Music industry, festival industry, experience economy, cultural diversity, one way flows, cultural imperialism

# SAMENVATTING

## SITUERING

Reeds decennia bestaat er een wetenschappelijk en maatschappelijk debat omtrent de Amerikaanse culturele en economische dominantie in de wereld, hoofdzakelijk ontstaan door het dominante aandeel van Hollywood in de filmwereld. Recentelijk zijn er echter ook andere flows in de internationale filmhandel aan hun opgang bezig, waaronder bijvoorbeeld het Indische Bollywood of het Nigeriaanse Nollywood. Ook onze Vlaamse filmsector doet het niet slecht, al dreigt de dalende overheidssteun daar mogelijk verandering in te brengen.
Naast de filmsector zijn onderzoekers en critici ook in andere culturele sectoren blijven stilstaan bij het onderwerp van internationale dominantie en concentratie, hetgeen voornamelijk resulteerde in vragen naar eventuele Amerikaanse of Angelsaksische dominantie over andere culturen. In het kader van dit onderwerp worden in deze thesis de Vlaamse rock- en dance muziekfestivals nader bekeken en onderling met elkaar vergeleken.

Dit thesisonderzoek wordt gevoerd aan de hand van een politiek economisch denkkader, waarbij de Amerikaanse dominantie en macht in de festivalsector in vraag gesteld wordt. Is er sprake van Amerikaanse dominantie op de Vlaamse rock en dance festivalmarkt? Centraal in een politiek economische benadering, en dus ook in dit onderzoek, staan de machtsverhoudingen in de cultuur- en creatieve industrieën kritisch ter discussie. [1]

Specifiek in dit onderzoek, zoals reeds vermeld, wordt de focus gelegd op de invraagstelling van de Amerikaanse dominantie in de muziekprogrammatie van Vlaamse rock- en dancefestivals. Rock is een genre waarvan de ontstaanscontext te situeren is in Amerika, dance daarentegen is een Europees genre dat meer in ons eigen land en Nederland ontstaan is. Net om die reden is het interessant beide genres met elkaar te vergelijken. Deze vergelijking is mogelijk door data van vier verschillende festivals te verzamelen, twee rockfestivals (Rock Werchter in Werchter en Pukkelpop in Kiewit) versus twee dancefestivals (I love Techno in Gent en Tomorrowland in Boom). De reden waarom de focus specifiek op deze "big four" ligt, is van praktische en wetenschappelijke aard. Van deze vier grote festivals zijn veel data te raadplegen en is de line-up eveneens op te sporen. Lokale festivals daarentegen hebben iets minder goed verzamelde data en zijn dus ook minder makkelijk te onderzoeken. Eveneens zijn deze vier de gróte festivals

[1] HESMONDALGH (D.). *The cultural industries.* London, Sage Publications Ltd, 2007, p. 33.

en zijn het net die evenementen die ook het grootste publiek bereiken en dus de meeste invloed hebben. Al mag de invloed van de kleine festivals voor de lokale artiest uiteraard niet miskent worden. [2]

De primaire doelstelling van het onderzoek is een overzicht verschaffen van de nationaliteiten van de aanwezige artiesten op de vier festivals en op die manier een kritische evaluatie maken van de dominantie in nationaliteiten binnen de festivalprogrammatie. De artiesten die op de affiches van één van de vier Vlaamse festivals stonden tussen 2004 en 2010 zullen in kaart gebracht worden. Dit met als doel de vraag te beantwoorden naar de evolutie van de geafficheerde artiesten en hun nationaliteiten. Hierbij worden een aantal geografische gebieden met elkaar vergeleken, namelijk Amerika en Europa, het Verenigd Koninkrijk versus de rest van Europa, de plaats van Belgische artiesten op de Vlaamse podia en de algemene Europese en internationale stand van zaken.

Voor de tijdspanne 2004 – 2010 wordt gekozen met de reden omdat binnen deze onderzoekstopic de periode 1997 – 2004 reeds onderzocht werd door professor dr. Segers Katia. In desbetreffend onderzoek werden vragen gesteld naar Amerikaanse dominantie binnen de Vlaamse muzieksector en werden ook antwoorden gegeven op een aantal onderzoeksvragen naar concerten en festivals. Deze masterproef wil een bijdrage leveren aan de verderzetting van dat onderzoek van Professor Dr. Segers, met hoofdzakelijk aandacht voor de festivalcase.

Concluderend kan gesteld worden dat het onderzoek tot doel heeft het in vraagstellen van de vermeende culturele dominantie op de Vlaamse rock en dance festivalmarkt. Is er, met andere woorden, sprake van culturele dominantie en hoe is de situatie geëvolueerd tussen 2004 en 2010? Om hier een antwoord op te geven, zijn verdere onderzoeksvragen gesteld naar enerzijds naar de machtsverhoudingen tussen de verschillende nationaliteiten en anderzijds naar een vergelijking tussen de twee verschillende festivalgenres, met name dance en rock.

[2] BERNSTEIN (A.), SEKINE (N), WEISSMAN (D.). *The Global Music Industry. Three Perspectives.* New York, Routledge, 2007, pp. 11-12.

## ONDERZOEK

Om deze onderzoeksvragen te beantwoorden, werd een combinatie van kwalitatief en kwantitatief onderzoek opgezet. Voor het kwantitatieve luik werden de nationaliteiten van de verschillende muzikanten opgezocht die optraden op één van de vier festivals (Rock Werchter, Pukkelpop, I Love Techno of Tomorrowland), in de periode 2004-2010. Vervolgens werden deze data gebruikt om een statistische analyse uit te voeren. Dit kwantitatieve luik werd aangevuld met een kwalitatief onderzoek. Dit betekent dat enerzijds een aantal interviews werden verricht, enerzijds met de belanghebbers binnen de muzieksector, anderzijds met het publiek. Het doel van dit onderdeel was het in kaart brengen van de sectorale en publieke visie op de Vlaamse festivalindustrie.

## RESULTATEN

Aan de hand van het kwantitatieve onderzoek werd de theoretisch aangehaalde, vermeende Angelsaksische dominantie bevestigd. Hier komen theorie en kwantitatieve empirie met elkaar in overeenstemming.

Opvallend is echter het contrast tussen de theoretische visie van de onderzoekers en het bevestigd kwantitatief onderzoek, met de kwalitatief vastgestelde ideologie binnen de sector. Uit het statistisch onderzoek kan geconstateerd worden dat er een grote Angelsaksische dominantie bestaat op de Vlaamse markt van de grote festivals. Uit de theorie zou hier kunnen uit voortvloeien dat dit een soort bedreiging is voor de culturele diversiteit, aangezien één bepaald gebied overheerst en dat het belangrijk is deze culturele diversiteit te beschermen. De sector echter vindt het echter allemaal niet zo erg en relativeren de gehele situatie als zijne een pure realiteit die historisch nu éénmaal zo gegroeid is.

# INLEIDING

Reeds decennia bestaat er een wetenschappelijk en maatschappelijk debat omtrent de Amerikaanse culturele en economische dominantie in de wereld, hoofdzakelijk ontstaan door het dominante aandeel van Hollywood in de filmwereld. Recentelijk zijn er echter ook andere flows in de internationale filmhandel aan hun opgang bezig, waaronder bijvoorbeeld het Indische Bollywood of het Nigeriaanse Nollywood. Ook onze Vlaamse filmsector doet het niet slecht, al dreigt de dalende overheidssteun daar mogelijk verandering in te brengen.
Naast de filmsector zijn onderzoekers en critici ook in andere culturele sectoren blijven stilstaan bij het onderwerp van internationale dominantie en concentratie, hetgeen voornamelijk resulteerde in vragen naar eventuele Amerikaanse of Angelsaksische dominantie over andere culturen. In het kader van dit onderwerp worden in deze thesis de Vlaamse rock- en dance muziekfestivals nader bekeken en onderling met elkaar vergeleken.

Liedjes zijn niet zomaar liedjes, net als cultuur ook nooit zomaar cultuur is. Kunstwerken, waaronder muziek, vormen het bloed, zweet, tranen, geld en de passie van creatieve zielen in de samenleving. Zij zijn voor de artiesten hun léven en hetgeen waarván zij uiteindelijk leven, al kunnen sommige kunstenaars vaak moeilijk de eindjes aan elkaar knopen. De moeilijkheden die zij ervaren zijn vaak te wijten aan de bikkelharde internationale concurrentie, want artiesten wedijveren, spijtig genoeg, niet enkel in het binnenland met elkaar. Lokale artiesten moeten in eigen land strijden om een plaat op de radio te krijgen, een plaats op een muziekfestival of een cd in de distributieketens. Hierbij moeten zij echter vaak het onderspit delven ten opzichte van de buitenlandse artiesten, al ligt dit niet altijd aan de kwaliteit en creativiteit binnen de Belgische culturele en creatieve sectoren.
Het strijden van de Belgische en Europese muzikanten tegen internationale/Amerikaanse concurrentie om een plek op de Vlaamse rock-en dancefestivals …daar gaat deze meesterproef om. Daar *geeft* deze thesis om.

Het thesisonderzoek wordt aan de hand van een **politiek economisch denkkader** gevoerd, waarbij de Amerikaanse dominantie en macht in de festivalsector in vraag gesteld wordt. Is er sprake van Amerikaanse dominantie op de Vlaamse rock en dance festivalmarkt? Centraal in een politiek economische benadering, en dus ook in dit

onderzoek, staan de machtsverhoudingen in de cultuur- en creatieve industrieën kritisch ter discussie. [3]

Specifiek in dit onderzoek, zoals reeds vermeld, wordt de focus gelegd op de **invraagstelling van de Amerikaanse dominantie** in de muziekprogrammatie van **Vlaamse rock- en dancefestivals.** Rock is een genre waarvan de ontstaanscontext te situeren is in Amerika, dance daarentegen is een Europees genre dat meer in ons eigen land en Nederland ontstaan is. Net om die reden is het interessant beide genres met elkaar te vergelijken. Deze vergelijking is mogelijk door data van vier verschillende festivals te verzamelen, twee rockfestivals (Rock Werchter in Werchter en Pukkelpop in Kiewit) versus twee dancefestivals (I love Techno in Gent en Tomorrowland in Boom). De reden waarom de focus specifiek op deze "big four" ligt, is van praktische en wetenschappelijke aard. Van deze vier grote festivals zijn veel data te raadplegen en is de line-up eveneens op te sporen. Lokale festivals daarentegen hebben iets minder goed verzamelde data en zijn dus ook minder makkelijk te onderzoeken. Eveneens zijn deze vier de gróte festivals en zijn het net die evenementen die ook het grootste publiek bereiken en dus de meeste invloed hebben. Al mag de invloed van de kleine festivals voor de lokale artiest uiteraard niet miskent worden. [4]

De primaire doelstelling van het onderzoek is een overzicht verschaffen van de **nationaliteiten** van de aanwezige artiesten op de vier festivals en op die manier een kritische evaluatie maken van de dominantie in nationaliteiten binnen de festivalprogrammatie. De artiesten die op de affiches van één van de vier Vlaamse festivals stonden tussen 2004 en 2010 zullen in kaart gebracht worden. Dit met als doel de vraag te beantwoorden naar de evolutie van de geafficheerde artiesten en hun nationaliteiten. Hierbij worden een aantal geografische gebieden met elkaar vergeleken, namelijk Amerika en Europa, het Verenigd Koninkrijk versus de rest van Europa, de plaats van Belgische artiesten op de Vlaamse podia en de algemene Europese en internationale stand van zaken.

Voor de tijdspanne **2004 – 2010** wordt gekozen met de reden omdat binnen deze onderzoekstopic de periode 1997 – 2004 reeds onderzocht werd door professor dr. Segers Katia. In desbetreffend onderzoek werden vragen gesteld naar Amerikaanse dominantie binnen de Vlaamse muzieksector en werden ook antwoorden gegeven op een aantal onderzoeksvragen naar concerten en festivals. Deze masterproef

[3] HESMONDALGH (D.). *The cultural industries.* London, Sage Publications Ltd, 2007, p. 33.
[4] BERNSTEIN (A.), SEKINE (N), WEISSMAN (D.). *The Global Music Industry. Three Perspectives.* New York, Routledge, 2007, pp. 11-12.

wil een bijdrage leveren  aan de verderzetting van dat onderzoek van professor Dr. Segers, met hoofdzakelijk aandacht voor de festivalcase.

Concluderend kan gesteld worden dat het onderzoek tot doel heeft het in vraagstellen van de vermeende culturele dominantie op de Vlaamse rock en dance festivalmarkt. Is er, met andere woorden, sprake van culturele dominantie en hoe is de situatie geëvolueerd tussen 2004 en 2010? Om hier een antwoord op te geven stel, worden verdere onderzoeksvragen gesteld naar enerzijds naar de machtsverhoudingen tussen de verschillende nationaliteiten en anderzijds naar een vergelijking tussen de twee verschillende festivalgenres, met name dance en rock.

# Belang van het onderzoek

"*Optreden is het allerbelangrijkste wat er is",* zegt muzikant Nathan Ambach in een interview met modemagazine Elle België.[5] De live performance van muzikanten geeft hen immers dé kans mensen te overtuigen van hun talent, hetgeen nodig is om te overleven in deze harde business.

Ook Luc Nowé benadrukt het maatschappelijk belang van muziekfestivals, wanneer hij beweert dat:"*Voor mij zijn de festivals zo een beke de Vlaamse kermissen van vroeger. Vroeger was er in elke gemeente ne kermis, nu is er in elke gemeente een festival. Het brengt de* ***mensen bij elkaar****. […]da s een soort van…. **maatschappelijk sociaal gebeuren** he. […] Er zit enorm veel… da s enorm veel talent. Er zijn enorm **veel mensen met muziek bezig**."* (Luc Nowé, Poppunt)[6]

In een wereld gedomineerd door processen van globalisering, is het voor onze Belgische artiesten erg moeilijk om stand te houden en te blijven overleven als kunstenaars, zoals reeds duidelijk werd in het vorige deel. De buitenlandse concurrentie is loodzwaar, maar het is van groot belang dat onze artiesten blijven bestaan als onderdeel van het **Belgisch cultureel erfgoed**. Daarom moeten zij zich profileren op de muzikale markt en dit kan louter indien zij hiervoor **kansen** krijgen; kansen om gedraaid te worden, beluisterd te worden en te performen. Indien deze kansen hoofdzakelijk doorgegeven worden aan buitenlandse artiesten, betekent dit de teloorgang van de lokale cultuur. Artiesten hebben al heel wat te verduren in een tijdperk van verregaande en steeds verder gaande digitalisering en de daarmee gepaard gaande problematiek van auteursrechten, maar krijgen het daarbij alleen maar moeilijker door de globalisering.

[5] CRAENE DE (K.). *Nathan Ambach. Volbloed Podiumbeest,* in Elle België, 2010, jg. 12, nr. 10, p. 92.
[6] Deze quote komt uit het interview met Luc Nowé van Poppunt, zie bijlagen: CD-rom p. 121.

Steunmaatregelen aan Belgische artiesten zijn noodzakelijk en onontbeerlijk voor de culturele sectoren, ook voor de profilering van ons land, want het belang van lokale cultuur voor een natie valt niet meer te ontkennen. Zoals in het boek "10 jaar Cultuur- en jeugdbeleid in Vlaanderen" naar voor geschoven wordt: **"De Kunsten: (h)art van de samenleving"**. Cultuur is voor vele landen dé manier om hun nationaal talent tentoon te stellen en een toeristische trekpleister te zijn, en dat is het, naar mijn inziens, voor het kleine België eveneens. In Vlaanderen is een rijke verzameling aan kwaliteitsvolle artiesten aanwezig in diverse culturele sectoren, waaronder in de mode, de filmsector, de beeldende kunsten en de muziekindustrie. Dit verdient een grote belangstelling, aangezien veel van deze cultuurindustrieën het erg moeilijk hebben ondanks de kwaliteit van hun aanbod. Het is cruciaal dat de eigen lokale artiesten gesteund worden op alle mogelijke manieren zodat zij als audiovisuele talenten kunnen overleven. [7]

In de loop van de geschiedenis is de lokale cultuur in België, en ook in andere landen, bedreigd geweest door de Amerikaanse cultuurindustrie, beweren onder meer onderzoekers zoals David Hesmondalgh, Simon FRITH en Paul Rutten. In de VSA heerst echt een bepaalde sfeer, die goed geschetst wordt door de slogan "There's no business like showbusiness". Hierdoor spreken sommige theoretici over "**one-way-flows**"[8] op niveau van culturele handel, "**Amerikanisering**"[9] of teloorgang van de lokale cultuur op niveau van content of kortweg **Amerikaans cultuurimperialisme**.[10] De term cultuur imperialisme wordt nu echter veel minder gebruikt dan vroegere. Deze benamingen gaan doorgaans gepaard met een zekere angst voor trivialisering, standaardisering, vulgariteit en monocultuur.[11] Meer en meer spreken onderzoekers dezer dagen kortweg van **globalisering en dominantie**, termen die ook in deze thesis veelvuldig aan bod komen. Voor deze benamingen werd gekozen, omdat zij meer wegstappen van het angsthebbende, meer genuanceerd overkomen en moderner zijn.
Zoals steeds zijn er eveneens theoretici die hier regelrecht tegenover staan en deze situatie niet als problematisch zien of vinden dat er helemaal geen "situatie" is. Daarom is het noodzakelijk dit soort beweringen, van voor- en tegenstanders van de "cultuur imperialisme"-these voortdurend te toetsen aan de werkelijkheid. Hiernaar wordt eveneens in dit onderzoek gestreefd, hetgeen verder in deze inleiding duidelijk zal worden.

[7] RYNK DE (P.). *10 jaar Cultuur- en jeugdbeleid in Vlaanderen.* Leuven, ACCO, 2009, p.5.
[8] HELD (D.). *A globalizing World? Culture, Economics and Politics.* Abingdon, Routledge, 2004, p. 49.
[9] BILTEREYST (D.). Amerikanisering, jeugdcultuur en mediapaniek. Over de historische receptie en censuur van de Amerikaanse jongerendelinquentiefilms in de jaren 1950. In: SAEYS (F.), VERSTRAETEN (H.) (Eds.). *De media in maatschappelijk perspectief*. Gent, Academia Press Wetenschappelijke Uitgeverij, 2005, p. 300.
[10] ZOONEN VAN (L.). *Media, Cultuur en Burgerschap. Een inleiding*. Antwerpen, Het Spinhuis, 2004, p. 59.
[11] BILTEREYST (D.). Idem, p. 300.

In onderzoek is al heel wat wetenschappelijke documentatie en informatie verzameld omtrent de muzieksector, maar het is noodzakelijk deze informatie **up-to-date** te houden. Culturele handel is een fenomeen dat namelijk niet stil staat, het is een zeer **dynamische en veranderlijke sector**. Om deze reden is het belangrijk dat onderzoekers cumulatief en constructief werk leveren en steeds verder bouwen op de schouders van hun voorgangers. Algemeen kan gezegd worden dat er veel theoretische en empirische onderzoeksdata te vinden zijn, maar doorgaans handelt dergelijke literatuur over het mixen van genres en stijlen als gevolg van globalisering, over dominantie op vlak van geluidsdragers, semiotische inhoudsanalyses, en dergelijke meer. Over live performance, waaronder concerten en festivals behoren, zijn echter relatief weinig literatuur en wetenschappelijke data voor handen. Deze worden ook in research naar de culturele en creatieve industrieën zelf sterk verwaarloosd of foutief benaderd, zoals het geval is in het onderzoek van Flanders District of Creativity (FDC) van 2006. Zij beweren dat dit live circuit niet behoort tot de kerncreatieve industrieën. In dit onderzoek wordt echter wel verwezen naar de dubbele structuur die in de waardenketen van de Vlaamse muzieksector terug te vinden is. Hierbij gaat de eerste rode draad over de productiekant van muziek op dragers; de tweede rode draad focust op de live muziek. Muziek bereikt de consument via deze twee draden, cd's en live optredens. Deze tweede draad van **live performance** loopt centraal doorheen deze masterthesis. [12]

Er is echter wel recent onderzoek met de vraag naar Amerikaanse dominantie in charts/hitlijsten, maar ook hier wordt live performance niet onder de loep genomen. Dit is een sterke tekortkoming binnen het onderzoeksveld, aangezien dit live platform net dé kans is voor artiesten om zich te profileren. Aan deze tekortkoming wil dit onderzoek een bijdrage leveren. [13]

Weer een typisch onderzoek rond de "one way flow"-these, denkt u als lezer misschien? Neen! Dit is geen herhaling van het reeds verrichte onderzoek, een aantal klemtonen maken dit onderzoek uniek in zijn soort. Bovendien is het eveneens belangrijk onderzoekers te vinden die dergelijke onderzoeksresultaten steeds **up-to-date** houden, omdat internationale handel niet stopt op een bepaald moment en het belangrijk is de evolutie ervan in het oog te houden.

Binnen deze problematiek kan ook dit onderzoek geplaatst worden, waarbij de vraag naar Amerikaanse culturele dominantie binnen de programmatie van Vlaamse festivals centraal staat. Zoals eerder aangegeven, is er al heel wat onderzoek verricht naar deze

[12] MAENHOUT (T.), VOLDERE DE (I.), ONKELINX (J.), SLEUWAEGEN (L.). *Creatieve industrie in Vlaanderen.* Leuven, FDC, 2006, pp. 57-62.
[13] FERREIRA (F.), WALDFOGEL (J.). *Pop Internationalism : Has a Half Century of World Music Trade Displaced Local Culture?.* 2010, Cambridge, National Bureau of Economic Research, p. 4.

materie en is het, naast het up-to-date houden van de data, toch ook interessant als het onderzoek een **vernieuwende invalshoek** heeft. Wat dit onderzoek vooral grensverleggend maakt, is de focus op het verschil tussen **twee muziekgenres**. Voor deze onderzoeksvraag zal de focus liggen op twee rockfestivals, Rock Werchter en Pukkelpop, en twee dance festivals, Tomorrowland en I Love Techno.
Naast deze invalshoek is er ook een unieke focus te vinden in de vraagstelling naar het verband tussen de nationaliteit van de artiesten en de **podiumplaats** die ze krijgen op de festivals. Er is een erg groot verschil tussen het geven van een live performance op de main stage en op een ander podium. Hierachter schuilt met andere woorden de vraag óf er bepaalde nationaliteiten dominant aanwezig zijn op een bepaalde podiumplaats en welke naties dat dan hoofdzakelijk zijn.

Daarnaast kan het belang van dit soort onderzoek eveneens gestaafd worden in termen van **economische, maatschappelijk, sociale, artistieke en identiteitsvormende** componenten. De relevantie van festivals en de muziekindustrie voor deze verschillende soorten aspecten, kan niet meer ontkent worden; zoals in de literatuurstudie van deze thesis duidelijk gemaakt zal worden. Een fenomeen dat zoveel maatschappelijke implicaties heeft, is het, naar mijn inziens, waard onderzocht te worden. In de theoretische studie wordt wetenschappelijk onderbouwd hoe belangrijk festivals zijn voor de economie, de maatschappij en het artistieke parcours van een land. Stel hierbij dat deze thesis aantoont dat er een bepaalde (Amerikaanse) dominantie aanwezig is in de muziekprogrammatie van de geselecteerde Vlaamse festivals. De meest eenvoudige conclusie die hieruit getrokken kan worden is dat er iets aan dit concentratieprobleem dient gedaan te worden, bijvoorbeeld vanuit politieke hoek aan de hand van beleidsinitiatieven. Om tot deze conclusie te komen, moet onderzoek als dit natuurlijk actief uitgevoerd worden. Op die manier kunnen politici te weten komen dat er een bepaald probleem is, waarvoor oplossing moeten worden gezocht. Een eerste stap in dit proces, is het vaststellen van de probleem, hetgeen de bedoeling is van deze thesis en dus staaft hoe belangrijk en relevant dit soort research is.

# Theoretisch onderzoekskader

In het theoretische luik van dit onderzoek zullen eerst en vooral de **cultuur- en creatieve industrieën** centraal staan. Het concept culturele en creatieve industrie(en) zal verklaard worden aan de hand van de definities van Adorno & Horkheimer en United Nations Educational, Scietific and Cultural Organisation (UNESCO). De redenen waarom voor deze auteurs gekozen werd, is de ingrijpende impact van hun definities op het denken over en onderzoeken van de sector(en). Ook zijn deze voorgestelde definities telkens de meest verspreidde omschrijvingen geweest op het moment dat ze gelanceerd werden, wat maakt dat de definitie van UNESCO op dit moment het meest verspreid en algemeen aanvaard is. Verder worden de algemene kenmerken en moeilijkheden van dit soort industrie uit de doeken gedaan, gevolgd door een bespreking van de verschillende soorten industrieën die er binnen deze sector bestaan.

Het tweede grote theoretische blok richt de aandacht op de algemene structuur van de **muzieksector**, gevolgd door een bespreking van de specifieke structuur en problemen binnen de **Vlaamse muziekindustrie**. Hier wordt vooreerst een specifieke evaluatie van de Vlaamse muziekindustrie in het algemeen gemaakt, waarop vervolgens dieper ingegaan wordt op de een specifieke vorm van culturele expressie, namelijk live performing. Ook de twee genres waarop in dit onderzoek de focus ligt, met name dance en rock, zullen beknopt aangehaald en gesitueerd worden.

Tenslotte wordt een overzicht gegeven van de **internationale handel in de muziekindustrie.** De invloed van het globaliseringproces op de lokale culturen, de aspecten waarmee deze lokale culturen en naties moeten leren omgaan en de verschillende theoretische en wetenschappelijke visies die bestaan binnen dit specifieke onderzoeksgebied zullen hier besproken worden. Hierbij zijn het overzichtelijk maken van reeds verricht empirisch onderzoek en het aankaarten van onderzoekers die lijnrecht tegenover elkaar staan de hoofddoelen. Dit aanbrengen van contrasterende visies is van cruciaal belang, aangezien dit toelaat een breed beeld te schetsen van pro- en contra-argumenten met betrekking tot de vermeende Amerikaanse dominantie. In het empirisch deel van deze thesis zal vervolgens de werkelijkheid gedestilleerd worden uit deze argumentenreeks. Dit aan de hand van een kwantitatief en kwalitatief onderzoek, zoals in het volgende onderdeel van de inleiding duidelijk zal worden.
Ter afsluiting van dit deel worden een **aantal recente onderzoeken** besproken. Hierdoor wordt de internationale en Europese hedendaagse stand van zaken binnen de muziekindustrie besproken. Deze studies zijn geselecteerd naar relevantie voor deze meesterproef en naar recentheid. Een eerste onderzoek dat aan bod zal komen in dit

hoofdstuk is hetgeen uitgevoerd door Fernando Ferreira & Joel Waldfogel (2010), maar zich uitsluitend richt op de internationale dominante posities in de hitlijsten en niet zozeer op de concertmarkt. Het Europese muzieklandschap wordt geschetst aan de hand van het onderzoek van Capgemini in samenwerking met Buma/Stemra (2005).[14]

Verschillende auteurs die doorheen deze meesterproef worden aangehaald zijn onder meer David Hesmondalgh en de populistische visie van professor Dr. Gust De Meyer. Daar waar volgens Hasmondalgh de Amerikaanse dominantie niet absoluut is, maar zeker niet genegeerd mag worden[15], ontkent De Meyer elke problematiserende stelling. [16] Verder komen ook de ideeën van David Held, Simon Frith, Paul Rutten, Bruno S. Frey, Ferreira & Waldfogel, Dolfsma, … aan bod.

De drie primaire theoretische onderzoeksvragen die gesteld worden in deze thesis peilen naar de **toestand en evolutie** van de muzieksector (internationaal, Europees en nationaal), het **belang** van live performance en de reeds bestaande **onderzoeksresultaten** in het wetenschappelijke veld.

[14] IBIDEM.
[15] HESMONDALGH (D.). *Op Cit.,* 2007, pp. 73-75.
[16] MEYER DE (G.). Culturele globalisering en lokale identiteit: het geval van de (Belgische) populaire muziek. In: DE MEYER (G), ROE (K.) (eds.). *Het zijn maar liedjes. Handboek populaire muziekstudies.* Leuven, Garant, 1999, pp. 55-69.

# Het empirisch onderzoekskader

De empirische analyse zal hoofdzakelijk bestaan uit **dataverzameling**, gevolg door de **statische** verwerking, -analyse, –beschrijving en rapportage. Hierbij zullen in eerste instantie alle artiesten opgezocht worden die optraden op één van de vier festivals in de periode 2004-2010. Vervolgens zijn het opzoeken van de nationaliteit van elk van de artiesten en de categorisering van podiumplaats aan de orde. Tenslotte worden alle gegevens ingevoerd in SPSS en kan de statische analyse beginnen. Deze data dienen ter evaluatie en ondersteuning van een eventuele Amerikaanse, Europese, Belgische en/of andere geografische of culturele dominantie. Eveneens in rekening genomen is het podium waarop de artiesten in kwestie optraden. Er is namelijk een groot verschil tussen het optreden op de main stage of een kleiner podium, hetgeen zeker in acht genomen moet worden.

Bij dit kwantitatieve gedeelte wordt veel belang gehecht aan het **systematisch** te werk gaan in elke fase van het onderzoek. Zo worden in de dataverzameling alle geprogrammeerde artiesten van de vier festivals gedurende de zeven desbetreffende jaren opgelijst en vervolgens in categorieën gegoten naargelang Nationaliteit, Podiumplaats, Festivals en Jaartal. In het daaropvolgende onderzoeksstadium worden de datapreparatie en –analyse uitgevoerd aan de hand van het statistisch programma SPSS. De rapportering vormt tot slot de laatste stap van dit onderzoek. De verschillende onderzoeksvragen zullen beantwoordt en verduidelijkt worden aan de hand van grafische en visuele voorstellingen, zoals grafieken en tabellen.

Aangezien het aantal empirische onderzoeksvragen een grotere hoeveelheid bedragen dan de theoretische, is het hier meer aangewezen deze even overzichtelijk onder elkaar te plaatsen:

- Is er een verband tussen een bepaalde natie of een geografisch gebied, bijvoorbeeld Angelsaksisch, de programmatie van de Vlaamse festivalmarkt?
- Is er een verschil tussen beide rockfestivals volgens nationaliteit van de geprogrammeerde artiest(en)?
- Is er een verschil tussen beide dance festivals volgens de nationaliteit geprogrammeerde artiest(en)?
- Is er een verschil tussen beide genres volgens nationaliteit van de geprogrammeerde artiest(en)?
- Welke evolutie is er merkbaar van 2004 tot en met 2010 met betrekking tot nationale of geografische dominantie binnen de festivalprogrammatie?

- Bestaat er een verband tussen de podiumplaats en de nationaliteit van de artiest(en)?

Deze kwantitatieve studie wordt aangevuld met een **kwalitatieve** dataverwerving en –analyse, waarbij een aantal stakeholders binnen de muziekindustrie geïnterviewd worden en ook de mening van het publiek niet onderbelicht blijft. De focus van deze interviews is iets breder genomen dan die van het kwantitatieve luik. Zo zullen vragen gesteld worden die de muziekindustrie in het algemeen aanbelangen. De reden hiervoor is het interactieve karakter van de interviews en de mogelijkheid om meer in te spelen op de behoeften van de sector die de stakeholders opwerpen. Zo zijn bepaalde problematieken niet enkel binnen de festivalsector aanwezig, maar binnen de muzieksector in het algemeen.

# DEEL I: THEORETISCH ONDERZOEK

# 1. Cultuurindustrie

## 1.1 Definitie(s)

De term cultuurindustrie is ontstaan binnen de stroming van de **Frankfurter Schule** in de **jaren '40** in de Verenigde Staten van Amerika, meer bepaald door de Duitse filosofen Theodor **Adorno** en Max **Horkheimer** in hun dialectiek van de verlichting. In Amerika werden zij het lege en oppervlakkige culturele leven in de kapitalistische democratie gewaar. Terwijl zij cultuur eerder in verband brachten met de elite cultuur, cultuur met een grote K als het ware, met kunst en de twee termen – cultuur en industrie -, volgens hen, volledig gescheiden waren en ook gescheiden moesten zijn. [17] In de VSA echter was reeds sprake van **comodificatie**, **standaardisering** en **massificatie** binnen de cultuur, waardoor beide termen samengebracht werden en de **cultuurindustrie** vormden. Zij hadden met andere woorden een zeer pessimistische kijk tegenover dit samengaan en zagen dan ook alleen de negatieve effecten als homogenisering, aliënatie en verschraling van het aanbod. [18]

De **negatieve** blik bij intrede van nieuwe media, angst voor het onbekende, is een typisch fenomeen in de geschiedenis. Steeds wordt in den beginne de nadruk gelegd op massificatie en het passieve en beïnvloedbare publiek. Adorno en Horkheimer zijn beïnvloed geweest door de opkomst van bepaalde massamedia, zoals de platen, radio en de film. Natuurlijk is hun ongenoegen eveneens gevoed geweest door de toenmalige context van hun thuisland **nazi-Duitsland**. Het nazisme is groot geworden mede door de invloed van de media en de manier waarop zij de geesten van de mensen konden kneden naar hun interesse en ideologie. [19]

Deze invalshoek is lang erg populair geweest, maar doorheen de jaren kwam steeds meer een positieve blik naar voor. Binnen de stroming van de **Britse Culture Studies** - British Centre for Contemporary Cultural Studies, jaren '60, '70 - zijn de meer optimistischere theorieën van onder meer Raymond Williams, Stuart Hall, John Fiske, …

[17] HESMONDALGH (D.). *Op Cit.,* 2007, p. 15.
[18] LASH (S.), LURY (C.). *Global culture industry.* Cambridge, Polity Press, 2007, pp. 2-4.
[19] HESMONDALGH (D.). *Op Cit., 2007*, p. 17.

Zij stonden kritisch tegenover de opvattingen van de Frankfurter Schule en wouden een meer **linkse, optimistischere** kijk op de zaken. [20]

Sinds de jaren '90 is de definitie die de **UNESCO** aan cultuurindustrieën geeft, één van de meest verspreide opvattingen door de vernieuwende invalshoek en positieve benadering van de culturele en creatieve industrieën. Waarschijnlijk heeft dit natuurlijk eveneens te maken met de internationale bekendheid en belang van de organisatie zelf. Deze is ontstaan uit een studie van de Fransman Augustin **Girard** en was bedoeld om positief na te denken over deze industrieën, met een grote focus op de **culturele diversiteit**. Zoals blijkt uit de gekozen bewoording van de term, is het opvallend dat vanaf dan gesproken wordt over cultuurindustrieën in het meervoud. In 1995 omschrijft de UNESCO de culturele en creatieve industrieën als volgt:

"*Those industries that combine the creation, production and commercialization of contents which are intangible and cultural in nature. The contents are typically protected by copyright and they can take the form of goods and services".*

Uit deze definitie blijkt dat het kopen en verkopen van culturele goederen en diensten niet meer als uitdrukkelijk negatief benaderd wordt. Eveneens wordt niet enkel meer gesproken over cultuur als **immaterieel en onaantastbaar**, maar ook over **materiële en tastbare** goederen, waarop eveneens de wet van copyright telt. Dit betekent, simplistisch gezegd, dat bij het gebruik van een bepaald symbool, afbeelding, logo, en dergelijke meer, de eigenaar van de auteursrechten moet worden betaald om het symbool, de afbeelding of het logo te mogen publiceren of distribueren. [21] Zo moeten de eigenaars van Toy Story elke keer betaald worden bij gebruik van het Animatiefiguurtje Buzz Lightyear. [22]

Onder de **Conventie Culturele Diversiteit** in **2005** van UNESCO is de definitie nog wat aangepast en luidt de formulering op deze manier:

*"Industries producing and distributing cultural goods and services. […]those activities, goods and services, which at the time they are considered as a specific attribute, use or purpose, embody or convey cultural expressions, irrespective of the commercial value*

[20] FISKE (J.). *Understanding popular culture.* London, Routledge, 1990, pp. preface x-xi.
[21] UNESCO. *Understanding creative industries. Cultural statistics for public-policy making. S.l., UNESCO, s.d.* http://portal.unesco.org/culture/en/files/30297/11942616973cultural_stat_EN.pdf/cultural_stat_EN.pdf, zie bijlagen: CD-rom p. 121.
[22] LASH (S.), LURY (C.). *Op Cit.,* 2007, pp. 96-102.

*they may have. Cultural activities may be an end in themselves, or they may contribute to the production of cultural goods and services."*. [23]

## 1.2 Cultuur product ≠ economisch product

Cultuurindustrieën verschillen op diverse vlakken van de klassieke economische industrietakken, ze ontsnappen aan de strikt economische marktlogica en hebben dus een heel hoge complexiteitsgraad. Niet enkel qua inhoud onderscheiden zij zich van de pure commerciële, economische producten, maar eveneens qua economische logica en marktprincipe. Een aantal van deze specificaties worden opgelijst en besproken door professor Media en Music Industries David Hesmondalgh, verbonden aan de universiteit van Leeds. Zijn inzichten worden verder aangevuld door de inzichten van Collins, Garnham & Locksley, waardoor een overzicht ontstaat van de voornaamste kenmerken van culturele producten en/of creaties.

