



NO MAN'S MAN'S LAND

RECAP

27 NOVEMBER 2019

TIVOLIVREDEBURG

CHEERS

OP DE ZEVENDE EDITIE

VAN NO MAN'S LAND

32 programma-onderdelen, 106 sprekers, panelleden en hosts,
10 verschillende zalen, meer dan 600 bezoekers en uitverkocht!

No Man's Land 2019 zit erop en we kijken terug op een
ontzettend waardevolle en inspirerende dag. Jouw komst en
bijdrage maakten dit mogelijk en daarvoor bedanken wij je graag.

Check de recap van de kennis die gedeeld is op #NML19 en
proef de sfeer. Tot volgend jaar!



Team: Romy, Lisa, Ella, Nils, Martine, Rinske, Robert, Rosa, Tim, Hannah, Douwe, Mandy.

Prat met ons mee: #NML19 [f](#) [@](#) [t](#) [in](#)

EXPERT SESSIES

2/42

CLUB NML

53/80

INSPIRATIE SESSIES

45/52

CRASH COURSES

81/120

EXPERT SESSIES

Actuele vraagstukken worden ter discussie gesteld in de zoektocht naar nieuwe werkwijzen en successen voor de toekomst.

ZE ZULLEN DENKEN DAT IK GEK BEN

2/4

RONDJE NAAR DE TOP

7/12

**'TALENTONTWIKKELINGSKETEN':
DE MAKER CENTRAAL**

15/20

**OP NAAR EEN INCLUSIEF
CULTUREEL KLIMAAT**

23/28

**FAST MONEY VS. DUURZAAM
BOUWEN**

31/34

FAIR PRACTICE CODE

37/42

ZE ZULLEN DENKEN DAT IK GEK BEN



Als muziekprofessional werk je non-stop en snoeihard aan jouw carrière en die van anderen.

Je bent altijd bezig met presteren, je wordt bij elke show verwacht, grenzen vervagen en ineens draai je standaard overuren. Tijdens deze sessie wordt de huidige prestatiecultuur ter discussie gesteld en hoe dit bijdraagt aan de mentale gezondheid van jou als muziekprofessional. Het panel bespreekt concrete oplossingen om mentale klachten en burn-outs te voorkomen.

MODERATOR:

Jasper van den Dobbelsteen

PANELLEDEN: Aldo Bruining (Programmeursgilde/Beats NL), Hermann Houben (No Milk Today), Lisanne Middag (Crystal Stone Management), Hilde Spille (Compass For Creatives/Paperclip Agency)

EXPERTSESSIE

“JE MOET JEZELF SERIEUZER NEMEN EN EEN FATSOENLIJKE(RE) FEE VRAGEN.”

“DUS, WAT BEN IK WAARD?”

- Veel verschillende factoren (kunnen) bijdragen aan de prestatiedruk binnen de muziekwereld.
- Hoe hiermee wordt omgegaan is individueel bepaald - er is niet ‘een juiste manier’.
- Het is een zoektocht om uit te vinden wat voor jou als muziekprofessional de beste manier is.
- Bespreken van de prestatiedruk en hierover communiceren is een belangrijke eerste stap.

“IN PLAATS VAN CONSTANT VEEL DOEN VOOR WEINIG GELD.”



HET SPREEKUR



5

MUSICMAKER DEMOPANEL

SFEERBEELD

6

RONDJE NAAR DE TOP



Opkomend talent krijgt in Nederland royaal de kans door te breken. Lokale bandwedstrijden, Grote Prijs van Nederland, Popronde en Eurosonic Noorderslag: ook wel bekend als 'het rondje'. De weg naar de top lijkt helder en toegankelijk, maar we zien ook veel acts na dit rondje verdwijnen. Survival of the fittest? Of zijn er andere krachten aan het werk? In een open gesprek met makers en de sector bespreken we of het rondje nog naar behoren werkt, en onderzoeken we aanvullende en alternatieve wegen.


PARTNER: Booster

MODERATOR: Ricardo Jupijn

PANELLEDEN:

Simon Akkermans
(EpicRainbowUnicornStudio),
Judy Blank (artiest), Rick
Everts (POPLIVE), Jeangu
Macrooy (artiest), Joey Ruchtie
(Eurosonic Noorderslag)

EXPERTSESSIE

A group of five people are seated on a stage, likely during a panel discussion or interview. From left to right: a man with a beard in a dark jacket, a man in a light blue shirt with his arms crossed, a woman with curly hair in a floral top, a man with long dark hair in a dark jacket, and a man in a denim shirt. They are all looking towards the right side of the frame. The background is dark with some stage lighting.

JUDY: "JE WORDT ALS ARTIEST OOK WEL EEN BEETJE GELOKT OM HIERAAN MEE TE DOEN, OMDAT HET ALLEMAAL ZO GEWELDIG MOET ZIJN, MAAR DE POPRONDE IS ZO ONGEVEER HET MEEST MUZIKANT-ONTERENDE WAT IK OOIT GEDAAN HEB. TOCH HEEFT DE POPRONDE ME INDIRECT CONTACTEN OPGELEVERD DIE ME WEL VERDER HEBBEN KUNNEN HELPEN."

9

RICK: "MET HET 'RONDJE' IN HET 'RONDJE NAAR DE TOP' WORDT DE 'KETEN' BEDOELD VAN LOKALE MUZIEKCOMPETITIES, DE GROTE PRIJS VAN NEDERLAND, DE POPRONDE EN NOORDERSLAG. MAAR OOK MUZIEKSCHOLEN, POP-OPLEIDINGEN EN LOKALE ORGANISATIES DRAGEN HIER AAN BIJ."

EXPERTSESSIE

10

"DE WEG NAAR DE TOP LIJKT IN NL HELDER EN TOEGANKELIJK MET HET 'RONDJE'. TOCH VERDWIJNEN VEEL ARTIESTEN NA DIT 'RONDJE'."

- Veel bands stoppen of zoeken een nieuwe samenstelling als het eerste album of de eerste tour niet aanslaat.

- Boekers tekenen veel sneller bands, het niveau stijgt.

- De onderdelen van het 'rondje' kunnen voor elke artiest leerzaam zijn, maar het moet niet dienen als einddoel.

- Door succesverhalen als The Kytoman Orchestra en Caro Emerald zijn de verwachtingen van meedoen aan Noorderslag erg hoog geworden.

