



Onderzoeksrapport
uitgevoerd voor **Buma Cultuur**
door:
Perfect & More BV
Postbus 2100
1200 CC Hilversum

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

2008



Datum: 16 januari 2010
Presentatie: EuroSonic Noorderslag Groningen

Auteurs: Sieb Kroeske
Joke Fictoor

Aantal pagina's: 33
Aantal bijlagen: 3
Opdrachtgever: Buma Cultuur

Projectnaam: Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

© 2010 Perfect & More BV in opdracht van Buma Cultuur, Hilversum.
Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch door fotokopieën, opnamen of enig andere manier, zonder uitdrukkelijke toestemming van Buma Cultuur.
Het ter inzage geven van dit rapport aan direct belanghebbenden is toegestaan.

No part of this document may be reproduced in any way whatsoever without the written permission of Buma Cultuur.

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

INHOUDSOPGAVE:

Executive Summary	3
1. OPDRACHT	5
1.1 Aanleiding	5
1.2 De opdrachtgever	5
1.3 Opdrachtformulering en onderzoeksdoelen	6
1.4 Afbakening	7
1.5 De opdrachtnemer	8
1.6 Methodologie	9
2. ONDERZOEK	10
2.1 Export van de Nederlandse populaire muziek	10
2.2 Meest opvallende individuele activiteiten/successen 2008	14
3. ONDERZOEKSRESULTAAT EN CONCLUSIES	26
3.1 Meetinstrument	26
3.2 Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek	27
3.3 Nawoord	28
Literatuur	30
Bijlagen	31

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

EXECUTIVE SUMMARY

De export van Nederlandse muziek is wederom gestegen. In 2008 met 15 procent in vergelijking tot 2007. Op het gebied van dance blijft Nederland tot de absolute top behoren met artiesten als Tiësto, Armin van Buuren, Laidback Luke, Ferry Corsten, Fedde le Grand, Richard Durand, Marco V, Sander Kleinenberg, Menno de Jong en Sander van Doorn. Opvallend is dat de erkenning van het gecombineerde singer/songwriter/producers-talent uit Nederland steeds meer wordt gewaardeerd, voorbeelden hiervan zijn o.a. Giorgio Tuinfort (zijn samenwerking met de Amerikaanse topartiest AKON is alom bekend inclusief de grote successen) en Tony Cornelissen (die songs schrijft voor o.a. Chipz en Cascada en daarmee grote hits scoort in Europa). In totaal zijn meer dan 170 Nederlandse artiesten in grote of redelijke mate actief geweest in het buitenland in 2008.

De waarde die de Nederlandse muziekexport toevoegt aan de Nederlandse economie bedraagt in 2008 naar schatting € 50,2 miljoen. Rond 35 procent daarvan komt voor rekening van de dance-muziek. Dat is het resultaat van het onderzoek dat Perfect & More bv heeft uitgevoerd naar de exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek in 2008. Het gaat om jaarlijks onderzoek sinds 2005 in opdracht van Buma Cultuur. In 2004 heeft TNO het onderzoek uitgevoerd.

Het bedrag van € 50,2 miljoen verwijst naar de opbrengsten van de exploitatie van Nederlandse muziek in het buitenland na aftrek van gemaakte kosten maar inclusief salarissen, winst en belasting. Het onderzoek is gebaseerd op gegevens van rechtenorganisaties en informatie van belangrijke bedrijven uit de Nederlandse en buitenlandse muziekbranche.

Rechten		
	2008	
Buma	8.9	17.8%
Stemra	3.8	7.6%
Sena	1.8	3.6%
Subtotaal	14.6	29.1%
Opnamen		
	2008	
Dance labels	3.3	6.5%
Majors	2.9	5.8%
Overigen	2.0	4.0%
Buit. signings	0.6	1.2%
Subtotaal	8.8	17.5%
Optredens		
	2008	
Dance	14.5	28.9%
Overig	12.3	24.5%
Subtotaal	26.8	53.4%
Totaal	50.2*	100%

* stijging van 15% t.o.v. 2007

Tabel 1: Overzicht van de waarde in miljoenen € en % door de Nederlandse muziekexport in 2008

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

Van de Nederlandse muziekexport is ongeveer 29,1 procent afkomstig uit auteursrecht en naburige rechten (€ 14,6 miljoen), 17,5 procent komt van de exploitatie van opnamen van Nederlandse artiesten in het buitenland (€ 8,8 miljoen) en 53,4 procent van optredens van Nederlandse artiesten over de grens (€ 26,8 miljoen). Vergelijken we deze cijfers met eerdere jaren (tabel 9 en bijlage 1) dan zien we behalve een totale stijging ook een verschuiving binnen de segmenten ten gunste van *optredens* en ten koste van *opnamen* (dance-labels en majors) en *rechten* (Stemra verveelvoudiging/mechanisch reproductierecht). Een verschuiving die logischerwijs voortvloeit uit de digitalisering van de muziekindustrie.