### 1.2.1 Cultuur = Risicovol & onvoorspelbaar

Allereerst zijn culturele sectoren erg **risicovolle** industrieën, omdat zij volledig afhankelijk zijn van de voorkeur, smaak en selectie van het publiek. Binnen deze sectoren woedt een constante en onophoudelijke strijd om het geld en de tijd van de consument, aangezien deze kostbaar en schaars zijn. Het gaat steeds om een product dat geproduceerd en gedistribueerd moet worden en hierbij verkocht dient de worden aan de consument. Hierdoor wordt de hele sector omhuld door een grote **onvoorspelbaarheid.** Daarenboven is het succes van een bepaald creatief product vaak slechts kortstondig en vergankelijk, waardoor culturele producten omschreven worden als volatiele en mode/hype-gebonden producten. Zo kan iets de ene dag "in" zijn en de volgende dag niet meer of kent een artiest slechts een kortstondig succesmoment. Binnen deze context wordt vaak gesproken over culturele flow en stock producten. Dit betekent dat er een onderscheid gemaakt wordt tussen producten die blijven bestaan doorheen de jaren, de zogenaamde **stock producten** zoals een Disney-films, en goederen die sterk afhankelijk zijn van tijd en steeds vernieuwd dienen te worden. Laatstgenoemde zijn de **flow producten**, waarvan het dagblad een goed voorbeeld is. Een krant is slechts nuttig wanneer dagelijks nieuwe feiten en gebeurtenissen aan bod komen en er dus een continu proces is van up-to-date nieuwsgaring. [24]

[23] UNESCO. Convention of the protection and promotion of the diversity of cultural expressions. Parijs, Unesco, 2005, p. 5.
[24] HESMONDALGH (D.). *Op Cit.,* 2007, p. 19.

Een tweede factor die dit soort industrieën risicovol maakt, is de **discrepantie** die kan bestaan tussen een **theoretisch** project, een idee op papier, en een project in de **praktijk**. Het is niet omdat een idee fantastisch lijkt op papier, dat het dat in werkelijkheid ook zou zijn of het in werkelijkheid realiseerbaar is. [25]

### 1.2.2 Cultuur als collectief goed?

Deze goederen en diensten die geconsumeerd worden, worden vaak beschouwd als **semipubliek bezit**. Geen enkele consument kan uitgesloten worden van het distributieproces, waardoor het lijkt alsof deze goederen publiek bezit zijn. Het is ook niet zo dat de waarde van een goed of dienst stijgt of daalt naarmate het gebruikt wordt, in tegenstelling bijvoorbeeld tot andere goederen zoals een auto die in waarde vermindert wanneer ermee gereden wordt. Deze goederen zijn, met andere woorden, onuitputtelijk, met als gevolg dat consumptie niets verandert aan het bestaan van het product. Hierdoor worden deze immateriële goederen beschouwd als **non-exclusief**, niemand kan ervan uitgesloten worden. Zo kan niemand geweigerd worden bepaalde muziek niet te beluisteren of een bepaald televisieprogramma niet te bekijken. [26]
Hierover heeft ook Simon FRITH het, wanneer hij het volgende beweert: *"… because music is […] accepted as a kind of public property: "our music" is something which belongs to us, whether individually or because we are members of a particular nation or community. What is available for us to hear […]thus becomes a factor in our sense of ourselves as members of a public.".* [27]

### 1.2.3 Prijsmechanisme

Hiermee samenhangend is het feit dat de **reproductie** van deze goederen en diensten praktisch **kosteloos** verloopt, waardoor ook de kost laag blijft en het gevoel van publiekheid nog versterkt wordt. De **preproductiekost** daarentegen is **torenhoog** en weegt dan ook heel zwaar door binnen de sector. Zo kan een film of cd maken een erg tijd- en geldrovende productie inhouden, maar eens de productie voltooid is, zijn de zwaarste kosten gemaakt. Daar waar de preproductie erg kostintensief is, is de reproductiekost erg laag. Hetgeen na productie overblijft is het kopiëren van de moederkopie van de film of cd, hetgeen een erg lage kost is.[28] Daarbovenop geldt ook dat er een omgekeerd evenredige relatie bestaat tussen het aantal producties en de marginale kost. Dit betekent dat hoe hoger het aantal reproducties is, hoe meer de kost

[25] IBIDEM
[26] IDEM, p. 21.
[27] FIRTH (S.). Popular music policy and the articulation of regional identities. The case of Scotland and Ireland. In: RUTTEN (P.) (ed.). *Music, culture and society in Europe*. Brussel, Part II of: European Music Office, 1996, pp. 98-103.
[28] HESMONDALGH (D.). *Op Cit.,* 2007, p. 21.

van een extra kijker/luisteraar/lezer tendeert naar nul. Uiteindelijk zal de marginale kost bereikt worden en al hetgeen dan nog gereproduceerd wordt, is eigenlijk zuivere winst. Bijkomstig hierbij is dat er slechts een **geringe kwaliteitscontrole** is, met als gevolg dat de **prijsrelatie** niet ingeschat kan worden. Hiermee wordt bedoeld dat producenten niet altijd kennis hebben van hoeveel de consument wilt betalen voor bepaalde culturele goederen, hetgeen alweer een bijdrage levert aan de onvoorspelbaarheid binnen het gehele systeem. Zo kan een blockbuster een flop worden en een low budget productie een enorm succes kennen. [29]

### 1.2.4 Creativiteit versus (?) commercie

Een factor die de complexiteitsgraad naar nog een niveau hoger brengt, is de heersende **ideologische dialectiek** tussen creativiteit en commercie. Soms lijkt het alsof de artiest volledig autonoom zijn product of creatie vervaardigt en dit vervolgens onder marketing– en promotieprincipes gedistribueerd wordt. De relatie tussen beide is echter problematischer, doordat  er vaak een grote druk rust op de schouders van de artiest om iets te creëren waarin reeds een commerciële factor aanwezig is en het op die manier bijvoorbeeld makkelijker winst zou opleveren. Uiteindelijk is het zo dat de artiesten ook financiële middelen nodig hebben, en vaak hierdoor in het commerciële circuit terecht komen en gebonden zijn aan bepaalde **commerciële vereisten**. [30]

## 1.3 Soorten culturele industrieën

De culturele en creatieve industrieën zijn een verzamelnaam voor een erg divers geheel van kunsten en creaties. Om dit geheel minder chaotisch te maken worden een aantal onderverdelingen gemaakt, die hoofdzakelijk verklaard worden vanuit de kennis en theorie van Hesmondalgh. Zijn theorie biedt een mooi overzicht van de verschillende categorieën en geeft eveneens een duidelijke, samenvattende en volledige beschrijving. Hierbij moet benadrukt worden dat ondanks de categorisering, telkens de beide categorieën elkaar niet uitsluiten. Een sector is bijvoorbeeld niet per se louter kern of perifeer, niet louter informatief óf persuasief óf … enzovoort.

De allereerste opdeling die gemaakt wordt, is die tussen de perifere- en kernindustrieën. Onder ***kernindustrieën*** worden de traditionele culturele sectoren verstaan, zoals platen en gedrukte boeken. In deze sectoren is er een strikte scheiding tussen het moment van

[29] IDEM, p. 24.
[30] IDEM, pp. 20-21.

productie en het consumptiemoment; beide zijn niet tijd of ruimte gebonden, omdat de transmissie remedieert verloopt. Zo is er steeds één moederkopie die gekopieerd kan worden zonder limiet en op de markt gedistribueerd kan worden onder de vorm van een medium, zoals een gedrukt boek of een Compact Disk. [31]

Bij ***perifere industrieën*** loopt dit transmissie- en productieproces echter zeer anders, omdat beide gebonden zijn aan tijd en ruimte. Het publiek heeft een bepaalde afspraak van tijdstip en plaats met de artiest(en), die op dat exacte moment hun creatie voorstellen. Zij gebruiken eveneens semigeïndustrialiseerde tot niet-geïndustrialiseerde methoden, waaronder de menselijke arbeidskrachten, voor de reproductie, in tegenstelling tot de kernsector. Voorbeelden hiervan zijn theatervoorstellingen, podiumkunsten, exposities, concerten, … Deze sectorale categorie wordt vaak gesteund door de overheid, in tegenstelling tot de kernindustrieën die moeten zien te overleven op basis van de marktprincipes. [32]

Het plaatsen van de **muziekindustrie** binnen deze twee voorgestelde categorieën is echter niet vanzelfsprekend, aangezien deze industriële boom vele verschillende expressietakken bezit. Deze boom bezit takken binnen de kernindustrie, zoals cd's en platen, maar hij heeft eveneens takken binnen de perifere industrie, zoals concerten. Vroeger maakte een zanger of groep eerst hun cd, waarbij de release gevolgd werd door een tour; nu is het omgekeerde "the way to go" en wordt dus eerst geld verdiend via optredens en pas nadien, met de verworven winsten, de cd geproduceerd. Deze live performances worden steeds belangrijker binnen de muziekindustrie, al overlappen beide categorieën elkaar ook binnen deze tak. Zo vindt tijdens een live optreden vaak een opname plaats van de performance en wordt deze later gedistribueerd via dvd's, live cd's en/of documentaires. [33]

Een belangrijke implicatie hiervan is de impact van de **wet van Baumol**, opgesteld door William Baumol. Deze wet heeft wel effect op de kernindustrieën, terwijl veel minder op de perifere industrieën. Deze wet houdt in dat kernindustrieën kunnen profiteren van innovaties binnen de technologische- en automatiseringssector. Aan elke culturele productie zijn een aantal vaste en variabele kosten verbonden. Onder vaste kosten worden de kosten verstaan die slechts eenmaal gemaakt moeten worden, zoals kostuums en podiumbouw. Deze kosten worden vermindert, naarmate meer producten of voorstellingen verkocht worden. Dit kan vergeleken worden met de auto-industrie: Hoe

[31] HESMONDALGH (D.). *Op Cit.,* 2007, p. 12.
[32] IDEM, p. 13.
[33] IDEM, p. 12.

meer auto's verkocht worden, hoe kleiner de vaste kost zal worden, bijvoorbeeld de kostprijs van een dure machine. [34]

De variabele kosten daarentegen zijn veel zwaarder te dragen en zijn kosten die betaald moeten worden bij elke voorstelling, elk product, elk concert, … Hieronder vallen bijvoorbeeld de lonen van dansers, lichtmensen, stylisten en de veiligheid. Deze zijn veel groter dan de vaste kosten en staan niet onder invloed van de afzet of wet van Baumol. Dit is vaak de reden waarom overheidssteun cruciaal is binnen de branches die vallen onder de perifere industrieën. [35]

De culturele en creatieve industrieën kunnen verder onderverdeeld worden op basis van hun doelstellingen. Zo wordt er een onderscheid gemaakt tussen ***informatieve*** media en industrieën en de ***entertainment*** industrie waarin de nadruk meer ligt op plezier en ontspanning. Vroeger werd laatstvermelde categorie vooral geassocieerd met de vrije tijd van mensen, hetgeen dezer dagen meer en meer voorbijgestoken lijkt te zijn. Hierdoor is entertainment prominent aanwezig in ons leven, en worden we er anytime, anyplace en anywhere mee geconfronteerd. Het is een *"part of life"* geworden, zoals onderzoekers King & Sayre duidelijk maken. [36] Zoals reeds vermeld, lijken ook deze categorieën zeer strak verdeeld. Niets is echter minder waar, aangezien beide elkaar constant overlappen in dit digitale, postmoderne tijdperk waarin we leven en op die manier bijvoorbeeld het genre van "***infotainment***" ontstaat, hetgeen een combinatie is van beide categorieën. Zo kan een televisieprogramma of reclamefilmpje zowel informatief als entertainend zijn.[37] Er zijn echter wel bepaalde academische tradities waarin de voorkeur gegeven wordt aan één van beide kanten, zo hebben Schiller en McChesney een overduidelijke preferentie voor informatieve media.[38]

Een andere belangrijke culturele industrievorm, en dus categorie, is de ***experience economy*** of de ***belevingsindustrie***. Binnen deze industrieën staan belevenissen en ervaring steeds meer centraal en wordt alles meer evenementaal. Zo wordt het bezoeken van een winkel een hele ervaring op zich en staan niet alleen de verkochte producten centraal, maar de hele belevenis. Zo wordt vaak luide muziek gedraaid, met lichten en beelden gespeeld, rook verspreidt in de winkel, … om een extra dimensie aan het

[34] SCHWARTZ (H.). Round up the usual suspects!: Globalization, Domestic Politics, and Welfare State change. In: PIERSON (P.) (Ed.). *The new politics of the welfare state.*Oxford, Oxford University Press, 2001, pp. 27-30.
[35] IBIDEM.
[36] SAYRE (S.), KING (C.). *Entertainment and society. Influences, impacts and innovations.* New York, SAGE Publications Ltd, 2009, p. 3.
[37] THUSSU (D. K.). *News as entertainment. The rise of global infotainment.* London, Sage Publications, 2007, pp. 7-8.
[38] HESMONDALGH (D.). *Op Cit.*, 2007, p. 37.

winkelbezoek te geven.[39] Het gaat het publiek steeds minder om het bezitten van goederen en producten, maar meer en meer om het deelnemen aan activiteiten en evenementen die onze identiteit vorm geven.[40] Dit komt echter later in deze thesis uitgebreider aan bod, onder het hoofdstuk rond de festivalindustrie, hetgeen tegenwoordig ook een voorbeeld geworden is van een belevenissenindustrie.[41]

## 1.4 Besluit

In dit eerste theoretische hoofdstuk is duidelijk geworden hoe complex de creatieve industrieën zijn en dat we deze sectoren ook niet over één en dezelfde kam mogen scheren. Aanvullend is ook aan bod gekomen dat er niet zoiets bestaat als "de culturele en creatieve sector", maar deze een enorme diversiteit bezit die uitmondt in een veelheid van benamingen, categorieën, … Zo kunnen we festivals onder meer beschouwen als creatieve-, entertainment-, belevenissen- en perifere industrieën.

Ok, nu er een algemeen beeld van de creatieve en culturele industrie gevormd is, moeten we toch even stilstaan bij de specifieke sector die in de thesis onderzocht wordt: de muziekindustrie. We weten nu dat ook de muziekindustrie, zoals elke creatieve industrie, erg complex is. Bij elke specifieke culturele industrie zijn er echter specifieke complexiteiten en moeilijkheden waarmee belanghebbers geconfronteerd worden en dit is voor de muzieksector niet anders. Deze specifieke kenmerken worden onder de loep genomen in het volgende hoofdstuk "De muziekindustrie". Bij de grootste problemen en knelpunten binnen de Vlaamse muziekindustrie staan we stil in het laatste hoofdstuk, daar de grootste problemen zich hoofdzakelijk situeren binnen de internationale handel.

[39] LASH (S.), LURY (C.). Op Cit, 2007, pp. 120-134.
[40] SAYRE (S.), KING (C.). *Op Cit.,* 2009*,* p. 360.
[41] PINE (B.J.), GILMORE (J.H.). *The experience economy. Work is theatre and every business a stage.* USA, Harvard Business Publishing, 1999, pp. 1-5.

# 2. De muziekindustrie

## 2.1 Structuur waardenketen

Algemeen kan gesteld worden dat de muziekindustrie opgedeeld kan worden in twee grote koepels of circuits, namelijk het **productie** en het **live** circuit. Deze thesis kan geplaatst worden binnen het live circuit, hetgeen niet betekent dat het productie circuit genegeerd moet worden. Volgend schema geeft de volledige structuur van de muziekindustrie schematisch weer. Dit is een zelfgemaakt schema, gebaseerd op de inzichten van Maenhout, Voldere, Onkelinx en Sleuwaegen. [42]



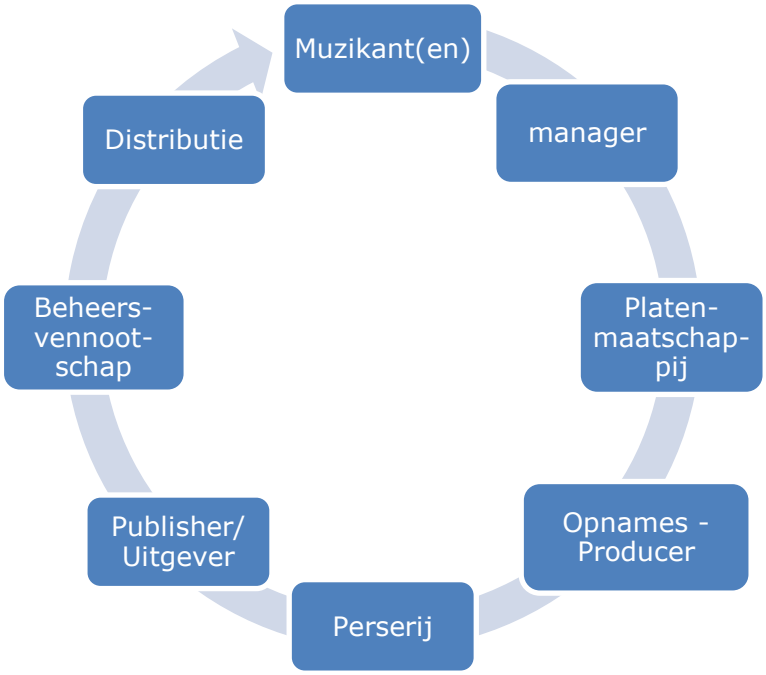

**Figuur 1: Structuur muziekindustrie**

Bij de verdere bespreking van de muzieksector wordt vertrokken vanuit de productionele kant. Vervolgens wordt langer stil gestaan bij het live gebeuren, aangezien dit circuit de focus vormt van het gehele onderzoek.

[42] Zelfgemaakt schematisch overzicht, gebaseerd op MAENHOUT (T.), VOLDERE DE (I.), ONKELINX (J.), SLEUWAEGEN (L.). *Op Cit.*, 2006, p. 57.

## 2.2 Productie circuit

Onder dit productionele pad valt de muziek die opgenomen is op dragers, zoals cd's en langspeelplaten (LP's). Binnen dit circuit spelen dan ook de opnamestudio's, de platenmaatschappijen en de detailhandel voor distributie een grote rol. Volgend schema geeft de verschillende schakels in de waardenketen van het productie circuit weer.[43]




**Figuur 2: Waardenketen Productie Circuit**

Alles begint met andere woorden bij de muzikant en zijn creatieve ziel, aangezien hij de songs creëert en uitvoert. Per schakel dat dan verder gegaan wordt in deze waardeketen, wordt een symbolische waarde toegevoegd. Zo is de manager de schakel tussen de artiest en de platenmaatschappij, die op zijn beurt zorgt voor de effectieve ontwikkeling en promotie van de plaat.[44] Binnen dit segment zijn reeds jaren vier grote spelers aanwezig als marktdominerend, namelijk Sony-BMG, Universal Music en EMI en Warner. Dit is zowel een dominantie binnen Vlaanderen, als op wereldniveau.[45]

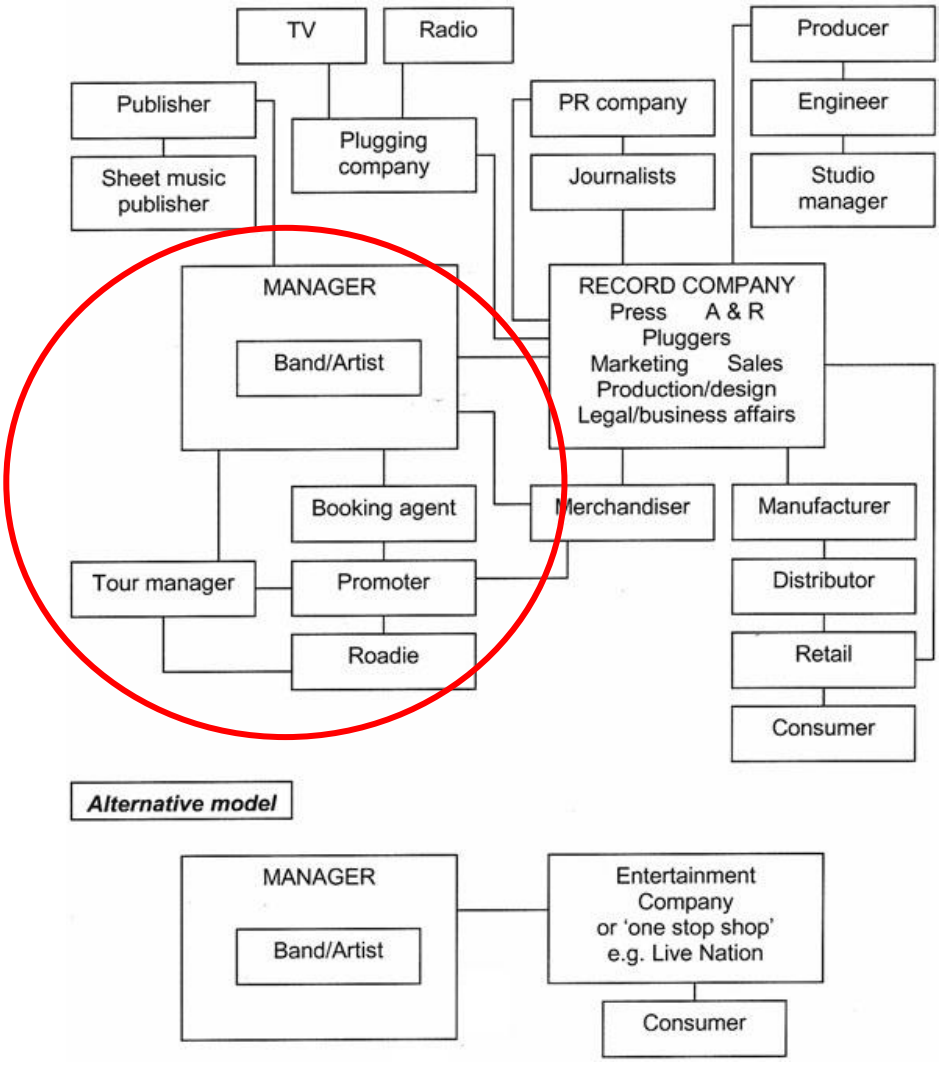
De opnames zelf worden dan weer door de producer begeleidt, waarna de cd's "geperst" worden in de perserij. De Publisher is diegene die zich bezighoudt met de zakelijkere en administratieve kant van de zaak, waaronder de auteursrechten en –verenigingen,

[43] IDEM, pp. 58-59.
[44] MAENHOUT (T.), VOLDERE DE (I.), ONKELINX (J.), SLEUWAEGEN (L.). *Op Cit.*, 2006, p. 58.
[45] IDEM, p. 61.

buitenlandse verkoop, … Hij is in dit proces een onafhankelijke, zelfstandige schakel. De beheersvennootschappen zorgen voor de effectieve uitvoering van onder meer de auteursrechten. Tenslotte komen de platen in de cd-rekken van de winkels en distributieketens terecht en worden ze verkocht aan de consument. [46]

## 2.3 Live circuit

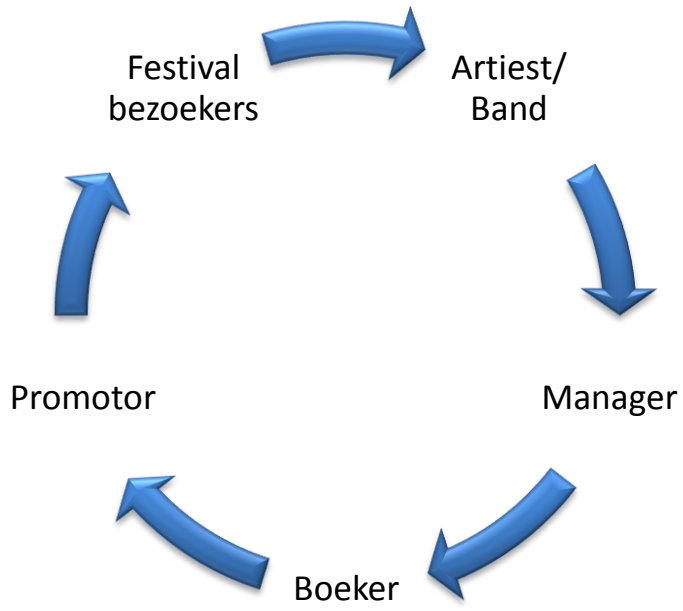
Aangezien deze thesis draait en geeft om de live performance van artiesten, is het nodig deze industrie in kaart te brengen en het belang ervan te benadrukken. Echter moet beklemtoont worden dat het in de inhoud van deze bespreking hoofdzakelijk over de **festivalschakel** in het live circuit zal gaan, en minder over de optredens in concertzalen.




**Figuur 3: Structuur waardenketen, Live Circuit**

[46] IDEM, p. 58-59.

Onderstaande structuur vereenvoudigt, verduidelijkt en vat de bovenstaande hiërarchie wat meer samen. Dit om een duidelijk overzicht te behouden.




**Figuur 4: Samenvattende structuur Live Circuit**

Deze schema's geven de waardenketen weer van het live circuit binnen de muziekindustrie. De manager en boeker zijn de tussenschakels die de zakelijke en praktische kant van de zaak regelen en met elkaar onderhandelen omtrent het optreden van de artiest. De promotor zorgt voor de organisatie van het optreden of het festival en regelt onder meer de winsten en ticketverkoop. [47]

### 2.3.1 De Belevenissenindustrie

Een opkomende, nieuwe vorm van cultuur- en creatieve industrieën en entertainment industrie is de **belevenissenindustrie**; een ter,jm voor het eerst gebruikt **eind jaren '90** door **Pine & Gilmore**. Zoals vastgesteld door hen zijn belevenissen en ervaringen steeds belangrijk geweest binnen de wereld van de entertainment, maar is dit hoofdzakelijk onopgemerkt aan ons voorbij gegaan. De laatste jaren echter is deze sector geëxplodeerd en is bijna alles deel geworden van een gevoel van belevenissen en

[47] WADSWORTH (T.). *Map 4: UK Live Performance*. UK, BPI, s.d. http://www.bpi-med.co.uk/map4.asp, zie bijlagen: CD-rom p. 121.

ervaringen.[48] Voorbeelden van sectoren binnen de belevingsindustrie zijn de themaparken, concerten, voetbalmatchen, hard rock cafés, winkelcentra, enzovoort. Zo is het bezoeken van een nike-store meer geworden dan alleen de verkoop van sportkledij. Het is een beleving geworden, waarbij verschillende factoren bijdragen tot een gevoel van sensatie: de muziek, kleuren, foto's, … Meer en meer ***beleef je*** nike; je draagt het niet alleen, je bent het ook. Dit is ook het geval wanneer een bezoeker de festivalweide opstapt: je stapt in de sfeer van het festival, in de beleving en ervaring. Je kan luisteren naar de muziek, maar terwijl iets lekker eten en drinken, accessoires kopen zoals sjaals, T-shirts of juwelen, je kan meedoen aan de spelletjes en wedstrijden georganiseerd door de sponsors van het festival, enzovoort. Deze ***entertainment business*** is natuurlijk slechts een deel van het verhaal van de belevenisindustrie, maar dat is het deel waarop deze thesis focust. [49] *"Experiences are as distinct from services as services are from goods"*, aldus Pine & Gilmore.[50]

Deze belevenisvorm is een categorie die geplaatst moet worden naast handelswaren, goederen en diensten. Mensen die deelnemen aan de belevenis of het evenement voelen zich eigenaar van een bevoorrechte positie om daar op dat moment aanwezig te zijn. Zij voelen zich klant noch consument, maar een ***uitgenodigde gast***. Het bedrijf gaat te werk aan de hand van een stage, een podium; waarbij de diensten dienen als communicatieplatform voor de goederen. Dit geheel creëert bij de bezoeker een onvergetelijke herinnering, een memorabel moment van participatie aan een evenement. Een voorbeeld hiervan is het shop entertainment van de nike store, Nike Town. [51] *"Companies stage an experience when they engage customers in a memorable way",* zeggen Pine & Gilmore. Deze belevenis wordt steeds meer gedenkwaardig, naarmate meer zintuigen aangesproken worden. Op die manier wordt het "avontuur" van de nike-store enerzijds geschapen door de aanwezigheid van de kledij, de manier waarop deze gepresenteerd worden en het ***gevoel*** van de kledij in je handen. Anderzijds worden ook andere zintuigen aangesproken, zoals het ***horen***, ***ruiken*** en ***zien***. Dit doen ze winkeleigenaar door middel van muziek, beelden, geuren, associaties met popsterren – bijvoorbeeld een levensgrote poster van Michael Jordan die aan de muur hangt - lichten, … Op die manier worden de verschillende zintuigen aangesproken en wordt een impressie bij het publiek achtergelaten die niet snel vergeten wordt en waarmee men zich wil associëren.[52]

[48] PINE (B.J.), Gilmore (J.H.). *Op Cit.,*1999, p. 2.
[49] LASH (S.), LURY (C.). Op Cit, 2007, pp. 120-134.
[50] PINE (B.J.), GILMORE (J.H.). *Op Cit.,* 1999, pp. 3–63.
[51] IBIDEM.
[52] IDEM, pp. 4–59.

Belangrijk hierbij is dat bedrijven, artiesten of organisaties zich sterk van elkaar moeten onderscheiden om te overleven, ook in functie van dit gehele aanbod aan belevenissen en de manier waarop deze gepresenteerd wordt. In de hedendaagse economieën moet er hevig gevochten worden tegen de concurrentie en om de aandacht van het publiek te trekken. Dit is wat onder meer door Sayre de ***attention economy*** genoemd wordt. Artiesten in de entertainment industrie moeten dus "speciaal genoeg zijn" om een plaats op de podia te verkrijgen en hierbij aanvullend in staat zijn de aandacht van het publiek te behouden door hun onderscheidende talent.[53]

### 2.3.2 Live Performance als Belevenissenindustrie

*"In the arts, to perform is to put on a show, a play, a dance, a concert"*, aldus professor performance studies en theater-directeur Richard Schechner. Hij ziet performing als een ***actief en tijdsgebonden*** proces in het benadrukken van een bepaalde **identiteit**. Deze performances zijn steeds eenmalige gebeurtenissen die plaatsvinden in een bepaalde context van performen, organiseren en ontvangen. Elke publieke performance wordt gegeven in de context van één of meerdere grote evenementen, zoals ook het geval bij festivaloptredens. [54]

Volgend schema geeft een overzicht van de creatieve industrieën en een aantal categorieën die binnen deze industrie te situeren zijn. Optredens op festivals horen binnen de categorie van de ***Arts***, specifieker binnen de sector **performing arts** van de performing arts en entertainment industrie. Bij de categorie Music gaat het hoofdzakelijk over muziekopnames en producties, waardoor festivals niet onder die categorie thuishoren. Volgens deze studie van de United Nations horen onder deze subgroup *"[…] all sorts of stage art, performed live by artists for an audience. Performing arts can take the form of theatre, opera, poetry, dance, ballet, concerts, the circus, puppetry, etc., usually for cultural, educational, entertainment and business purposes".* [55]

[53] SAYRE (S.), KING (C.). *Op Cit.,* 2009, p. 1.
[54] SCHECHNER (R.). *Performance studies. An introduction*. London, Routledge, 2006, pp. 28-244.
[55] UNITED NATIONS. *Op Cit.,* 2008, p. 102.

**Table 5.1 Goods and services of creative industries**

5.1.a Heritage and arts: Goods and services

| | Domain | Subgroup | Creative goods (available data) | Creative services aggregated | Creative services (data currently unavailable) |
|---|---|---|---|---|---|
| CREATIVE INDUSTRIES | Heritage | Traditional cultural expressions | Arts and crafts: carpets, yarn, wickerware, paperware, celebration articles and others. | | |
| | | Cultural sites | | Other personal, cultural and recreational services. | Cultural & recreational services: library services; archive services; museum services; preservation services of historical sites and buildings; botanical and zoological garden services; amusement park and similar attraction services. |
| | Arts | Visual arts | Antiques, painting, photography, sculpture; others: collages and similar decorative material | | Photography: portrait photography services; advertising and related photography services; action photography services; specialty photography services; restoration, copying and retouching services of photography; other photographic services; photography processing services. Painting & sculpture: services of authors, composers, sculptors and other artists except performing artists. |
| | | Performing arts | | | Performing arts: performing arts event promotion and organization services; performing arts event production and presentation services; performing arts facility operation services; other performing arts and live entertainment services |
| | | *Music* | Recorded laser discs and recorded magnetic tapes, and manuscript music. | | Music: Sound recording services; reproduction services of recorded media, on a fee or contract basis. |

**Figuur 5: Creative Industries**

De kunstwereld is ook niet de enige sector die hiermee te maken krijgt. Zo worden ook het socialisatieproces in het dagelijkse leven, sportbeoefening, gender, enzovoort hieronder gerekend. **Performen** is met andere woorden een ***zeer breed begrip***, waarvan optredens en concerten binnen de diverse kunsten slechts een klein onderdeel is.

Toch verschillen de performances binnen de kunstwereld danig van de anderen, zowel qua functionaliteit, omstandigheden als het gedrag en de houding van het publiek.

Ook de **verschillende opvoeringen** binnen de kunstensector mogen niet over dezelfde kam geschoren worden. Zo is er een groot verschil tussen een show als een rock concert en een show als een balletopvoering. De diversiteit tussen beide is op te merken in de organisatie, receptie, sociale conventies, persoonlijke voorkeuren, culturele patronen, genres, en dergelijke meer. Met andere woorden, het is aangewezen hierbij niet generaliserend te werk te gaan en elke manier van performen, elke show en elke voorstelling te erkennen in zijn uniciteit. [56]

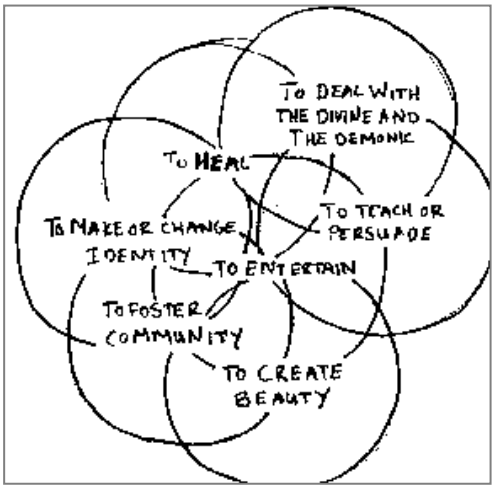
Onder de sociale conventies die gelden per soort performance, wordt onder meer het ***gewenste gedrag*** van het publiek gerekend. Zo is het gepast te applaudisseren na een operavoorstelling, maar niet tijdens de opvoering. In tegenstelling tot een rock concert, waarbij het toegestaan is te dansen, roepen en mee te zingen gedurende de performance. [57]

Hiernaast wordt met "performance conventions" nog iets anders bedoeld, namelijk het kennen en erkennen van de ***grenzen tussen werkelijkheid en fantasie***. Performances zijn opgebouwd rond een geheel van "make-believe"-factoren. Het gaat dus steeds om een soort van **act**. De wijze waarop een (groep) artiest(en) zich gaat (gaan) profileren, is eveneens altijd een "part of the act". Alles staat in functie van de ***show en het publiek***. Natuurlijk zijn deze grenzen in bepaalde performances veel duidelijker dan bij andere. Wanneer je naar een theatervoorstelling kijkt is het doorgaans zo dat de acteurs een volledig andere rol spelen dan hun eigen persoonlijkheid. Deze grens is misschien iets vager en minder duidelijk bij een opvoering als een rock concert, waarbij de idee gegeven wordt dat de muzikanten volledig zichzelf zijn, hetgeen niet voor alle muzikanten even "waar" is. [58]

[56] SCHECHNER (R.). *Op Cit.,* 2006, pp. 31-33.
[57] IBIDEM.
[58] IDEM, pp. 42-43.