- Het is belangrijk dat je als artiest over een goede langetermijnvisie beschikt. Denk hierbij ook aan zaken rondom je act als social media en naamsbekendheid.

- Tegenwoordig ben je als artiest per definitie een ondernemer. Heb je zelf geen ondernemerskwaliteiten? Dan zul je mensen om je heen nodig hebben die dit wél hebben.



"HET IS BELANGRIJK TE BESEFFEN DAT HET VAAK OOK NODIG IS OM ALS ARTIEST EEN 'LANGE ADEM' TE HEBBEN. SOMS KAN HET JAREN DUREN VOORDAT EEN DOORBRAAK EINDELIJK DAAR IS (VB: KENSINGTON)."

MUZIKANTEN- BANK

ABLETON PLAYGROUND


13

SFEERBEELD

14

TALENTONTWIK- KELINGSKETEN: DE MAKER CENTRAAL

15

A woman with long blonde hair and glasses is smiling and speaking into a microphone. She is wearing a dark t-shirt with a logo that says 'WON'. The background is dark and out of focus.

Steeds meer culturele partijen zetten in op talentontwikkeling en maken daarmee aanspraak op budgetten rondom dit thema. De toename aan talentontwikkelaars zorgt voor een versnippering van het aanbod waardoor het voor de maker én sector onduidelijk is wat partijen doen en waar je met vragen terecht kunt. In deze sessie zoeken we naar de ideale talentontwikkelingsketen door de behoeftes van makers in kaart te brengen en de huidige situatie in de sector onder de loep te nemen aan de hand van best en worst case practices.

PARTNER: Paradiso Melkweg Productiehuis, De Nieuwe Oost

MODERATOR:
Jennifer Muntslag

PANELLEDEN: Michèle Hamelink (Sony/ATV Music Publishing), PAX the humanoid (artiest), Toine Tax (Doomroosje), Charlotte Verhoef (Tolhuistuin)

EXPERTSESSIE

16

PAX: "HET BOUWEN VAN EEN TEAM EN HET VINDEN VAN DE JUISTE MANAGER IS EIGENLIJK DE GROOTSTE BRUG VOOR ELKE MAKER."

TOINE: "EEN SUBSIDIE IS BEDOELD OM DE BEVOLKING GELUKKIGER TE MAKEN. WE HOEVEN ALS NIJMEGEN NIET IN 10 JAAR TIJD HIT BANDS TE BRENGEN. ALS DE COMPETITIES EN PODIA BETER ZIJN GEWORDEN, MAAKT DAT DE MENSEN GELUKKIGER."



TOINE: "WE WILLEN NIET NIEUWE STRUCTUREN OPTUIGEN, MAAR NETWERKEN MET ELKAAR VERBINDEN."

- Vanuit fondsen en politiek wordt te veel prestatiedruk uitgeoefend op talentontwikkelingsorganisaties.
- Makers missen een centrale organisatie/plek die ze kan adviseren bij welke talentontwikkelingsorganisatie ze het beste terecht kunnen.
- Fondsen weten niet altijd hoe ze talentvolle makers moeten bereiken. Het geld willen ze wel investeren. De makers weten vaak niet dat ze een subsidie aan kunnen vragen of hoe dit proces in zijn werk gaat.
- Talentontwikkelingsorganisaties kunnen inspringen door makers kleine subsidies te geven en te adviseren over hoe ze subsidies kunnen gebruiken en aanvragen.
- Een groot deel van de muzikanten die van de talentontwikkelingsketen gebruik hebben gemaakt, zijn niet werkeloos. Ze worden onderbetaald.



SHOW: LOVE COUPLE



OP NAAR EEN INCLUSIEF CULTUREEL KLIMAAT



De sector bereidt zich voor op de nieuwe cultuurnota waarin van organisaties gevraagd wordt dat zij vanuit hun eigen specifieke profiel een passende visie op inclusie formuleren. Dit is niet voor iedereen even makkelijk of vanzelfsprekend. Want hoe verander je een werkklimaat met één dominante cultuur? En waarom is inclusie eigenlijk van belang? In een gesprek over eigenaarschap bieden we inzicht hoe ruimte gecreëerd kan worden voor de nieuwe generatie om hun talenten op authentieke en gelijkwaardige wijze uit te dragen.

MODERATOR:
Astrid Elburg

PANELLEDEN: Angelo Bromet (Melkweg/NoLIMIT), Gianni Emmanuel (Melkweg/Gowtu/Milk Made), Leal van Herwaarden (HipHopHuis), Lee Ann Johanna (Melkweg/Milk Made), Stefanie Vermeiren (IMPACT)

EXPERTSSESSIE

ASTRID: "INCLUSIE, DAT IS HET VOORDEEL WILLEN ZIEN VAN ANDERS."

STEFANIE: "INSTELLINGEN MOETEN INZIEN DAT HET LABEL OF SENTIMENT "RISICOPROGRAMMERING" VOOR ALLES DAT NIEUW OF JONG OF GEKLEURD IS, ECHT MOET VERDWIJNEN."

ANGELO: "ALS JE IETS WIL WETEN OVER DE SAMENLEVING, MOET JE EEN NETWERK HEBBEN IN DIE SAMENLEVING."

- Er is een discrepantie tussen uitvoerend en programmerend en tussen verschillende soorten kennis, terwijl er van beide kampen nodig is dat ze participeren op alle lagen binnen een organisatie.

- Doordat er nieuwe kunststromingen opkomen, zoals bijvoorbeeld urban arts, moeten organisaties intern gaan kijken of de diversiteit die vanuit het publiek en de artiesten is gepresenteerd, wel overeenkomt binnen de bestuurslagen.

- Er moet meer ruimte en geld zijn voor het proces om subsidie aan te vragen en het moet makkelijker worden voor mensen die niet opgeleid zijn, maar wel professionals, om subsidie aan te vragen.

- Organisaties moeten zelf hun eigen vooroordelen aanspreken en tijdens hun zoektocht naar nieuwe mensen met een goede representatie hun handelingen laten spreken voor hun kwaliteiten.