Bij de inkomsten van BUMA en Stemra is en blijft Duitsland het belangrijkste exportland met ruim 22 procent van de inkomsten, dan België met 17 procent, gevolgd door Frankrijk en Groot Brittannië. Opvallend is Polen op de vijfde plaats (tabel 8).

Vergelijkingen met exportcijfers van andere landen die onderzoek doen naar de exportwaarde van populaire muziek is niet goed mogelijk omdat daar andere methoden en definities worden gebruikt. Een vergelijking met andere kunstsectoren of andere exportindustrieën vallen buiten de scope van dit project.

In dit rapport is gekozen voor het meten van de toegevoegde waarde die wordt gerealiseerd met de export van de muziek (rechten, opnamen en concerten/optredens). Hiermee wordt de exportwaarde van aan muziekexploitatie gerelateerde bedrijven niet meegerekend. In dit onderzoek gaat het om de direct gerelateerde zaken met betrekking tot de muziek.

Tijdens de uitvoering van de meting blijkt dat veel gegevens door bedrijven en instellingen slechts zelden of niet worden verstrekt voor onderzoek. De informatie van instanties als BUMA, Stemra en SENA zijn wel exact en betrouwbaar. De exportwaarde van opnamen en optredens is minder betrouwbaar. Om die betrouwbaarheidsfactor te verkrijgen was een bijna dagelijkse waakzaamheid noodzakelijk. Dit alles leidt ertoe dat de genoemde waarden in dit rapport over 2008 van € 50,2 miljoen het karakter hebben van een gefundeerde schatting.

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

1. OPDRACHT

1.1 Aanleiding

In 2006 verschijnt het TNO-rapport *Exportwaarde van Nederlandse populaire muziek* over 2004 (publicatie mei 2006 Rutten & Hoogendoorn). Dit onderzoek, in opdracht van Buma Cultuur, krijgt voor 2005 geen vervolg. In 2007 vragen toenmalig onderzoeker Paul Rutten en Buma Cultuur aan Perfect & More BV om het onderzoek te continueren. Perfect & More BV richt in 2007 haar onderzoek naar de exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek op 2006 maar doet er tegelijk al het mogelijke aan om alsnog 2005 in kaart te brengen. In 2008 wordt 2007 onderzocht en in vervolg op dit rapport ligt nu het onderzoek uit 2009 naar 2008 voor u.

1.2 De opdrachtgever

Buma Cultuur bestaat sinds 1962 en houdt zich bezig met de ondersteuning en promotie van de Nederlandse lichte muziek in binnen- en buitenland. Daartoe wordt ze met name in staat gesteld door de auteursrechtorganisatie BUMA die in Nederland verantwoordelijk is voor incasso en repartitie van openbare uitvoeringsrechten. Buma Cultuur voert in samenwerking met partners in binnen- en buitenland een groot aantal projecten uit die Nederlandse muziek ten goede komen.

Een belangrijke component van de promotieactiviteiten van Buma Cultuur is gericht op het buitenland. Een succesvolle promotie van Nederlandse lichte muziek in het buitenland komt ten goede aan Nederlandse auteurs, uitgevers, uitvoerende artiesten en producenten. De belangrijkste financier is auteursrechtenorganisatie BUMA.

BUMA is verantwoordelijk voor de incasso en verdeling van openbare uitvoeringsrechten in Nederland en zorgt, door haar contacten en contracten met buitenlandse zusterorganisaties, dat Nederlandse rechthebbenden de vergoedingen ontvangen van het gebruik van hun werken in het buitenland.

Voor een aantal projecten, zoals MusicXport.nl, krijgt Buma Cultuur ondersteuning van de landelijke overheid. Dit ligt in het verlengde van de aandacht en ondersteuning die Buma Cultuur, samen met andere partijen uit de Nederlandse muziekwereld, waaronder Muziek Centrum Nederland (MCN, v/h Het Nationaal Popinstituut - NPI), schenkt aan de promotie van de Nederlandse populaire muziek in het buitenland. Zoals tabel 2 laat zien, zijn er voor popartiesten niet heel veel mogelijkheden om subsidies of fondsen te verkrijgen.