### 2.3.3 Waarom live performance belangrijk is…

Richard Schechner creëerde een schematisch overzicht van zeven verschillende functionaliteiten die van toepassing zijn bij het performen (zie figuur 1). Deze heeft hij opgelijst aan de hand van een geheel van diverse theoretische inzichten. De verschillende eigenschappen komen niet steeds allemaal aan bod in elke performance. Met deze reden in het achterhoofd, zullen dan ook enkel de relevante kenmerken voor festivals, als platform voor live performances, besproken worden. Deze ideeën van Schechner zullen aangevuld worden met de inzichten van Bruno S. Frey. Frey richt zich hoofdzakelijk op de economische voordelen van een festival, maar staan eveneens wat stil bij de artistieke kant van de zaak. [59]




**Figuur 6: Functies Live Performance**

***To entertain***. De entertainmentwaarde van een optreden op een festival is natuurlijk een cruciale factor binnen deze vorm van live performance. Het gaat erom het publiek een leuke ervaring mee te geven, te plezieren, te laten genieten van de muziek, enzovoort. Daarom wordt vaak een hele licht- en geluidshow opgezet en gedragen de muzikanten zich ook vaak "showwaardig". Hierdoor worden festivals en rockconcerten vaak "popular entertainment" genoemd. [60]

Een belangrijke factor waarom muzikanten een zeker showniveau naar voor moeten brengen en willen opvallen, is natuurlijk om mensen te overtuigen van hun kwaliteitsvolle creaties. Hiermee zijn we meteen aan de volgende performance functie belandt, namelijk ***to persuade.*** Muzikanten treden op om mensen te overtuigen hun cd's en dvd's te

[59] IDEM, pp. 46-49.
[60] IDEM, pp. 173.

kopen en volgende concerten van hen bij te wonen. Dit is belangrijk voor artiesten indien zij echt willen leven van hun muziek. [61]

Daarnaast is het ook belangrijk schoonheid te creëren met hun songs en show, aangezien het doel van elke artiest toch de ***creation of beauty*** is? Wanneer verschillende luisteraars deze schoonheid in een performance en de voorgestelde creaties (de liedjes) erkennen, zal er tijdens de show vaak een zeker gevoel van eenheid ontstaan tussen de fans. Een goed voorbeeld hiervan is het opzwepende effect dat bepaalde festivalshows (zoals de Kaiser Chiefs) kunnen hebben, waardoor de fans beginnen rond te springen en tegen elkaar opbotsen – moshen, zoals het fenomeen soms ook genoemd wordt – of waardoor het crowd surfen ook vaak ontstaat. Op deze wijze erkent het publiek de tevredenheid over het concert en wordt een gevoel van gemeenschappelijkheid gecreëerd (***to foster community***). Dit is eveneens terug te vinden binnen de sector van de dance-festivals, namelijk wanneer het publiek zo opgaat in de muziek en de sfeer tijdens een optreden dat de attitude "löss gehen" volledig gehanteerd wordt in hun gedragingen en zij overgaan tot de bekende dansstijl hakken. De verschillende performancefuncties zijn natuurlijk ook toe te passen op deze festivalscene, maar zijn vrij gelijkaardig aan die van de rockfestivals. Bijvoorbeeld het creëren van een leuke, vernieuwende mix tijdens een optreden om het publiek te entertainen en te overtuigen van hun mixkwaliteiten – kort gesteld. [62]

Zoals aangetoond door Bruno S. Frey zijn dit echter niet de enige voordelen die gepaard gaan met de performancefestivals. Zo hangen hier ook een aantal andere **artistieke en economische kansen** aan vast. Allereerst wijst hij op de hoge prijzen die toeschouwers bereidt zijn te betalen om deel te nemen aan de muziekfestivals, hetgeen natuurlijk grote economische voordelen heeft. Tegelijk is het eveneens een voordeel om een heel nieuw publiek aan te trekken, waardoor de aandacht voor de muzikanten en hun creativiteit erg vergroot wordt. Een economisch voordeel van een heel andere soort, is het verband tussen dergelijke evenementen en het toerisme, hetgeen vaak als "citymarketing" bestempeld wordt. Festivals vormen echte toeristische trekpleisters, waardoor zij gekenmerkt worden door een enorme diversiteit naar woonplaats toe binnen de groep van bezoekers. Zowel mensen uit andere steden als mensen uit andere landen trekken naar de steden waarin de festivals plaatsvinden, waardoor dit een positief gevolgd heeft voor de nabije economie en industrie. Ook de sponsors aanwezig op de festivals doen

[61] IBIDEM.
[62] IBIDEM.

natuurlijk een goede zaak en kaderen eveneens binnen deze stimulatie van de economische en industriële activiteiten. [63]

Ook de studie van Flanders District of Creativity uit het jaar 2006 wijst op de symbolische en economische meerwaarde die de Vlaamse concerten en festivals hebben binnen de muzieksector. De symbolische meerwaarde die culturele en creatieve producten met zich meedragen, is de basis van de hele industrie. Bij elke schakel van de waardenketen wordt een symbolische meerwaarde toegevoegd, en ook de festivals hebben deze meerwaarde. Deze symbolische meerwaarde is cruciaal, aangezien het publiek steeds meer op zoek gaat naar inhoud, waarde en betovering in een cultureel of creatief product. Hierdoor wordt dit soort producten soms gerekend tot de "emotiemarkt", waarbij de consument steeds op zoek gaat naar méér dan alleen functionele goederen en diensten. Onder deze emotie worden niet alleen gevoelsmatige eigenschappen gerekend of emotionele waarden, maar vooral ook wat iets uitstraalt, welke status het de consument geeft of welk soort identiteit ermee geassocieerd wordt. Deze behoeften worden bevredigd door middel van de toegevoegde symbolische waarde aan een product, in dit geval door middel van het geven van optredens op, onder meer, festivals. [64]

Creatieve industrieën hebben eveneens een aantal maatschappelijk relevante belangen, waarbij de festivalindustrie geen uitzondering is. Deze industrieën zijn erg belangrijk binnen de maatschappij voor de mens, de stad en het bedrijfsleven. De rol die deze belevingsindustrie speelt voor de consument, werd reeds duidelijk gemaakt en zal waarschijnlijk steeds belangrijker worden naar de toekomst toe, zoals aangehaald in het onderzoek van FDC. Het belang van dit soort industrieën is eveneens op te merken met het oog op citymarketing en het bedrijfsleven. Steeds meer gaan steden en bedrijven inspelen op evenementen als festivals. Dit fenomeen heeft onder meer positieve gevolgen op vlak van werkgelegenheid en winstgevendheid. [65]

Naast al deze aspecten is het live optreden cruciaal voor de artiest zelf, aangezien dit zijn voornaamste bron van inkomsten is en ruimte biedt voor nieuw talent. Platenmaatschappijen zijn steeds meer geneigd te investeren in artiesten die reeds enig succes geboekt hebben, waardoor jongere, nieuwere talenten natuurlijk geen schijn van kans hebben op enige steun via deze weg. Live optredens vormen de kans bij uitstek om

[63] FREY (B.S.). *The rise and fall of festivals. Reflections on the Salzburg festival.* Zurich, Institute for Empirical Research in Economics, 2000, pp. 1-7.
[64] MAENHOUT (T.), VOLDERE DE (I.), ONKELINX (J.), SLEUWAEGEN (L.). *Op Cit.,* 2006, pp. 20-62.
[65] GATZ (S.), ROUVEROIJ VAN (S.), LEYSEN (C.). Een liberale kijk op steden en cultuur. In: BACKER DE (M.), STOUTHYUSEN (P.) (Eds.). *Cultuur En/in de stad*. Brussel, VUB Press, 2011, p. 19.

deze talenten te laten ontpoppen, ontwikkelen en zich te vestigen binnen de muziekindustrie. [66]

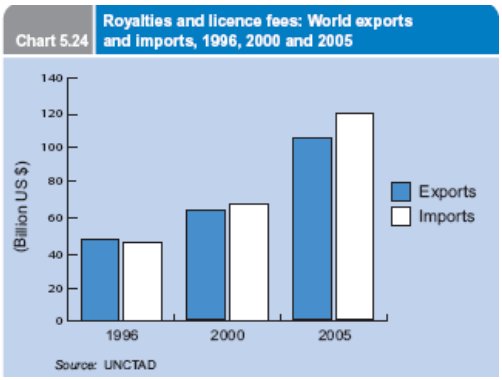
### 2.3.4 Intellectuele rechten op live performance

Eén van de mogelijk rechten die een artiest in **Amerika** kan claimen, zijn de **performance rights**. Deze omvatten de inkomsten via muziek op de radio, televisie en live performances. Laatstgenoemde houdt tevens wel meer in dan soms gedacht zou kunnen worden. Hierbij gaat het niet louter om live optredens op festivals, maar ook alle andere live optredens, zoals performances in bars, kerken, scholen, huwelijken, evenementen, shows, enzovoort. [67]
Een goede omschrijving van deze rechten is de volgende: *"[…] are the royalties related to the public performance of a musical work. The performance may be a stage performance, but also includes broadcasting of radio and television […], cinematic performances and multimedia by the Internet.".* In België is SABAM organisatie of vereniging die zich bezighoudt met auteursrechten, en dus ook met deze performance rechten. [68]

In **Europa** wordt deze categorie echter de exclusieve rechten onder de **intellectuele eigendomsrechten** genoemd. Deze categorie exclusieve rechten houdt meer in dan alleen het controlerecht over de publieke performances, maar dit aspect is toch een belangrijk onderdeel. Hiernaast worden ook het reproductierecht, import- en exportrechten, … onder deze exclusieve rechten verstaan. [69]

Uit figuur zeven wordt duidelijk dat de impact van **auteursrechten**, zowel qua import als export, sterk gestegen is tegenover vroeger. Op negen jaar (1996-2005) zijn de inkomsten via deze royalties ongeveer verdubbeld. Vooral de laatste vijf jaar (2000 tot 2005) is er een opmerkelijke stijging vast te stellen.[70]

[66] MAENHOUT (T.), VOLDERE DE (I.), ONKELINX (J.), SLEUWAEGEN (L.). *Op Cit.,* 2006, pp. 96-97.
[67] BERNSTEIN (A.), SEKINE (N), WEISSMAN (D.). *Op Cit., 2007*, pp. 35-41.
[68] N.N. *Music in Europe: Sound or silence? Study of domestic music repertoire and the impact of cultural policies of collecting societies in the EU 25.* Utrecht, CapGemini, 2005, pp. 9-12.
[69] BERNSTEIN (A.), SEKINE (N), WEISSMAN (D.). *Op Cit., 2007*, p. 120.
[70] UNITED NATIONS. *Op Cit.,* 2008, p. 136.




**Figuur 7: Evolutie Royalties**

## 2.4 Rock 'n Roll versus Dance

Een laatste onderdeel van dit hoofdstuk, dat enigszins los staat van het voorgaande, is dit onderdeel omtrent het ontstaan van rock en dance muziek. Dit onderdeel vormt echter wel een cruciaal gedeelte binnen deze theoretische onderzoeking, waardoor het toch ergens een plaats diende te krijgen. Aangezien het muziekgenre enigszins gekoppeld kan worden aan het live circuit, werd ervoor geopteerd dit stuk hier te bespreken.

**Rock 'n roll** is ontstaan omstreeks **1954-1955** en is van oorsprong **Amerikaans**, maar heeft zich zeer snel verspreidt, te beginnen bij Groot-Brittannië en vervolgens de wereld.[71] In het begin was dit genre vooral een beweging vanuit de blanke bevolkingsgroepen die zwarte rythem-and-blues songs coverden, waaronder ook de king of rock 'n roll Elvis Presley. Deze muziek was vooral gericht naar jongeren, waardoor ook vaak de lyrics en muziek werden aangepast aan deze subgroep. Deze jongeren werden voor het eerst gezien als volwaardige consumentengroep, waarin het protest tegen ouderlijk gezag en controle centraal stond. Er ontstaat met andere woorden een echt samenhorigheidsgevoel binnen deze groep, waardoor het een echte subcultuur werd tegenover de dominante cultuur. [72]

**Eind de jaren '50** echter geraakt dit genre – zoals bij vele vernieuwende, protestmakende muziekgenres gebeurt – steeds meer en meer binnen de dominante

[71] BERNSTEIN (A.), SEKINE (N), WEISSMAN (D.). *Op Cit., 2007*, p. 2.
[72] DE MEYER (G.). Beknopte geschiedenis van de populaire muziek. In: DILLEMANS (R.), SCHRAMME (A.). Wegwijs cultuur. Leuven, Davidsfonds, 2005, p. 109.

consumptiecultuur, waardoor er van de verzetscultuur weinig overblijft. [73] Later ondergaat de Rock 'n roll nog een aantal veranderingen, waardoor uiteindelijk de **rockmuziek** zelf ontstaat, een genre dat inspiratie pikt uit alle mogelijke populaire muziekgenres en zich wil onderscheiden van de vroegere Rock 'n roll. De rockmuziek ondergaat verfijning en groeiende sfeer van dramatisering. Vanaf midden de jaren '60 ontstaan de festivals, die de underground rockcultuur in openlucht brengen. [74]

Het belangrijkste binnen de rockmuziek is het **ritme**, gelijkgesteld met de zang, hetgeen op gang gebracht wordt door elektrische gitaars, drums en soms een piano of synthesizer. Het is een genre waarbij kracht, emotie, het sensuele en het spectaculaire steeds belangrijker zijn dan de technische kwaliteit van de muziek op zich. Door de nadruk op show, wordt steeds meer belang gehecht aan live performance.[75]

Dit staat in schril contrast met de **elektronische pop muziek** ontstaan rond de jaren **'80**, met vooral een **Europese** ontstaanscontext. [76] Deze muziek wordt gekenmerkt door zijn veelvuldig gebruik van synthesizers en is hoofdzakelijk **instrumentale** muziek. In de negentiger jaren zijn echter twee specifieke Amerikaanse locaties van groot belang voor de dance muziek, namelijk Detroit voor het technogenre en Chicago voor de house. Hierdoor treden beide genres meer en meer uit de discotheeksituatie en komen ze terecht op de massamarkt. House splitst zich later op in verschillende Europese stijlen met toenemende elektronica, waarvan bijvoorbeeld de **Belgisch New Beat** één van de voorlopers is. Meer en meer komt Nederland eveneens op de kaart, ontstaat een heropleving van de house en ontstaan nieuwe stijlen als trance, techno, new age, technodub, breakcore, commerciëlere dance muziek, … Dit genre in combinatie met hip hop vormen dé commerciële, populaire muziek in de **jaren '90**.[77]

Benadrukt moet echter worden dat het in de 21ste eeuw niet langer mogelijk is bepaalde vorm strikt van elkaar te scheiden, daar grenzen meer en meer vervagen. Zo is een rockfestival als Pukkelpop of Rock Werchter niet langer louter een festival met rockmuziek, maar biedt het tevens een groot aanbod van hip hop, dance acts, jazz, en dergelijke meer. [78]

[73] IDEM, pp. 110-111.
[74] IBIDEM.
[75] IBIDEM.
[76] IBIDEM
[77] IDEM, pp. 109-114.
[78] DILLEMANS (R.), SCHRAMME (A.). Wegwijs cultuur. Leuven, Davidsfonds, 2005, p. 100.

## 2.5 Besluit

In dit tweede hoofdstuk zijn de specifieke kenmerken van de muziekindustrie aan bod gekomen. Aan de hand van de bespreking van de waardenketen binnen de muziekindustrie en de twee grootste circuits die bewandeld worden, is duidelijk geworden dat de muzieksector bestaat uit een geheel van erg diverse takken, waarvan er in deze thesis slechts één bewandeld wordt, namelijk het live verhaal. Hierbij is de thesis dan ook langer stilgestaan en is eveneens de festivalindustrie belicht. Het is duidelijk geworden welke activiteiten als live performance beschouwd worden en waarom dit optreden zo belangrijk is voor een artiest/muzikant. Ook werd een beknopte geschiedenis gegeven van de rock en dance muziekwerelden.

Zoals reeds duidelijk werd aan de hand van het inleidende hoofdstuk omtrent culturele industrieën, zijn er naast individuele kenmerken van een specifieke creatieve industrie eveneens veel complexiteiten en moeilijkheden. In het volgende hoofdstuk wordt hier verder op ingegaan en er volgt dus een uitvoerige bespreking van de Vlaamse muziekindustrie met al zijn moeilijkheden, knelpunten en tekortkomingen. Er wordt eveneens besproken welke steunmaatregelen en beleidsinitiatieven er reeds bestaan.

# 3. De Vlaamse muziekindustrie

In dit hoofdstuk staat de Vlaamse muziekindustrie centraal. De verschillende karakteristieken van deze Vlaamse culturele sector zullen kritisch besproken worden, alsook de verschillende knelpunten en mogelijkheden. Allereerst een woordje uitleg over de verschillen tussen Vlaanderen en Wallonië. Een opsplitsing tussen deze beide landdelen is steeds een heet hangijzer geweest en staat heden ten dage nog wat meer onder vuur, omwille van de politieke impasse.

## 3.1 België

Het Belgisch muzieklandschap wordt ingedeeld volgens de twee talengemeenschappen, aangezien beide toch sterk van elkaar verschillen. In Vlaanderen is Angelsaksische muziek dominant aanwezig, terwijl dit in **Wallonië** in zekere mate ook zo is, maar daar ook een ***sterke Franse invloed*** aanwezig is, die niet in Vlaanderen terug te vinden is.

**Vlaamse** pop en rock muziek is ***hoofdzakelijk Engelstalig***, maar kent toch een eigen karakter, met weliswaar een zekere Engelse en Amerikaanse invloed. Populaire groepen binnen de Vlaamse pop-rock scene zijn ondermeer dEUS, Zita Swoon, Arno, K's Choice, Axelle Red, Novastar, Das Pop, An Pierlé, Ozark Henry, Arid, 2 many dj's, Vive la fête, Milow, … Deze groepen hebben allemaal een zekere internationale ambitie, hetgeen niet altijd simpel is als Belgisch muzikant. Naast deze pop-rock scene is België zeer goed in zijn eigen dancemuziek, hetgeen een erg oude traditie kent. In de jaren '80 zette het genre van de New Beat België volledig op kaart, zoals reeds gezegd in hoofdstuk drie over de Vlaamse muziekindustrie. Voorbeelden van Belgische dancemuzikanten met grote internationale faam zijn onder meer Buscemi, Praga Khan, Lasgo, … [79]

Vlaanderen kent ook een ***enorm groot aanbod van muziekfestivals***, waarbij praktisch alle mogelijke genres aan bod komen. Er zijn verschillende jazz festivals, rock festivals, dance events, punkfestivals, metalfestivals, schlagerfestivals, blues festivals, festivals met klassieke muziek, enzovoort.

Toch zijn er binnen deze gegroeide en ontwikkelde branche, eveneens nog zeer veel knelpunten en moeilijkheden te vinden, zoals in het volgende deel verduidelijkt wordt.

[79] SCHEURS (B.), AERTS (J.), BAETEN (H.), BOSMANS (W.), DEGRAEVE (W.), DEMEULEMEESTER (J.), VAN DER EECKEN (T.), SIMONS (S.). Het muzieklandschap. In: DILLEMANS (R.), SCHRAMME (A.). Wegwijs cultuur. Leuven, Davidsfonds, 2005, pp. 120-121.

### 3.1.1 Moeilijkheden Vlaamse muziekindustrie

Een aantal van de moeilijkheden binnen de Vlaamse muziekindustrie situeren zich op drie verschillende niveaus, namelijk het internationale kader, het digitale tijdperk en de concentratiegraad. Er zijn nog andere knelpunten te bespeuren, waaronder bijvoorbeeld overheidsgerelateerde problemen qua mentaliteit tegenover de Vlaamse muziekbusiness. In dit onderdeel worden echter enkel deze drie besproken, te beginnen met de internationale markt en concurrentie.

#### 3.1.1.1 Internationale markt en concurrentie

De popsector situeert zich binnen het **marktprincipe van zelfregulatie**, waarbij de ***markt bepaalt*** welke muziek succes heeft en welke niet. Muziek die niet rendabel is, maakt geen schijn van kans en dus worden vele muzikanten die wat alternatiever zijn uitgesloten. Hierdoor wordt opgeroepen tot een grotere rol van de overheid die niet beperkt mag zijn tot subsidies, toename van managers en hun rol, investeren in internationale successen, aandacht voor muziekeducatie,… Eén van de voorstellen die het manifest "Music is Life" hierbij voorstelt is de ***ondersteuning van het concertcircuit***, waarbij allerminst een afzetmarkt gecreëerd moet worden van de eigen thuismarkt. Zoals de studie stelt: *"De mate waarin deze cultuurspreiders aangemoedigd worden om een divers aanbod te programmeren, of de mate waarin de overheid ervoor kiest om een divers aanbod van spreiders te ondersteunen, heeft invloed op de kansen die ontstaan voor diverse genres en uitvoerders"*. [80]

België is een ***typisch importland***, waardoor de internationale concurrentie het bikkelhard maakt voor onze eigen muzikanten. De eigen artiesten hebben het zeer moeilijk, omdat zij hoofdzakelijk produceren voor eigen land (vaak ook voor eigen deelstaat), maar deze slechts een beperkte afzetmarkt heeft. Het belang van schaal dringt zich dan ook op, hetgeen bij een klein land als België slechts een beperkte schaal is; in contrast met bijvoorbeeld Frankrijk, een land met een zeer grote thuismarkt. Daarbij komt dat het publiek erg verdeeld is qua smaak, waardoor het afzetgebied steeds kleiner wordt. Hierdoor is de CD-verkoop in Vlaanderen slechts beperkt en gaan de winsten hoofdzakelijk naar machtige industrie en slechts een minimum naar de artiesten zelf. [81]

[80] VANDENBERGHE (L.). *Music is Life! Een integrale visie voor de muzieksector*. Brussel, Muziekcentrum Vlaanderen, 2010, p. 6.
[81] SMIERS (J.), SCHIJNDEL VAN (M.). *Adieu auteursrechten, vaarwel culturele conglomeraten*. Boom Juridische Uitgevers, 2009, p. 121.

Wat het daarenboven nog moeilijker maakt, zijn de ***selector-lijsten*** die de radiozenders gebruiken voor de uitzendingen. Om op de radio gespeeld te worden, moet een artiest aanwezig zijn op die lijst, anders kunnen zijn liedjes nooit gedraaid worden. Hier gaat natuurlijk een hele ideologische politiek mee gepaard: macht, profilering, aansluiting bij de identiteit van de radio, … [82]

Desalniettemin zijn in Vlaanderen een enorme hoeveelheid en diversiteit aan festivals te vinden, zowel een aantal grote rock- en dancefestivals, als kleinere, lokale, regionale rockfestivals, jazzfestivals, en dergelijke meer. Hier komt echter het probleem van podiumkansen voor Vlaamse artiesten de kop op steken. De festivalwereld is een zeer internationale wereld en dus moeten ook hier de kansen verdeeld worden met internationale muzikanten; hetgeen vaak een probleem vormt, zoals deze thesis duidelijk maakt.

#### 3.1.1.2 Impact van de digitalisering

De impact van de digitalisering, en de daarmee gepaard gaande piraterij, op de muziekindustrie is zeker niet te onderschatten. De illegale downloads zijn zeer moeilijke te stoppen, aangezien de technologische mogelijkheden steeds meer evolueren. Ongeacht het belang van deze factor binnen de muziekindustrie, zal hier in dit onderzoek niet verder bij stilgestaan worden.

#### 3.1.1.3 Concentratie

De concentratiegraad binnen de globale platenindustrie is enorm, waardoor de gehele industrie praktisch in handen is van **vier grote majors**: Sony BMG, Universal, EMI en Warner Brothers. Deze vier grote labels overschaduwen de kleine, onafhankelijke labels bijna volledig en nemen ze vaak mee op in het bedrijf ter vergroting van hun nationaal of regionaal markaandeel. Kritische vragen die hierbij gesteld worden, zijn aanleiding geweest van dit thesisonderzoek. Leidt deze concentratie tot verschraling van het cultureel aanbod? Wordt het aanbod hierdoor steeds homogener? [83]

[82] KERREMANS (G.), Schriftelijk expertinterview, zie bijlagen: CD-rom p. 121.
[83] BERNSTEIN (A.), SEKINE (N), WEISSMAN (D.). *Op Cit., 2007*, p. 19-20.

### 3.1.2 De andere kant van de medaille: Mogelijkheden & Kansen

Het is echter niet bevorderend enkel te denken in termen van problemen en knelpunten, waardoor het aangeraden is ook even stil te staan bij de positieve kant van de medaille, namelijk de bestaande mogelijkheden en opportuniteiten.

#### 3.1.2.1 Winstgevende economie & bloeiende markt

Sinds 2004 is er een algemene **stijging** merkbaar in de muziekindustrie, gevolgd door een gestaagde vooruitgang sinds 2009. Hier gaat het echter niet om verlies, maar om een daling van de winst, hetgeen betekent dat de industrie nog steeds winstgevend is. Deze groei is niet alleen merkbaar in de traditionele platenindustrie, maar ook in de radiomarkt en de online platenmarkt. [84]

Niet alleen de verkoop is hier belangrijk, maar ook de aandacht die besteed wordt aan muziek binnen andere **media**, zoals op televisie of binnen de dvd-markt. Er is een enorme stijging in het aantal uitzendingen van muziekprogramma's, het distribueren van opnames van live concerten, documentaires rond popsterren, enzovoort, en ook de **concertmarkt "boomt"**. Hierdoor hebben we bijvoorbeeld in Vlaanderen zeker niet te klagen over de ***hoeveelheid*** concerten, festivals, en dergelijke meer. Over de ***muzikale programmatie*** van deze concertenhallen en festivals daarentegen kunnen een aantal vragen gesteld worden. Dit kunnen bijvoorbeeld vragen zijn naar nationaliteit en diversiteit van de geprogrammeerde artiesten, zoals deze thesis kenbaar maakt. [85]

#### 3.1.2.2 Kansen van de digitalisering

Zoals reeds besproken zijn er erg veel nadelige gevolgen aan de komst van digitale technologieën, maar dit **nieuw distributie- en communicatie netwerk** biedt eveneens ook voordelen en mogelijkheden. Zo is het mogelijk ***inkomsten*** te vergaren via de online verkoop van muziek via i-tunes en biedt het internet ***groei- en communicatiemogelijkheden*** aan artiesten. Ook is de rechtstreekse ***interactie*** met het publiek een positieve vernieuwing. [86, 87]

---

[84] MEYER DE (G.), ROE (K.). *Op Cit.,1999,* p. 232.
[85] WETENSCHAPPELIJKE RAAD VOOR HET REGERINGSBELEID. Focus op functies: uitdagingen voor toekomstbestendig mediabeleid. Amsterdam, Amsterdam University Press, 2005, p. 43.
[86] BURNETT (R.). Global Strategies and local markets: Explaining Swedish music export success. In: GEBESMAIR (A.), SMUDITS (A.) (eds.). *Global Repertoires. Popular Music Within and Beyond the Transnational Music Industry*. Aldershot, Ashgate, 2001, pp. 10-12.
[87] DOLFSMA (W.). How will the Music industry weather the globalization storm? In: *First Monday.* Peer reviewed journal on the internet, 2000, vol. 5, nr. 5, p. 1.

Daarnaast bieden het internet en de digitale nieuwigheden ***nieuwe kansen*** voor ongekende, kleine, lokale muzikanten of groepen. Mensen kunnen hun eigen muziek creëren zonder een instrument te bespelen, worden zelf content leveranciers en ook het opnemen van muziek wordt gemakkelijker en toegankelijker. [88]

Het is echter noodzakelijk deze optimistische kijk niet te overschatten, naar mijn inziens. Het hanteren van een zekere genuanceerde visie is cruciaal. Zo zijn er bijvoorbeeld weinig artiesten die echt groot werden enkel door het internet en is het grote succes vaak pas weggelegd wanneer ook de traditionele media hierop inspelen.

Toch worden sociale netwerksites, zoals MySpace of You Tube, meer en meer gezien als ***alternatief promotiekanaal*** om tieners en jongeren te bereiken. Het is echter, volgens mij, hoofdzakelijk een aanvullende manier om te communiceren en kan vooral op die manier doeltreffend gebruikt worden. Zoals reeds gezegd, vaak is het geen kwestie van zwart of wit, maar een kwestie van grijs; de gouden middenweg. [89]

#### 3.1.2.3 Overheidssteun

In tegenstelling tot in Amerika waar de vrijemarktprincipes dominant zijn, ook in de muziekindustrie, wordt muziek in Europa wel degelijk gesteund van de overheid uit.[90] De laatste jaren is deze ondersteuning vanwege de overheid buitengewoon ***geïntensifieerd***. Daar waar vroeger geen aandacht besteed werd aan popmuziek, wordt de sector - sinds Bert Anciaux' tienjarig cultuurbeleid – minder vergeten. "Minder vergeten" als genuanceerde opvatting, omdat zeker nog veel verbetering mogelijk is het steunen van de Vlaamse muziekindustrie.

Steun verleent de overheid enerzijds via ***subsidies*** in kader van het muziekdecreet en anderzijds door het opzetten van ***steunpunten*** voor de muziekindustrie, waarvan poppunt en het muziekcentrum goede voorbeelden zijn. Het **muziekdecreet** van 31 maart 1998 richt zich naar professionele muzikanten, ongeacht het muziekgenre ze beoefenen. Dit decreet is eveneens van toepassing op festivals, concertorganisaties, clubs, … Naar aanleiding hiervan zijn twee mogelijke steunvormen van toepassing: ***structurele erkenning en subsidiering*** ofwel ***projectmatige subsidies*** aan muziekprojecten met een beperkte periodisering. Deze beide subsidievormen worden aangevraagd op basis van indiening van een dossier, hetgeen beoordeeld wordt naar kwaliteit op vlak van het artistieke, het formele en het zakelijke. Naast deze twee opties,

[88] VANDENBERGHE (L.). *Op Cit*., 2010, p. 22.
[89] BERNSTEIN (A.), SEKINE (N), WEISSMAN (D.). *Op Cit.,* 2007, p. 29.
[90] DILLEMANS (R.), SCHRAMME (A.). *Op Cit*., 2005, p. 102.

bestaan er nog drie andere mogelijkheden tot subsidiering, met name voor de realisatie van een CD, LP, compositieopdracht of werkbeurs. [91]

### 3.1.3 De Vlaamse Muziekindustrie: Een Grijze Blik

Binnen ons studiegebied blijken bepaalde aspecten primair tegengestelden, waardoor een erg dichotome kijk ontstaat. Er moet echter gepleit worden deze begrippen als complementair te zien, elkaar aanvullend. Iets is niet noodzakelijkerwijs zwart óf wit, maar kan ook grijs zijn; een samengaan van vermeende antagonisten. Zo is het binnen de culturele industrieën meestal een werking van zowel overheid als de markt nodig, is het steeds een kwestie van een Vlaams/Belgisch product in relatie tot het internationale kader, gaat het steeds om klassieke én populaire cultuur, over alternatief én commercieel, over platen én concerten, …

Het is dus noodzakelijk op een genuanceerde en globale manier te kijken naar de Vlaamse muziekindustrie. Het is een industrie die kampt met vele moeilijkheden en problemen, maar tegelijkertijd een platform van kansen en groeimogelijkheden is; het is een industrie waarbij vermeende antagonisten moeten samenwerken, zoals de markt en de overheid, het zakelijke en het culturele, enzovoort. Het is met andere woorden een culturele belevingsindustrie waarnaar niet vanuit één bril of één perspectief gekeken moet worden, maar een complexe industrie die om verschillende brillen of perspectieven vraagt.

[91] HOTTAT (A.). Muziek en Beleid. In: DILLEMANS (R.), SCHRAMME (A.). Wegwijs cultuur. Leuven, Davidsfonds, 2005, p. 131.

## 3.2 Besluit

We weten nu hoe de industrie werkt in *theoretische* zin en ook de structuur van de muzieksector werd reeds onder de loep genomen. Een erg belangrijk feit binnen deze branche is echter diens onderhevigheid aan de impact van de maatschappelijke, culturele en economische globalisering. Zo is het festivalfenomeen overgewaaid vanuit Amerika naar België, hetgeen enkel mogelijk is door middel van deze globalisering, en heeft dit een enorme impact heeft gehad op de Vlaamse entertainmentindustrie, belevenissenindustrie en het algemene culturele- en vrijetijdsleven. Hierdoor is het essentieel dit gegeven mee te nemen in deze theoretische omkadering, aangezien net een bepaald gevolg van dit fenomeen geproblematiseerd wordt in deze thesis, met name de Amerikaans dominantie wordt in vraag gesteld. In het volgende hoofdstuk wordt hier uitvoerig op ingegaan.

# 4. Muziekindustrie & internationale handel

In het globaliseringdebat neemt de vraag naar de impact op lokale cultuur een centrale positie aan, die in dit hoofdstuk besproken zal worden. Allereerst wordt een globaal beeld geschetst omtrent wat globalisering is en welke impact dit fenomeen heeft op de muzieksector.

Na deze theoretische bespreking wordt verder ingegaan op de eerder praktische impact van globalisering. België krijgt via dit fenomeen in de eerste plaats te maken met Europa en de Europese landen, waardoor dus allereerst de Belgische/Vlaamse muziekindustrie in een breder Europees kader geplaatst wordt, namelijk de Europese muziekindustrie. In dit deel wordt een overzicht gegeven van de Europese handelsstromen binnen de muziekindustrie.

Na de bespreking van de handelswegen tussen België/Vlaanderen en Europa, staat de globale handel met Amerika centraal, daar dit continent de kern vormt van de probleemstelling gehanteerd binnen deze thesis. Allereerst worden een aantal verklaringen gegeven aan de internationaal dominante handelspositie van Amerika. Vervolgens wordt de "Amerikaans imperialisme"-these onder de loep genomen en worden pro- en contra-argumenten uit de doeken gedaan.

## 4.1 Globalisering

Als gesproken wordt over globalisering en de gevolgen ervan voor cultuur en creatieve industrieën, wordt dit begrip al geassocieerd met het begrip "(ver-)Amerikanisering" en de teloorgang van de lokale cultuur. Hiermee wordt beweerd dat een globalisering van de economie en de diverse industrieën, waaronder de culturele en creatieve industrie, vooral een verspreiding betekent van Westerse en meer bepaald Amerikaanse waarden, normen, gewoonten, stijlen, enzovoort. Hoe is deze these echter ontstaan? Welke argumenten worden naar voor geschoven om deze bewering te staven? Zijn er eveneens tegenargumenten te vinden die de stelling (proberen) ontkrachten? Deze vragen worden in dit hoofdstuk beantwoord aan de hand van wetenschappelijke theorieën. Deze vragen worden gesteld en zullen beantwoord worden in kader van dit onderzoek met focus op de culturele en creatieve industrieën. [92]

### 4.1.1 Globalisering: een poging tot definitie

Globalisering is een concept dat alomtegenwoordig is in onderzoek, literatuur, media, … en desondanks bestaat er geen echte, sluitende, kant-en-klare definitie van het begrip. Een voorbeeld van een wetenschappelijk omschrijving van dit fenomeen wordt gegeven door de Britse politieke wetenschapper David Held en ook Marshal McLuhan verwijst naar deze verschillende aspecten met zijn idee van een **global village**.

Volgens Held is globalisering:

*"[…]A process (or set of processes) which embodies a transformation in the spatial organization of social relations and transactions – assessed in terms of their extensity, intensity, velocity and impact – generating transcontinental or interregional flows and networks of activity, interaction, and the exercise of power."*

Hij legt in deze definitie de nadruk op een aantal belangrijke aspecten van globalisering, zoals ***interactie***, ***netwerken***, ***flows*** en de uitoefening van ***macht*** in dit proces. Dit laatste aspect vormt de basisidee van de **politieke economie** van de creatieve en culturele industrieën en wijst perfect aan welke invalshoek in deze thesis gehanteerd en gevolgd wordt met betrekking tot globalisering en de muziek/festivalindustrie. In zijn

[92] RUTTEN (P.). Global sound and local brews. In: Rutten (P.) (ed.), *Music, Culture and society in Europe.* European Music office, Brussel, 1996, p. 67.

boek wijdt Held ook uit over het globaliseringdebat, waarbij hij drie standpunten uit de doeken doet, namelijk dat van de ***hyperglobalisten***, de ***sceptici*** en de ***transformationalisten***. Deze drie visies zijn erg verschillend van elkaar op vlak van conceptualisatie, causaliteit, periodisering en impact van het globaliseringproces. Natuurlijk is dit een erg relevant en boeiend debat, maar naast de vermelding dat er tegenover dit concept verschillende standpunten ingenomen worden, zal het hier in deze thesis niet verder gaan. [93]

Een andere mogelijk omschrijving van het term globalisering is de volgende:

*"Globalization is a process of interaction and integration among the people, companies, and governments of different nations, a process driven by international trade and investment and aided by information technology. This process has effects on the environment, on culture, on political systems, on economic development and prosperity, and on human physical well-being in societies around the world."*

Dit is de omschrijving van het proces zoals gehanteerd door de organisatie "**Globalization 101**", een initiatief van de staatsuniversiteit van New York. Deze definitie omvat eveneens een aantal aspecten waarmee Held rekening gehouden heeft en beide schuiven dus een aantal gemeenschappelijke kenmerken naar voor (dat globalisering een proces is, te maken heeft met interacties en transacties, …). De omschrijving van "Globalization 101" echter incalculeert ook een aantal specifieke domeinen waarop globalisering een grote impact heeft. Zo richt deze omschrijving ook de aandacht naar de culturele sfeer en de effecten en impact globalisering binnen deze industrie. Alsook internationale handel en informatie technologieën worden meegenomen. [94]

[93] HELD (D.), MCGREW (A.), GOLDBLATT (D.), PERATON (J.). *Global transformations. Politics, Economics and Culture.* Cambridge, Polity Press, 2000, pp. 2-10.
[94] N.N. *Globalization 101*. New York, The Levin Institute, Sine Dato. www.globalization101.org, zie bijlagen: CD-rom p. 121.

Naar mijn inziens **vullen beide definities elkaar aan** en dient met beide rekening gehouden te worden. Zo zou in laatstgenoemde omschrijving ook het ***machtproces*** en het ontstaan van ***netwerken*** toegevoegd moeten worden, hetgeen een neutralere en meer vattende definitie oplevert. Deze luidt, na enige interventie van mijnentwege, als volgt:

*"Globalization is a process of interaction, integration and transformation in the spatial-temporal organization among the people, companies, and governments of different nations, a process driven by international trade and investment and aided by information technology. This process has effects on the environment, on social relations and transactions -assessed in terms of their extensity, intensity, velocity and impact- , on culture, on political systems, on economic development and prosperity, on human physical well-being in societies around the world and the transcontinental or interregional flows and networks of activity, interaction, and the exercise of power."*

Dit levert natuurlijk een zeer lange omschrijving op, maar een korte en bondige definitie zou, volgens mij, afbreuk doen aan de complexiteit van het fenomeen. Deze definitie is lang, maar allesomvattend.

### 4.1.2 Globalisering en de muziekindustrie

Het is een feit dat alle culturele en creatieve sectoren sterk beïnvloed zijn door de toenemende globalisering. Toch zijn er sectoren waar de effecten van dit fenomeen beduidend zichtbaar en wijdverspreid zijn. [95]

Zo is de **muzikale sector** erg onderworpen aan de impact van deze processen, hetgeen vooral een gevolg is van ***technologie en informatica***. Net om die reden heeft globalisering heel snel en makkelijk doorgang gevonden in de muzieksector, waardoor genres en artiesten al zeer snel verspreid waren over de hele wereld. Bepaalde situaties, technologieën en gewoontes die heden ten dage banaal lijken, waren vroeger ongekend voor ons en zijn vaak slechts door hun onderhevigheid aan globalisering overgewaaid naar Europa. Hieronder worden onder meer de ***festivals***, het ***rock*** genre, ***platenwinkels*** en de ***radio*** verstaan. Goederen en diensten werden in stijgende mate internationaal verdeeld en tastbaar gemaakt.