SHOW: PAX THE HUMANOID



FAST MONEY VS. DUURZAAM BOUWEN



Om te zeggen dat het goed gaat met Nederlandse hiphop is een understatement. Rappers domineren de hitlijsten, zijn niet meer weg te denken uit de line-ups van mainstream festivals en laten het geld rollen als profvoetballers. In deze sessie bespreken we de toekomst van hiphop. Het is makkelijk om hetzelfde kunstje te herhalen voor een tweede hit, maar hoe duurzaam je succes op de lange termijn? Waar moet je als artiest voor waken? Hoe sla je de brug tussen de club en het popcircuit?

MODERATOR: Aldo Bruining

PANELLEDEN: Eliza Ammeraal (Topbillin'), Froukje Bouma (Artist Manager), S10 (artiest), Gaëtan van de Sande (Trifecta)

EXPERTSESSIE

GAËTAN: "EEN GEMIDDELDE CARRIÈRE PIEKT SNEL EN KOMT VERVOLGENS OOK SNEL WEER TOT EEN EINDE."

- Een duurzame carrière is een carrière waar een artiest zijn/haar hele leven lang plezier van heeft en later positief op terugkijkt.
- Er moet bewustzijn en kennis komen vanuit professionals die een route met artiesten uit kunnen stippelen.
- Artiesten moeten zichzelf afvragen wie ze zijn en wat ze willen zijn op lange termijn, dus niet alleen nu.
- Voor het creëren van een duurzame carrière moet ruimte zijn voor experimenteren.

FROUKJE: "RUIMTE VOOR EEN DUURZAME CARRIÈRE IS ER JUIST NU MEER DAN EERST."

SIO: "KUNST GAAT VOOR HET GELD."



SHOW. A.ROSE



FAIR PRACTICE CODE



Om een toekomstbestendige arbeidsmarkt en beroepspraktijk in de culturele en creatieve sector te creëren is de Fair Practice Code in het leven geroepen. De gedragscode geeft richtlijnen voor opdrachtneemers en -gevers. Tijdens dit panel delen experts hun ervaringen, geven tips en beantwoorden vragen. Samen werken we aan een toekomst waarin iedereen in de culturele sector onder eerlijke omstandigheden werkt én tegen een redelijke vergoeding.

PARTNER: Kunsten '92

MODERATOR: Adinda van Wely

PANELLEDEN: Erik Delobel (Hedon), Eleanor Dingemans (Three Little Clouds), Darin Guermontprez (artiest), Eva Verboon (Programmeursgilde), Coen Witteveen (producer/musicus)

EXPERTSSESSIE



"JE MOET OOK ECHT AF EN TOE EEN STAPJE TERUG DOEN, NAAR JEZELF KIJKEN EN ADEMHALEN."

EVA: "ALLE RANDZAKEN MOETEN CONTRACTUEEL KLOPPEN. DIE WILLEN WIJ NAAR ELKAAR TOE GOED GEREGELD HEBBEN, MAAR OOK NAAR ONZE OPDRACHTGEVERS."

“VERWACHTINGEN ZIJN GROVE LIJNEN, DIE KUNNEN VERANDEREN IN DE LOOP VAN EEN JAAR.”

- De huidige fase van de Fair Practice Code (FPC) draait om toepasbaarheid.
- Wat jonge mensen voor ogen moeten houden is wat een gig of klus oplevert.
- De FPC draait niet enkel om financiën, maar gaat ook om het herzien van samenwerkingsvormen tussen artiesten, podia en boekers.
- In het kader van vertrouwen, transparantie en solidariteit wordt benadrukt dat het dialoog aan blijven gaan het belangrijkste is. Als een plek geen vergoeding kan bieden, vraag dan naar de reden. Als jij niet mee gaat in een voorstel, leg je motivatie dan uit. Zo ontstaat er meer begrip.
- Er is een breed draagvlak voor een eerlijkere, gezondere muzieksector, waar de FPC een goed handvat voor vormt. Dit moet uiteindelijk leiden tot eerlijkere vergoedingen en financiële stabiliteit.



SHOW: GIAN



43



SFEERBEELD

44

INSPIRATIE SESSIES

Interactieve sessies met onze partners om kennis op te doen en je skills naar een next level te tillen.

MUSICMAKER SONGWRITING

45/46

WORKOUT: MARIKE JAGER

THE DAILY INDIE PRESENTEERT:

47/48

Q&A MET SOMEONE

ABLETON PRESENTEERT:

ORGANISCHE SOUNDS DOOR


49/50

POLYNATION

CTM PRESENTEERT:

CYPHER MET SOUNDFLOW EN VICO

51/52



MUSICMAKER SONGWRITING WORKOUT: MARIKE JÄGER

De eigenzinnige aanpak van Marike Jäger leidt tot verrassend werk. Kom tijdens deze Songwriting Workout te weten hoe je zelf een verfrissende song kunt schrijven. Grijp je kans en kijk hier de kunst van het songwriten af en ga samen met haar en het publiek aan de slag!



THE DAILY INDIE PRESENTEERT: O&A MET SOMEONE

47



Nederland barst van de fantastische popzalen en biedt oneindig veel mogelijkheden om door te breken. Maar door de jaren heen lijkt er een bepaald pad te zijn ontstaan wat je als artiest 'moet' volgen. Someone (Tessa Jackson) kleurt liever buiten de lijntjes en bewandelt haar eigen pad.

INSPIRATIEESSIES

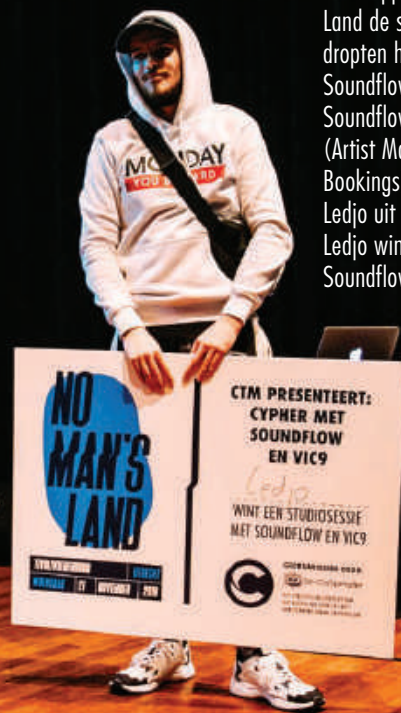
48

ABLETON PRESENTEERT: ORGANISCHE SOUNDS DOOR POLYNATION

Ontdek hoe je live opgenomen sounds, synthesizers, field recordings en andere opgenomen instrumenten kunt verwerken in je producties. Stijn Hosman en Hessel Stuu van Polynation presenteren verschillende Ableton technieken, en laten zien hoe je deze inzet om tot een organische sound en feel te komen.