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

- *MusicXport.nl*¹ is een initiatief van Buma Cultuur en het Muziek Centrum Nederland (MCN) om de positie van Nederlandse artiesten in het buitenland te verbeteren en mogelijkheden te vergroten. Dit gebeurt bijvoorbeeld door: contact met en informatievoorziening aan agenten, promoters, festivals, muziekmaatschappijen, media en promotiebureaus. Verder ondersteunt MusicXport.nl releases en optredens van bands met relevante vormen van additionele promotie, advies en analyse van plannen met betrekking tot de relevante buitenlandse markt. Het huidige programma richt zich vooral op de buitenlandervaring voor de persoonlijk manager van artiesten.
- het *Programma Starters Buitenlandse markten* (PSB) van het ministerie van Economische zaken (EZ) voor marktverkenning, beurs/symposiumbezoek, promotiemateriaal, juridisch advies en partnerprogramma's voor 50% van de gemaakte kosten per aanvraag
- *Nederlands Fonds voor Podiumkunsten*². Een andere instantie waar bands en poppodia wellicht subsidie kunnen krijgen, is het *Nederlands Fonds voor Podiumkunsten*+. Dit fonds stelt zich ten doel een bijdrage te leveren aan de duurzame ontwikkeling van de kwaliteit en veelzijdigheid van de amateurkunst en de podiumkunsten in Nederland én de vertoning daarvan in het buitenland.
- *Prins Bernhardcultuurfonds*³. Dit fonds is werkzaam op de volgende terreinen: podiumkunsten, beeldende kunsten, monumentenzorg, natuurbehoud en studiebeurzen. Het Cultuurfonds reageert allereerst op verzoeken uit het veld, maar wanneer het lacunes in het culturele aanbod signaleert, kan het ook met eigen initiatieven komen of met geormerkte bijdragen. Naast financiële steunverlening en eigen initiatieven kent het Cultuurfonds een aantal prijzen waarmee jong talent wordt aangemoedigd of een oeuvre wordt bekroond.

Tabel 2: Voorbeelden van subsidie en fondsverstrekkers

1.3 Opdrachtformulering en onderzoeksdoelen

Om meer zicht te krijgen op de context en uitgangssituatie van de buitenlandse promotieactiviteiten en op de resultaten ervan en haar beleid daarop in te kunnen steken, heeft Buma Cultuur behoefte aan betrouwbare informatie over de exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek die periodiek en continue wordt uitgevoerd. Daarom heeft ze in 2005 het initiatief genomen tot onderzoek naar de exportwaarde van Nederlandse popmuziek (over 2004). Toen door TNO, die een basis heeft gelegd voor een periodiek te herhalen meting. Het vervolgonderzoek in de jaren daarna is door Perfect & More BV gedaan.

De uitgangspunten van Buma Cultuur zijn vooral muziekgecentreerd en zijn niet gericht op de spin-off effecten die vanuit de muziekeconomie gelden voor het bredere muziekindustriecluster en zelfs de rest van de economie.

Het onderzoek richt zich op alle vormen van exploitatie van de Nederlandse populaire muziek op de buitenlandse markt: rechten (auteursrechten en naburige rechten), opnamen en optredens.

Onderzoeksdoel:

Het in kaart brengen van de exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek over 2008.

¹ www.mcn.nl

² www.nfpk.nl

³ www.prinsbernhardcultuurfonds.nl

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

1.4 Afbakening:

In tijd: Elk jaar wordt onderzoek verricht naar het jaar er voor. In januari volgend op het onderzoeksjaar worden de resultaten gepresenteerd tijdens EuroSonic Noorderslag Groningen.

In plaats: Er wordt gekeken naar de activiteiten door Nederlandse popartiesten over de gehele wereld. Deze wereldmarkt wordt geclusterd naar 5 *exportmarkten* te weten:

1. De Engelstalige markt (Verenigde Staten, Canada, Groot Brittannië, Ierland, Australië)
2. De continentaal Europese markt
3. De Latijns-Amerikaanse markt
4. De Aziatische markt
5. De Afrikaanse markt

In bron (uitgangspunten):

Om de Nederlandse muziekexport in kaart te kunnen brengen, moeten allereerst criteria gesteld worden. Wat behoort tot Nederlands product als het om populaire muziek gaat? Met betrekking tot de exportwaarde van muziek zijn verschillende definities gangbaar. De keuze voor een bepaalde definitie heeft te maken met het gekozen perspectief. Vanuit het perspectief van auteursrechtenorganisaties is vaak vooral van belang dat het gaat om Nederlands auteursrecht. Vanuit Nederlandse muzikanten beschouwd, staat voorop dat het gaat om Nederlandse uitvoerende artiesten of in bredere zin, muzikanten die in de Nederlandse muziekpraktijk zijn geworteld. Binnen de muziekindustrie spreekt men van lokaal repertoire in de betekenis van 'local signings'. Dat kunnen dus vanuit Nederlands perspectief ook buitenlandse artiesten zijn die in Nederland onder contract staan. Binnen dit onderzoek gaat het om muziek die wordt uitgevoerd door Nederlandse muzikanten of om muzikanten die zijn geworteld in de Nederlandse muziekpraktijk, ongeacht de nationaliteit van de rechthebbenden op de uitgevoerde composities. Daarnaast wordt daartoe ook gerekend de muziek die het werk is van Nederlandse componisten en tekstdichters.