[95] HELD (D.), MCGREW (A.), GOLDBLATT (D.), PERATON (J.). *Op Cit.,* 2000, p. 327.

Een ander gevolg van deze globalisering is de onderlinge beïnvloeding tussen verschillende culturele **muziekgenres**. De dominantie van een bepaalde cultuur, natie of regio, mag dus niet alleen gezien worden in termen van aanwezige of geïmporteerde goederen en diensten. Eveneens moet rekening gehouden worden met de invloed van een dominante genre op andere, minder dominante, lokale stijlen en genres. Onder dit argument wordt de kritiek gerekend op een Vlaamse film als Loft die "té Amerikaans" en geen typisch Vlaamse genre zou zijn. Zulke kritieken komen ook voor binnen de muzieksector. [96, 97]

Met vier grote recordbedrijven die 80% van de populaire muziek in de wereld domineren, is het evident dat globalisering – en concentratieprocessen een grote impact hebben op de muziekindustrie. Snel komt vervolgens de vraag op naar de lokale muzieksector en hoe deze culturele en muzikale diversiteit kan blijven bestaan in een onderdrukkende, geconcentreerde wereld als deze? [98]

### 4.1.3 Een cultureel vraagstuk: Diversiteit versus homogenisering

Wanneer gepraat wordt over globalisering binnen de culturele en creatieve industrieën, worden al snel fenomenen als culturele diversiteit en homogenisering van de cultuur aangehaald. Welk fenomeen boven het andere verkozen wordt, hangt af van de organisaties en theoretici aan wie de vraag gesteld wordt. Zo vinden sommigen het streven naar ***culturele diversiteit*** van cruciaal belang, bijvoorbeeld de internationale organisatie **UNESCO**. Zij vinden dan ook dat diverse middelen, zoals ook ***overheidssteun en -interventie***, gebruikt mogen worden ter bescherming hiervan. [99]

Anderzijds zijn er verenigingen zoals de **World Trade Organisation**/Wereld Handel Organisatie (WTO/WHO) die in eerste instantie streven naar het vrijwaren van de ***vrijemarktprincipes***, al zou hiermee de culturele diversiteit ten ondergaan, en het verbannen van ***nationale overheidssteun uit de wereld***. [100]

[96] IDEM, pp. 327-353.
[97] DOLFSMA (M.). *Op Cit.,* 2005, pp. 1-2.
[98] GEBESMAIR (A.). Introduction. In: GEBESMAIR (A.), SMUDITS (A.). *Global repertoires. Popular music within and beyond the transnational music industry.* Ashgate, USA, 1988, pp. 1-6.
[99] UNESCO. *Op Cit*., 2005, pp 1-6.
[100] IBIDEM.

#### 4.1.3.1 UNESCO & Culturele diversiteit

Onder **diversiteit** wordt verstaan dat verschillende keuzemogelijkheden op de markt zijn, waaruit de consument een ruime keuzevrijheid heeft. Deze diversiteit kan begrepen worden als diverse ***genres***, diverse ***nationaliteiten***, diverse ***culturen***, … Onderzoekers als Martin Stokes doen research naar cultuur imperialisme in termen van genres, ***gender*** en ***ethniciteit***, en raken termen als "wereldmuziek". In tegenstelling tot dergelijke studies is dit onderzoek niet toegespitst op de diversiteit in genres, maar op de diversiteit naar nationaliteiten. [101]

Dit begrip –culturele diversiteit- wordt in de UNESCO – conventie als volgt omschreven:

"*the manifold ways in which the cultures of groups and societies find expression. These expressions are passed on within and among groups.".* [102]

Dit verwijst naar het oneindig aantal manieren waarop culturele groepen en samenlevingen hun gevoelens, meningen, voorkeuren, creaties, artistieke producties, plezier, … kunnen uiten en verspreiden. UNESCO heeft een zeer bijzondere rol naar culturele diversiteit toe, daar zij ernaar streven deze te **promoten en beschermen** op alle mogelijke manieren. Onder deze "bescherming" wordt binnen de UNESCO het volgende verstaan: "*the adoption of measures aimed at the preservation, safeguarding and enhancement of the diversity of cultural expressions".* [103]

#### 4.1.3.2 WHO & Vrijhandel

Zoals reeds aangehaald, streeft de WTO/WHO naar de vrijwaring van de **vrijemarktprincipes** en naar het de verbanning van **overheidssteun** naar de culturele en creatieve sectoren. [104]

Bij het hanteren van deze opvatting, wordt de kans op ***culturele homogenisering*** steeds groter. Homogenisering is net het tegenovergestelde van culturele diversiteit, waarbij producten, genres, enzovoort steeds meer identiek worden. Alles wordt gelijk aan elkaar en individuele verschillen verdwijnen volledig. Vaak wordt homogenisering gelijk gesteld aan "amerikanisering", hetgeen betekent dat alles meer en meer Amerikaans wordt en op die manier de onderlinge verschillen verdwijnen. Zo wordt vaak gezegd dat ook de Vlaamse film lijdt onder de Amerikaanse invloed en dat bijvoorbeeld

[101] STOKES (M.). Music and the global order. In: *Annual Reviews of Anthropology*, 2004, vol. 33, pp. 47-72.
[102] IBIDEM.
[103] UNESCO. *Op Cit.*, 2005, pp. 4–5.
[104] IDEM, pp. 1-6.

een film als Loft geen typische Vlaamse film meer is, maar steeds meer en meer Amerikaans. Dit debat rond diversiteit en homogenisering komt in het deel rond Amerikaans cultuur imperialisme terug. [105]

[105] CARPENTIER (N.). De complexe relatie tussen globalisering en communicatie: Het RadioSwap-project als voorbeeld voor glokalisering en translokalisering. In: DELWAIDE (J.), GEERAERTS (G.) (Eds.). *Globalisering. Interdisciplinair bekeken*. Brussel, VUBPress Brussels University Press, 2008, p. 138.

## 4.2 Europese muziekindustrie

Daar waar Europa vroeger op verschillende vlakken een erg verdeeld werelddeel was, is dankzij de oprichting van de Europese Unie een proces van unificatie gestart. Hetgeen de Europese deelstaten met elkaar verbindt is net hun normatieve instellingen naar diversiteit toe. Het is belangrijk een eenheid te vormen, te voelen en te stimuleren tussen de verschillende natiestaten, maar tegelijk moet de diversiteit van de natiestaten, hun nationale eigenheid gewaarborgd worden. Dit brengt ons terug op het spanningsveld van diversiteit en homogenisering, besproken in het vorige hoofdstuk. De unieke eigenschap van Europa, hetgeen hen verbindt, is net het feit dat alle natiestaten zo een verschillende culturele achtergronden, voorkeuren, … dragen. Dit wordt mooi samengevat in de volgende zin van Bernstein: *"EU […] a family of countries unified in its diversity".* [106]

Hetgeen de Europese muziekindustrie – in al zijn diversiteit – onderling verbindt, zijn de vele knelpunten in de sector die in verschillende natiestaten terug te vinden zijn. Een aantal van deze moeilijkheden zijn: de internationale concurrentie, harmonisering, ontwikkeling en bescherming van de interne markt, beleidsinitiatieven, en dergelijke meer. [107]

### 4.2.1 Handel binnen Europa

Het onderzoek uitgevoerd onder samenwerking tussen Capgemini en Buma/Stemra stelt de gezondheid van de Europese muziek industrie in vraag gesteld wordt. Dit met als normatieve instelling de bescherming van culturele diversiteit. Hiervoor gebruiken zij specifieke data per nationaal repertoire van 1998 tot 2002. Onder domestic repertoire worden de performances, broadcasting en cd-verkoop per land gerekend. Nationaal repertoire is houdt de creatie van muziek door nationale artiesten in en kan internationale inkomsten met zich meebrengen ten gevolgde van performances, verkoop of broadcasting in het buitenland. [108]

Dit nationale repertoire wordt sterk gedomineerd door vier grote naties: het VK (25%), Frankrijk (24,3%), Duitsland (17,4%) en Italië (11,8%). Dit aandeel komt neer op ongeveer 80% van de totale Europese markt op vlak van nationaal repertoire. Binnen dit segment bedraagt het Belgisch aandeel slechts 1,6%. Deze markt is met andere woorden

[106] BERNSTEIN (A.), SEKINE (N), WEISSMAN (D.). *Op Cit.,* 2007, p. 116.
[107] IDEM, pp. 117-118.
[108] N.N. *Music in Europe: Sound or silence? Study of domestic music repertoire and the impact of cultural policies of collecting societies in the EU 25.* Utrecht, CapGemini, 2005, pp. 1-40.

sterk geconcentreerd. De grootste stijgingen in domestic repertoire daarentegen werden behaald door Slovenië en Frankrijk, gevolgd door Duitsland, Italië en het VK. Dalingen daarentegen werden toegeschreven aan België, Portugal, Nederland, Ierland en Oostenrijk. Ook op de thuismarkt doen de big 4 het dus eveneens zeer goed. [109]

In Europa bestaan er een aantal initiatieven ter ondersteuning van de Europese muzieksector, zoals de European Festival Association (EFA) met de slogan "Giving Festivals a Voice". Ook binnen Vlaanderen bestaat er een specifieke organisatie die zich richt op de ondersteuning van Vlaamse muziekfestivals, namelijk de Federatie van muziekfestivals in Vlaanderen (FMiV). [110]

[109] IBIDEM.
[110] N.N. *Unesco Memorandum of Understanding signed in Ghent, EFA acknowledged.* Gent, EFA, 2010, http://www.efa-aef.eu/en/activities/news/detail/1006/UNESCO%20Memorandum%20of%20Understanding%20signed%20in%20Ghent,%20EFA%20acknowledged/, zie bijlagen: CD-rom p. 121.

## 4.3 De Verenigde Staten van Amerika

### 4.3.1 Verklaring sterke positie

Verschillende factoren – en een samenloop van omstandigheden – hebben ervoor gezorgd dat de Amerikaanse culturele en creatieve industrieën de machtigste ter wereld geworden zijn. In dit onderdeel zullen vijf belangrijke factoren besproken worden die dienen als verklaring van de dominante positie van Amerika in de internationale handel. Deze componenten zijn de thuismarkt als afzetmarkt, technologie, de (universele) taal, de rol van de overheid en de Amerikaanse immigratiewet van 1980. Natuurlijk was eveneens geluk en de samenloop van omstandigheden beïnvloedend, maar deze vijf vormen toch een aantal cruciale factoren in het Amerikaanse succesverhaal.

#### 4.3.1.1 Thuismarkt

Allereerst is in de VSA natuurlijk een immens grote afzetmarkt mogelijk, omdat het geografisch gebied zo groot is en dus een hoog bevolkingsaantal heeft. Daarbij komt echter dat de afzetmarkt binnen de ontspanning- en entertainment industrie ook erg groot is. Grote, machtige conglomeraten konden ontstaan in het welvarende werelddeel, waarbij de afzetmarkt alleen al voldoende groot was om een winstgevend bedrijf te zijn. In tegenstelling tot bijvoorbeeld in België; hier heeft een artiest niet voldoende afzetmogelijkheden om te leven van zijn artistiek werk. Amerikaanse artiesten hebben vaak hun kosten reeds afbetaald door afzet op de thuismarkt, waardoor al hetgeen vergaard in het buitenland pure winst is. Dat is natuurlijk een luxepositie om uit te vertrekken als artiest. [111]

#### 4.3.1.2 Technologie

In de jaren ’80 kende de muziekindustrie in de VSA een enorm klim en werden ze algauw dé dominante speler op wereldvlak. Dit valt grotendeels te verklaren door de komst van de CD, als evolutionair middel tegenover de toenmalige cassettes. Gedurende de negentiger jaren echter staken steeds meer illegale manieren de kop op, hetgeen nefast was voor de industrie. Het publiek kon voortaan dezelfde content vergaren, maar op een kosteloze wijze. Dit betekende een sterke daling in de verkoop en winsten en een daling van de hoeveelheid distributieketens. Hierdoor werden de inkomsten via intellectuele rechten en royalties steeds belangrijker. [112]

[111] Pg 213 Global Cult Ind.
[112] BERNSTEIN (A.), SEKINE (N), WEISSMAN (D.). *Op Cit.*, 2007, p. 15.

Deze vorm van piraterij was echter niet de enige reden waarom de muziekindustrie een dergelijke daling onderging. Een andere reden was de veranderende houding en attitude van de consument zelf. Mensen investeerden veel minder geld in muziek en cd's, maar steeds meer in alternatieve media, zoals games en dvd's. In tegenstelling tot de gaming industry, investeerde de muziekindustrie wel gretig in de dvd-markt. Dvd's zagen zij als alternatief communicatiemiddel en deze visie werd ook beloond door een succesvol verhaal. [113]

De glorieperiode van de Amerikaanse muziekindustrie is wat voorbij, maar dit mag, naar mijn inziens, niet gezien worden als een einde aan de Amerikaanse dominantie in de muziekindustrie. Een daling van winst of dominantie, betekent niet verlies of ondominant. Wanneer gekeken wordt naar de statistieken, is het geboden vast te stellen dat de VSA nog steeds de dominante nummer één positie bekleedt, gevolgd door Japan, UK, Duitsland en Frankrijk. Deze Big Five worden de A-markten genoemd. Dit zijn markten die op zichzelf kunnen bestaan, zij putten hoofdzakelijk uit zelfgemaakte content en importeren slechts weinig. België daarentegen is een voorbeeld van een B-markt, omdat dit een importland is en dus hoofdzakelijk put uit Europese en internationale muziekcontent. Hierbij reist natuurlijk snel de vraag of België te weinig chauvinistisch is op dit vlak, in tegenstelling tot bijvoorbeeld het chauvinistische Frankrijk? [114]

#### 4.3.1.3 Taal

Invloed niet alleen door import, maar ook door beïnvloeding op lokale muziekstijlen. Zo kan het zijn dat bepaalde typische muziekstijlen zodanig beïnvloed worden dat ze meer en meer veramerikaniseerd worden en uiteindelijk de eigenheid verliest. Dit is vaak ook het probleem wanneer alternatieve of niche muziekgenres mainstream worden. Genres worden gepopulariseerd, hetgeen vaak veramerikanisering inhoudt. Deze invloed kan gaan van het echt beïnvloeden van de muziekstijl, maar kan ook bijvoorbeeld gaan over het gebruik van Engels als zangtaal. Zo wordt Engels gezien als de te gebruiken taal in popmuziek, terwijl dit eigenlijk niet taalgebonden is. Het Engels als universele taal is dus een erg belangrijke component in het verklaren van de dominante positie van de Verenigde Staten. Dit element staat in scherp contract met de linguïstische verdeeldheid in Europa, waardoor de verspreiding van lokale muziek afgeremd wordt. [115]

[113] IDEM, p. 17.
[114] IDEM, pp. 18-133.
[115] IDEM, p.7.

#### 4.3.1.4 De rol van de overheid

Ook de steun en promotie die de Amerikaanse overheid geïnvesteerd heeft in de culturele en creatieve industrieën is kenmerkend aan de VSA. Al heeft de overheid nooit echt gewerkt aan de hand van subsidies; deze industrieën zijn volledig gestuurd door de markt. Zo heeft de overheid ernaar gestreefd privékapitalen te stimuleren om te investeren in deze toenmalig nieuwe industrie en heeft zij de een promotiepolitiek gevoerd naar het buitenland toe voor de eigen culturele en creatieve industrie. [116]

#### 4.3.1.5 Amerikaanse immigratiewet

Tijdens de jaren '80 werd het steeds moeilijker voor niet-Amerikaanse artiesten om de Amerika en hun muziekmarkt te bereiken, door de US Immigration and Naturalization Service (INS). Vooreerst werden zij erg geblokkeerd door de enorme berg papierwerk die verricht moest worden vooraleer ze toestemming konden krijgen, later werd het criteria meer en meer het sterdom. Enkel "popular stars" mochten met hun voeten het Amerikaanse grondgebied betreden. Hiernaast gingen zij ook te werk via quotaopleggingen voor de niet-supersterren van 25 000 kandidaten per jaar, waaronder dansers, muzikanten en atleten. Hierdoor zijn natuurlijk kwade stemmen ontstaan, waaronder in Frankrijk, België en Canada. Met andere woorden niet in het Verenigd Koninkrijk, aangezien zij een speciaal handelscontract in handen hadden met Amerika, waarbij gelijke kandidaten uitgewisseld werden met als resultaat parallelle import. Dus, wanneer vijf artiesten van het VK naar de VSA gingen, kwamen er ook vijf Amerikaanse artiesten naar het VK. Zoals eveneens door Jones geclaimd wordt: meer en meer worden economische en politieke onderhandelingen ("business of business") belangrijker in het bereiken van commercieel succes dan het onderhandelen binnen de muziekbusiness op zich ("business of music"). [117]

### 4.3.2 Cultuurimperialisme

Cultuur imperialisme wordt vaak gelijkgesteld aan Amerikaans cultuur imperialisme, al hoeft dit niet per se Amerikaans te zijn. Deze notie werd één van de kerntopics binnen de internationale communicatie. Het concept kan simplistisch als volgt omschreven worden: wanneer een bepaald bedrijf uitbreidt/fusioneert of een nationale cultuur

[116] BERNSTEIN (A.), SEKINE (N), WEISSMAN (D.). *Op Cit.*, 2007, pp. 52-53.
[117] JONES (S.). Who fought the law? The American music industry and the global popular music market. In: BENNETT (T.), FRITH (S.), GROSSBERG (L.), SHEPHERD (J.), TURNER (G.) (Eds.). *Rock and popular music. Politics. Policies. Institutions*. USA, Routledge, 1993, pp. 83-94.

geïnternationaliseerd wordt vergroot het cultureel imperium van dat bedrijf of dat land. Toch is dit niet voldoende en belicht dit slechts één kant van de veelzijde medaille. Zoals reeds duidelijk was bij de omschrijving van het concept "globalisering", is ook voor het concept "cultuur imperialisme" een complexe en oneenduidig weg uitgestippeld in het zoeken naar een goede, allesomvattende definitie.[118]

Een degelijke definitie werd reeds in de **jaren '70** naar voor gebracht door **Schiller** en luidt als volgt: *"the sum of processes by which a society is brought into the modern world system and ho wits dominating stratum is attracted, pressured, forced and sometimes even bribed into shaping social institutions to correspond to, or even promote, the values and structures of the dominating center of the system".* Zoals ook **Golding** opmerkt ligt het streven naar imperialisme niet louter in het onderdrukken van groepen en/of culturen, maar gebeurt het ook aan de hand van taal, technologie, export, institutionalisering, waarden, enzovoort. Meteen kan dit gelinkt worden met de aangehaalde factoren waardoor Amerika zo een dominante positie verkregen heeft op de (culturele) wereldmarkt. Diverse aspecten aangehaald door Golding komen overeen met de oorzaken van de Amerikaanse dominantie aangehaald door Bernstein, Sekine en Weissman. [119]

Bij cultuur imperialisme krijgt een bedrijf of land (meestal een land, een geografisch afgebakend gebied of een cultuur) zoveel **macht** in handen, dat de culturele eigenheid van het bedrijf, de natie of de cultuur alle andere culturen en alle ***diversiteit verdingt***, op gedwongen basis. Deze gedwongen basis hoeft niet louter om fysieke dwang te gaan, maar kan ook van financiële, economische, sociale, institutionele of politieke aard zijn. [120]

Deze dwang is eveneens ***niet steeds expliciet*** en gaat bijvoorbeeld niet altijd gepaard met politieke initiatieven, al is het wel een vorm waarop dit kán gebeuren. Zo krijgen in Frankrijk de nationale artiesten en producties prioriteit op geïmporteerde producten artiesten aan de hand van quota's. Deze quota's zijn een manier waarop handelsrestricties kunnen plaatsvinden en worden gebruikt om de eigen, nationale cultuur te beschermen. [121]

Muziek wordt, zoals reeds vastgesteld in hoofdstuk twee, als een soort publiek goed gepercipieerd: we hebben het gevoel dat het van ons is omdat we deel uitmaken van een

[118] GOLDING (P .), HARRIS (P.). Introduction. IN: GOLDING (P .), HARRIS (P.). *Beyond cultural imperialism. Globalization, communication and the new international order.* Sage Publications, London, 1997, p. 49.
[119] IBIDEM.
[120] CARPENTIER (N.). *Op Cit.,* 2008, pp. 138-139.
[121] VALCKE (P.). Digitale diversiteit. Convergentie van media-, Telecommunicatie- en mededingingsrecht. Brussel, Larcier, 2004, p. 308.

bepaalde groep, het beïnvloed en produceert onze (regionale/lokale) identiteit en wordt deel van ons collectief geheugen. De angst voor globalisering en cultuur imperialisme wordt goed weergegeven in de volgende stelling van Simon **Frith**: "*[…] music is a focus of fears about the threat to local identities from globally organized entertainment industries. If our music no longer carries traces of our immediate histories […] then what makes it "ours" in the first place becomes diffused into a vague sense of nostalgia".* [122]

#### 4.3.2.1 Amerikaans cultuur imperialisme & verameriканisering

Het optellen van de som der delen - globalisering, de sterke Amerikaanse positie en het bestaan van een concept als cultuur imperialisme - geeft als snel de uitkomst van **Amerikaans cultuur imperialisme**. Deze these is ontstaan uit de ***postkoloniale*** theorie, waaraan onderzoekers als Edward ***Said*** een grote bijdrage geleverd hebben. Een tweede onderzoeksperiode introduceerde "cultureel imperialisme", een term die een betere effectiviteit toelaat. Onderzoekers die kunnen geplaatst worden onder deze visies beweren dat comodificatie hoofdzakelijk een proces van culturele hegemonie of dominantie is vanwege ***de eerste wereld***, waarmee vooral Amerika en het Westen aangewezen worden. Hierbij wordt elke cultuur die anders, oppositioneel of perifeer is verdrongen door de ***kern/dominante cultuur***, waardoor elke diversiteit verdwijnt en alles ***homogener en monotoner*** wordt. Dit allemaal verloopt in ***eenrichtingsverkeer*** – in een One Way Flow - van Amerika naar de rest van de wereld, waardoor zij hét exportland bij uitstek worden, praktisch niet aan import doen en de wereld gekenmerkt wordt door grote ongelijkheid. Hierdoor wordt de wereld voor Amerika een ware speeltuin, waarvoor zij hoofdzakelijk het speelgoed leveren en die zij in grote mate domineren. Een concreet voorbeeld van dit Amerikaans cultuur imperialisme en het meest verspreide merk en product ter wereld is Coca Cola, waardoor vaak gesproken wordt over de "cocacolization" van de wereld. [123, 124]

Daarenboven is de benaming cultuur imperialisme zeer ideologische geladen. Deze opvatting wordt als volgt verduidelijkt door Campbell, Davies en McKay: *"Culture takes on the rol of transmitting positive images of America in order zo ideologically position foreigners to be sympathetyic to the United States of America".*[125]

[122] FRITH (S.). Op Cit., 1997, p. 4.
[123] GOLDING (P .), HARRIS (P.). Introduction. IN: GOLDING (P .), HARRIS (P.). *Beyond cultural imperialism. Globalization, communication and the new international order.* Sage Publications, London, 1997, pp. 1-67.
[124] LEWIS (J.). *Cultural Studies. The basics.* London, Sage Publications Ltd, 2008, pp. 301-302.
[125] Campbell (N.), Davies (J.), McKay (G.). Introduction: Issues in Americanisation and Culture. In: Campbell (N.), Davies (J.), McKay (G.) (Eds.). *Issues in Americanisation and Culture*. Edinburgh, Ediniburgh University Press Ltd, 2004, p. 15.

Deze onderzoekers stellen eveneens vast dat er problemen zijn omtrent *"[…] the USA's role in the World as a global superpower and as cultural dominant spreading its multiple influences outward […]".* Ook zij hebben het met andere woorden over de macht en invloed die de Verenigde Staten van Amerika op wereldniveau hebben. [126]

4.3.2.2 … of niet?

Tegenstanders van de cultureel imperialisme these zijn onder meer Keith Negus, Arjun Appadurai, Gust De Meyer, Andreas Gebesmair, Robert Burnett, Keith Roe, Alfred Smudits, enzovoort. Zij erkennen een zeker graad van globale verspreiding ("imperialisme"), waarbij geprobeerd wordt bepaalde producten homogeen te verspreiden over de wereld binnen de muziekindustrie. Dit valt gewoonweg niet meer te ontkennen. Toch **relativeren** zij de implicaties hiervan, telkens op hun eigen manier. Zo stelt **Gebesmair** dat er ***niet één cultureel centrum*** bestaat van waaruit alles gestuurd wordt, wiens producten gekenmerkt worden door één identificeerbare cultuur en deze wereldwijd verspreidt. Hiernaast voegt hij aan toe dat ook de ***lokale*** vragen en eisen nog steeds belangrijk zijn, deze lokale cultuur niet verdwenen is en er een globale vraag naar lokale cultuur bestaat. Hieraan voegt ook **Burnett** toe dat de lokale vraag naar lokaal aanbod nog steeds belangrijk blijft en ook het belang van lokale, onafhankelijke muziekbedrijven (indies) cruciaal is, aangezien zij die lokale vraag en aanbod opvangen. Zij stellen met andere woorden dat de grote muzikale conglomeraten en deze indies naast elkaar kunnen bestaan en elkaar net aanvullen. Zo ontdekken de indies, aldus Burnett, het nieuwe talent, waarvoor de grote conglomeraten geen aandacht en kennis hebben. Hij stelt eveneens vast dat ***Europa samen met Amerika*** deze leiderspositie invult, maar hierbij dient opgemerkt te worden dat geen onderscheid gemaakt wordt naar Angelsaksische cultuur. Europa wordt als één groot geheel gezien, waar ook het Verenigd Koninkrijk deel van uitmaakt; toch moet erop gewezen worden dat eveneens een louter Angelsaksische dominantie binnen Europa problematisch kan zijn. [127]

De antropoloog Arjun **Appadurai** stelt vast dat de cultureel imperialisme these ***verouderd*** en veel te ***simplistisch*** is, en daardoor moet worden verlaten. Hij neemt daarentegen het "**Internationalisme**" aan als alternatieve these en theorie. De maatschappij is een veel complexer geheel geworden dan de wereld die het cultureel imperialisme naar voor schuift. Er is een proces van culturele decentralisatie aan de gang, aldus Appadurai, waarin processen van hybriditeit en toe-eigening de norm

[126] IDEM, pp. 1-2.
[127] BURNETT (T.). *Op Cit.,* pp. 1-19.

geworden zijn. [128] **Hybrididiteit** verwijst naar het fusioneren van verschillende bestaande stijlen, met als gevolg dat een volledig nieuwe stijl ontstaat. Hiervoor gaan mensen ideen halen uit bestaande stijlen en culturen, om op die manier tot een eigen stijl of cultuur te komen. [129] **Appropriation** daarentegen verwijst naar het lenen van en/of stelen en toe-eigening van bepaalde culturele elementen of kenmerken door een andere culturele groepering. Hierdoor wordt dit eveneens vaak gezien als diefstal, wanneer de 'lenende' culturele groepering doet alsof het "geleende" culturele element hun (intellectueel) eigendom is. [130] In deze processen en de wereld die Appadurai schetst, bestaat er geen soort "middelpunt vliegende kracht" of centrum meer waaruit de culturele sector en wereld gedomineerd wordt; hetgeen waarop ook Gebesmair wijst. [131]

Ook Gust **De Meyer**, hoogleraar aan de faculteit van de sociale wetenschappen en onderzoeker aan het Centrum voor Mediacultuur en Communicatietechnologie van de Katholieke Universiteit Leuven, houdt er een relativerende visie op na. Met boeken als "*De beste smaak is de slechte smaak : populaire cultuur en complexiteit", "Waarom cultuur niet belangrijk is en cultuursubsidie nog minder"* en *"Het zijn maar liedjes: handboek populaire muziekstudies",* bevestigt hij zichzelf als ***populistische*** en ***relativerend*** onderzoeker/auteur. In tegenstelling tot Appadurai erkent hij echter geen toenemende complexiteit dezer dagen, maar integendeel, een ***toenemende complexiteitsloosheid*** in de culturele, met uitzondering van wat hij de "postrock" noemt die volgens hem weer wat meer complexiteit bezit. Hierbij heeft hij het niet enkel over de popmuziek, maar ook over de audiovisuele en digitale sector. [132]

Daarenboven, stellen **Campbell**, **Davies** en **McKay**, is er een *"[…] reversed angle to […] Americanisation as strands of American cultural imperialism, which suggest that Americanisation is much more a product of a concern with European authority and cultural hegemony."* Zij kaarten bijgevolg de laksheid en aandacht aan van de Europese overheid naar cultuur toe. [133]

In het onderzoek van **Ferreira** wordt eveneens de conclusie getrokken dat zorgen omtrent de Amerikaanse dominantie binnen de muziekindustrie onnodig zijn. Al erkent dit onderzoek dat de angst voor Amerikaanse dominantie niet ongegrond is. Tevens wijzen de onderzoekers erop dat eerder het VK een uitzonderlijke positie bekleedt, daar

[128] SMITH (M.K.). *Issues in cultural tourism studies.* USA, Taylor & Francis, 2009,p. 59.
[129] ZUURBIER (P. H.). *Roots gaan waar je vandaan komt.* Amsterdam, Amsterdam University Press, 2009, p. 6.
[130] O. Young (J.). *Cultural Appropriation and the Arts*. Malden, Blackwell Publishing, 2008, p. 5.
[131] LEWIS (J.). *Op Cit.,* 2008, p. 304.
[132] MEYER DE (G.). De beste smaak is de slechte smaak: populaire cultuur en complexiteit. Leuven, ACCO, 2006, pp. 42-43.
[133] Campbell (N.), Davies (J.), McKay (G.). *Op Cit*, 2004, p. 19.

zij een relatief klein land zijn, maar toch een groot aandeel op de muzikale markt bezitten. [134]

De nationale en lokale muziek is de voorbije tien jaar sterk gestegen, hetgeen een veelbelovend vooruitzicht geeft, zo stelt het onderzoek van Ferreira. De nationale politieke interventie gefocust op het beschermen en stimuleren van lokale cultuur, dient zich hier waarschijnlijk aan als (één van de) oorzaak/oorzaken. Ter staving hiervan wordt het Frans protectionistisch politiek beleid van importquota's en subsidies aangehaald door de onderzoekers. Zij stellen vast dat de promotie van nationale of regionale muzikanten via de landelijke radio heel doeltreffend is, bijvoorbeeld in Canada, Frankrijk en Nieuw-Zeeland. Eveneens werd in deze studie vastgesteld dat er een hoger handelsvolume aanwezig is tussen landen die zich geografisch kort bij elkaar bevinden en dezelfde taal delen. Zo heeft Frankrijk hoge importaandelen in België en Zwitserland. Volgens de studie hebben de consumenten een grote voorkeur voor het repertoire van de nationale artiesten, ironische genoeg, volgens de onderzoekers, in een tijd waarin globalisering toelaat wereldmuziek te leren kennen. [135]

De gebruikte data in deze studies bestaan uit singles charts covering. Dit zijn de wekelijkse top 40 hits in 22 landen: Argentinië, Oostenrijk, Australië, België, Brazilië, Canada, Chili, Denemarken, Duitsland, Finland, Frankrijk, Italië, Japan, Nederland, Nieuw-Zeeland, Noorwegen, Portugal, Spanje, Zweden, Zwitserland, het VK en de VSA. Hierbij gingen ze te werk met de nationaliteit van elke artiest, hetgeen ook in het onderzoek binnen deze thesis het geval is. [136]

De resultaten laten toe te stellen dat er nog steeds vier grote nationale repertoires veel groter zijn dan de rest, namelijk de ***VSA, het VK, Japan en Zweden***. Hierbij is Japan een echter uitschieter, omdat hier hoofdzakelijk de nationale afzetmarkt telt en hun exportcijfers naar de lage kant zijn. Samen met het VK, de VSA, Zweden hebben ook Canada, Finland en Nieuw-Zeeland erg hoge export – en handelscijfers. In tegenstelling tot de algemeen verspreide opvatting waarin vooral zorgen zijn omtrent de grote landen, zijn vier van de zes grootste handelspartners relatief kleine landen; hetgeen deze opvatting teniet doet. De twee landen met de grootste nationale afzetmarkt zijn Japan en de VSA, waardoor een evenredig verband ontstaat tussen de grootte van een land en de eigen afzetmarkt. [137]

[134] FERREIRA (F.), WALDFOGEL (J.). *Op Cit.,* 2010, pp. 1-2.
[135] IDEM, pp. 1-25
[136] IDEM, pp. 4-14.
[137] IDEM, pp. 10-16.

## 4.4 Besluit

We zijn er! Dit is het laatste kleine tussenbesluit van dit theoretisch onderzoek. Dit laatste onderdeel is een zeer zware klepper, maar vormt de essentie en basis van dit hele eindwerk. Hier draait het allemaal om: de macht en dominantie binnen de festivalmarkt en de hiermee gepaard gaande concentratietendenzen.

De grote ***eis*** die momenteel gesteld moet worden is: geef een overzichtelijk besluit van deze hele theoretische chaos. De grote ***vraag/vragen*** die vervolgens gesteld moet worden is: hoe ziet de dominantie op de Vlaamse festivalmarkt er nu dan uit? Is er een dominantie aanwezig? Zo ja, wie is deze dominante speler?

Laten we beginnen bij het beginnen en deze theoretische clash in een mooi besluit gieten met als doel overzichtelijkheid te bieden. Onderstaande conclusie biedt een antwoord op deze claim.

# 5. BESLUIT THEORETISCH ONDERZOEK

In deze theoretische studie is allereerst duidelijk geworden hoe **complex** de creatieve industrieën zijn. Er bestaat ook niet zoiets als "de culturele en creatieve sector", aangezien de inhoud ervan onderhevig is aan een enorme diversiteit die uitmondt in een veelheid van benamingen, categorieën en verschillende specificiteiten. Zo kunnen we festivals onder meer beschouwen als creatieve-, entertainment-, belevenissen- en perifere industrieën.

Vervolgens werden in deze literatuurstudie eveneens een aantal karakteristieken besproken van de **muziekindustrie** zelf, waardoor duidelijk werd dat ook deze sector zeer complex is. Bij elke specifieke culturele industrie zijn er specifieke complexiteiten en moeilijkheden waarmee belanghebbers geconfronteerd worden en dit is voor de muzieksector niet anders. Aan de hand van de bespreking van de waardenketen binnen de muziekindustrie en de twee grootste circuits –productie en live circuit- die bewandeld worden, is duidelijk geworden dat de muzieksector bestaat uit een geheel van erg diverse takken, waarvan er in deze thesis slechts één bewandeld wordt, namelijk het live verhaal. Het is duidelijk geworden welke activiteiten als live performance beschouwd worden en waarom dit optreden zo belangrijk is voor een artiest/muzikant. Daarenboven werd een beknopte geschiedenis gegeven van de rock en dance muziekwerelden. Tenslotte stond de **Vlaamse muziekindustrie** even in the picture, met al zijn moeilijkheden, knelpunten en tekortkomingen.

Bij het onderzoeken en bespreken van de culturele sectoren, moet steeds opgelet worden dat we de zaken **niet met een dichotome blik** bekijken. Bepaalde aspecten lijken primair tegengestelden, waardoor vaak de neiging ontstaat toch een dichotome blik aan te nemen. Er moet echter gepleit worden deze op het eerste zicht contradictorische begrippen als complementair te zien, elkaar aanvullend. Iets is niet noodzakelijkerwijs zwart óf wit, maar kan ook grijs zijn; een samengaan van vermeende antagonisten. Zo is het binnen de culturele industrieën meestal een werking van zowel overheid als de markt nodig, is het steeds een kwestie van een Vlaams/Belgisch product in relatie tot het internationale kader, gaat het steeds om klassieke én populaire cultuur, over alternatief én commercieel, over platen én concerten, … Het is dus noodzakelijk op een genuanceerde en globale manier te kijken naar de Vlaamse muziekindustrie. Het is een industrie die kampt met vele moeilijkheden en problemen, maar tegelijkertijd een platform van kansen en groeimogelijkheden is; het is een industrie waarbij vermeende antagonisten moeten samenwerken, zoals de markt en de overheid, het zakelijke en het culturele, enzovoort. Het is met andere woorden een culturele belevingsindustrie

waarnaar niet vanuit één bril of één perspectief gekeken moet worden, maar een complexe industrie die om verschillende brillen of perspectieven vraagt.

Een erg belangrijk feit binnen deze industrie is echter diens onderhevigheid aan de impact van de maatschappelijke, culturele en economische **globalisering**. Zo is het festivalfenomeen overgewaaid vanuit Amerika naar België, hetgeen enkel mogelijk is door middel van deze globalisering, en heeft dit een enorme impact heeft gehad op de Vlaamse entertainmentindustrie, belevenissenindustrie en het algemene culturele- en vrijetijdsleven. Een groot gevolg hiervan is de macht en dominantie binnen de festivalmarkt en de hiermee gepaard gaande concentratietendenzen.

Na deze hele theoretische clash, kan zich de vraag gesteld worden hoe de nationale dominantie binnen de programmatie van de Vlaamse festivalmarkt er op dit ogenblik dan uit? Is er een dominantie aanwezig? Zo ja, wie is/zijn deze dominante speler(s)? Deze vragen worden allen beantwoord aan de hand van het verrichte empirische onderzoek, hetgeen een combinatie is van kwantitatieve en kwalitatieve onderzoeksresultaten. Dit meer praktische gerichte onderzoek is opgebouwd aan de hand van twee grote onderdelen, zijnde het volledige onderzoekskader en de onderzoeksanalyse en –rapportering. In het volgende, grote tweede deel van deze meesterproef wordt verder ingegaan op deze onderzoeksvragen naar de hedendaagse situatie van de Vlaamse festivalmarkt.