CTM PRESENTEERT: CYPHER MET SOUNDFLOW EN VIC9



Tien rappers gingen op No Man's Land de strijd met elkaar aan en dropten hun 16 bars op de beat van Soundflow. De jury, bestaande uit Soundflow, Vic9, S10, Froukje Bouma (Artist Manager), Githa Biekman (AT Bookings) en Tim Tóth (CTM), riep Ledjo uit tot de beste MC. Ledjo wint een studio-sessie met Soundflow en Vic9.

CLUB NML

In de panelvorm van onze maandelijkse CLUB NML avonden voorzien we de nieuwe generatie artiesten en muziekprofessionals van kennis.

**GRATIS GELD VOOR JOUW
ARTISTIEKE PROCES. HOE DAN?!**

53/56

BLIJF MENTALE DRUK DE BAAS

57/60

**DE WORSTELING RICHTING HET
EINDPRODUCT**

61/66

THE NEXT STEP NA JE EERSTE HIT

67/70

SCOREN MET STREAMS

71/74

**POPRONDE 2020:
HOE WORD IK GESELECTEERD?**

75/80

GRATIS GELD VOOR JOUW ARTISTIEKE PROCES. HOE DAN?!



Heb jij tijdens je artistieke proces meer tijd, ruimte en aandacht nodig om tot een beter product te komen, dan zijn er in Nederland talloze mogelijkheden om subsidie aan te vragen. In deze sessie vertellen onder andere Massi, Eva van Manen en Ruwhel hoe zij dit voor elkaar hebben gekregen. Waar en waarom zij subsidie hebben aangevraagd, welk budget ze hebben ontvangen en welke partijen hierbij betrokken zijn geweest.

PARTNER:
Fonds Podiumkunsten

MODERATOR: Simon Mamahit
(Poppunt Gelderland/Cultuur Oost)

PANELLEDEN: Ella John
(artiest), Eva van Manen
(artiest), Massi (artiest),
Yorick van Norden (artiest),
Ruwhel (artiest), Michie Simon
(Productiehuis FLOW)

CLUB NML

EVA: "LEUK SUBSIDIE, MAAR UITEINDELIJK IS HET WEL DE BEDOELING DAT JE JE EIGEN GELD GENEREERT. GEBRUIK SUBSIDIE OM DAT GAT TE DICHTEN."

- Informeer jezelf goed en dan blijkt het toch niet zo moeilijk te zijn.
- Het kunnen uitwerken van een concept en het uiteindelijke plan kunnen presenteren, zijn ook heel belangrijk. Artisticiteit bestaat niet alleen uit maken, maar ook uit professionaliteit.
- Wat je doet, moet dichtbij je staan. Als het je gelukkig maakt, dan straalt je dat vanzelf ook uit en dat trekt je fans.
- Je moet niet afhankelijk zijn van subsidie, maar het moet wel je doel zijn om de top te bereiken. Duurzaamheid moet al voor de subsidie aanwezig zijn.
- Laat zien dat je gaat groeien met deze subsidie. Wees open en transparant. Geen schaamte voor vragen stellen; gewoon jezelf zijn.



MASSI: "JE MOET, HEEL CLICHÉ, GEWOON DOEN WAT JE ECHT LEUK VINDT."

BLIJF MENTALE DRUK DE BAAS



Prestatiedruk is geen onbekend fenomeen in de muziekindustrie. Geldzorgen, verwachtingen, belangrijke optredens: er zijn veel factoren die kunnen zorgen voor mentale druk. Druk die niet altijd ten goede komt aan je optimale prestatie. In deze sessie wordt besproken wat je als muzikant kunt doen om je gedachten, gedrag en emoties te controleren. Onder het motto 'presteren kun je leren' gaat het panel in op beheersing van stress en tonen ze hoe dat bijdraagt aan de muzikale prestaties en ontwikkeling.

MODERATOR: Milou Adjanga

PANELLEDEN: Daisy Gubbels (artiestenpsychologie), Marike Jager (artiest), Esther van der Poel (PACCT/Mental Coach), Otto Wichers (Lucky Fonz III)

CLUB NML

MARIKE: "ALS IK MIJ HEEL DONKER VOEL, GA IK HEEL HARD RENNEN."

- Mentale druk kan voor veel stress zorgen. Het onderdrukken van mentale druk werkt vaak averechts.
- Met mensen praten over de druk die je ervaart, is een manier om de druk te verlagen.
- In de muziekwereld heerst een cultuur waar lijden bij het muzikantenbestaan hoort. Het verwerken van psychische problemen blijkt echter niet creativiteit en inspiratie in de weg te staan!
- Muzikanten kunnen het gevoel hebben dat zij hard moeten werken omdat zij anders door anderen worden ingehaald. Dit kan voor stress zorgen.
- Beginnende muzikanten denken vaak dat hun problemen oplossen wanneer zij succes hebben. Helaas is dat niet zo.
- Het is belangrijk om te accepteren dat je soms mindere dagen hebt. Het kan helpen om momenten van rust in te plannen in je agenda.



ESTHER: "JE BENT NIET JE GEDACHTEN, JE HEBT GEDACHTEN."

OTTO: "MET WIENS MOND PRAAT JE ALS JE NIET VAN JEZELF MAG ONTSPANNEN?"



DE WORSTELING RICHTING HET EINDPRODUCT

Hoe ga je als maker om met het snel veranderende muzieklandschap waarin visie, kwaliteit en verdienmodellen continu wisselen? Zorgen dat je strategie, imago en planning helder blijven, is een eerste stap. Echter, de manager heeft een mening, de platenmaatschappij of misschien zelfs je bloedeigen moeder. Hoe werkt democratie in jouw band, aan welke mening hecht je waarde en wie neemt verantwoordelijkheid over welke aspecten? Een gesprek door Simon Akkermans met artiesten, producers en managers biedt inzicht in het artistieke proces.