# DEEL II: EMPIRISCH ONDERZOEK

## 6. Onderzoekskader

De probleemstelling van deze thesis vertrekt vanuit een **politiek-economisch denkkader** waarbij de Amerikaanse dominantie en macht in de festivalsector in vraag gesteld wordt. Is er sprake van Amerikaanse dominantie op de Vlaamse rock en dance festivalmarkt? Bij dergelijke politiek-economische invalshoek staan de machtsverhoudingen in de cultuurindustrieën kritisch ter discussie. [138]

Specifiek in het **kwantitatief** onderzoek wordt de focus gelegd op de invraagstelling van de Amerikaanse dominantie in de muziekprogrammatie van Vlaamse rock- en dancefestivals. Zoals duidelijk werd uit het theoretisch onderzoek is rock een genre waarvan de wortels te situeren zijn in Amerika en kent dance een eerder Europese ontstaanscontext. Net om die reden is het interessant beide genres met elkaar te vergelijken naar festivalprogrammatie. Dit wordt gedaan door data van vier verschillende festivals te verzamelen, twee rockfestivals (Rock Werchter in Werchter en Pukkelpop in Kiewit) versus twee dancefestivals (I love Techno in Gent en Tomorrowland in Boom). De reden waarom deze vier gekozen zijn, is van praktische aard. Van deze vier grote festivals zijn veel data te raadplegen en is de line-up eveneens op te sporen. Lokale festivals daarentegen hebben iets minder goed verzamelde data en zijn dus ook minder makkelijk te onderzoeken. Eveneens zijn deze vier dé grootse Vlaamse festivals en zijn zij diegenen die ook het grootste publiek bereiken. Hierdoor hebben zij dan ook de grootste invloed binnen de festivalscene, al mag de invloed van de kleine festivals uiteraard niet onderschat worden. [139]

Een gelijkaardige focus wordt eveneens gelegd in het **kwalitatief** onderzoek, maar hier wordt meer aandacht besteed aan de visie van professionals uit de sector en het publiek.

Concluderend kan gesteld worden dat het onderzoek tot doel heeft het in vraagstellen van culturele dominantie op de Vlaamse rock en dance festivalmarkt. Is er, met andere woorden, sprake van culturele dominantie en hoe is de situatie geëvolueerd tussen 2004 en 2010?

[138] HESMONDALGH (D.). *Op Cit.,* 2007, pp. 34-37.
[139] BERNSTEIN (A.), SEKINE (N), WEISSMAN (D.). *Op Cit.,* 2007, pp. 11-12.

## 6.1 Kwantitatief Onderzoek

De primaire doelstelling van dit onderzoek is een overzicht verschaffen van de nationaliteiten van de aanwezige artiesten op de vier festivals en op die manier een kritische evaluatie maken van de dominantie in nationaliteiten op de festivalprogrammatie. De import van 2004 tot 2010 op de Vlaamse festivalmarkt zal in kaart gebracht worden en gebruikt worden om de vraag te beantwoorden of er meer of minder import is dan voorheen en hoe deze import geëvolueerd is. Hierbij worden een aantal geografische gebieden met elkaar vergeleken, namelijk Amerika en Europa, het Verenigd Koninkrijk versus de rest van Europa, de plaats van Belgische artiesten op de Vlaamse podia en import uit andere Europese landen en niet-Europese landen.

Voor de tijdspanne 2004 – 2010 wordt gekozen met de reden omdat binnen deze onderzoekstopic de periode 1997 – 2004 reeds onderzocht werd door professor dr. Segers Katia. In dat onderzoek werden vragen gesteld naar Amerikaanse dominantie binnen de Vlaamse muzieksector en werd ook een antwoord gegeven op een aantal onderzoeksvragen naar concerten en festivals. Het is de bedoeling dit onderzoek verder te zetten, met hoofdzakelijk aandacht voor de festivalcase.

### 6.1.1 Onderzoeksvragen

De onderzoeksvragen die beantwoord worden aan de hand van de kwantitatieve analyse, zijn een combinatie van frequentie- en verschilvragen. Drie grote invraagstellingen staan hier centraal.

- In de eerste plaats worden een aantal frequentievragen gesteld naar de nationaliteiten van de aanwezige bands en artiesten op de vier grote festivals. Hierbij wordt gepeild naar of er eventuele dominante nationale spelers zijn binnen deze situatie.
- Vervolgens wordt er gekeken naar een aantal mogelijke verschillen qua nationaliteit van de bands en artiesten tussen de verschillende podia op de festivals, waarbij de main stage tegenover de andere podia gesteld wordt.
- Ten derde wordt meer aandacht geschonken aan de ontstaanscontext van het rock- en dance genre. Er wordt gepolst naar eventuele verschillen qua nationaliteit van de bands en artiesten tussen de dancefestivals en de rockfestivals.

### 6.1.2 Onderzoeksmethode

Dit soort onderzoek kan slechts van start gaan na een grondige dataverzameling van alle noodzakelijke gegevens. Allereerst werden alle bands en artiesten opgelijst die in de loop van de jaren 2004-2010 optraden op één van de vier centrale festivals. Vervolgens werd er een grondige opzoeking verricht naar de nationaliteiten van elk van deze bands en artiesten, waarbij uitgegaan werd van het nationaal repertoire. Hiermee wordt bedoeld de muziek gemaakt door artiesten gerelateerd aan hun nationaliteit. Wanneer een bepaalde band bestaat uit zangers/zangeressen met verschillende nationaliteiten, zijn beide nationaliteiten meegenomen in de analyse. Zo is "The Dø" een Fins, Franse groep, waardoor zowel Finland als Frankrijk opgenomen zijn in de analyse.

Een volgende onderzoeksfase was de datapreparatie, waarbij al de nationaliteiten dienden opgedeeld te worden en genummerd. Deze lijst werd gemaakt en aangevuld doorheen de hele dataverzameling en –preparatie. Dit betekent dat de naties die niet in de lijst staan, zijn landen die nooit aanwezig waren op één van de vier besproken Vlaamse festivals gedurende deze periode.

Om de kwantitatieve analyse tot een goed eind te brengen, werd gebruik gemaakt van het statistisch verwerkingsprogramma SPSS.

### 6.1.3 Populatie-Universum

Zoals reeds duidelijk gemaakt werd in de literatuurstudie, kende het Vlaamse festivallandschap een ware explosie, waardoor er momenteel talloze kleine, middelgrote en grote muziekfestivals bestaan. Naast de vier groten die besproken worden in deze thesis, bestaan er enorm veel kleinere, lokale festivals. Denk maar aan Marktrock in Leuven, Rock Ternat, Rock Affligem, Vijverfestival in Dilbeek, Maanrock in Mechelen,… Al deze kleinere festivals worden hier echter niet besproken wegens minder belang voor dit onderzoek.

Natuurlijk vormen alle bands en/of muzikanten die optraden op de vier festivals gedurende 2004-2010 de ware populatie van dit onderzoek. Aangezien het ronduit onmogelijk is en minder relevant al deze band hier te bespreken, wordt er wel een korte schets gemaakt van de vier grote festivals die hier centraal staan, met name Pukkelpop, Rock Werchter, I Love Techno en Tomorrowland.

### 6.1.3.1 Pukkelpop




1985, pukkelpop gaat van start en 2500 bezoekers betreden het voetbalterrein Excelsior Heppen om de Londense Anne Clark of het Belgische Front 242 aan het werk te zien. 26 jaar later staat Chokri Mahasinne nog steeds aan het roer als festivalorganisator. Naast deze standvastigheid is het festival zelf echter grondig veranderd en is het gegroeid tot één van de allergrootste Vlaamse alternatieve muziekfestivals in openlucht. Op dit driedaags festival met acht podia, in Kiewit/Hasselt, treden tegenwoordig niet alleen meer muzikanten op, daar ook stand-up komedianten regelmatig een podiumplaats te pakken krijgen. Ook qua genres heeft het festival zijn horzin verbreedt, waardoor vandaag de dag een mix te horen is van Rock, Dance, Pop, Elektro, Hip Hop, … en ze zichzelf steeds meer als alternatief muziekfestival profileren in plaats van rockfestival. De ervaringen die het publiek opdoet tijdens deze festivaldagen zijn ook meer dan alleen muzikaal, daar vele randactiviteiten eveneens zorgen voor de sfeer en belevenis. Hierdoor wordt nogmaals benadrukt dat dit een voorbeeld van een typische belevenisindustrie is, waarbij niet alleen de muziek gepresenteerd wordt, maar ook eten, drank, kledij, sponsors en dergelijke meer te vinden zijn.[140] Het aanbod bestaat hoofdzakelijk uit topband en alternatieve groepen uit Groot-Brittannië en de Verenigde Staten, aangevuld met een aantal andere bands verspreid over de zes podia.

### 6.1.3.2 Rock Werchter




Vergelijkbaar met Pukkelpop qua genre en muziekstijlen, maar kleinschaliger qua aanbod en ouder in leeftijd, is het even bekende en populaire Rock Werchter, ontstaan in 1975 en georganiseerd door Live Nation Belgium. *"In 2004, 2006, 2007 en 2008 wordt Rock Werchter tijdens de International Live Music Conference (ILMC) door meer dan 1.500 vakbroeders uitgeroepen tot Beste Festival. Het krijgt een Arthur Award voor de puike organisatie en de indrukwekkende line-up".* De aspecten van de belevenisindustrie zijn eveneens toepasbaar op dit succesvolle meerdaagse festival.[141] Tegenwoordig is dit een festival met twee podia dat gedurende vier dagen het publiek weet op te zwepen. In de beginjaren was het aanbod vooral bezet door Britse en Amerikaanse rockmuziek, maar

[140] Website Pukkelpop
[141] Website Rock Werchter

meer en meer stelt het festival zich open voor Belgische groepen en andere stijlen, maar wel steeds met het oog op de meest populaire topgroepen. [142]

### 6.1.3.3 I love Techno

Veel jonger dan de twee voorgaande outdoor rockfestivals is het indoor techno/dance - evenement "I love Techno", georganiseerd door Live Nation Belgium. De eerste editie ging door in 1995 in de Vooruit in gent. Nu, anno 2011, vult het evenement en de talloze dj's zes grote zalen in de Gentse expohallen. Tegenwoordig is dit evenement eveneens uitgegroeid tot een ware belevenis, waarbij allerlei merchandising producten geconsumeerd worden: T-shirt, gilets enzovoort.

### 6.1.3.4 Tomorrowland

De attitude van een belevingsindustrie is eigenlijk nog meer toe te passen op dit nog jongere, maar niet minder grootse outdoor dance-festival: Tomorrowland. Dit festival, georganiseerd door ID&T, probeert jaarlijks een feeërieke, originele, indrukwekkend en triomfantelijke sfeer te creëren voor zijn bezoekers. Vanaf dit jaar, krijgen de bezoekers de kans drie, in plaats van twee, volle dagen op het festival te spenderen. Het concept van dit festival is anders dan de vorige festivals, doordat een groot deel van de programmatie verzorgd wordt door dancings, zoals Café d'Anvers, Versuz, etc.

[142] SCHEURS (B.), AERTS (J.), BAETEN (H.), BOSMANS (W.), DEGRAEVE (W.), DEMEULEMEESTER (J.), VAN DER EECKEN (T.), SIMONS (S.). Het muzieklandschap. In: DILLEMANS (R.), SCHRAMME (A.). Wegwijs cultuur. Leuven, Davidsfonds, 2005, pp. 123-124.

## 6.2 Kwalitatief Onderzoek

Aanvullend bij het kwantitatieve luik, is er een kwalitatief onderzoek uitgevoerd. De voornaamste doelstellingen hiervan is enerzijds de visie die heerst binnen de professionele muzieksector in kaart brengen en anderzijds de mening van het publiek in the spotlight te stellen.

De professionele hulpverleners zijn dagelijks actief bezig met de praktische kant van de zaak en met de problemen, knelpunten en mogelijkheden aanwezig binnen de muzieksector. Omwille van hun ervaring en inzicht, kan hun visie hieromtrent niet ontbreken.

Het publiek tenslotte zijn diegenen die het hele boeltje in handen hebben. Als zij ontevreden zijn, kan de sector niet anders dan zijn boeken sluiten of zich aanpassen. Zij zijn diegenen waardoor de sector kan leven en dus moet eveneens stilgestaan worden bij hun ideeën en meningen.

### 6.2.1 Onderzoeksvragen

De vragen die met dit onderzoek beantwoord dienen te worden, zijn tweevoudig van soort. Enerzijds zijn er een aantal vragen die beantwoord kunnen worden via de focusgroep, anderzijds een aantal via de sectorale interviews.

Naar het publiek toe luidden de belangrijkste onderzoeksvragen naar de redenen waarom *zij een rock- en/of dance festival bezoeken* en of zij *stilstaan bij de muziekprogrammatie*. De vragen naar de sector toe zijn daarentegen ietwat complexer en groter in hoeveelheid. Met het oog op overzichtelijkheid is een opsomming van de te onderzoeken vragen gegeven.

- Wat zijn volgens hen de voornaamste verschillen tussen de grote Vlaamse rockfestivals en de grote Vlaamse dancefestivals?
- Wat is de mening van de sector naar de kansen van lokaal talent in Vlaanderen?
- Wat is hun visie omtrent de Angelsaksische dominantie op de grote Vlaamse festivals?
- Welke opvatting houden zij erop na omtrent de muziekprogrammatie van Vlaamse festivals?

Gedurende het verrichten van een aantal interviews zijn deze onderzoeksvragen echter aangevuld, daar steeds dezelfde topics terugkeerden. Om deze reden is dan ook het

onderzoek opengetrokken en eveneens een antwoord gaan zoeken naar de volgende onderzoeksvragen.

- Wat zijn volgens hun de grootste knelpunten in de Vlaamse muziekindustrie?
- Welke maatregelen werpen zij op om deze knelpunten te verhelpen?
- Zien zij een quotabeleid als mogelijke oplossing?

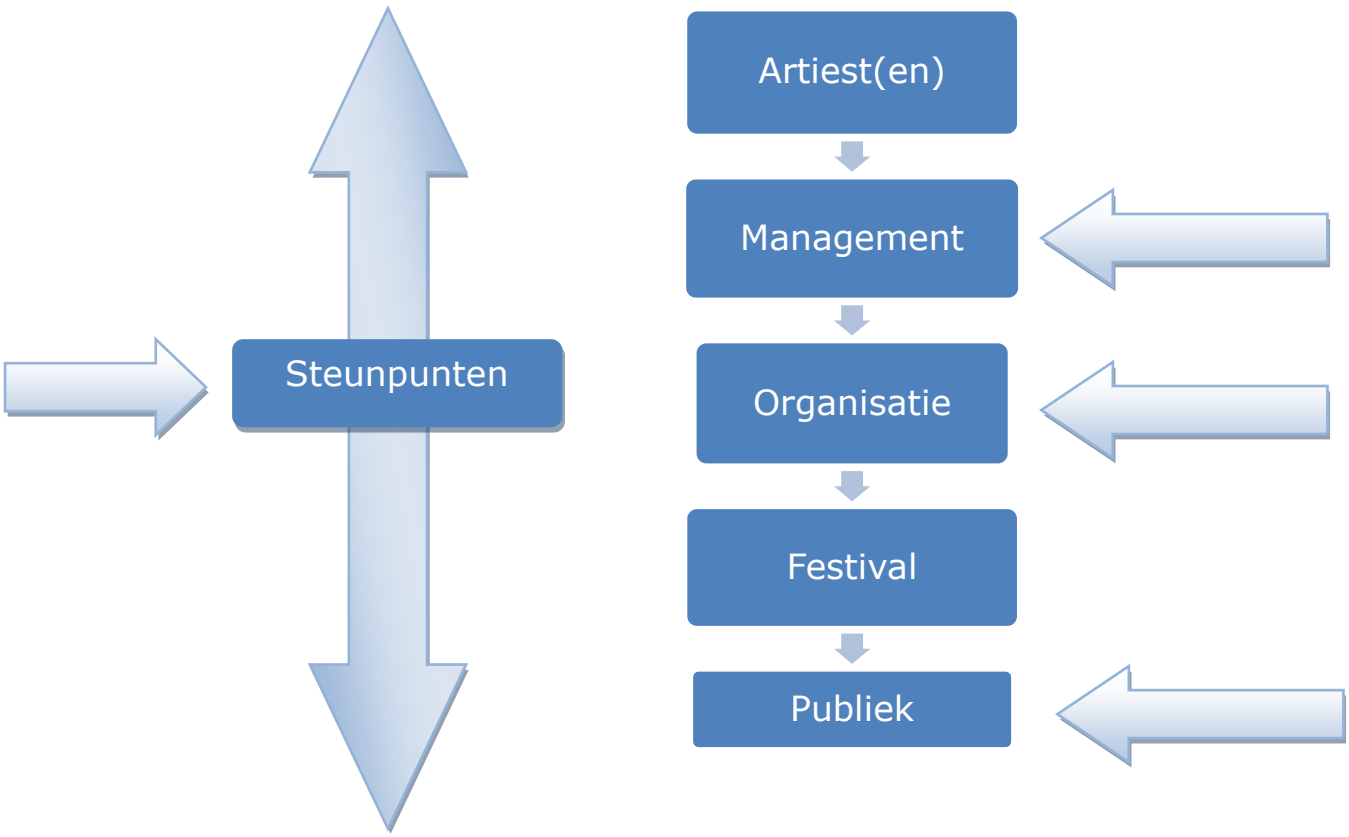
### 6.2.2 Onderzoeksmethode

Alle verrichte interviews zijn gedaan op basis van een semigestructureerde vragenlijst. Hiermee wordt bedoeld dat er op voorhand reeds een aantal vragen en topics voorbereid werden, maar dat het interview op een zeer spontane wijze verloopt waardoor niet strikt aan deze lijst gehouden werd. Regelmatig bepalen de antwoorden van de geïnterviewde de weg die het interview inslaat, waarop dieper ingegaan wordt, welke extra vragen gesteld kunnen worden, over welke onderwerpen de kennis van de geïnterviewde beperkt is, enzovoort.

Een focusgroep-interview is de beste manier om de peilen naar de mening, de visie en gevoelens van het publiek met betrekking tot bepaalde topics. Hierbij stimuleren alle deelnemers elkaar in het uiten van hun mening en is de mogelijkheid er voor de onderzoeker om dieper op een bepaalde onderwerp in te gaan.

### 6.2.3 Onderzoekseenheden

De primaire doelstelling van de semigestructureerde interviews is het in kaart brengen van de mening van mensen binnen de muziekindustrie. Op deze manier wordt duidelijk wat zij belangrijk achten, wat niet, wat nog kan verbeteren binnen de muzieksector, op welke manier dit kan gebeuren, … Om deze vragen te beantwoorden is het belangrijk dat een onderzoeker zich niet enkel naar één actor in het verhaal richt, maar verschillende stakeholders in kaart brengt. Volgende schema schetst welke actoren in dit onderzoek naar hun mening gevraagd werden: het management achter de artiesten, de festivalorganisatoren, de steunpunten en, niet te verwaarlozen, het publiek.




**Figuur 8: Overzicht stakeholders festivalindustrie**

6.2.3.1 Steunpunten

- Muziekcentrum

Het muziekcentrum is het officiële steunpunt voor professionele Vlaamse muzikanten en werkt aan de hand van overheidssubsidies. Dit steunpunt werd opgericht in 1999 in navolging van het muziekdecreet en steunt artiesten binnen alle soorten muziekgenres in hun promotionele taken, nationaal en internationaal. Hierbij gaat het hoofdzakelijk over een ondersteuning van de algemene Vlaamse muzieksector naar het buitenland toe, en dus geen individuele promo voor bepaalde artiesten. Hiervoor is het muziekcentrum aanwezig op tal van evenementen, zoals muziekbeurzen, showcase festivals en proberen zijn een omvangrijk netwerk uit te bouwen van professionelen binnen de muziekssector, waaronder bijvoorbeeld platenfirma's en agenten. Daarnaast zijn eveneens kennisvergaring en informatieverzameling belangrijke functies van de organisatie, met als gevolg dat er een uitgebreid muziekarchief aanwezig is. Muziekcentrum beperkt zich voor deze taken niet alleen tot het pop-, dance- rock circuit, maar houdt zich

bijvoorbeeld ook bezig met jazz, klassieke muziek en wereldmuziek. Tenslotte is er ook nog de taak van het muziekoverleg, waarmee muziekcentrum tracht de sector te verenigen en informatie over te dragen van de politieke en beleidsmatige regels en procedures naar de sector toe en omgekeerd, de noden van de sector te vertalen naar de betrokken politieke niveaus. Binnen deze tak van het muziekoverleg worden vele andere koepelorganisaties en verenigingen samengebracht, waaronder de Belgian Entertainment Association (BEA), Clubcircuit, managerfederatie, en dergelijke meer.[143]

- Poppunt

Deze organisatie richt zich tot de beginnende en semiprofessionele muzikanten, dj's en producers in Vlaanderen en helpt hen aan de hand van informatie, adviezen, wetenschappelijk onderzoek, workshops, fiscale en juridische zaken, speelkansen, het zoeken van repetitielokalen, mediakansen, … De taak van poppunt stop (meestal) waar de professionele carrière van een muzikant, dj of producer begint, namelijk wanneer deze tekent bij een grote major of platenfirma. Zij zijn eigenlijk de aanbrengers van nieuw, jong, lokaal talent en proberen deze op alle mogelijke manieren te helpen en bij te staan en hun muziekcarrière. Poppunt werkt op basis van verschillende projecten en platformen of "merken", zoals Luc Nowé in het interview liet vallen. Deze zijn onder meer 100% puur, Play & Produce, Demopoll, muzikantendag, het communityplatform vi.be, de popthesisprijs, … [144]

- Clubcircuit

Vzw Clubcircuit is een koepel van elf Vlaamse onafhankelijke muziekclubs en concertorganisatoren. Deze clubs zijn 4AD (Diksmuide), 5voor12/Petrol (Antwerpen), Cactus (Brugge), De Kreun (Kortrijk), De Zwerver (Leffinge), Democrazy (Gent), N9 (Eeklo), Nijdrop (Opwijk), Recyclart (Brussel), Vk* (Brussel)) en het VUB-Kultuurkaffee (Brussel). Deze organisatie is al enkele jaren het overlegorgaan waarbinnen de verantwoordelijken van deze clubs bijeenkomen, zich over gezamenlijke thema's buigen, en er ook gemeenschappelijk mee naar buiten komen. Het Clubcircuit is met andere woorden de spreekbuis van elf pioniers van het Vlaamse podiumlandschap, zowel in officiële aangelegenheden, als in de communicatie naar pers en publiek.

[143] DILLEMANS (R.), SCHRAMME (A.). *Op Cit.,* 2005, pp. 129-130.
[144] DILLEMANS (R.), SCHRAMME (A.). *Op Cit.,* 2005, p. 130.

#### 6.2.3.2 Organisatie festivals

- Live Nation

Live Nation fungeert zowel als **agent** als promotor voor muzikale artiesten. Enerzijds gaat deze organisatie een aantal Belgische groepen vertegenwoordigen, die vervolgens doorverkocht worden aan andere zalen, waaronder bijvoorbeeld de Ancien Belgique (AB) of festivals zoals Tomorrowland. Dit gaat zowel over Belgische als buitenlandse groepen en over diverse genres van wereldmuziek, tot jazz, tot elektronische muziek, enzovoort. Deze agentfunctie wordt aangevuld met de **promofunctie** waar Live Nation zich eveneens op toelegt. Deze bestaat uit het promoten van **concerten**, bijvoorbeeld in het sportpaleis, de AB of Vorst Nationaal, en **festivals**, waaronder Rock Werchter en I love techno.

- ID&T

ID&T is een entertainmentfirma met als specifieke doelgroep jongvolwassenen van 16 tot en met 34 jaar. Dit bedrijf mag bestempeld worden als wereldwijd pionier en marktleider voor wat betreft dance evenementen. De hoofddoelen van ID&T zijn het blijven leiden van de markt en de grenzen van de sector alsmaar te verleggen door de lat zo hoog mogelijk te leggen. ID&T bvba is de Belgische entiteit in dit verhaal, enkel actief op Belgisch grondgebeid, waarbij ID&T BV 50% aandeelhouder is en 50% in handen is van Manu en Michiel Beers.

#### 6.2.3.3 Managementbureau

- Rock'o Co

Rockoco biedt een totaalbegeleiding aan alternatieve pop-en rockgroepen/muzikanten aan. Deze hulpverlening bestaat uit:

- Zakelijke begeleiding: administratie, financiën, sociaal statuut, tewerkstelling, contracten, auteursrechten
- Promotionele ondersteuning
- Productioneel-technische ondersteuning
- Strategische begeleiding
- Boekingen

Een begeleiding op maat en een goed evenwicht tussen artistieke integriteit en zakelijk realisme zijn daarbij essentieel.

Rock'o Co ondersteunt lokaal talent door hen een professionele ondersteuning aan te bieden op maat, voor een vergoeding die lager ligt dan de kostprijs van die ondersteuning. Dit is mogelijk doordat Rock'o Co als alternatief managementbureau subsidies krijgt.

#### 6.2.3.4 Publiek

De focusgroep bestaat uit zeven twintigers die sporadisch festivals bezoeken. Waarom specifiek gekozen werd voor zeven deelnemers, komt neer op de simpele reden dat een focusgroep niet té groot mag zijn. Het gesprek moet vlot verlopen en iedereen moet zijn zegje kunnen doen. Meer dan zeven deelnemers leek me teveel en minder te weinig, waardoor zeven, naar mijn inziens, een goed evenwicht teweeg brengt. Alle deelnemers, met uitzondering van 1 vrouw, hebben reeds meer dan vier maal deelgenomen aan rock- en/of dancefestivals. Bij dit onderzoek werd er dus niet voor geopteerd de die hard festivalbezoeker te interviewen, maar gewoon de gemiddelde jongere. Hierdoor wordt er, volgens mij, een waarheidsgetrouw beeld geschetst van het gemiddelde publiek.

# 7. Onderzoeksresultaten

## 7.1 Resultaten Kwantitatief Onderzoek

In deze uiteenzetting geven de bekomen resultaten van het kwantitatieve onderzoek een antwoord op de onderzoeksvragen die naar voor geschoven werden in deze masterproef.

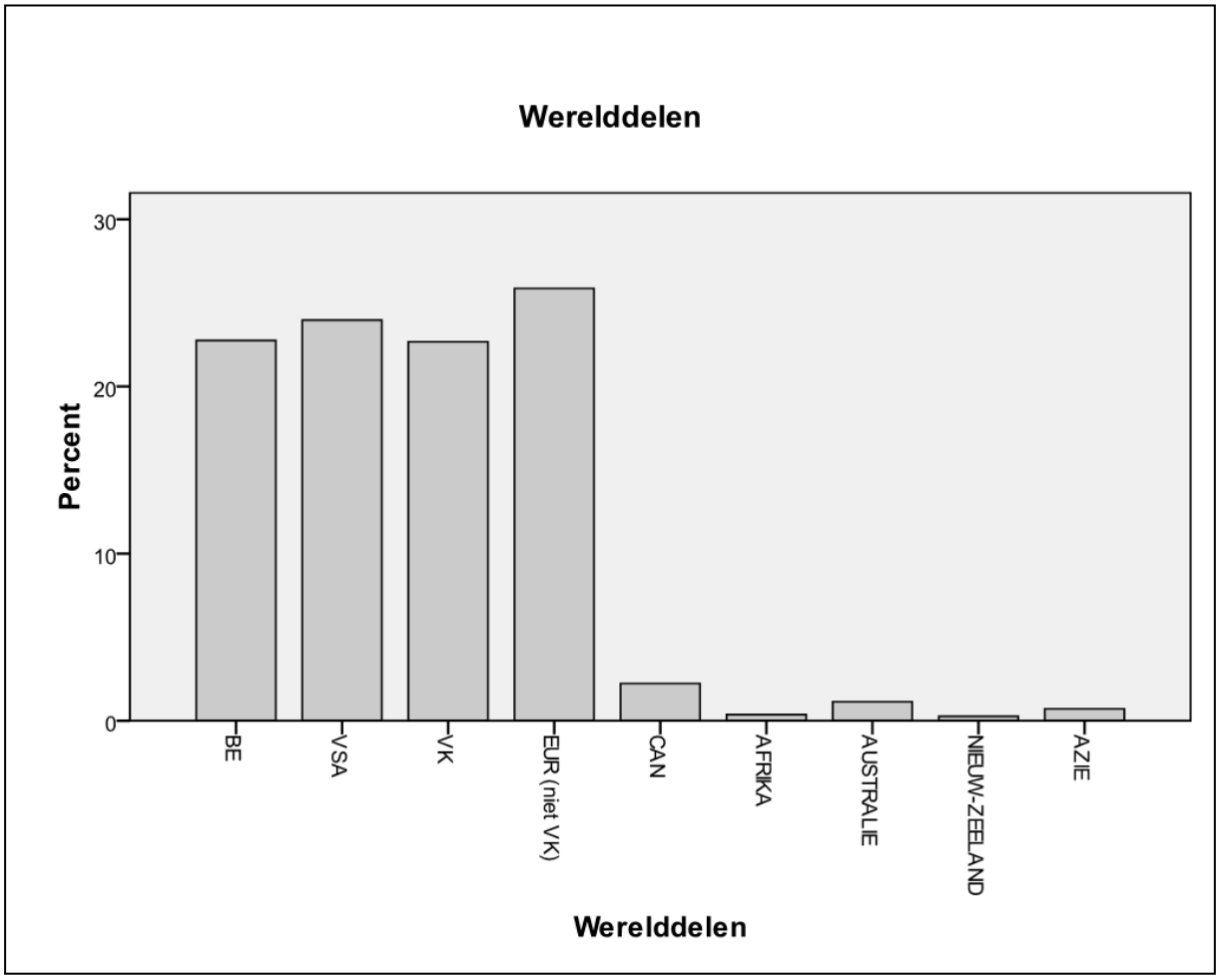
In de eerste plaats worden een aantal frequentievragen gesteld naar de nationaliteiten van de aanwezige bands en artiesten op de vier grote festivals. Hierbij wordt gepeild naar eventuele dominante nationale spelers binnen deze specifieke tak van de muziekindustrie.
Vervolgens wordt er gekeken naar eventuele nationaliteitsverschillen van de artiesten tussen de dance- en rockfestivals.
Om dit kwantitatieve deel te beëindigen wordt tenslotte bestudeerd of er verschillen zijn qua nationaliteit van de bands en artiesten tussen de verschillende podia op de festivals, waarbij de main stage tegenover de andere podia gesteld wordt.

### 7.1.1 Dominantie?: Verdeling volgens nationaliteiten

In dit deel worden een aantal grafische overzichten gegeven, met als doel een duidelijk overzicht te geven van de nationaliteitenverdeling van de aanwezige bands en artiesten op de vier grote festivals. Hierdoor zullen eventuele dominante spelers in de kijker gesteld worden.

#### 7.1.1.1 Internationaal overzicht

In dit eerste deel wordt getracht een goed algemeen beeld te scheppen van hoe de verdeling qua **nationaliteiten van de artiesten** op de vier grote festivals er juist uitziet. Zijn er werelddelen, landen of gebieden die oververtegenwoordigd en dus dominant zijn? De volgende bar chart geeft daar een goed overzicht van en eveneens een antwoord op de onderzoeksvraag.




**Figuur 9: Bar Chart Internationale verdeling op 4 festivals**

De eerste conclusie die uit deze grafiek kan getrokken worden, is de oververtegenwoordiging van vier grote werelddelen op de vier desbetreffende rock-en dancefestivals. Zowel **België, Europa, het Verenigd Koninkrijk als de Verenigde Staten van Amerika** hebben allen een aandeel groter dan 20% binnen het muzikaal festivalaanbod, zoals nogmaals verduidelijkt wordt door onderstaande tabel.

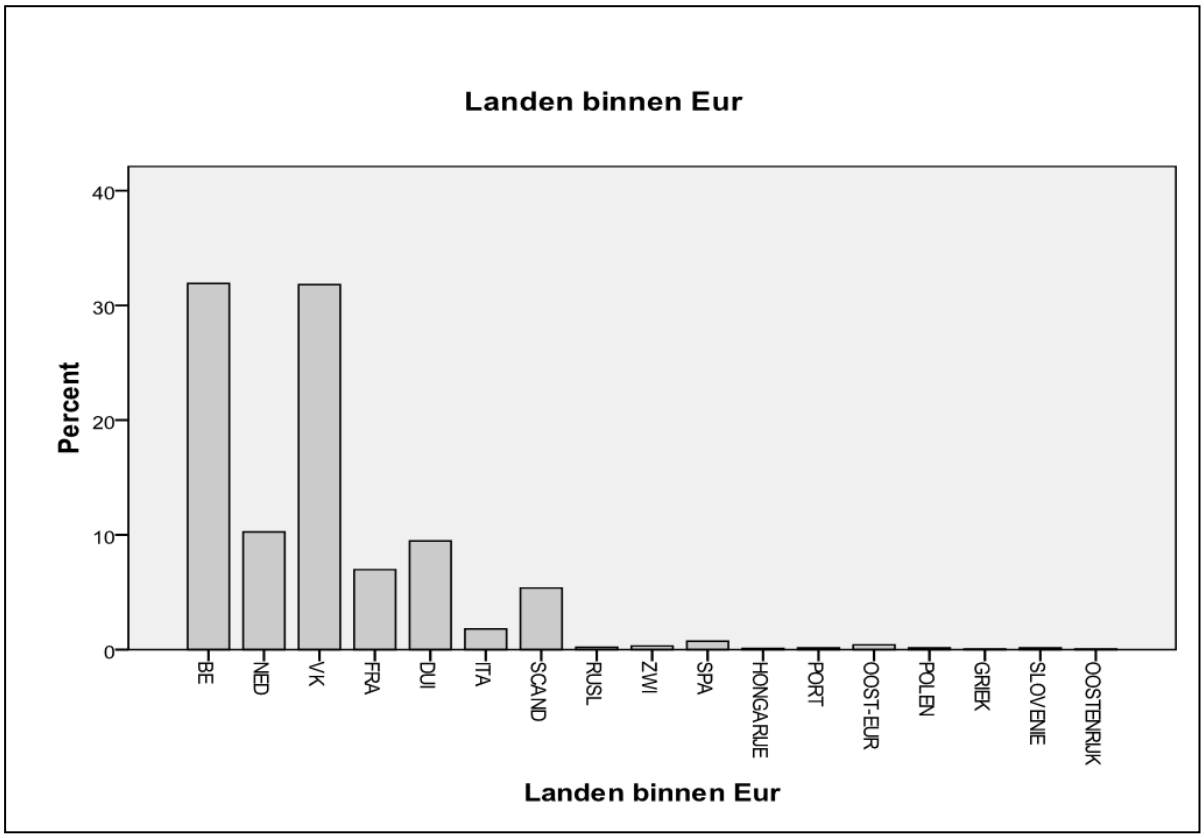
| Werelddelen | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | BE | 600 | **22,8** | 22,8 | 22,8 |
| | VSA | 632 | **24,0** | 24,0 | 46,7 |
| | VK | 598 | **22,7** | 22,7 | 69,4 |
| | EUR (niet VK) | 682 | **25,9** | 25,9 | 95,3 |
| | CAN | 59 | 2,2 | 2,2 | 97,5 |
| | AFRIKA | 10 | ,4 | ,4 | 97,9 |
| | AUSTRALIE | 30 | 1,1 | 1,1 | 99,0 |
| | NIEUW-ZEELAND | 7 | ,3 | ,3 | 99,3 |
| | AZIE | 19 | ,7 | ,7 | 100,0 |
| | Total | 2637 | 100,0 | 100,0 | |

**Tabel 1: Internationale verdeling op de vier festivals**

Naast België (22.8%), Europa (25.9%), VK (22.7%) en VSA (24.0%), stellen de aandelen van de andere werelddelen en –gebieden eigenlijk bitter weinig voor. Uit deze tabel kan dus geconcludeerd worden dat er een sterke Europese en Angelsaksische dominantie aanwezig is op de onderzochte festivals.

7.1.1.2 Europa

Aangezien Europa een geheel van diversiteit is, is het noodzakelijk dit werelddeel niet over één kam te scheren. Europa staat bekend als amalgaam van diversiteit, dus mag dat in dit onderzoek zeker niet verloochent worden. Om deze reden is het dan ook noodzakelijk eens uit te pluizen hoe de situatie op de festivals eruit zitten binnen het aanbod Europese artiesten en bands. Volgende grafische voorstelling licht dan ook meteen een tipje van de sluier op.

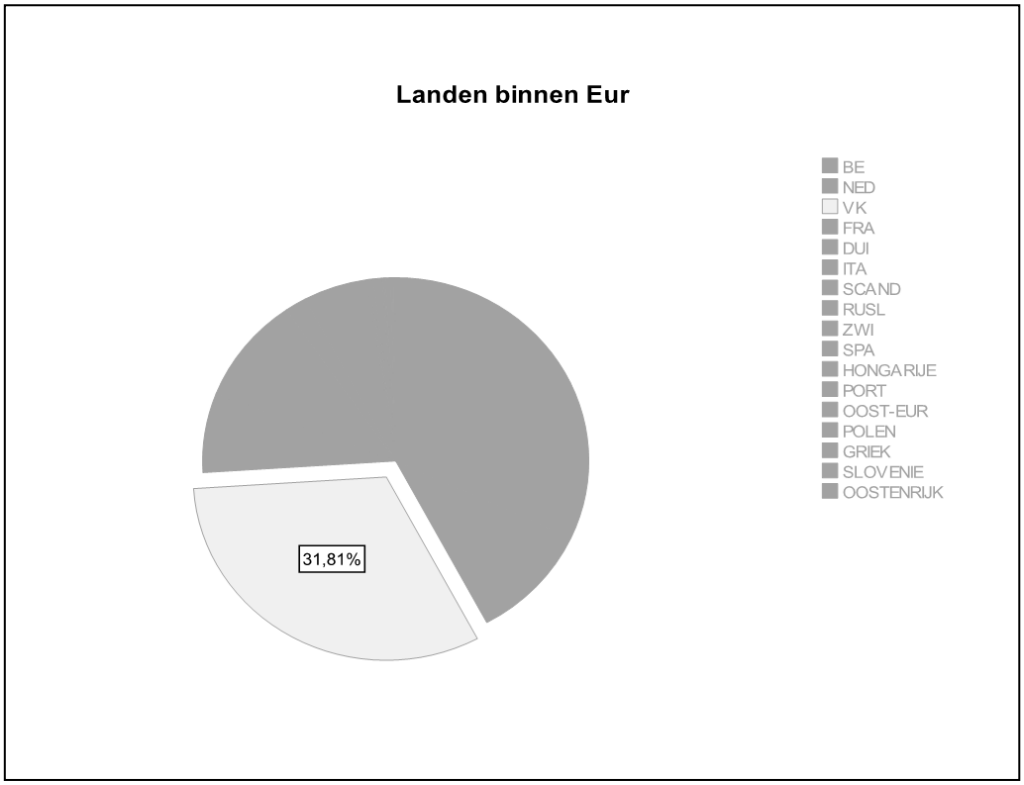



**Figuur 10: Europese verdeling op de 4 festivals**

Uit deze bar charts blijkt dat er twee landen prominent aanwezig zijn met respectievelijk 31,9% en 31,8%, namelijk België en het Verenigd Koninkrijk. Vervolgens zijn het Nederland (10.3%), Duitsland (9.5%) en Frankrijk (7.0%) die de top vijf verder aanvullen. Ook Scandinavië sleept 5.4% aandeel in de wacht, maar voor de rest worden de andere Europese landen wat verwaarloosd in het aanbod op deze vier grote festivals.

7.1.1.2.1 Verenigd Koninkrijk binnen Europa

In het verlengde van de vaststelling dat Europa een geheel van diversiteit vormt en geen algemene conclusies getrokken mogen worden die afbreuk doen aan deze verscheidenheid, ligt de dominante plaats van het Verenigd Koninkrijk binnen Europa. Volgend diagram maakt deze dominantie van het VK binnen Europa dan ook duidelijk.



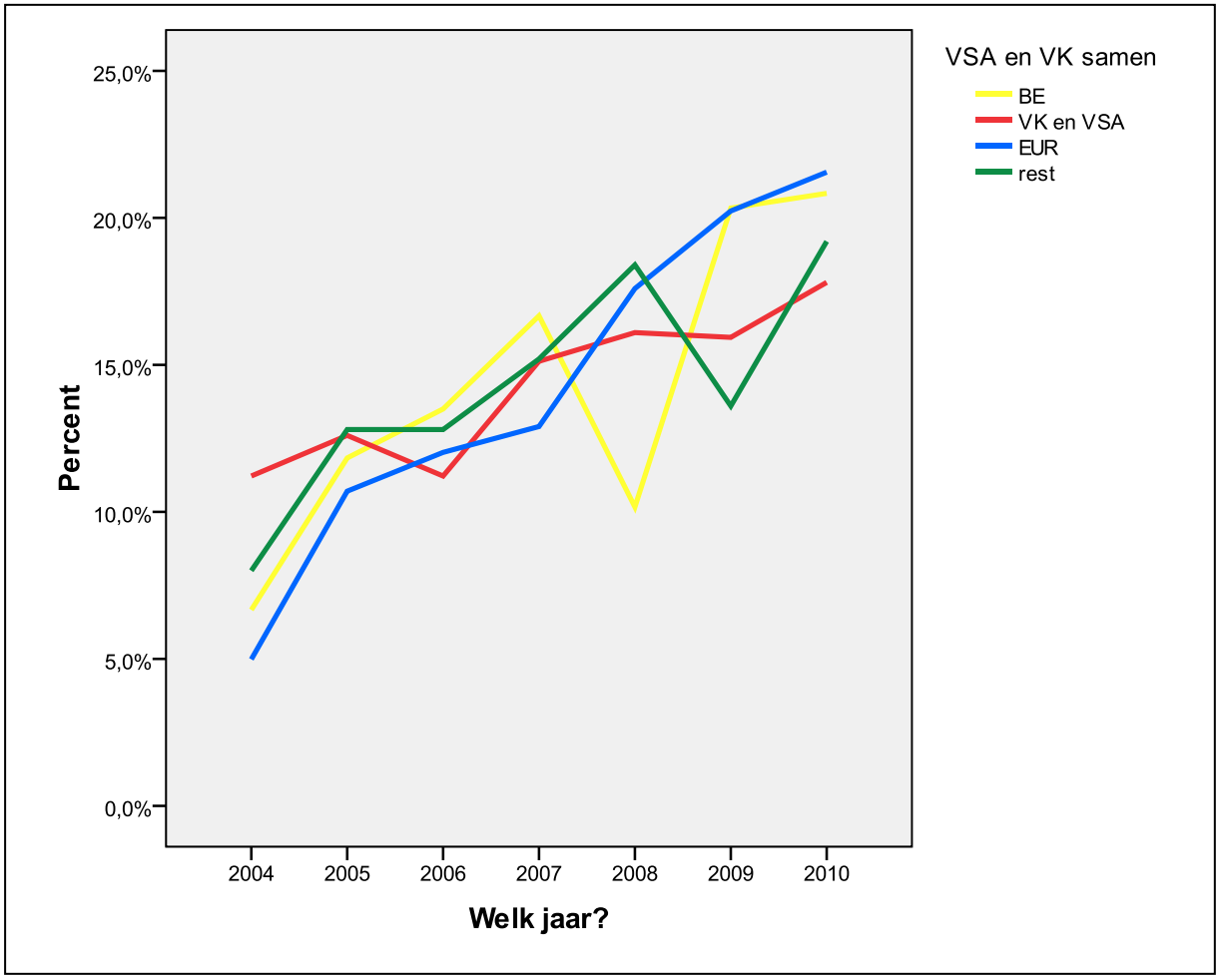

**Figuur 11: Cirkeldiagram VK binnen EU**

31.81% van het aantal Europese artiesten aanwezig op de vier betreffende festivals, zijn Brits… Dit is een enorm hoog aandeel, zeker als in acht genomen wordt dat Europa 51 landen[145] telt.

[145] http://www.europa-nu.nl/id/vh89nvo47vi0/europese_landen, maandag 11 juli 2011

7.1.1.2.2 Evolutie binnen Europa

Toch mag gezegd worden, naast al voorgaande vaststellingen, dat het aandeel van de overige landen in de loop der tijd alleen maar gestegen is, zoals grafiek 1 duidelijk maakt. In 2009 kreeg het aanbod van de overige artiesten (=de restfractie in de grafiek) een flinke deuk, net zoals het aanbod Belgische artiesten in 2008, toch zijn beide de volgende jaren alweer gestegen. In deze grafiek is zelfs te zien dat in 2010 de Angelsaksische artiesten op de laatste plaats komen te staan. Europa en België zijn vanaf dat jaar koploper geworden, met de restfractie artiesten op de hielen.

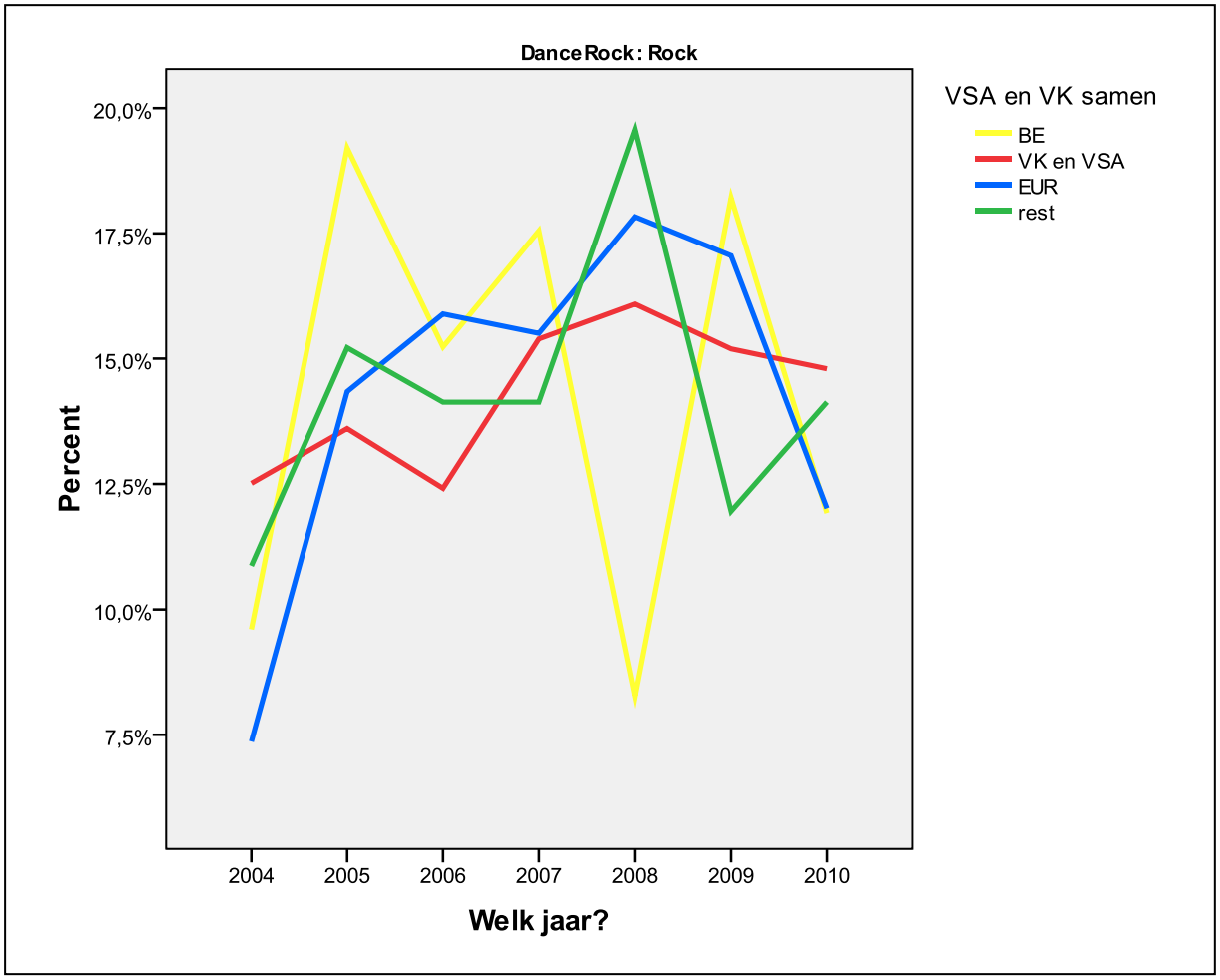



**Figuur 12: Evolutie nationaliteiten op de 4 festivals**

Algemeen, over de zeven jaren (2004-2010) heen, is dus een sterke dominantie van het Angelsaksisch gebied op te merken, maar opvallend is dat deze dominantie in 2010 op een lager pitje vertoefd. Hier mag echter niet uit het oog verloren worden dat het gaat over de rock- en dancefestivals tezamen.

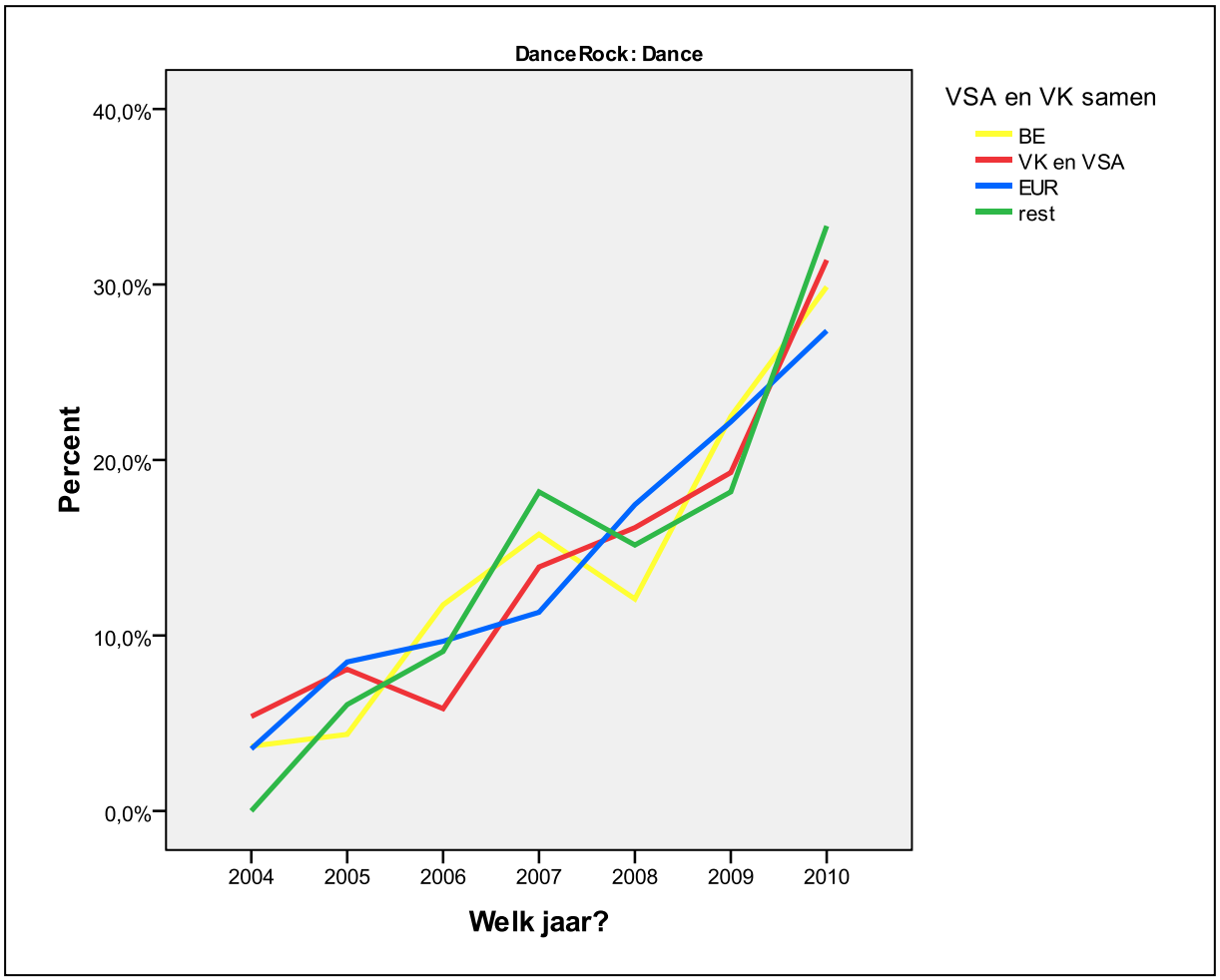
Dance en rock zijn echter twee heel verschillende genres, met aanwezigheid op de festivals van zeer diverse nationaliteiten en een enorm verscheiden ontstaanscontext. Daarom werd in aanvulling hierop de vraag gesteld of er een verschil op te merken is in de evolutie van bepaalde nationaliteiten per festivalgenre. Er wordt met andere woorden een onderscheid gemaakt tussen de twee genres naar evolutie van de nationaliteiten van de aanwezige artiesten en bands.

Laat ons eerst even stilstaan bij het rockgenre… Om voort te gaan op hetgeen net geconstateerd werd omtrent het jaar 2010, zien we op deze grafiek in 2010 alweer de prominente Angelsaksische dominantie opduiken. Het Angelsaksische aandeel artiesten is sinds 2004 alleen maar gestegen. Daar waar de Amerikaanse en Britse artiesten in 2004 12.5% aandeel bestrijken, bedraagt dit in 2010 ongeveer 15%, met een nog hogere piek in 2008. In 2008 is eveneens het verschil opmerkelijk tussen de enorme dalpiek van België en de stijgingen van al de andere nationaliteiten. Dat jaar zijn ook de Angelsaksische artiesten niet dominant aanwezig, maar gaan de eerste en tweede plaats naar respectievelijk al de andere nationaliteiten (de zogenaamde restfractie) en Europa.




**Figuur 13: Evolutie nationaliteiten op RW en PP**

Grafiek 3, omtrent de evolutie van de nationaliteiten van de artiesten en dj's op de dance festivals, ziet er opvallend anders uit dan voorgaande grafieken.

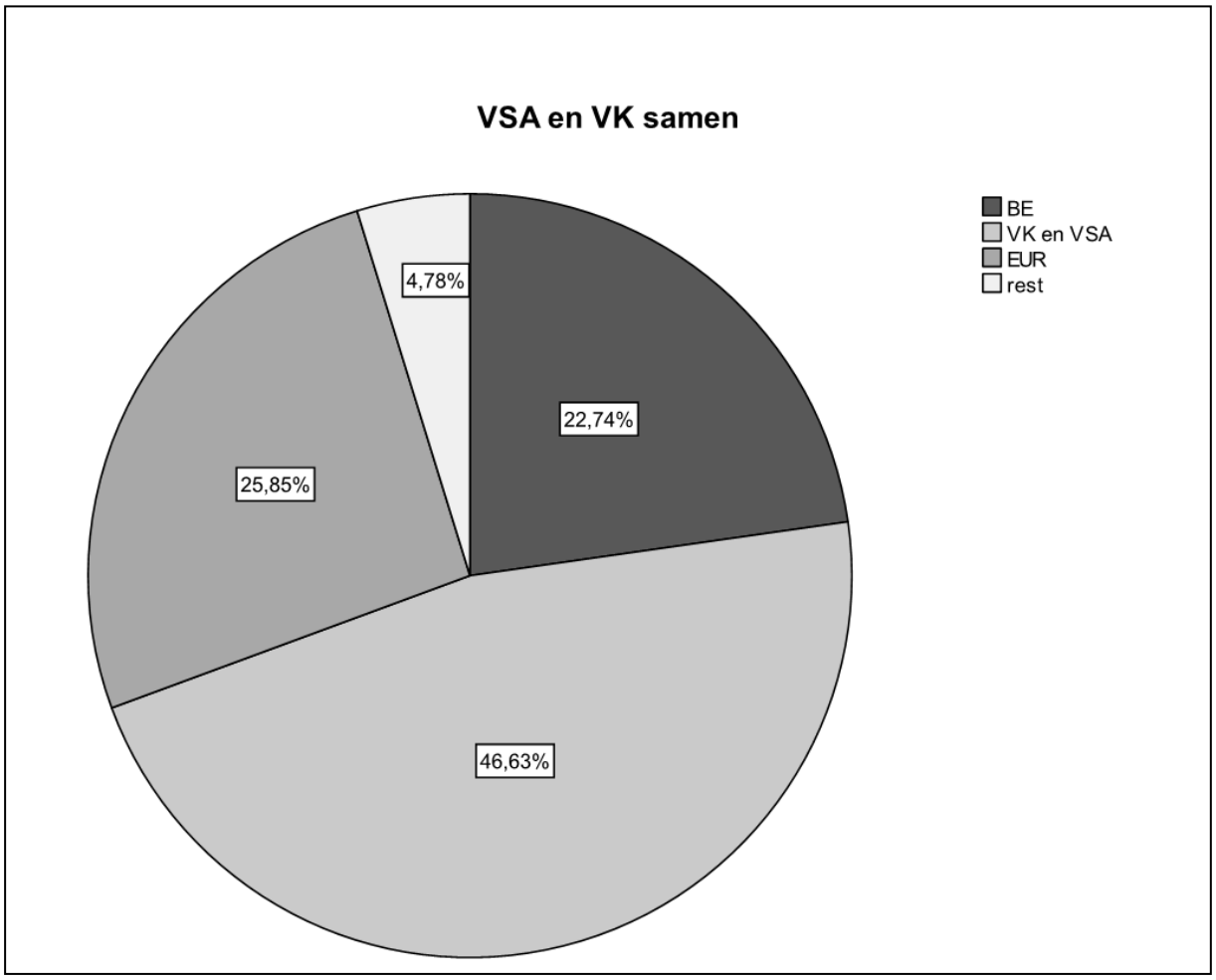



**Figuur 14: Evolutie nationaliteiten op TL en ILT**

De dancefestivals kennen een recente ontstaansgeschiedenis en zijn nog volop aan het groeien en uitbreiden, met als gevolgd dat er hoofdzakelijk stijgende lijnen te zien zijn. Het aandeel artiesten stijgt in het algemeen, ongeacht hun nationaliteiten, waardoor de dancefestivals steeds groter worden. Ook bij de dancefestivals kan een klein dipje opgemerkt worden voor het aandeel aanwezige Belgische artiesten in het jaar 2008, hetgeen toch wel opmerkelijk is. Opvallend is eveneens dat er geen enkele nationaliteit echt in het oog springt, alleen zijn relatief gelijk verdeeld. Er moet natuurlijk altijd eentje eerste en eentje laatste zijn, maar het verschil tussen beide is relatief klein.

7.1.1.3 Europa versus het Angelsaksische gebied (Amerika en VK)

Zoals reeds duidelijk werd, is de Angelsaksische dominantie niet te verwaarlozen. Onderstaand diagram geeft deze dominantie schematisch weer.




**Figuur 15: Cirkeldiagram verdeling EU en Angelsaksisch gebied op de 4 festivals**

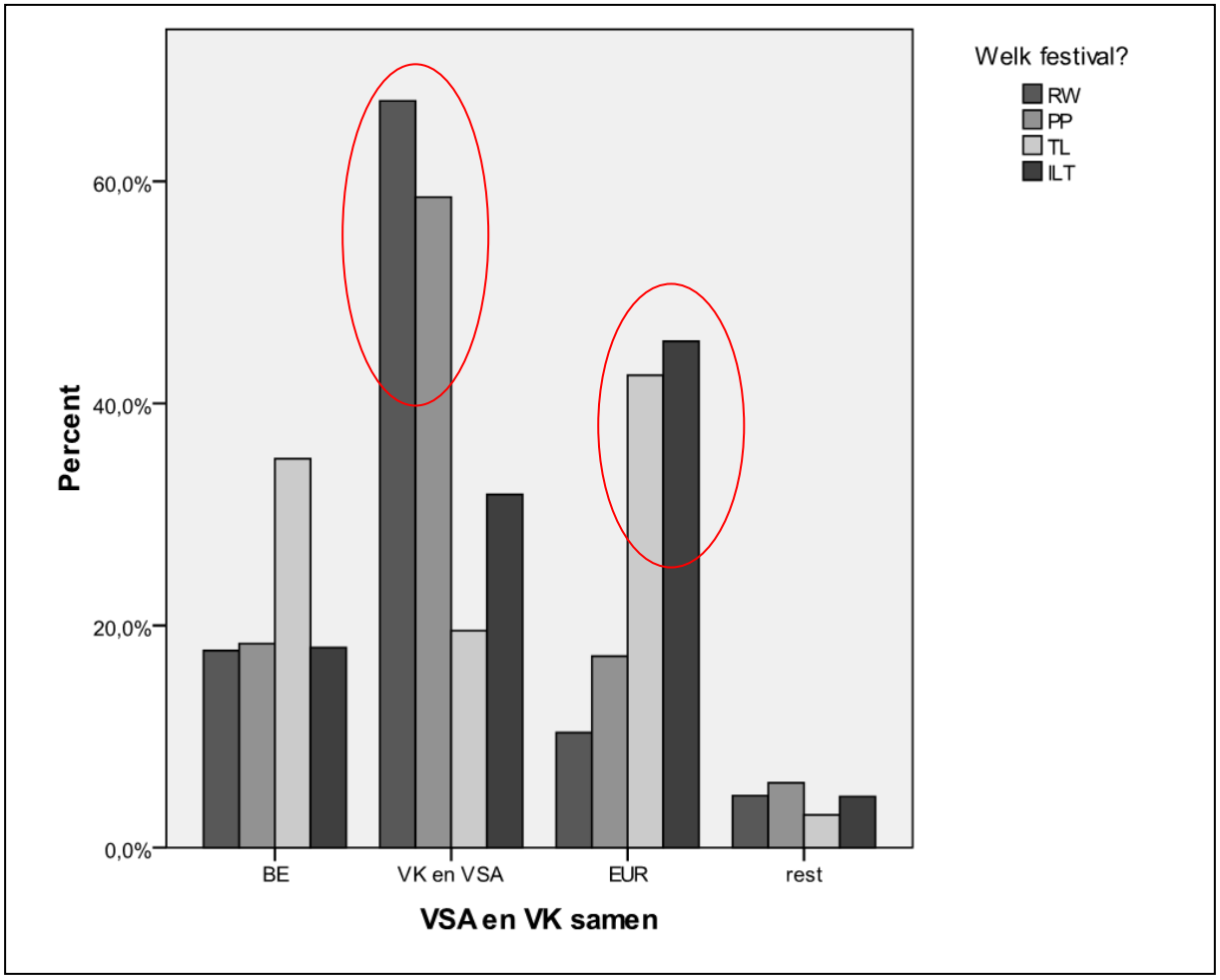
Maar liefst 46.63% van het totale aantal artiesten op de festivals gedurende de tijdsperiode 2004-2010, is geboren binnen het Angelsaksisch gebied. Natuurlijk zijn ook België en Europa goed vertegenwoordigd, en vormen zij samen een degelijk blok naast het Angelsaksische aandeel. Een grote diversiteit qua nationaliteit binnen de groep van artiesten is er met andere woorden niet.

### 7.1.2 Vergelijking tussen de vier festivals

Binnen dit onderzoeksgedeelte wordt de focus gelegd op de eventuele nationaliteitsverschillen van de artiesten tussen de dance- en rockfestivals. Deze verschillen zullen eveneens duidelijk worden aan de hand van de verschillende grafische tabellen, zoals in het voorgaande onderdeel.

#### 7.1.2.1 Verschillen tussen dance- en rockfestivals?

Volgende bar chart geeft een antwoord op de vraag of er bepaalde verschillen te vinden zijn binnen de nationaliteiten van de artiesten over de jaren heen, tussen enerzijds de twee rockfestivals, Rock Werchter en Pukkelpop, en anderzijds de twee dancefestivals, I love Techno en Tomorrowland.




**Figuur 16: Overzicht nationaliteiten per festival**

Hieruit blijkt dat de dance festivals veel Europeser zijn qua geprogrammeerde artiesten, in tegenstelling tot de rockfestivals. Op de dancefestivals zijn landen als Frankrijk,

Duitsland, Nederland, België en Scandinavië veel sterker aanwezig dan op de rockfestivals.

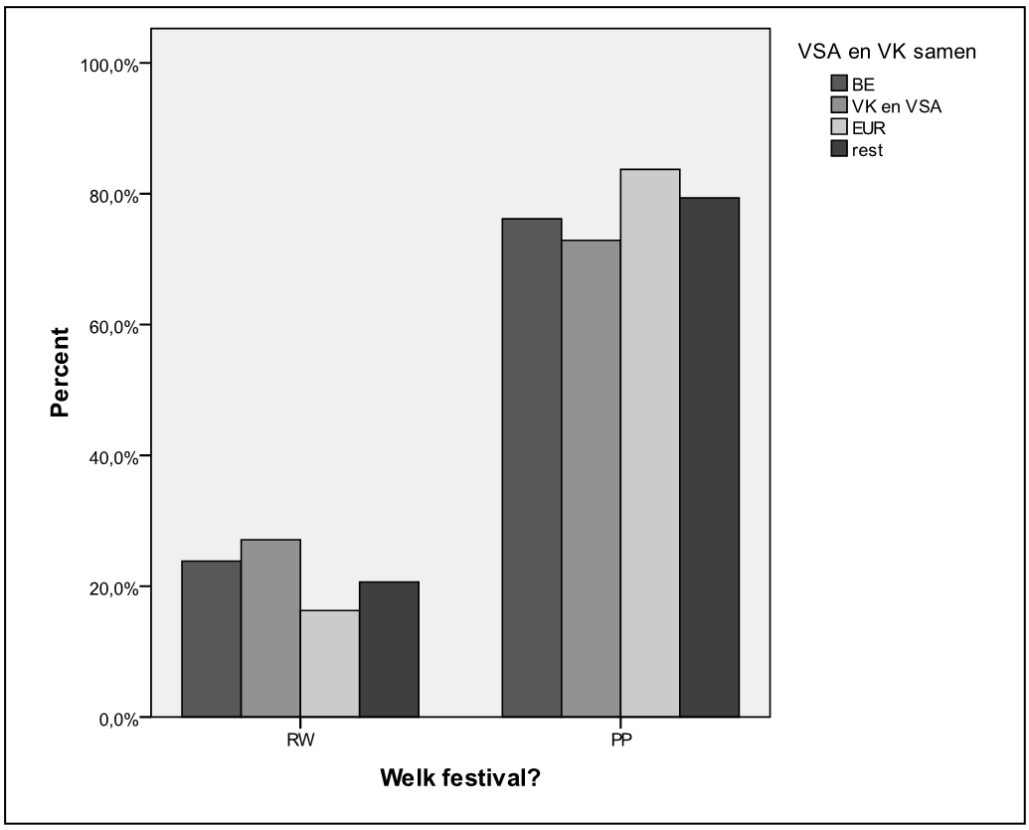
De allereerste uitschieter is de aanwezigheid van Belgische artiesten op het dancefestival Tomorrowland. Dit in tegenstelling tot I Love Techno, waarbij het aandeel Amerikaanse artiesten toch ook behoorlijk hoog is. Toch valt dit percentage helemaal niet te vergelijken met de percentages die zowel Rock Werchter als Pukkelpop halen bij de sequentie Angelsaksische artiesten. Beide bengelen rond de kaap van 60%. De dancefestivals daarentegen zijn binnen de Europese sequentie veel hoger, waarbij zij beiden de kaap van 40% bereiken en de rockfestivals nog geen 20%.

De volgende vraag die hierop volgend gesteld wordt is dan ook of er eventueel verschillen zijn onderling tussen de rockfestivals enerzijds en tussen de dancefestivals anderzijds.

7.1.2.2 Verschillen tussen de rockfestivals?

Binnen het genre van de rockfestivals zijn echter geen enorme verschillen tussen Rock Werchter en Pukkelpop te vinden, naast het feit natuurlijk dat pukkelpop veel groter is en het aantal artiesten veel hoger ligt.

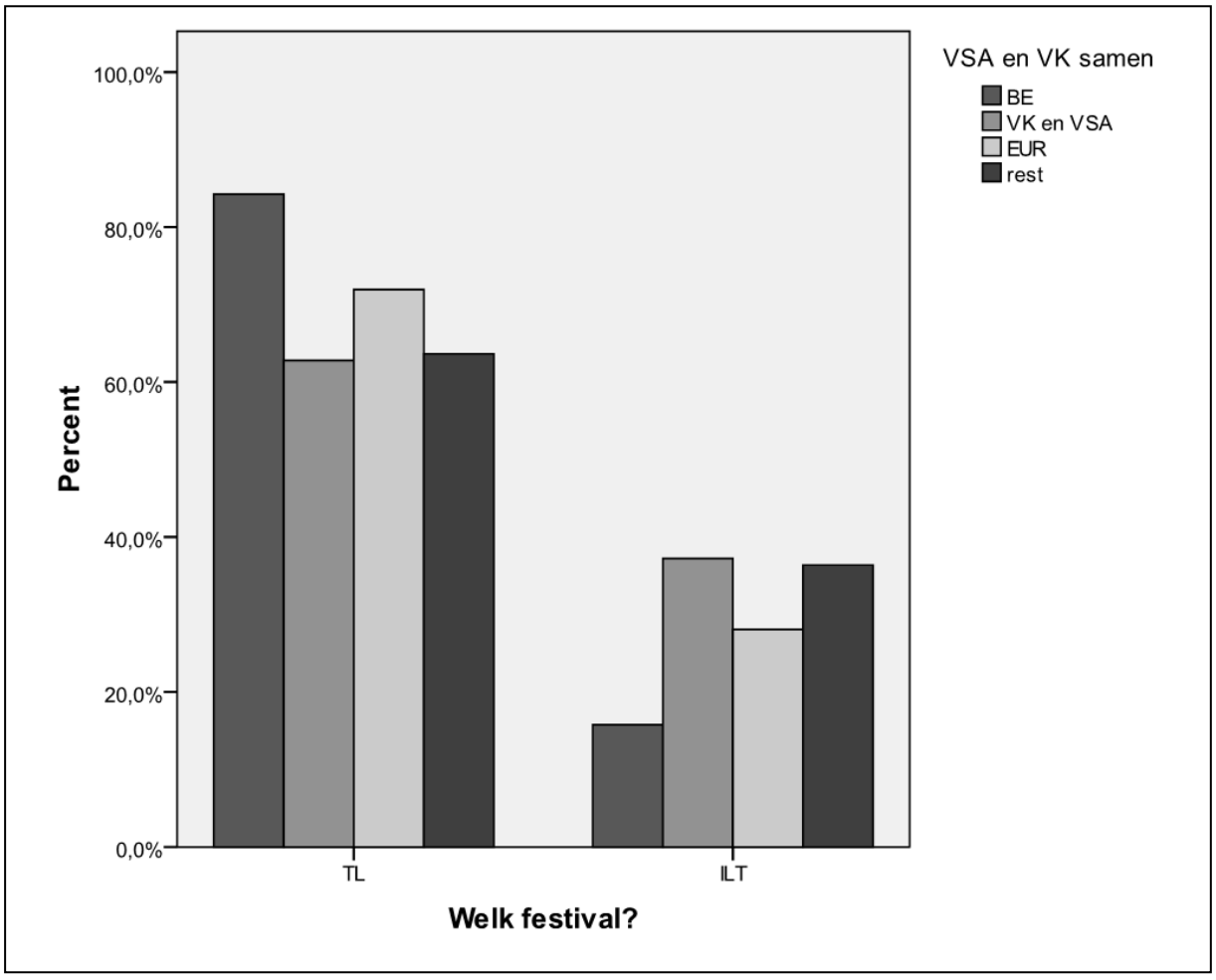
Er zijn echter geen opmerkelijke verschillen in de verhouding qua nationaliteiten tussen de festivals. Op Rock Werchter is het percentage Angelsaksische artiesten wel hoger dan al de andere nationaliteiten, in tegenstelling tot op Pukkelpop, waar de Europese artiesten koploper zijn. Toch schommelen de percentages allemaal rond dezelfde waarde, namelijk 20% bij Rock Werchter en 80% bij Pukkelpop.




**Figuur 17: Verdeling nationaliteiten van de artiesten op RW en PP**

7.1.2.3 Verschillen tussen de dancefestivals?

Bij de dancefestivals zijn de verschillen daarentegen iets groter. Bij Tomorrowland is het aandeel Belgische artiesten opvallend, terwijl deze categorie bij I Love Techno het kleinste percentage kent. De laagste categorieën bij Tomorrowland zijn het Verenigd Koninkrijk en de restfractie. Bij I Love Techno daarentegen is, naast de kleinste categorie van Belgische artiesten, het aandeel Europese artiesten de kleinste.