PARTNER:
EpicRainbowUnicornStudio

MODERATOR:
Simon Akkermans

PANELLEDEN: Nana Adjoa (artiest), Mitchel van Dinther (Jameszoo), Dennis van Leeuwen (Bloomer Records), Tijmen van Wageningen (The Womb Studio)

CLUB NML

MITCHEL: "SOMS HOOR JE MENSEN ZEGGEN DAT ZE DROMEN OVER MUZIEK, WAKKER WORDEN MET EEN MELODIE. IK HEB NIET ZO'N STOOMWALSSEND CREATIEF BREIN."

TIJMEN: "KRITIEK MOET WEL FUNDAMENT HEBBEN. JE MOET WETEN WAT JE ZEGT EN WAAROM JE HET ZEGT. WAT BETEKENET HET VOOR HET EINDRESULTAAT?"

TIJMEN: "MUZIEK OPNEMEN IS EEN MOMENTOPNAME."

- Input van anderen, die je vertrouwt, kan je verder helpen als je vastloopt.
- Als je niet verder komt moet je een nummer soms gewoon even laten liggen en verder gaan met iets dat wel lukt.
- Een producer is er ook voor de maker wanneer deze vastloopt bij het afmaken van een track.
- Als individuele artiest is het zowel voor je eigen groei als voor je band belangrijk dat je weet wanneer je concessies moet doen.
- Een band moet blijven praten, zorgen dat alle leden op een lijn zitten en hetzelfde einddoel nastreven.
- Iets is misschien niet zozeer af, maar wel een beste versie op dat moment.



THE NEXT STEP NA JE EERSTE HIT

67



Je hebt als rapper je eerste hit gescoord, en dan? Om een volgende stap te zetten moet je keuzes maken op het gebied van branding, de inzet van social media, planning, nieuwe singles en featurings. En dan het lastigste knelpunt: geld. Hoe ga je dit financieren wanneer je eerste 100K streams nog geen euro's hebben opgeleverd?

MODERATOR:
Angelo Bromet
(NoLimit/Melkweg)

PANELLEDEN:
PAX the humanoid (artiest),
Gaëtan van de Sande (Trifecta),
Lukie Stalenhoef
(Topnotch/Noah's Ark).

CLUB NML

68

“LIEVER IN HET BEGIN DINGEN NIET DOEN EN ER LATER KLAAR VOOR ZIJN, DAN DINGEN DOEN ZONDER EROVER NA TE DENKEN.”

“YOU ALWAYS HAVE TO HAVE SH*T, OR YOU’RE OUT.”

- Ben authentiek en blijf zoveel mogelijk jezelf, dit is wat het publiek pas echt waardeert.
- Artiesten bepalen zelf wat de hit moet worden, want het helpt niet als een label iets vindt, maar de artiest het zelf niet voelt. Het publiek prikt daar doorheen.
- Het is belangrijk om een goed plan te hebben op zowel muzikaal als PR gebied.
- Het is aan te raden om door te pakken na een hit. Artiesten moeten altijd 2 à 3 releases vooruitdenken.
- Het is belangrijk om jezelf centraal te zetten in alles wat je doet. Blijf bij jezelf en ga strategisch om met de aandacht wanneer je een hit scoort.



SCOREN MET STREAMS



Het lijkt ondenkbaar om in 2019 je muziek niet op Spotify, Apple Music of Deezer aan te bieden. Het aanmelden is makkelijk en je krijgt inzicht in alle cijfers... of toch niet? Want hoe kom je terecht in playlists, heeft een plugger of label écht voordelen en werken de algoritmes wel in jouw voordeel?

MODERATOR: Jasper van Vugt
(OOR/Entertainment Business)

PANELLEDEN: Nina June
(Artiest), Tim Tóth (CTM
Publishing)

CLUB NML

“HET BELANGRIJKSTE IS DAT JE GOEDE MUZIEK MAAKT.”

“BLIJF DICHT BIJ JEZELF, WEET WAT JE WIL EN WAT JE DOELGROEP IS.”

- Lever alles 2 weken voor de release aan bij het streamingplatform, het kan rommelig verlopen. Over het algemeen wil Spotify dat het er een week van tevoren is.

- Bedenk wie je doelgroep is en pas daar je social mediacampagne op aan. Alleen in een playlist staan verkoopt geen kaartjes. Je moet zorgen dat het publiek je daadwerkelijk gaat volgen, de volgende stap zet en naar je profiel gaat.

- Drop niet meteen een EP. Je vraagt dan veel aandacht en tijd van het publiek dat je nog niet kent.

- Niemand heeft zin om je te Googlen, zorg dat alles netjes is gelinkt in jouw profiel.

TIM: “PLAYLISTS ZIJN DE KERS OP DE TAART.”



NINA: “BEELDMATERIAAL IS HEEL BELANGRIJK OM NIEUWE VOLGERS TE WERVEN.”

POPRONDE 2020 HOE WORD IK GESELECTEERD?

75

Popronde is wellicht wel het belangrijkste “festival” waar je als opkomende act wilt spelen. Maar hoe word je nou geselecteerd voor dit rondreizende festival? En hoe kun je het allermeeste halen uit je deelname? Organisatoren leggen uit waarop wordt gelet bij het selecteren van acts en deelnemers geven tips & trucs om jouw act onder de aandacht te brengen.

MODERATOR:
Geneviève Smans
(Friendly Fire)

PANELLEDEN: Eleanor
Dingemans (Three Little
Clouds), Joost Klapmuts
(Popronde Nijmegen/
Waltzburg), Eva van Manen
(artiest), Chris Moorman
(Popronde)

CLUB NML

76



ELEANOR: "IK VOND HET BEST WEL HEFTIG OM 5 DAGEN IN DE WEEK ROND TE TOEREN EN OP HET PODIUM TE STAAN, MAAR AAN HET EINDE VAN DE WEEK WERD IK WEL OVERSPOELD MET VOLDOENING."

EVA: "HET KAN DAT ER NOU NET OP DIE ONBEKENDE LOCATIE EEN RECENSENT IS DIE EEN HEEL MOOI VERHAAL SCHRIJFT OVER JOUW ACT."

EVA: "JE ONTMOET VELE MENSEN DIE PRECIJS HETZELFDE DOEN ALS JIJ, WAARDOOR JE HET GESPREK HEEL MAKKELIJK AAN KAN GAAN MET JE OMGEVING."

- Uiteindelijk blijkt dat het niet "de industrie" is tegen wie je het hebt, maar gewoon tegen mensen die ook doen wat zij heel leuk vinden en dat graag met jou willen delen.