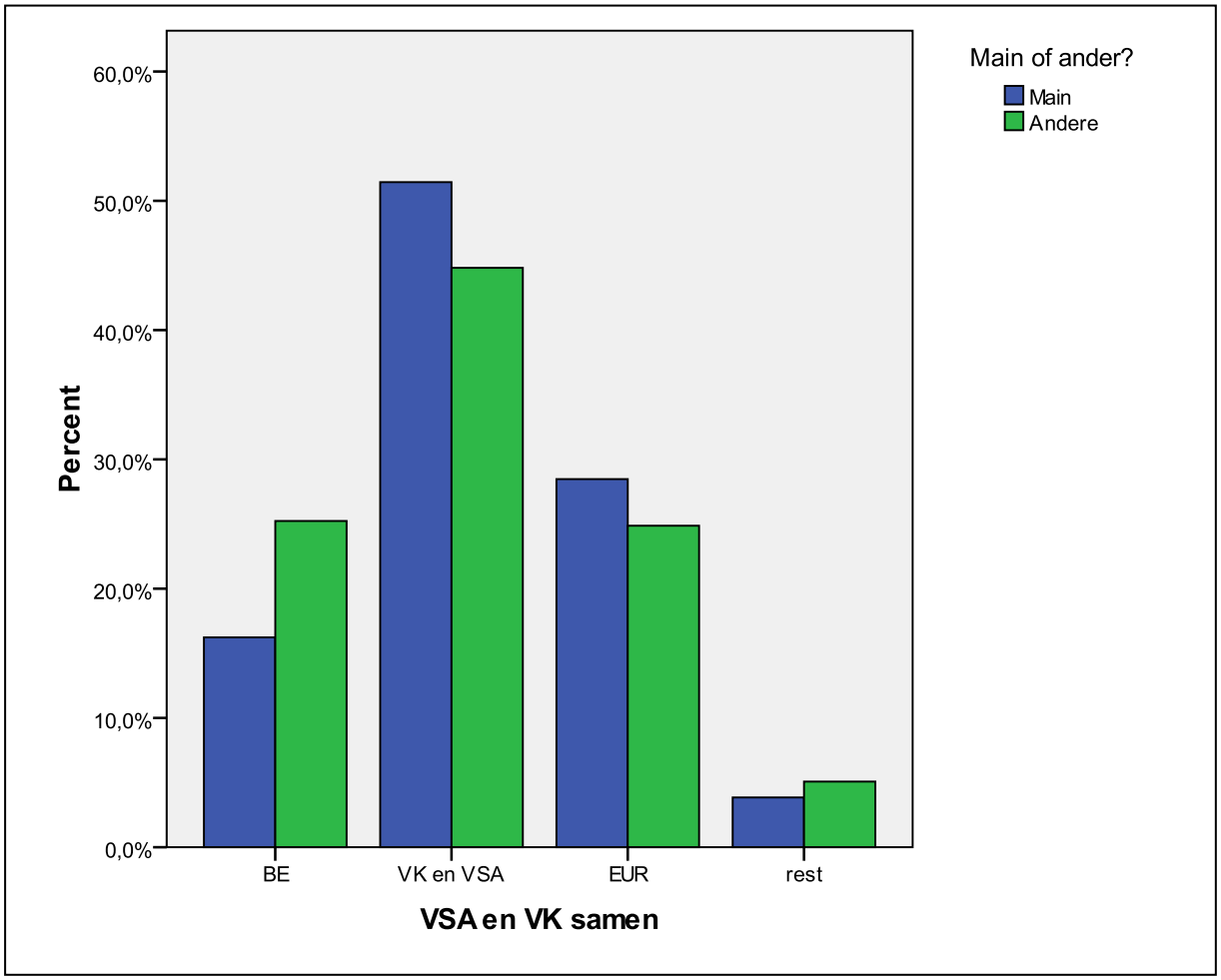



**Figuur 18: Verdeling nationaliteiten op TW en ILT**

Bij beide heerst dus eigenlijk de omgekeerde situatie van de ander. De Angelsaksische artiesten en de restfractie vormen bij I Love Techno de koploper, terwijl deze het staartje zijn bij Tomorrowland. De koploper bij Tomorrowland, de Belgische artiesten, vormen daarentegen het staartje bij I Love Techno. De Europese artiesten zijn bij Tomorrowland de tweede grootste categorie, terwijl deze de op één na kleinste is bij I Love Techno.

### 7.1.3 Verband podiumplaats en nationaliteit artiest

Er werd reeds duidelijk gemaakt, aan de hand van de twee voorgaande stukken, dat er een groot verschil is qua nationaliteiten op de verschillende festivals. De Angelsaksische dominantie valt niet te verdoezelen. We zouden ervan uit kunnen gaan dat deze verschillen extra groot zijn op de main stage, aangezien dit podium het meeste volk aantrekt en de grootste groepen er optreden. Aangezien in onderzoek echter niet mag uitgegaan worden van speculaties, verwachtingen of een buikgevoel, was het noodzakelijk deze hypothese te toetsen aan de realiteit. Volgend zijn de resultaten van deze vraagstelling.

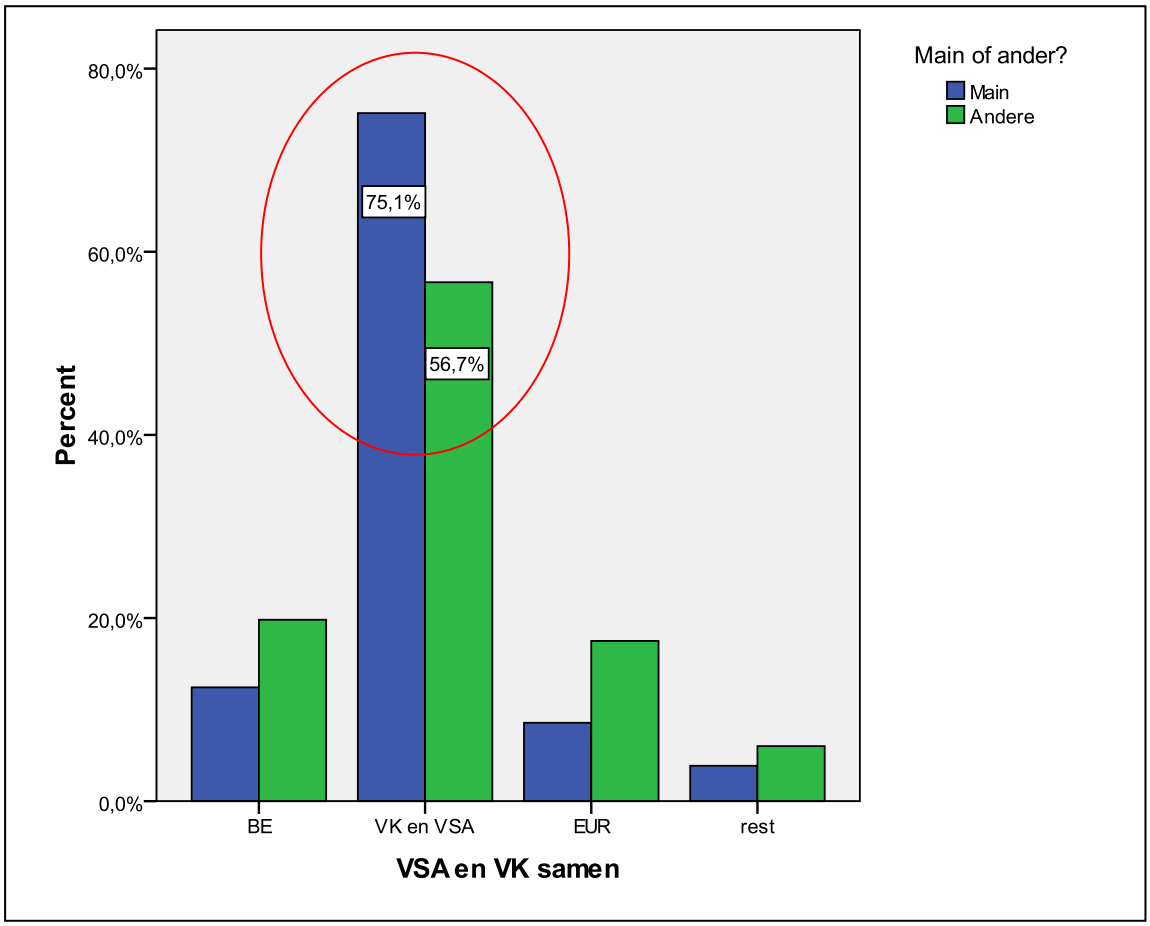



**Figuur 19: Verdeling nationaliteiten volgens podium**

Zoals duidelijk wordt aan de hand van bar chart 6, komen de verschillen, die reeds besproken werden in de voorgaande onderdelen, evenzo naar voor wanneer het onderscheid gemaakt wordt naar podiumplaats. Alsook op de main stage is er alweer een

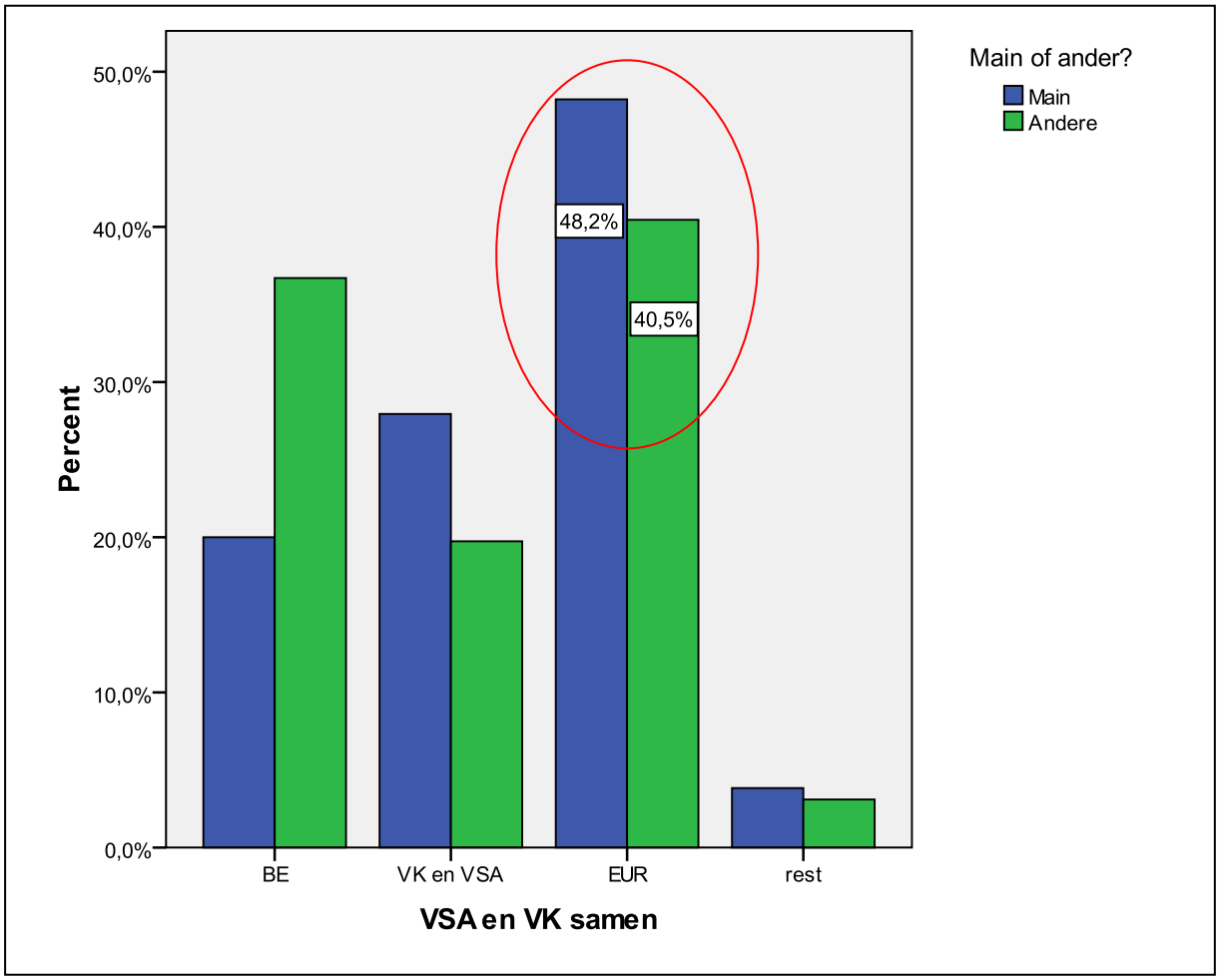
enorme Angelsaksische dominantie terug te vinden, met eveneens op de tweede en derde plaats België en Europa.

Als we daarentegen enkel de rockfestivals meenemen in de analyse, is opmerkelijk dat het verschil op het hoofdpodium nog groter is dan op de andere podia. Op de rockfestivals zijn de Amerikaanse artiesten nog meer dominant op de hoofdpodia en halen ze een percentage tussen 75,1%, een percentage dat nog hoger ligt dan hun aandeel op de andere podia.




**Figuur 20: Verdeling nationaliteiten volgens podium - RW en PP**

Bij loutere selectie van de dancefestivals, zien we nogmaals de dominantie van Europa in beeld gebracht en eveneens een iets hoger percentage op de main stage, al is het verschil tussen beide zeker niet zo groot dan bij de rockfestivals.




**Figuur 21: Verdeling nationaliteiten volgens podium - TL en ILT**

## 7.2 Besluit kwantitatief onderzoek

Uit dit kwantitatieve onderzoek kunnen drie grote vaststellingen gedaan worden.

De eerste conclusie die uit dit kwantitatief onderzoek kan getrokken worden, is de oververtegenwoordiging van vier grote werelddelen op de vier desbetreffende rock-en dancefestivals. Naast België (22.8%), Europa (25.9%), VK (22.7%) en VSA (24.0%), stellen de aandelen van de andere werelddelen en –gebieden eigenlijk bitter weinig voor. Uit deze tabel kan dus geconcludeerd worden dat er een sterke Europese en Angelsaksische dominantie aanwezig is op de onderzochte festivals. Binnen Europa zijn het vooral België en VK die een groot aandeel hebben, gevolgd door Nederland, Duitsland en Frankrijk. Andere Europese landen worden wat verwaarloosd. In het verlengde van de vaststelling dat Europa een geheel van diversiteit vormt en geen algemene conclusies getrokken mogen worden die afbreuk doen aan deze verscheidenheid, ligt de dominante plaats van het Verenigd Koninkrijk binnen Europa. Volgend diagram maakt deze dominantie van het VK binnen Europa dan ook duidelijk.

Daarenboven is er een onderscheid te maken tussen de festivals naar genre, waaruit de conclusie getrokken kan worden dat de Vlaamse dance festivals veel Europeser zijn qua geprogrammeerde artiesten dan de rockfestivals. Op de dancefestivals zijn landen als Frankrijk, Duitsland, Nederland, België en Scandinavië veel sterker aanwezig dan op de rockfestivals.

Al deze vastgestelde verschillen komen evenzo naar voor wanneer het onderscheid gemaakt wordt naar podiumplaats. Alsook op de main stage is er alweer een enorme Angelsaksische dominantie terug te vinden, met eveneens op de tweede en derde plaats België en Europa. Als we daarentegen enkel de rockfestivals meenemen in de analyse, is opmerkelijk dat het verschil op het hoofdpodium nog groter is dan op de andere podia. Op de rockfestivals zijn de Amerikaanse artiesten nog meer dominant op de hoofdpodia en halen ze een percentage tussen 75,1%, een percentage dat nog hoger ligt dan hun aandeel op de andere podia.

Bij loutere selectie van de dancefestivals, zien we nogmaals de dominantie van Europa in beeld gebracht en eveneens een iets hoger percentage op de main stage, al is het verschil tussen beide zeker niet zo groot dan bij de rockfestivals.

## 7.3 Resultaten Kwalitatief Onderzoek

In het vorige gedeelte werden de kwantitatieve cijfergegevens besproken, waaruit bleek dat de Angelsaksische dominantie enorm is.

Wat is echter de mening van de sector hier tegenover? Zien zij deze dominantie als een probleem? Deze vragen worden beantwoord aan de hand van het kwalitatief onderzoek, hetgeen peilt naar de mening van de sector. Cijfers kunnen ons veel vertellen, maar de praktijk mag echter niet uit het oog verloren worden.

Dit kwalitatief onderzoek is wat opengetrokken naar de muzieksector in het algemeen, en beperkt zich met andere woorden niet enkel tot de muziekfestivals. Zo zijn bijkomende vragen gesteld naar wat nu juist de belangrijkste problemen zijn binnen de muziekindustrie en welke oplossingen zij voor handen zien. Desalniettemin krijgen de rock- en dancefestivals wel een grote rol in de interviews met de professionals en het publiek.

### 7.3.1 De sector zegt…

De kwalitatieve datagegevens binnen dit eerste onderdeel omtrent de sector, zijn het resultaat van de interviews met de stakeholders, met name, Poppunt, Muziekcentrum, Live Nation, Rock'o Co, Clubcircuit en ID&T. De topics die aangehaald worden zijn opgesteld met het oog op de kernwoorden die steeds terugkwamen in de verschillende interviews en, met andere woorden, de thema's van de analyse bepaald hebben. Deze zijn: Diversiteit, lokaal talent, Verschilpunten tussen dance en rock, Angelsaksische dominantie, knelpunten/moeilijkheden en steunmaatregelen. De rapportage van de resultaten zal gestructureerd worden aan de hand van deze verschillende domeinen.

#### 7.3.1.1 Diversiteit

De sector is het er unaniem over eens dat diversiteit qua genre en nationaliteit belangrijk zijn. De meningen over de huidige situatie zijn echter zeer divers.

Zo meent ID&T dat er voldoende diversiteit aanwezig is op de Vlaamse festivalpodia, zowel qua dance als rock en zijn er ook op vele dancefestivals meerdere stijlen vertegenwoordigd. Luc Nowé van Poppunt deelt deze mening en merkt op dat wij hier in België op dat vlak enorm **verwend** zijn, zowel qua festival- als muziekgenres. Hij

alludeert dat dit een uniek iets is in de wereld, en stelt zich hierbij wel de vraag, met enige vrees, hoelang deze situatie nog kan blijven duren.

Clubcircuit daarentegen is van mening dat er toch voor bepaalde **subgenres** binnen de dance **onvoldoende** aandacht is en dat hoofdzakelijk genres waarvoor een groot publiek bestaat en geen niche aan bod komen. Over de rockfestivals vindt hij echter dat we "*zeker niet mogen klagen in vergelijking met het buitenland, al kan het natuurlijk altijd beter*", aldus Marc Steens.

Rock'o co brengt echter een andere opinie naar voor en denkt dat er misschien teveel festivals **dezelfde lokale programmatie** brengen. Ze leggen zich echter bij de zaak neer, hetgeen blijkt uit de volgende quote van Jeroen Vereecke: *"Het is de wet van vraag en aanbod. Soms spijtig dat bepaalde plaatsen niet naar andere artiesten gaan, maar grote festivals zijn commerciële ondernemingen, die winst moeten maken. Zij volgen de regels van de markt, dus heeft het weinig zin daar veel inhoudelijke/culturele discussie rond te voeren"*.

Wouter Degraeve van het Muziekcentrum slaat echter een heel andere weg in, wanneer hij verklaart dat "*Toen k ik jong was en t was nog Torhout Werchter vond k ik die affiches misschien soms sterker omdat er maar 8 groepen stonden en da daar maar ene tussenstond die ik minder vond. Terwijl da k nu wel… een* ***overaanbod*** *is…"*. Volgens hem is het positief dat nu een groter publiek *"aan zijn trekken komt"*. Zo kan een danceliefhebber een heel parcours uitstippelen op pukkelpop, zonder zich een seconde te vervelen. Toch vindt hij het overaanbod zeer vermoeiend.

Toch zijn er bepaalde artiesten die regelmatig, jaar na jaar, optreden op hetzelfde festival en dus eventueel de kansen voor nieuwkomers om op die podiumplaats te staan wegnemen. Volgens Clubcircuit is dit een soort **gemakkelijkheidoplossing** vanuit de organisatie, daar zij enerzijds liever op veilig spelen en deze grote namen vaak sowieso een groot publiek aantrekken. Anderzijds is het volgens Marc Steens vaak het vinden van een evenwicht tussen gevestigde waarden en nieuw talent.

Wouter Degraeve (muziekcentrum) heeft het hierbij aanvullend eveneens over het feit dat deze artiesten vaak de **publiekstrekkers** zijn en dat wanneer deze **interessant werk** blijven leveren dit moet kunnen. Speelkansen opleggen als oplossing voor dit probleem is volgens hem uit den boze.

#### 7.3.1.2 Lokaal talent

Lokaal talent en het bieden van speelkansen zijn eveneens enorm **belangrijke waarden** voor de sector en ook hier heerst over het algemeen de mening dat we het reeds zeer goed doen in België. Allen zijn het erover eens dat lokaal talent in België op zeer **veel steun** kan rekenen en wordt hierbij systematisch verwezen naar Poppunt als steunpilaar, in aanvulling met de provinciale rockconcours, clubs en managementbureaus. Ook alludeert Wouter Degraeve op de belangrijke rol die de media hierbij spelen. Meer en meer geven de verschillende **media** aandacht aan jong, opkomend en lokaal talent.

Clubcircuit benadrukt wel dat **artistieke kwaliteiten** steeds moeten primeren en een gelijkwaardige behandeling van lokale artiesten nodig is. Volgens ID&T echter is dit geen probleem, aangezien *"kwaliteit vanzelf naar boven drijft"*, volgens Tijs Vandenbroucke, *"wanneer lokaal talent even succesvol is dan een buitenlands talent, ze dezelfde kansen krijgen".*

Roel Vergauwen (Live Nation) is echter wel van mening dat het ondersteunen van lokaal talent veel arbeidsintensiever is en meer tijd en werk vereist, al vindt hij het wel belangrijk dat lokaal talent volop ondersteund wordt.

#### 7.3.1.3 Verschilpunten dance & rock scene

Het allereerste belangrijke verschil tussen rock- en dancefestivals, dat door alle geïnterviewden werd aangehaald, is het onderscheid tussen beide qua muziek/programmatie. Hieruit volgt dat ook het publiek zeer divers is van elkaar. Zo is het rockpubliek, volgens ID&T

Eveneens de inkleding van het festival werd aangehaald, al is bij deze factor toch wat onenigheid te vinden. Zo beweert Roel Vergauwen (Live Nation) dat licht en decoratie meer aandacht krijgen bij dance festivals dan bij rock festivals. Luc Nowé daarentegen suggereert dat lichteffecten en evenementbeleving evenzeer een zeer belangrijke factor zijn op rockfestivals.

Consensus is er wel te vinden omtrent de redenen waarom het publiek de festivals bezoekt. Zo wordt er naar rockfestivals echts specifiek om de muziek gegaan, terwijl het belangrijkste element bij dancefestivals het amusement is. Al zijn al deze verschillen volgens Roel Vergauwen (Live Nation) meer en meer te verwaarlozen, aangezien beide genres en profielen steeds minder omlijnd zijn en naar elkaar toe evolueren.

#### 7.3.1.4 Angelsaksische dominantie

Zoals reeds vermeld hoort onder deze topic een zeer opvallende visie thuis, namelijk dat de stakeholders binnen de muzieksector het helemaal niet zo erg vinden dat er een Angelsaksische dominantie in de muziekwereld heerst. Zij vinden deze vaststelling gewoon een **pure realiteit** waar niets aangedaan kan en moet worden. Deze dominantie wordt zonder meer aanvaard, met de opvatting dat de situatie op een **natuurlijke en historische** manier **gegroeid** is, aldus Clubcircuit en Muziekcentrum.

Zo relativeert eveneens rock'o co deze toestand met de opvatting dat "***kwaliteit*** *sowieso komt bovendrijven, ook als die uit een klein land komt"* en stellen zij eveneens vast dat deze Amerikaanse dominantie hoofdzakelijk een probleem op **internationale** en niet zozeer op nationale schaal is.

Volgens muziekcentrum is het ook duidelijk dat de organisatoren helemaal niet met de nationaliteiten van artiesten bezig zijn, en dus ook niet met de Angelsaksische dominantie, maar blijven Angelsaksische artiesten wel steeds een soort norm. Zij hebben, volgens Wouter Degraeve (Muziekcentrum) , steeds het **publiek** voor ogen en de graad van interessantheid van de artiest voor het festival. Zo stelt hij dat het natuurlijk altijd gaat *"om van is diene groep populair, of komt hij tegoe aan mijn festival, voor mij tickets en het publiek […]".* Hier voegt hij het volgende aan toe: *"ze doen da wel uit liefde voor muziek natuurlijk. Maar als zondagavond iedereen naar huis is, moeten ze natuurlijk* ***voldoende tickets*** *hebben verkocht he"*. Zo is het een *"****evenwicht zoeken*** *tussen de verwachtingen van het publiek die uiteindelijke echt die grote namen ook wil, wil zien en dan af en toe ook een nieuw talent aan bod laten komen"*, aldus Wouter Degraeve.

Volgens Tijs Vandenbroucke (ID&T) vormt dit binnen het **dance** zelfs **helemaal geen probleem**. Zo stelt hij dat op vlak van dj's en dance *"[…]Franse en Nederlandse producers en DJ's wereldwijd pioneer en trendsetter"* zijn en merkt hij op dat het geen nut heeft hier iets aan te proberen doen, want dat golven in muzikale stromingen moeilijk te beïnvloeden zijn.

Ook Live Nation ziet in de Angelsaksische dominantie geen problemen, maar vindt het wel belangrijk dat "*da ondersteund wordt en da ge probeert* ***Belgisch groepen naar t buitenland*** *te helpen en dat ook andere Europese landen dat doen. Gewoon al om te vermijden dat het allemaal één eenheidsworst wordt. Gewoon daarom is da belangrijk, denk ik, gewoon om een beetje* ***culturele diversiteit*** *te hebben. Ik ervaar da ni echt als een probleem, want ge hebt heel veel Amerikaanse en Engelse groepen die het goe doen. Zolang ge ook maar de rest… volgt of die probeert verder te helpen, maar popmuziek is*

*gewoon iets dat heel sterk gedomineerd wordt door de Angelsaksische cultuur. Maar dat is traditioneel zo gegroeid en da zal ook wel zo blijven voor een stuk, denk ik".*

Poppunt vat deze dominantie echter op als een soort van gezonde concurrentie, waarbij de markt spreekt en allesbepalend is. Luc Nowé stelt dat *"de markt vanuit Amerika en Engeland bepaald"* wordt en voegt hieraan het volgende toe: *"Da s voor een stuk ook die mechanismes, den druk van hé… vanuit Amerika en die industrie die wel weegt daarop. En van daaruit dat ook voor een stuk stuurt en al die andere mechanismen die er* ***soms voor ook zorgen dat er hier slechte muziek*** *uihm….****door de strot gepropt wordt*** *he. Ge ziet dat ook soms op festivals, da er groepen komen van wie da wij hier nog nooit gehoord hemme, ma die dan ook wel maken… ja, waar da ze een soort van* ***package deal*** *moeten sluiten om ja, ja…. Die grote groep daar te hebben. Ja, tempis, spijtig, maar weeral, als ge… de* ***markt*** *wilt* ***surven****, moete soms toegevingen doen. En dat is in alles. En is dat een bedreiging? Ik denk da ge altijd moet uitgaan van uwe sterke kant, en ik… een bedreiging zie ik als een* ***gezonde concurrentie*** *en weten ik kan beter."*

Volgens de stakeholders lijkt een inhaalbeweging zinloos, aangezien deze gebieden nu éénmaal de koplopers van de muziekindustrie zijn en zij deze activiteiten in zulk gevorderd stadium verrichten, hetgeen enkel toegejuicht kan worden.

#### 7.3.1.4.1 Verklaringen van de Angelsaksische dominantie

Wat reeds duidelijk werd uit de theoretische uiteenzetting, wordt in deze empirische studie bevestigd, namelijk het feit dat de verklaring van de Amerikaanse dominantie, hoofdzakelijk binnen de rockwereld, vooral te zoeken is binnen de **ontstaansgeschiedenis**. De roots van de rock 'n roll liggen in Amerika en wordt dan ook van daaruit gedomineerd. Dance daarentegen, zoals Tijs Vandenbroucke (ID&T) duidelijk stelt *"begint nu pas groot te worden in Amerika".* Allereerst worden dus de lange Amerikaanse traditie en de historische groei opgegooid als verklaringen voor de dominantie. Dit wordt aangevuld met het feit dat Amerika sowieso al een zeer grote **thuismarkt** en dus nationale afzetmarkt heeft, en op die manier sterker in de schoenen staat.

Aan de hand van de kwantitatieve analyse werd reeds vastgesteld dat vooral de rockfestivals gedomineerd worden door Angelsaksische artiesten en dat de dancefestivals een meer Europese invulling kennen. Dit ligt enerzijds aan de bovenvermelde verklaring, maar tijdens de interviews werden er nog een aantal redenen naar voor geschoven. Zo wordt opgemerkt door Marc Steens – Clubcircuit -, dat **taal** ook een zeer belangrijke verschilfactor is tussen beide genres. Zo constateert hij dat *"Dance muziek is meestal*

*louter instrumentaal. Daar maakt het dus niet uit of je met een accent zingt. Bij rockmuziek speelt taal nog altijd een belangrijke rol".* Hierbij kan naar mijn inziens bemerkt worden dat de meest dominante taal in de muziekwereld het Engels is, waardoor Amerika en Engeland alweer een stapje voor hebben. Dit zou echter nog statistisch gestaafd moeten worden aan de hand van verder onderzoek.

Tenslotte werpt ook Jeroen Vereecke (Rock'o co) een mogelijke verschilverklaring tussen beide genres op, wanneer hij vaststeld dat *"Een* ***rockgroep opstarten vereist veel meer middelen*** *dan een DJ-carriere, en logisch gezien zijn die middelen meer aanwezig in de grotere markten, zijnde de angelsaksische markt".* Deze redenering wordt eveneens bevestigd door Roel Vergauwen - Live Nation - daar hij tijdens het interview eveneens vaststelde dat een rockgroep opstarten en ermee touren veel meer geld kost dan een dj-set. *"Als ge me ne groep wilt gaan touren dan… ja,da kost veel geld, ge moet onmiddellijk 7 à 8 mensen op de baan sturen, een buske, nen tourmanager,… Binnen de dance had je destijds heel veel clientagencies , bijvoorbeeld in Duitslands, Nederland die… met hun eigen ding bezig waren … Van de moment da je zo n artiest, allee da merk ik ook me the subs of sound of stereo of dr. Lektroluv naar t buitenland wilt sturen, da s ook iets gemakkelijker want uiteindelijk moete gewoon iemand een vliegtuigticket boeken en die neemt gewoon zijn platenkast…platenkoffer mee en uihm… I-pod tegenwoordig"*, aldus Roel Vergauwen. Door deze opmerking kan aangevoeld worden dat ook de technologische evolutie en snufjes meer impact hebben op de dance-wereld, daar zij gebruik kunnen maken van i-pod en dergelijke meer. Dit is, naar mijn inziens, minder het geval binnen de rockwereld, maar ook hier is verder onderzoek noodzakelijk om dergelijke vaststelling te bevestigen.

#### 7.3.1.5 Knelpunten Vlaamse muziekindustrie

Aangezien knelpunten binnen de Vlaamse muziekindustrie veel verder reiken dan enkel en alleen het festivalniveau, werd ervoor geopteerd deze analyse niet te beperken tot het live circuit.

Het prominentste probleem wordt door alle stakeholders aangehaald en betreft het **internationale** verhaal binnen de muzieksector. Dit is dan ook een domein waarop veel steunmaatregelen broodnodig zijn. Zoals Jeroen Vereecke (Rock'o co) aanhaalt is het als muzikant zeer moeilijk te overleven in een kleine markt als België. Zoals ook Wouter Degraeve opmerkt is een artiest in België zeer snel rond met optredens en festivals. "*Dit in tegenstelling tot de buitenlandse artiesten"*, zegt Wouter Degraeve, "*die wel kunnen rekenen op een grotere markt".* Hierdoor is het dan ook belangrijk dat artiesten verder kunnen reiken dan enkel en alleen hun thuismarkt. Artiesten hebben middelen nodig om

naar het buitenland te gaan en daar situeert zich een zeer groot gebrek binnen de Vlaamse muzieksector, daar tijd- en financiële investeringen zeer beperkt zijn. De Angelsaksische dominantie vormt dan ook vooral een probleem op internationale schaal en niet zozeer in België, aldus Jeroen vereecke. Ook zijn bepaalde landen zeer chauvinistisch ingesteld en luisteren zij hoofdzakelijk naar eigen artiesten en staan ze minder open naar buitenland toe, merkt Roel Vergauwen op.

Naast deze internationale invalshoek, haalt Marc Steens een volgende moeilijkheid aan binnen de Vlaamse muziekindustrie, namelijk de beperkte **infrastructuur** waar artiesten kunnen repeteren en optreden. Hierbij aanvullend is het tekort aan managers en platenfirma's die de artiesten een goede begeleiding bieden, bemerkt Roel Vergauwen (Live Nation). Er zijn er, volgens hem, reeds een aantal goede zoals gentlemanagement en rock'o co, maar toch nog niet genoeg en er is zeker ruimte voor meer. Ook Poppunt-Luc Nowé treed in bij deze mening en werpt op dat managers echt een zeer specifieke expertise per land moeten hebben en volgens hem knelt daar het schoentje heden ten dage.

#### 7.3.1.6 Voorgestelde steunmaatregelen

Door naar de sector de vraag te stellen naar mogelijke steun- en beleidsmaatregelen, treedt deze thesis in de zone van **research based policy**. Hiermee wordt bedoeld dat onderzoek gevoerd wordt in functie van een verbetering van het politiek beleid en eventuele beleidsaanbevelingen gedaan worden. Dit was niet het primaire doel van de thesis, maar aangezien de vraag ernaar binnen de sector zo duidelijk was, werd het toch meegenomen in de analyse. Zoals het vorig deel omtrent de knelpunten binnen de muziekindustrie aantoont, zijn er nog heel wat problemen en prangende vragen waar een oplossing of antwoord op moet komen of gegeven worden. Deze worden hoofdzakelijk gevraagd aan en verwacht vanuit de overheid. Zij zijn diegenen die volgens de professionals moeten ingrijpen en steun moeten verlenen aan deze culturele sector. In dit deel ligt dan ook niet uitsluitend de nadruk op de festivals, maar de muzieksector in zijn geheel.

De allereerste opmerking die hierbij zeker gemaakt moet worden is dat de sector het er unaniem over eens is dat een soort **quotabeleid in geen geval een oplossing** kan bieden. Volgens hen brengt dit marktvertekening teweeg en wordt alles zo geforceerd. Voor hen is het erg belangrijk de markt zijn gang te laten gaan.

Zo stelt Rock'o co dat *"Dankzij het feit dat hier géén quota zijn kent belgie enkele van de meest kwalitatieve festivals ter wereld".* Ook Luc Nowé formuleert een typerende visie met de volgende quote: *"Daar ben ik absoluut geene voorstander van, allee, ik denk da ge nog altijd een publiek met serven en een publiek moet kunnen bedienen en kunnen inspelen op een markt. En uihm, daar de zaken gaan forceren, ik denk… dat da absoluut not done is"*.

Allen zijn het er echter wel over eens dat er problemen zijn, waar zeker iets aan gedaan moet worden en waar de overheid een belangrijke rol in kan spelen. De steunmaatregelen moeten er volgens de stakeholders vooral komen binnen het exportbeleid en topmuziekmanagement/expertise. Hierbij is de mentaliteit en ideologie van de overheid volgens Luc Nowé (Poppunt) erg belangrijk. In het interview heeft hij het over de Amerikaanse en Briste overheid en hoe zij tegenover de muziekindustrie staan en ernaar kijken. Zo stelt hij het volgende: *"Muziek werd daar echt **als een exportproduct bekeken**. En de, de **economische waarde van popmuziek** daar was enorm. Als je da hier vandaag bekijkt wordt volgens mij popmuziek nog altijd niet als **relevant** bekeken, als **volwaardig** bekeken."*. Hierbij aanvullend stelt hij dat *"Generaties verschuiven en pop speelt steeds grotere rol in het leven van de mens. Popmuziek leeft bij iedereen".* Hieraan voegt hij toe dat een iets chauvinistischere mentaliteit zeker toegestaan is.

In alle interviews komt de topic van het **exportbeleid** enorm veel naar voor, waardoor geconcludeerd kan worden dat dit een zeer belangrijke factor is, namelijk het exportbeleid en –mogelijkheden. Hier moet volgens de professionals dringend een oplossing gevonden worden, waardoor artiesten meer steun en mogelijkheden krijgen om naar het buitenland te trekken en daar door te breken. Hieromtrent wordt gevraagd naar:

- Budgetten en een veel verdergaande ondersteuning om de **buitenlandse expansie** uit te bouwen

Hieromtrent stelt Muziekcentrum dat de enige bestaande ondersteuning de punctuele subsidie is, die de reis- en verblijfkosten dekt. Dit is volgens Wouter Degraeve (Muziekcentrum) echter een zeer kleine pot en geeft niet de mogelijkheid om kort op de bal te spelen. Zo geeft hij aan dat: *"Soms weet ge pas maanden na de ga een dossier, als ge al een dossier…, als ge al terug zijt van tour weet da ge al dan niet een ondersteuning hebt gekregen.*" Het is dus noodzakelijk dat het popmuziekbeleid veel dynamischer, glijdend en soepel is zodat het kort op de bal kan spelen en de artiesten kan voorzien van de nodige ondersteuning.

- **Exportmogelijkheden**: Ondersteuning van de export van Belgische muziek naar andere landen

Hierbij stelt Clubcircuit voor dat een uitwisseling van Europese artiesten tussen Europese festivals een oplossing zou kunnen bieden en volgens Poppunt is hier een zeer grote rol weggelegd voor de overheid.

Een leuk en pragmatisch voorstel, gedaan door Poppunt is het opzetten van **buitenlandse muziekstages.** Hierbij legt hij de link naar de topsport, die vaak naar het buitenland op stage gaan. Dit zou volgens hem ook moeten kunnen in de muziekwereld. *"In de sport is da bijvoorbeeld, de **topsporters** daar wordt iets meer gedaan, daar worden specifieke sportfondsen voor gemaakt, en met die topsporters gaan ze op stage naar t buitenland, enzoverder."*, aldus Luc Nowé. Supplementair hierbij is de vaststelling van hem dat het belangrijk is te investeren in **topmuziekmanagers**, expertise en middelen die nodig zijn voor het geven van een goede **begeleiding.**

Waar volgens Poppunt binnen de muziekwereld en het popmuziekbeleid ook nood aan is, is het voeren van een **round-up van het popbeleid**, een soort analyse en samenvatting van wat reeds bereikt werd de voorbij tien à vijftien jaar. Dit heeft de sector volgens hem op dit moment echt nodig om te zien wat het popbeleid heeft uitgehaald, welke maatregelen niets opgeleverd hebben en welke voor verbetering vatbaar zijn.

Tenslotte is er ook qua infrastructuur volgens de sector nog heel wat marge voor verbetering. Zo is er nood aan meer **repetitie- en speelmogelijkheden,** educatieve mogelijkheden, informatieverspreiding en –toegankelijkheid. Volgens Tijs Vandenbroucke –ID&T- is nog verbetering mogelijk, maar wordt deze cluster opdrachten al vrij goed gedaan.

### 7.3.2 Het publiek zegt…

Na de visie te hebben waargenomen van de professionals binnen de muziekindustrie, mag de allerlaatste schakel in de waardenketen zeker niet vergeten worden, namelijk het publiek.