- Om geselecteerd te worden zijn een goede opname, een helder en pakkend nummer en de volgorde van jouw nummers heel belangrijk.

- Je kan Popronde als middel zien of als speeltuin om uit te proberen.

- Stuur niet een te flashy mail over je act, maar denk vooral na als de (Popronde) coördinator: hoe trek je lekker veel publiek.

- Als artiest kan je gewoon aangeven wat voor locatie het beste past bij jouw act.



CRASH COURSES

Krijg in ±30 minuten praktische tips en tricks
voor jouw muziekcarrière.

**MET JE BAND NAAR
HET BUITENLAND**

81/84

**OVERTUIG PROGRAMMEURS
MET JOUW PRESSKIT**

85/88

**FESTIVALS: HOE, WAT
& WANNEER**

89/92

**DE KRACHT VAN
FOTOGRAFIE ONDERSCHAT**

93/96

**OPVALLEN MET JE
COVER ARTWORK**

97/100

**HOE FINACIER JE
EEN GOED IDEE?**

101/104

MUSIC RIGHTS ON TOUR

105/108

KICK-OFF CROWDFUNDING

109/112

**ARTIST BRANDING
& SOCIAL MEDIA**

113/116

JE BAND ALS BUSINESS

117/120

MET JE BAND NAAR HET BUITENLAND



Rijden van show naar show, kilometers afleggen in je tourbus en bouwen aan je fanbase buiten je eigen landsgrenzen. Dit is waar menig band van droomt, maar hoe pak je dat eigenlijk aan en wanneer ben je hier klaar voor? Dutch Music Export brengt je de fijne kneepjes van spelen in het buitenland bij.

PARTNER: Dutch Music Export

DOOR: Marcel Albers

CRASH COURSES

MARCEL: "SUCCES IN DE MUZIEKINDUSTRIE IS WANNEER JE DE REST VAN JE LEVEN KAN LEVEN VAN DE MUZIEK."

- Je kan 20-30 festivals in een jaar doen maar je weet dan bijna zeker dat je die festivals het volgende jaar niet doet, want zo werkt het vaak.
- Het is altijd belangrijk om nuchter en zo objectief mogelijk te blijven kijken naar je eigen muziek.
- Door het vinden van nieuwe markten in het buitenland vergroot je je eigen bereik enorm waardoor je meer kanten op kan met je muziek en je het succes zo veel mogelijk kan benutten.
- Dutch Music Export staat voor een structurele en duurzame aanpak van een brede laag van internationaal actieve en succesvolle artiesten binnen de verschillende genres van de popmuziek in zowel main- als nichemarkten.
- Wil je met je band naar het buitenland? Dan is het belangrijkste het plan. Bereid het goed voor.



OVERTUIG PROGRAMMEURS MET JOUW PRESSKIT



Programmeurs, van kleine en grote events, maken veel afwegingen voordat ze een act boeken. Om ervoor te zorgen dat je opvalt, is een complete presskit onmisbaar. Een goede eerste indruk is immers het halve werk. Tom van der Velpen (Gigstarter) geeft tips en inzichten uit de praktijk die je meteen kan toepassen!

PARTNER: Gigstarter

DOOR: Tom van der Velpen

CRASH COURSES

- Tips voor het opzetten van een profiel op Gigstarter/andere sociale media zijn: Een bondige bio; een goede live video; geen vaste prijs geven, maar een marge; mp3 opnames; doorlinken naar andere sociale media; en recensies en optredens in de media delen.

- Tips voor het benaderen van ervaren boekers zijn: Kijk verder dan de Randstad en waar bevriende artiesten spelen; staar je niet blind op de grote zalen, maar ga (promotionele) samenwerkingen aan met lokale plekken; wacht niet lang met reageren; schroom niet om te bellen.

- Tips voor het benaderen van onervaren boekers zijn: Jij hebt ervaring, dus neem gerust het voortouw; gebruik geen jargon, maar maak een begrijpelijke standaardtekst; wacht niet lang met reageren.



TOM: "WANNEER JE PRESSKIT EN ONLINE CV IN ORDE ZIJN EN JE WEET HOE JE VERSCHILLENDE PROGRAMMEURS EN BOEKERS MOET BENADEREN, DAN BEN JE GOED VOORBEREID OM DE VELE KANSEN TE GRIJPEN DIE DE NEDERLANDSE MUZIEKSCENE BIEDT."

FESTIVALS: HOE, WAT & WANNEER?

89

Is een bomvolle festivalagenda jouw droom? Staat jouw act in 2021 op Glastonbury? Vraag jij je af hoe je geboekt wordt door een festival? Rock Your Business onthult hoe en wanneer je een festivalprogrammeur moet benaderen, wat de overwegingen zijn en welke gage je eigenlijk kunt vragen.

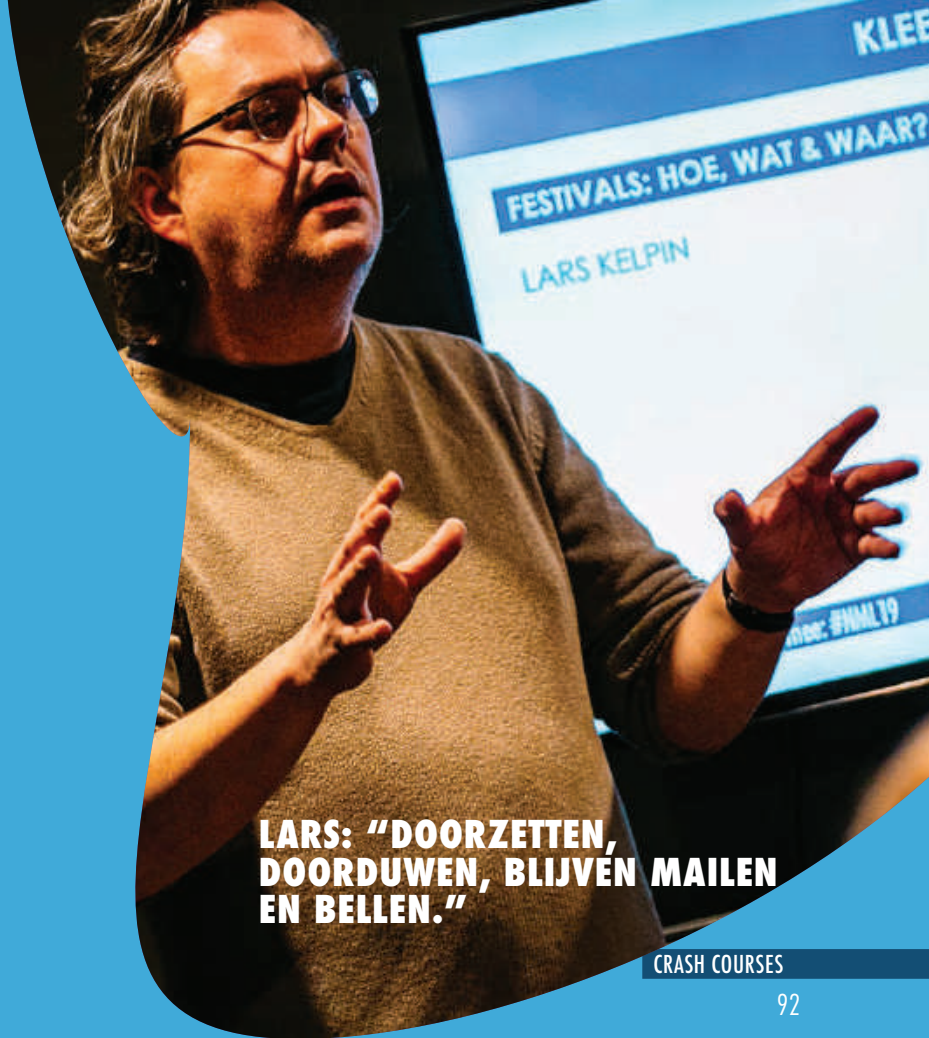
PARTNER: GRAP

DOOR: Lars Kelpin (Rock Your Business)

CRASH COURSES

90

- Kies een klein aantal festivals per keer uit om te benaderen en zorg dat je de line-up van eerdere edities kent om argumenten aan te kunnen voeren waarom jij er goed past.
- Zorg dat je socials, website, foto en bio up to date en op orde zijn.
- Deadlines liggen meestal zo'n 3 tot 4 maanden voor het festival, de maanden februari en maart zijn daarom erg belangrijk voor het benaderen.
- Benader mensen persoonlijk, met een sterke, korte mail.
- Muziek die nog uit moet komen tussen de boeking en het festival werkt vaak goed. Stuur een geheime link mee met een paar tracks bij de benadering.
- Straal enthousiasme uit en geef aan (met argumenten) dat je het festival te gek vindt.
- Zorg dat je goed op de hoogte bent van de gages van acts om je heen.



**LARS: "DOORZETTEN,
DOORDUWEN, BLIJVEN MAILEN
EN BELLEN."**

DE KRACHT VAN FOTOGRAFIE ONDERSCHAT



Wat is de meerwaarde van goede foto's? Vaak is er geen tijd en budget voor beeldmateriaal, dat is zonde. Volg een crash course waarin do's en don'ts worden onthuld en pers-, concert- en backstagefoto's worden besproken. Leer wat je wil uitstralen en hoe je die boodschap overbrengt aan fans.

DOOR: Jessie Kamp

CRASH COURSES

- Tips voor persfoto's:

Kies drie kernwoorden die jouw muziek omschrijven en gebruik deze als basis van je beelduitingen; wees niet bang om voor abstractere of kunstzinnige foto's te gaan; denk vóór een fotoshoot na over waar je het resultaat wil gebruiken; wees niet bang om heldere instructies te geven.

- Tips voor concertfoto's:

Zorg bij bekende plekken dat dit herkenbaar is op de foto's; neem een eigen fotograaf mee; vergeet foto's waar interactie, tussen bandleden onderling en met het publiek, op te zien is niet; plaats de foto's als het kan nog dezelfde avond online.

- Tips voor behind-the-scenes foto's:

Spontane plaatjes helpen om een band te scheppen met je achterban; denk aan repetitieruimtes, backstage, of behind-the-scenes van een videoclip.

- Als jouw apparatuur je belemmert, huur dan eerst een nieuwe camera, zonder direct een grote aankoop te doen.



JESSIE: "HET HEBBEN VAN EEN COHERENT IDEE IS EEN DING, DIT OVERBRENGEN IS EEN TWEEDE."

OPVALLEN MET JE COVER ARTWORK



Je hebt je tracks opgenomen en staat op het punt om ze uit te brengen. Voordat de release een feit is zoek je nog passende cover art, maar waar moet je op letten bij het maken van artwork? Hoe zorg je dat je cover onderscheidend is en waar moet het design eigenlijk aan voldoen?

DOOR: Jesse Koch
(Deauwp/Shots Fired)

CRASH COURSES

JESSE: "SOMS IS EEN SLIDE IN DE DM GENOEG OM IEMAND TE BENADEREN."

- Mensen kunnen gelijk herkennen wat voor nummer ze gaan horen, alleen al door te kijken naar de cover art.

- Doordat je je cover art aanpast aan jouw style en jouw genre, past jouw nummer met jouw cover art ook duidelijker tussen andere nummers in dat genre.

- Omdat je met je cover arts kan bouwen aan je brand, vinden veel designers het fijn om vanaf punt 1 samen te werken met een artiest, zodat zij mee kunnen denken over hoe een nieuwe cover art past bij de eerdere cover arts.

- Kijk wat er wordt gedaan in jouw genre. Wat doen andere artiesten? Wat vind je mooi en wat vind je goed passen?



HOE FINANCIER JE EEN GOED IDEE?



Alle goede ideeën beginnen met een droom, maar grote kans dat er geld nodig is om die droom te verwezenlijken. Maïke Fleuren legt uit hoe je van een goed idee naar de realisatie komt en op welke manieren je hiervoor de financiën kunt verzamelen. Of dat nou via subsidies of crowdfunding is.

DOOR: Maïke Fleuren
(Firma Fleuren)

CRASH COURSES

102

MAIKE: "NETWERKEN IS EN BLIJFT NOODZAKELIJK BIJ HET OPZETTEN EN FINANCIEREN VAN PROJECTEN."