Een eerste opvallende vaststelling die gemaakt kan worden is dat de festivalbezoekers het er meteen over hebben dat de **beleving** op een muziekevenement eigenlijk nog belangrijker is dan de muziek op zich. Natuurlijk kan hierbij de bedenking gemaakt worden dat het niet de "die hard"-festivallers zijn die geïnterviewd werden, maar net dat was de bedoeling, namelijk de mening van de gewone festivalbezoeker in het daglicht stellen. Zo geeft één van de deelnemers toe dat het allemaal draait rond *"[…]de sfeer da errond hangt, me kameraden, mij amuseren, die muziek da was bijkomstig. Da s altijd mooi meegenomen, ma da was ni de hoofdzaak.".* Muziek wordt met andere woorden meer *"als achtergrondgeluid"* opgenomen en wat belangrijker is, is het *"Me vrienden gaan, […] zo de sfeer die daar hangt. Ook op die camping. Sfeer op de camping, op de weide, …".* Hieraan voegen een deelnemer toe, dat ze dan wel nog eerder een rockfestival speciaal voor de muziek zouden bezoeken dan een dance-festival. Bij een dancefestival vinden zij de sfeer en beleving dus wel nog belangrijker dan bij een rockfestival. Zo constateert één van de deelnemers *"[…] als ik naar een dancefestival zou gaan, da zou anders zijn. Dan zou k mij veel minder aantrekken van welke groep da zou komen en meer voor wie da er meegaat van vrienden ofzo. Tegenover een rock festival zou k echt wel meer nu naar de namen kijken van wie da er komt.".* Later volgt ook de volgende conversatie die dit allemaal nogmaals bevestigd:

> *Deelnemer 1: Ik vind bij festivals da ze er zo meer en meer en totaalbeleving van maken. Bijvoorbeeld websites, boekjes enzo. K weet ook bijvoorbeeld op sensation white dan krijgt ge zo altijd da boekje nog van… van dinge… Hoe noemen ze… ID&T. Da s altijd nog zo een boekje en k weet ni wat allemaal.*
>
> *Deelnemer 2: ja, en de website me foto's enal achteraf. Ja da s wel waar.*
>
> *Deelnemer 1: En op de festivals ook, hebde meer en meer … Allee, daar gebeuren veel meer dingen dan de muziek alleen. Veel van reclame enzo, ma allee, … Het wordt meer en meer een totaal beleving.*

Naast de belevingswaarneming zien zij vooral de **muziekstijl** en de **sfeer** als verschillend tussen dance- en rockfestivals. Met de sfeer wordt vooral bedoeld hetgeen gesteld wordt door de volgende deelnemer:

*"K vind ook wel bij een **dance** festival hebt ge zo meer de neiging, allee, ge komt daar allemaal mensen tegen. Da s op zich **enkel een dj act** in elkaar steken en daar staan draaien. Terwijl bij een **rock** festival staat ge daar echt me **instrumenten en uw groep** te spelen. Da s een compleet verschil me dienen dancestijl. Ge staat daar me heel uw installatie en uw mixtafel en ge staat daar een beke te prutsen, alles in elkaar te mixen en als da schoon klinkt… En op da vlak vind k het al, da geeft al een andere sfeer allee. **Omda ge ni echt naar de optreden zit te kijken** ,ma ge luistert naar de muziek en ge staat daar gewoon te shaken en te springen, dus… Da s ook al een beke anders van beleving. […]".*

Eveneens zijn de respondenten van mening dat een rockfestival veel breder is qua muziekstijl en hierdoor een ruimer publiek aanspreekt. Dancefestivals zijn volgens hen veel meer te kaderen binnen één bepaalde muziekstijl, zo stelt één van de deelnemers dat het *"[…]allemaal een beke hetzelfde genre van muziek. Een beke nen andere stijl, ma nog **altijd hetzelfde genre met dienen dance achtergrond**. Tussen rock en pop is al dag en nacht verschil, ma in den dance kunde zo veel verschillende genres hebben die in dezelfde stijl blijven.",* een stelling waarmee de andere deelnemers volledig instemmen.

Naast het feit dat zij het erover eens zijn dat muziek niet de hoofdreden van een festivalbezoek is naar hun mening, vinden zij het echter wel belangrijk dat **lokaal talent** veel kansen en steun krijgt in België. Uit volgende conversatie wordt echter duidelijk dat de respondenten wel zeggen dat ze het belangrijk vinden, maar dat ze als puntje bij paaltje komt, toch graag hebben dat er een bekende namen op da affiche staan. Ze zien evenwel een alternatief om tussen de grote namen te staan als lokaal talent.

> *Deelnemer 1: Ja, eigenlijk wel he. Anders krijgt ge toch altijd artiesten uit Engeland of uit Amerika enzo alleen maar.*
>
> *Deelnemer 2: De grote mannen*
>
> *Deelnemer 1: Voila.*

*Deelnemer 2: Langs den andere kant kunt ge wel zeggen als Belg zijnde van kvind da die Belgische artiesten meer aandacht verdienen dan grote mensen uit Amerika enzo. Ma als ge dan ziet, t festival waarvoor ge betaalt , dan wilt ge toch waar voor uw geld. En als da dan van die Belgische prutserkes zijn, die totaal ni bekend zijn… Als die uwe muziekstijl ni spelen, gaade dan toch al rapper gaan kijken naar ne naam die ge kent en die uit t buitenland komt.*

*Deelnemer 1: Ja, ja da s waar. Ma kvind, in België is ook wel talent aanwezig.*

*Deelnemer 2: Ja, en festivals zijn dan wel de uitgelezen kans om tussen 2 grote acts door staat er dan nen andere op t podium, ma ge zit daar ne ge kijkt daarnaar. En op die manier leert ge da dan kennen en stel da ge die dan goe vindt, dan zijde vertrokken he.*

Toch zijn niet alle deelnemers het ermee eens dat deze lokale talenten op de Belgische festivals hoeven te staan, aangezien er nog **andere alternatieven** en kansen zijn om een optreden van deze artiesten te bezoeken.

*Deelnemer 1: En uiteindelijk, ik vind t zoiets, als er ne goeie Belgische groep is, hebde veel meer kans om diene te gaan zien, omda t in België is en die spelen dan altijd wel ne keer ergens da ge, als ge echt geïnteresseerd zijt, kunde daar wel naartoe gaan.*

*Deelnemer 2: Ma ni naar t festival dan, ja…*

*Deelenemer 1: Ja, naar een gewoon optreden. Tegen als er ja, zo ne grote groep is da ene keer om de 10 jaar komt in België*

In het interview werd ook een mogelijke steunmaatregelen voor lokaal talent naar voor geschoven. Zo waren de deelnemers erg enthousiast over een soort wedstrijd die georganiseerd zou kunnen worden, namelijk **"Wie wordt de volgende act op Rock Werchter?"**. Hierin zagen zij een wedstrijd met het oog op lokaal talent waarbij gestreden wordt naar het bemachtigen van een plaats op Rock Werchter. Dit wordt verduidelijkt in het volgende gesprek.

*Brent: Ze kunnen misschien zo een wedstrijd als idool opzetten voor wie op werchter mag optreden.*

*David: Zo van wie wordt de volgende act op werchter?*

*Sven: Ja,maja, ge hebt van humo toch al ne rockrally. Da s ook al…*

*David: **Kansen** geven aan lokale groepen eh.*

*Sven: Een **springplank**.*

*David: Da s kansen geven aan kleinere groepen he, om hun te laten zien.*

*Benoit: Ahja, in **Frankrijk** hebben ze dat ook he. Dan mogen ze t voorprogramma doen van zo nen top artiest.*

*Sven: Ahja, ge kunt nooit weten da ge daar mee doorgroeit he.*

Tenslotte moet gezegd worden dat regelmatig een erg groot nadeel aangehaald wordt door de respondenten, namelijk het **prijskaartje** dat betaald dient te worden voor het bezoeken van een festival. De respondenten vinden allen dat festivals te duur en ook steeds duurder worden. Toch zegt één van de deelnemers dat er toch zoveel festivals zijn, *"[…]* dus *daar mogen grotere en duurdere tussenzitten, zolang dat er ook kleinere tussenzitten."*

## 7.4 Besluit kwalitatief onderzoek

Binnen het kwalitatief onderzoeksluik werd de visie van de professionals en het publiek aangekaart en besproken.

Een opmerking die allereerst gemaakt moet worden is dat de sector eigenlijk niet erg bezig is met die **Amerikaanse dominantie** op de muziekmarkt. Volgens hen is dit gewoon de realiteit en dient deze gewoon, zonder meer, te worden aanvaard. Dit is, naar hun inziens, hoofdzakelijk een probleem in de internationale muzieksector, maar niet speciaal in België. Deze dominantie moet, volgens Luc Nowé van Poppunt, eerder bekeken worden als een soort gezonde concurrentie en komt kwaliteitsvolle muziek toch boven water, aldus Jeroen Vereecke van Rock'o co. Deze ontstaan en bestaan van deze dominantie is volgens hen te wijten aan het bestaan van de grote Amerikaanse afzetmarkt, de loop van de geschiedenis, de mentaliteit van de overheid en de taal.

Allen zijn het erover eens dat **lokaal talent** in België op zeer **veel steun** kan rekenen en ook qua **diversiteit** heerst de algemene opvatting binnen de sector dat het er in België allemaal goed aan toegaat. Er is voldoende diversiteit qua nationaliteiten van de artiesten en ook qua muziekgenres. Al wordt soms wel gesteld dat er een overaanbod is, waardoor de hele programmatie kan overkomen als vermoeiend. Ook wordt gezegd dat bepaalde subgenres binnen de dance ondervertegenwoordigd zijn. Door het publiek daarentegen wordt de diversiteit bij een dancefestival als veel kleiner ingeschat, omdat zij van mening zijn dat binnen dance de verschillende stijlen toch steeds éénzelfde "dance-achtergrond" kennen. Ook wordt opgeworpen dat het binnen België niet steeds nodig is lokaal talent te zien optreden op festivals, aangezien er voldoende andere alternatieven zijn, zoals optredens in concertzalen. Toch vinden zij het wel belangrijk om lokaal talent nog beter te ondersteunen. Naar aanleiding hiervan stelden zij een steuninitiatief voor, namelijk het organiseren van een wedstrijd "Wie wordt de volgende act op Rock Werchter?".

Als de voornaamste verschillen tussen de dance- en rockfestivals worden de muziek/de programmatie en de inkleding van het festival. Een erg belangrijke factor, die slechts summier door de sector aangehaald wordt, is het belevingselement. Laatstgenoemde wordt regelmatig aangehaald in het groepsinterview. Beiden zijn het echter met elkaar eens over het feit dat naar een dancefestival meer gegaan wordt voor het amusement,

terwijl rockfestivals toch nog meer bezocht worden omwille van de muziek of de affiche. Toch is ook bij laatstvermelde de beleving belangrijk. Dit werd ook duidelijke aan de hand van deze quote van één van de deelnemers aan het groepsinterview: *"[…] als ik naar een dancefestival zou gaan, da zou anders zijn. Dan zou k mij veel minder aantrekken van welke groep da zou komen en meer voor wie da er meegaat van vrienden ofzo. Tegenover een rock festival zou k echt wel meer nu naar de namen kijken van wie da er komt.".*

Dit wordt door een andere deelnemer een soort van "totaalbeleving" genoemd, waarbij de magazines, websites, en dergelijke mee met betrekking tot het festival aangehaald worden. Deze beleving wordt aangevuld met het verschil in optreden, hetgeen eveneens maakt dat de ervaring bij een rockfestival zeer verschillend is dan bij een dancefestival. Hierbij wordt geconstateerd dat het toch een heel andere sfeer geeft dat bij een dancefestival er enkel een dj-act is, terwijl bij een rockfestival veel muzikanten, instrumenten, … aanwezig zijn waarnaar echt gekeken wordt.

De grootste knelpunten in de sector kunnen samengevat worden in enerzijds het moeilijke **internationale verhaal** en anderzijds het gebrek aan **topmanagers**. Hier moet volgens de sector zeker ingegrepen worden en worden bijvoorbeeld buitenlandse muziekstages als oplossing gezien, onder begeleiding van goed opgeleide muziekexperts. Dit in aanvulling met een verbetering van het exportbeleid met betrekking tot de punctuele subsidie, hetgeen veel flexibeler moet worden en korter op de bal moet kunnen spelen. Een quotabeleid is hierbij volgens de sector uit den boze. Het moet mogelijk zijn dit allemaal aan te kaarten binnen de politiek, maar dan moet er, volgens de sector, wel iets veranderen aan de heersende politieke mentaliteit. De overheid moet muziek als een echt exportproduct beginnen bekijken en het belang ervan inzien.

Volgens het publiek mag bij deze knelpunten ook zeker het prijskaartje van de festivals niet vergeten worden. De grote festivals worden steeds duurder en duurder en de prijzen vliegen nu zowat de pan uit, volgens de participanten van het groepsinterview. Eén van de respondenten vond echter dat *"[…]daar mogen grotere en duurdere tussenzitten, zolang dat er ook kleinere tussenzitten.".* Hieruit blijkt dat ook de draagwijdte van de kleinere, lokale festivals niet mag worden ondergewaardeerd.

# 8. BESLUIT EMPIRISCH ONDERZOEK

In dit besluit omtrent het tweedelig empirisch onderzoek wordt alle vergaarde informatie samengebracht en in een overzichtelijke synthese gegoten. Eerst zullen de kwantitatieve resultaten nogmaals overlopen worden, vervolgens de kwalitatieve mening van de sector en het publiek, om dan tenslotte alle onderdelen samen te brengen en met elkaar te vergelijking. Hoe staan cijfers en meningen tegenover elkaar?

## 8.1 De cijfers vertellen ons de kwantiteit…

Uit dit kwantitatieve onderzoek kunnen drie grote vaststellingen gedaan worden.

De eerste conclusie die uit dit kwantitatief onderzoek kan getrokken worden, is de oververtegenwoordiging van vier grote werelddelen op de vier desbetreffende rock-en dancefestivals. Naast België (22.8%), Europa (25.9%), VK (22.7%) en VSA (24.0%), stellen de aandelen van de andere werelddelen en –gebieden eigenlijk bitter weinig voor. Uit deze tabel kan dus geconcludeerd worden dat er een sterke Europese en Angelsaksische dominantie aanwezig is op de onderzochte festivals. Binnen Europa zijn het vooral België en VK die een groot aandeel hebben, gevolgd door Nederland, Duitsland en Frankrijk. Andere Europese landen worden wat verwaarloosd. In het verlengde van de vaststelling dat Europa een geheel van diversiteit vormt en geen algemene conclusies getrokken mogen worden die afbreuk doen aan deze verscheidenheid, ligt de dominante plaats van het Verenigd Koninkrijk binnen Europa. Volgend diagram maakt deze dominantie van het VK binnen Europa dan ook duidelijk.

Daarenboven is er een onderscheid te maken tussen de festivals naar genre, waaruit de conclusie getrokken kan worden dat de Vlaamse dance festivals veel Europeser zijn qua geprogrammeerde artiesten dan de rockfestivals. Op de dancefestivals zijn landen als Frankrijk, Duitsland, Nederland, België en Scandinavië veel sterker aanwezig dan op de rockfestivals.

Al deze vastgestelde verschillen komen evenzo naar voor wanneer het onderscheid gemaakt wordt naar podiumplaats. Alsook op de main stage is er alweer een enorme Angelsaksische dominantie terug te vinden, met eveneens op de tweede en derde plaats België en Europa. Als we daarentegen enkel de rockfestivals meenemen in de analyse, is opmerkelijk dat het verschil op het hoofdpodium nog groter is dan op de andere podia.

Op de rockfestivals zijn de Amerikaanse artiesten nog meer dominant op de hoofdpodia en halen ze een percentage tussen 75,1%, een percentage dat nog hoger ligt dan hun aandeel op de andere podia.

Bij loutere selectie van de dancefestivals, zien we nogmaals de dominantie van Europa in beeld gebracht en eveneens een iets hoger percentage op de main stage, al is het verschil tussen beide zeker niet zo groot dan bij de rockfestivals.

## 8.2 …de professionals en het publiek de kwaliteit

Een opmerking die allereerst gemaakt moet worden is dat de sector eigenlijk niet erg bezig is met die **Amerikaanse dominantie** op de muziekmarkt. Volgens hen is dit gewoon de realiteit en dient deze gewoon, zonder meer, te worden aanvaard. Dit is, naar hun inziens, hoofdzakelijk een probleem in de internationale muzieksector, maar niet speciaal in België. Deze dominantie moet, volgens Luc Nowé van Poppunt, eerder bekeken worden als een soort gezonde concurrentie en komt kwaliteitsvolle muziek toch boven water, aldus Jeroen Vereecke van Rock'o co. Deze ontstaan en bestaan van deze dominantie is volgens hen te wijten aan het bestaan van de grote Amerikaanse afzetmarkt, de loop van de geschiedenis, de mentaliteit van de overheid en de taal.

Allen zijn het erover eens dat **lokaal talent** in België op zeer **veel steun** kan rekenen en ook qua **diversiteit** heerst de algemene opvatting binnen de sector dat het er in België allemaal goed aan toegaat. Toch mag de steun naar lokaal talent toe zeker niet verminderd worden.

De grootste knelpunten in de sector kunnen samengevat worden in enerzijds het moeilijke **internationale verhaal** en anderzijds het gebrek aan **topmanagers**. Hier moet volgens de sector zeker ingegrepen worden en worden bijvoorbeeld buitenlandse muziekstages als oplossing gezien, onder begeleiding van goed opgeleide muziekexperts. Dit in aanvulling met een verbetering van het exportbeleid met betrekking tot de punctuele subsidie, hetgeen veel flexibeler moet worden en korter op de bal moet kunnen spelen. Een quotabeleid is hierbij volgens de sector uit den boze. Het moet mogelijk zijn dit allemaal aan te kaarten binnen de politiek, maar dan moet er, volgens de sector, wel iets veranderen aan de heersende politieke mentaliteit. De overheid moet muziek als een echt exportproduct beginnen bekijken en het belang ervan inzien. Eveneens het prijskaartje mag volgens het publiek niet bij het aankaarten van de

knelpunten ontbreken, aangezien het voor velen een reden is de festivals niet te bezoeken.

Als voornaamste verschillen tussen de dance- en rockfestivals worden de muziek/de programmatie en de inkleding van het festival gekozen. Ook de factor van beleving mag hierbij niet vergeten worden.

De resultaten van dit kwalitatief onderzoek zijn erg verrassend, daar zij de theoretische visie van vele onderzoekers tegenspreken. Aangezien een semigestructureerd onderzoek vele kanten kan uitgaan, werd ervoor geopteerd naar de stem van de sector te luisteren en aandacht te schenken aan wat de sector nu echt noodzakelijk en belangrijk vindt en, misschien nog belangrijker, wat niet. Wat de sector niet belangrijk vindt, hoeft eigenlijk ook misschien minder aandacht te krijgen in onderzoek om hetgeen de sector wel belangrijk vindt meer in the spotlight te zetten en te onderzoeken.

Een opvallende vaststelling die hierbij gemaakt kan worden is dat de sector het eigenlijk helemaal niet zo erg vindt dat er een Angelsaksische dominantie in de muziekwereld heerst. Er heerst hierbij aanvullend wel een consensus omtrent de vraag naar en nood aan meer, sterkere en doeltreffendere steunmaatregelen voor het internationale verhaal van de Vlaamse artiesten, waar nu een heleboel sterke tekortkomingen op te lijsten vallen.

# CONCLUSIE

## Theorie versus empirie

Als beide grote componenten van het theoretisch onderzoek en het empirisch onderzoek naast elkaar gelegd worden, komt er één grote basisvraag naar voor. We hebben namelijk gezien dat, volgens het onderzoek van Ferreira naar de Europese festivals, de voorkeur van de bezoekers uitgaat naar eigen, nationale artiesten. Hierbij kan de vraag gesteld worden waarom dit niet zo in de praktijk blijkt? In het kwantitatieve deel werd vastgesteld dat bij de grootste festivals van België er een grote Angelsaksische dominantie heerst, hetgeen geen invloed heeft op de bezoekersaantallen, aangezien deze steeds in stijgende lijn evolueren. Er is dus geen Belgische dominantie aanwezig. Ook uit het kwalitatieve onderzoeksluik kan geconcludeerd worden dat het publieke graag grote namen op de festivalaffiches zien prijken én dat de sector het Angelsaksische gebied als positieve concurrentie ziet, het logisch vindt dat er een Angelsaksische dominantie aanwezig is én hier eigenlijk niet meteen iets aan wenst te veranderen.

Aan de hand van het kwantitatieve onderzoek werd de theoretisch aangehaalde, vermeende Angelsaksische dominantie bevestigd. Hier komen theorie en kwantitatieve empirie met elkaar in overeenstemming. Dit verschil werd nog meer benadrukt wanneer gekeken werd naar de podiumplaats van de artiesten en de nationaliteiten. Daar was de Angelsaksische dominantie nog duidelijker.
Daarnaast zien we ook een sterk verschil naar nationaliteiten van de geprogrammeerde artiesten tussen dance- en rockfestivals. Zo is dance een veel Europeser genre dan Rock, daar rock nog steeds zeer Angelsaksisch gedomineerd wordt. Deze vaststelling komt overeen met de verwachting die uit de theorie en de ontstaansgeschiedenis van de genres kan getrokken worden.

## Kwantiteit versus kwaliteit

Wanneer het kwantitatieve en kwalitatieve onderzoek naast elkaar gelegd worden, is het verschil opvallend tussen de theoretische visie van de onderzoekers en het bevestigd kwantitatief onderzoek met de kwalitatief vastgestelde ideologie binnen de sector. Uit het statistisch onderzoek kan geconstateerd worden dat er een grote Angelsaksische dominantie bestaat op de Vlaamse markt van de grote festivals. Uit de theorie zou hier

kunnen uit voortvloeien dat dit een soort bedreiging is voor de culturele diversiteit, aangezien één bepaald gebied overheerst en dat het belangrijk is deze culturele diversiteit te beschermen. De sector echter vindt het echter allemaal niet zo erg en relativeren de gehele situatie als zijne een pure realiteit die historisch nu éénmaal zo gegroeid is.

# Metareflectie van het eigen onderzoek

Als onderzoeker is het normaler wijze niet mogelijk volledig objectief en neutraal naar de wereld en de maatschappij te kijken. Ook binnen onderzoek staat een onderzoek nooit volledig objectief tegenover het onderzoeksonderwerp en de onderzoekseenheden. Zo vind ik als onderzoek het zelf belangrijk dat er voldoende culturele diversiteit heerst binnen de creatieve industrieën, alsook binnen de muziek- en festivalindustrie. Desalniettemin is het als researcher noodzakelijk zo neutraal en objectief mogelijk te handelen. Hiernaar is eveneens in dit onderzoek gestreefd.

Hiernaast is het cruciaal te benadrukken dat een onderzoek slechts gevoerd kan worden, wanneer een aantal keuzes gemaakt worden omtrent theorie en empirie. Ook hier nemen we als onderzoekers geen neutrale positie in, al wordt steeds getracht uit zoveel mogelijk invalshoeken de probleemstelling te bekijken.

De waarde van dit onderzoek tot het algemene studiedomein  naar de muziekindustrie, is hoofdzakelijk de bijdrage ervan tot het up-to-date houden van de onderzoeksdata en de kritische invraagstelling naar de aanwezig dominantie op de muziekfestivals, de link met de podiumplaats en het onderscheid tussen de rock- en dancegenres. Secundaire wordt eveneens een summiere bijdrage geleverd naar het politieke beleidsveld, daar een aantal suggesties voorgesteld worden om het popbeleid nog te verbeteren.

Hiernaast is het volgende, allerlaatste onderdeel eveneens een soort bijdrage, aangezien hier een aanzet wordt gegeven naar verder onderzoek, hetgeen, zoals meermaals benadrukt in deze thesis, zeer belangrijk is binnen wetenschappelijk onderzoek.

# Verder onderzoek?

De grote besluittrekking die getrokken moet worden is dat er nog steeds verder onderzoek noodzakelijk is. De muziekindustrie  is een te complexe sector die niet in één masterproef besproken kan worden in al zijn facetten.

Door de stakeholder-interviews werd duidelijk dat er een zeer grote nood is aan een alomvattend onderzoek waarbij het popbeleid van de voorbije tien jaar onder de loep genomen wordt. Aan de hand hiervan moet duidelijk worden wat er allemaal veranderd en verbeterd is, waar zich nog problemen situeren en wat de oplossingen voor deze knelpunten zouden kunnen zijn. Er moet met andere woorden een soort **round-up onderzoek** gevoerd worden. Dit zou een soort research based policy moeten uitlokken, hetgeen dit onderzoek al in een soort beginstadium gedaan heeft, aangezien er een aantal steunmogelijkheden opgeworpen werden in de kwalitatieve analyse.

Verder dient wetenschappelijk onderzoek zich eveneens te concentreren op de impact van het gebruik van de **Engelse taal** binnen de muzieksector. Zo kan verwacht worden dat het Engels een zeer dominante gebruikstaal is binnen de muziekindustrie. Dit soort research zou eveneens kunnen kaderen binnen een these omtrent Amerikaanse/Angelsaksische dominantie, met als specifieke focus de taal. Deze zou eveneens kunnen bijdrage tot de grote Amerikaanse macht op internationaal niveau. Ook dienen in verder onderzoek de **kleinere festivals** niet vergeten te worden en zou het aangeraden zijn een peiling uit te voeren naar hun (lokale) impact en naar hun betekenis voor lokale artiesten.

Een verdere onderzoeksmogelijkheid zou eveneens kunnen zijn om een soort **vergelijkende studie** te maken naar de muziekindustrie van verschillende **Europese** landen en het opmeten van de **vertegenwoordiging van Belgische artiesten** op de festivalpodia in andere landen.

Dit zijn reeds een aantal aanzetten naar verder andersoortig onderzoek. Zoals echter gezegd in de inleiding, is het ook noodzakelijk onderzoeksdata up-to-date te houden. Het zou dus ook aangeraden zijn om verder onderzoek in de tijd te verrichten naar de focus die centraal lag in deze thesis. Op die manier wordt onderzoek steeds herhaald en wordt een zekere evolutie duidelijk gemaakt. Zo kan het zijn dat wanneer dit thesisonderzoek herhaald wordt binnen 5 jaar, er heel andere resultaten verkregen worden en op die manier duidelijk wordt hoe de Amerikaanse dominantie evolueert.

# BIBLIOGRAFIE

## Monografieën & Artikels


BAARDA (D.B.), GOEDE DE (M.P.M.). *Basisboek methoden en technieken. Handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwantitatief onderzoek.* Groningen/Houten, Wolters-Noordhoff, 2006, 376 p.

BAARDA (D.B.), GOEDE DE (M.P.M.). *Basisboek statistiek met SPSS. Handleiding voor het verwerken en analyseren van en rapporteren over (onderzoeks)gegevens.* Groningen/Houten, Wolters-Noordhoff, 2007, 212 p.

BACKER DE (M.), STOUTHYUSEN (P.) (Eds.). *Cultuur En/in de stad*. Brussel, VUB Press, 2011, 415 p.

BENNET (T.), FRITH (S.), GROSSBERG (L.), SHEPHERD (J.), TURNER (G.) (eds.). *Rock and popular music. Politics, Policies, Institutions.* London, Routledge, 1993, 306 p.

BERNSTEIN (A.), SEKINE (N), WEISSMAN (D.). *The Global Music Industry. Three Perspectives.* New York, Routledge, 2007, 292 p.

BIAL (H.) (ed.). *The performance studies reader.* Abingdon, Routledge, 2007, 394 p.

CAMBELL (N.), DAVIES (J.), MCKAY (G.) (eds.). *Issues in Americanisation and culture.* Edinburgh, Edinburgh University Press Ltd, 2004, 316 p.

CRAENE DE (K.). *Nathan Ambach. Volbloed Podiumbeest,* in Elle België, 2010, vol. 12, nr. 10, 1 p.

DELWAIDE (J.), GEERAERTS (G.) (Eds.). *Globalisering. Interdisciplinair bekeken*. Brussel, VUBPress Brussels University Press, 2008, 335 p.

DILLEMANS (R.), SCHRAMME (A.). Wegwijs cultuur. Leuven, Davidsfonds, 2005, p. 100.

DOLFSMA (W.). How will the Music industry weather the globalization storm? In: *First Monday.* Peer reviewed journal on the internet, 2000, vol. 5, nr. 5, 19 p.

FERREIRA (F.), WALDFOGEL (J.). *Pop Internationalism: Has a half century of World Music Trade displaced local culture?*. Cambridge, National Bureau of Economic Research, 2010, 54 p.

FISKE (J.). *Understanding popular culture.* London, Routledge, 1990, 206 p.

FREY (B.S.). *The rise and fall of festivals. Reflections on the Salzburg festival.* Zurich, Institute for Empirical Research in Economics, 2000, 18 p.

FREY (B.S.). The economics of Music festivals*.* In: *Journal of culture economics,* 1994, vol. 18, N.N., pp. 29-39.

FRIEDMAN (J.). *Cultural Identity and Global Process*. London, SAGE Publications, 1994, 270 p.

GEBESMAIR (A.), SMUDITS (A.) (eds.). *Global Repertoires. Popular Music Within and Beyond the Transnational Music Industry*. Aldershot, Ashgate, 2001, 176 p.

GOLDING (P.), HARRIS (P.) (eds.). *Beyond Cultural Imperialism. Globalization, communication & the new international order.* London, SAGE Publications, 1997, 259 p.

HELD (D.), MCGREW (A.), GOLDBLATT (D.), PERATON (J.). *Global transformations. Politics, Economics and Culture.* Cambridge, Polity Press, 2000, 515 p.

HELD (D.). A globalizing World? *Culture, Economics and Politics*. Abingdon, Routledge, 2004, 188 p.

HESMONDALGH (D.). *The cultural industries.* London, Sage Publications Ltd, 2007, 346 p.

LASH (S.), LURY (C.). *Global culture industry.* Cambridge, Polity Press, 2007, 240 p.

LEWIS (J.). *Cultural Studies. The basics.* London, Sage Publications Ltd, 2008, 438 p.

MAENHOUT (T.), VOLDERE DE (I.), ONKELINX (J.), SLEUWAEGEN (L.). *Creatieve industrie in Vlaanderen.* Leuven, FDC, 2006, 106 p.

MEYER DE (G), ROE (K.) (eds.). *Het zijn maar liedjes. Handboek populaire muziekstudies.* Leuven, Garant, 1999, 287 p.

MEYER DE (G.). De beste smaak is de slechte smaak: populaire cultuur en complexiteit. Leuven, ACCO, 2006, 196 p.

N.N. *Music in Europe: Sound or silence? Study of domestic music repertoire and the impact of cultural policies of collecting societies in the EU 25.* Utrecht, Capgemini, 2005, 50 p.

PIERSON (P.) (Ed.). *The New Politics of the welfare state.* Oxford, Oxford University Press, 2001, 514 p.

PINE (B.J.), GILMORE (J.H.). *The experience economy. Work is theatre and every business a stage.* USA, Harvard Business Publishing, 1999, 254 p.

RUTTEN (P.) (ed.). *Music, culture and society in Europe*. Brussel, Part II of: European Music Office, 1996,

SAEYS (F.), VERSTRAETEN (H.) (Eds.). *De media in maatschappelijk perspectief*. Gent, Academia Press Wetenschappelijke Uitgeverij, 2005, 318 p.

SAYRE (S.), KING (C.). *Entertainment and society. Influences, impacts and innovations.* New York, SAGE Publications Ltd, 2009*,* 574 p.

SCHECHNER (R.). *Performance studies: an introduction*. London, Routledge, 2006, 351 p.

STEMRA (B.). *Music in Europe: Sound or Silence?.* Utrecht, CapGemini Research Consultants, 2005, 50 p.

STOKES (M.). Music and the global order. In: *Annual Reviews of Anthropology*, 2004, vol. 33, 25 p.

SMIERS (J.), SCHIJNDEL VAN (M.). *Adieu auteursrechten, vaarwel culturele conglomeraten*. Boom, Juridische Uitgevers, 2009, 121 p.

SMITH (M.K.). *Issues in cultural tourism studies.* UK, Taylor & Francis, 2009, 251 p.

THUSSU (D. K.). *News as entertainment. The rise of global infotainment.* London, Sage Publications, 2007, 214 p.

UNESCO. Convention of the protection and promotion of the diversity of cultural expressions. Parijs, Unesco, 2005, 17 p.

UNITED NATIONS. *Creative Economy. Report 2008.* Genève, UNCTAD, 2008, 357 p.

RYNK DE (P.). *10 jaar Cultuur- en jeugdbeleid in Vlaanderen.* Leuven, ACCO, 2009, 208 p.

VALCKE (P.). Digitale diversiteit. Convergentie van media-, Telecommunicatie- en mededingingsrecht. Brussel, Larcier, 2004, 854 p.

VANDENBERGHE (L.). *Music is Life! Een integrale visie voor de muzieksector*. Brussel, Muziekcentrum Vlaanderen, 2010, 32 p.

WETENSCHAPPELIJKE RAAD VOOR HET REGERINGSBELEID. Focus op functies: uitdagingen voor toekomstbestendig mediabeleid. Amsterdam, Amsterdam University Press, 2005, 196 p.

Young O. (J.). *Cultural Appropriation and the Arts*. Malden, Blackwell Publishing, 2008, 168 p.

ZOONEN VAN (L.). *Media, Cultuur en Burgerschap. Een inleiding*. Antwerpen, Het Spinhuis, 2004, 171 p.

ZUURBIER (P. H.). *Roots gaan waar je vandaan komt.* Amsterdam, Amsterdam University Press, 2009, p. 6.

# Online documentatie

UNESCO. *Understanding creative industries. Cultural statistics for public-policy making. S.l., UNESCO, s.d.*
*http://portal.unesco.org/culture/en/files/30297/11942616973cultural_stat_EN.pdf/cultural_stat_EN.pdf,* zie bijlagen: CD-rom p. 128.
Datum van raadpleging: 24 Februari 2011.

WADSWORTH (T.). *Map 4: UK Live Performance*. UK, BPI, s.d. http://www.bpi-med.co.uk/map4.asp, zie bijlagen: CD-rom p. 128.
Datum van raadpleging: 04 Juli 2011.

N.N. *Globalization 101*. New York, The Levin Institute, Sine Dato. www.globalization101.org, zie bijlagen: CD-rom p. 128.
Datum van raadpleging: 15 Maart 2011.

N.N. *Unesco Memorandum of Understanding signed in Ghent, EFA acknowledged.* Gent, EFA, 2010,
http://www.efa-aef.eu/en/activities/news/detail/1006/UNESCO%20Memorandum%20of%20Understanding%20signed%20in%20Ghent,%20EFA%20acknowledged/,
zie bijlagen: CD-rom p. 128.
Datum van raadpleging: 21 Juli 2011.

## Regelmatige raadpleging van onderstaande websites:

(vooral met het oog op de statistische dataverzameling)

www.pukkelpop.be

www.rockwerchter.be

www.dancegids.nl

www.partyflock.nl

www.soundcloud.com

www.Ilovetechno.be

www.festivalnoise.be

www.damusic.be

www.last.fm

www.goddeau.com

www.djguide.nl

www.petrolclub.be

www.festivalinfo.nl

www.thedjlist.com

www.themixtape.co.uk

www.positivagency.com

www.soundcloud.com

www.discogs.com

www.partyguide.be

www.residentadvisor.net

www.mysteryland.nl

# Interviews

Sector:

DEGRAEVE (W.), 12 April 2011, zie bijlagen: CD-rom p. 128.

KERREMANS (G.), 14 maart 2011, zie bijlagen: CD-rom p. 128.

NOWE (L.), 08 April 2011, zie bijlagen: CD-rom p. 128.

STEENS (M.), 16 mei 2011, zie bijlagen: CD-rom p. 128.

VANDENBROUCKE (T.), 25 April 2011, zie bijlagen: CD-rom p. 128.

VEREECKE (J.), 07 April 2011, zie bijlagen: CD-rom p. 128.

VERGAUWEN (R.), 19 April 2011, zie bijlagen: CD-rom p. 128.

Focusgroep:

VANHAEREN (A.), LENAERTS (S.), MARCKE VAN (B.), DECLERCQ (D.), LEFEBVRE (E.), WIT DE (I.), LECHAT (B.), 04 Mei 2011, zie bijlagen: CD-rom p. 128.

# BIJLAGEN

## Inhoud CD-ROM p. 128:

Map "documentatie":

- UNESCO. *Understanding creative industries. Cultural statistics for public-policy making.*
- WADSWORTH (T.). *Map 4: UK Live Performance*.
- N.N. *Globalization 101*.
- N.N. *Unesco Memorandum of Understanding signed in Ghent, EFA acknowledged.*

Map "Interviews": Opname, integraal uitgeschreven interviews & Analyse

Sector:

- DEGRAEVE (W.), 12 April 2011
- KERREMANS (G.), 14 maart 2011 (Schriftelijk)
- NOWE (L.), 08 April 2011
- STEENS (M.), 16 mei 2011 (Schriftelijk)
- VANDENBROUCKE (T.), 25 April 2011
- VEREECKE (J.), 07 April 2011 (Schriftelijk)
- VERGAUWEN (R.), 19 April 2011

Focusgroep:

- VANHAEREN (A.), LENAERTS (S.), MARCKE VAN (B.), DECLERCQ (D.), LEFEBVRE (E.), WIT DE (I.), LECHAT (B.), 04 Mei 2011
- Ingevulde persoonsfiches gebruikt bij het focusgroepinterview.

# CD-ROM