- Kijk of vraag rond in je eigen netwerk en het netwerk van mogelijke bandleden welke connecties je kunnen helpen.
- Werk je idee uit tot een plan om je doel te bereiken.
- Niet iedereen kan een goed verhaal op papier zetten, maar dit is niet per se nodig. Met een idee dat goed in elkaar zit kun je mensen vinden die je hiermee kunnen helpen.
- Het helpt enorm als je de mensen kan laten zien waar hun geld naartoe zal gaan.
- Naast crowdfunding zijn er enkele initiatieven en fondsen beschikbaar, zoek uit van welke (lokale) fondsen je gebruik zou kunnen maken.



MUSIC RIGHTS ON TOUR



Het blijft voor veel muzikanten een moeilijke puzzel: muziek en recht. Moet ieder bandlid zich aansluiten bij Buma/Stemra? Krijg ik voor shows ook geld van Sena? En wanneer is het handig om lid te worden van NORMA? De Nederlandse rechtenorganisaties helpen je vandaag de puzzel op te lossen.

PARTNER: Music Rights On Tour

MODERATOR: Martijn Crama (Basisbagage)

PANELLEDEN:

Nina June (Red Ribbon Music), Lieuwe Roonder (Producer / Musicus), Lucas van Slegtenhorst (Downtown Music)

CRASH COURSES

**“HET GELD DAT NIET WORDT
GECLAIMD WORDT VERDEELD
ONDER DE AANGESLOTENEN,
DIT GELD GAAT NIET NAAR DE
ORGANISATIES.”**

- Buma/Stemra is een auteursrechtenorganisatie die uitbetaalt. Via mijn.bumastemra.nl meld je je werk aan en kan je al je informatie zien.

- Het is belangrijk om te checken of alles klopt, als artiest weet je altijd veel zelf, waar het geld vandaan komt.

- Setlisten moeten ook bij Buma aangeleverd worden, de deadline hiervoor is mei.

- Sena is er voor de uitvoerende kunstenaar en producenten. Het geld gaat voor de ene helft naar de hoofdartiest en de andere helft naar de producent.

- Je kan je als artiest, producent of beide aanmelden bij Sena.

- NORMA is voor de tv- en filmmuziek. In het portal kan je aangeven op welke datum en bij welk programma je bent geweest of je muziek is afgespeeld.



KICK-OFF CROWDFUNDING



Zet je eerste stappen in het vormen van een crowdfundingcampagne! voordekunst geeft tips en laat best practices zien. Na afloop weet je waar crowdfunding voor ingezet kan worden, ken je voor-beelden waarop je je eigen ideeën kunt baseren en neem je een crowdfundingcanvas mee naar huis.

PARTNER: voordekunst

DOOR: Lianne van der Molen

CRASH COURSES

LIANNE: "FEESTDAGEN OF BIJVOORBEELD JE EIGEN JUBILEUM ZIJN LEUK OM AAN TE HALEN BIJ JE TEGENPRESTATIES."

- Het is belangrijk bij je crowdfunding dat je een balans vindt tussen het online benaderen en toch een persoonlijk bericht overbrengen.
- Er zijn vier pijlers bij crowdfunding: Het bedrag dat je wil ophalen; laten zien wie je bent, wat je gaat doen en wat je project inhoudt; hoe je via crowdfunding je draagvlak kan vergroten; en 'wat is je bericht?'
- Je crowdfunding moet concreet, publieksgericht en duurzaam zijn.
- Je kan tegenprestaties aanbieden aan je donateurs, dit is heel leuk, maar het heeft ook nadelen. Ze kosten geld en energie, dus zorg dat ze te voldoen zijn.
- Houd de kosten van je crowdfunding in de gaten. Aan voordekunst betaal je contributie en een percentage van je opgehaalde bedrag.



ARTIST BRANDING & SOCIAL MEDIA



Hoe vind en vertel je jouw unieke verhaal als artiest? Ontdek wat de juiste vragen zijn die je eerst aan jezelf moet stellen en krijg tips die direct toe te passen zijn in de praktijk. Actuele voorbeelden worden gedeeld en handige weetjes passeren de revue.

DOOR: Melanie Esther

CRASH COURSES

114



MELANIE ESTHER: "MENSEN DIE WILLEN KLIKKEN MOETEN OOK IETS TE KLIKKEN HEBBEN."

- Bedenk wie je graag vooraan wil zien bij jouw optreden. Omschrijf die persoon tot in detail, werk dat beeld uit, neem dat als doelgroep en pas daar je marketing, social media, woordkeuze en content op aan.
- Zorg voor een goede biografie en link door naar je website of nummer.
- Plaats op social media regelmatig filmpjes van je muziek.
- Neem mensen mee in het hele proces van het opnemen en uitbrengen van muziek.
- Zorg voor goede interactie met volgers, zoals het liken van reacties.
- 70-20-10 regel: 70% van je posts moet over jou persoonlijk gaan, 20% is wat jou inspireert en 10% is maar promotie.

JE BAND ALS BUSINESS



Wil jij kunnen leven van je muziek? Zorg voor inzicht in je geldstromen. Rock Your Business toont de kneepjes van het ondernemerschap: Wat je inkomstenbronnen zijn, wat de invloed is van een goede (of slechte) deal, wat een goed verdienmodel is en wat de waarde is van boekers, managers, labels en uitgevers.

PARTNER: GRAP

DOOR: Lars Kelpin
(Rock Your Business)

CRASH COURSES

- De grootste inkomstenbron in de muziek is live inkomsten. Probeer in de ontwikkeling van je gage een duidelijk beeld te krijgen waarmee je kosten alleen maakt als er perspectief is deze terug te verdienen.

- Masterinkomsten verdien je fysiek via de verkoop van vinyl en cd's en online via downloads zoals Bandcamp en via streaming op Spotify, Apple Music, Deezer, etc.

- Merchandise is een onderschatte inkomstenbron voor beginnende artiesten. Het levert inkomsten, maar ook gratis reclame op. Gebruik de opbrengst in eerste instantie voor nieuwe merchandise en verkoop items als stickers en tasje nooit los, de laagste prijs is altijd een cd of EP.

- Sponsoring komt behalve op apparatuur en soms kleding niet veel voor in de muziek, maar het kan zeker op lokaal niveau toch interessant zijn.



GEORGANISEERD DOOR



De Coöperatie

MEDE MOGELIJK GEMAAKT DOOR



Gemeente Utrecht



FONDS BEELDENDE
CULTUURFONDS

PARTNERS



GUTS