- De criteria voor het *Nederlandse populaire muziekproduct* zijn voor dit rapport als volgt uitgewerkt:
 1. Muziek (composities en teksten) die het werk is van componisten en tekstdichters met de Nederlandse nationaliteit.
 2. Muziek die wordt uitgevoerd door muzikanten met de Nederlandse nationaliteit of muzikanten die zijn geworteld in de Nederlandse muziekpraktijk, ongeacht de nationaliteit van de rechthebbenden op de uitgevoerde composities.
 3. Nederland als land van vestiging van de uitgever (publisher)
 4. Nederland als land van vestiging van de producent van de opname (land van signing)

De criteria onder 1 en 2 vallen in de praktijk vaak samen; wanneer Nederlandse muzikanten muziek van eigen hand uitvoeren. Dat is niet het geval wanneer Nederlandse muzikanten composities van buitenlandse auteurs uitvoeren en wanneer buitenlandse muzikanten Nederlandse composities vertolken.

- *Populaire muziek*

Onder populaire muziek verstaat Buma Cultuur lichte muziek.

In dit onderzoek merken we daarbij de muziekgenres als in tabel 3 weergegeven aan.

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

<i>Muziekstijlen populaire muziek</i>						
pop/rock	dance	pop.klassiek	Levenslied/feest/schlagers	HaFaBra	various/jazz/crossover/world	RTV
algemeen populair	algemeen dance	alg pop klassiek	levenslied/volksmuziek	Harmonie	alg pop jazz	commercials
country	house	instrumentaal	feestmuziek	Fanfare	instrumentaal	tunes
ballad/chanson	trance	ballroom	schlagers	Brass	wereldmuziek	jingles
nederlandstalig	techno	opera			overige	
palingstijl						
NL dialect						
instrumentaal						
algemeen rock						
blues						
hardrock						
metal						
punk						
gothic						
alternative						
instrumentaal						
urban						
R&B						
soul						
hiphop						
instrumentaal						
rap						
reggae						
latin						

Een lied kan binnen een hoofdcategorie onder meerdere subs thuis horen.
Hoofdcategorieën volgens indeling BUMA/Stemra

Tabel 3: Genre-indeling populaire muziek

- Exportwaarde

De exportwaarde verwijst naar de opbrengsten van de exploitatie van Nederlandse muziek in het buitenland na aftrek van gemaakte kosten maar inclusief salarissen, winst en belasting. Het onderzoek is gebaseerd op gegevens van rechtenorganisaties en informatie van belangrijke bedrijven uit de Nederlandse en buitenlandse muziekbranche.

1.5 De opdrachtnemer

De eigen identiteit van de onderzoeker is nooit helemaal uit te schakelen en heeft dus invloed op het onderzoek. Om die reden geven we hier aan welke relevante bagage de onderzoekers in het licht van dit onderzoek meebrengen. Perfect & More bv is opgericht in 2007 door beide onderzoekers. Het bedrijf beweegt zich in de radio- en muziekindustrie. Verschillende werkzaamheden die de oprichters in voorgaande jaren op persoonlijke titel uitvoerden, vallen nu in de besloten vennootschap. Onderzoek is één van de divisies van Perfect & More bv.

S.L. Kroeske (Sieb) is al jaren werkzaam in zowel de muziek- als radiobranche (Radio Veronica, Veronicablad, Stichting Nederlandse Top 40, Ariola Benelux/BMG, Stichting Mega Top 50, Mega Media).

Sieb is onder andere:

- docent radiomanagement bij de hbo-opleiding Media & Entertainment Management INHolland Haarlem,
- gastdocent bij diverse instellingen voor radiomanagement, muziekmanagement en hitlijsten,
- marktonderzoeker in de radio- en muziekbranche bij Perfect & More.
- voorzitter van de Zilveren Harpen jury,
- artist & band-coach bij Perfect & More,
- auteur van het eerste boek *Hitdossier* (1976) en auteur van de boeken *Basisboek Muziekmanagement* (2007) en *Radiomanagement* (2008).

J.M. Fictoor (Joke), is van 1989 -1997 audiovisueel-programmamaker, daarna medeoprichter van de eerste hbo-opleiding Media & Entertainment Management

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

INHolland Haarlem en later research fellow bij het lectoraat Media & Entertainment Management. Sinds 2009 promovenda popmuziek bij de Universiteit Leiden.

Joke is onder andere:

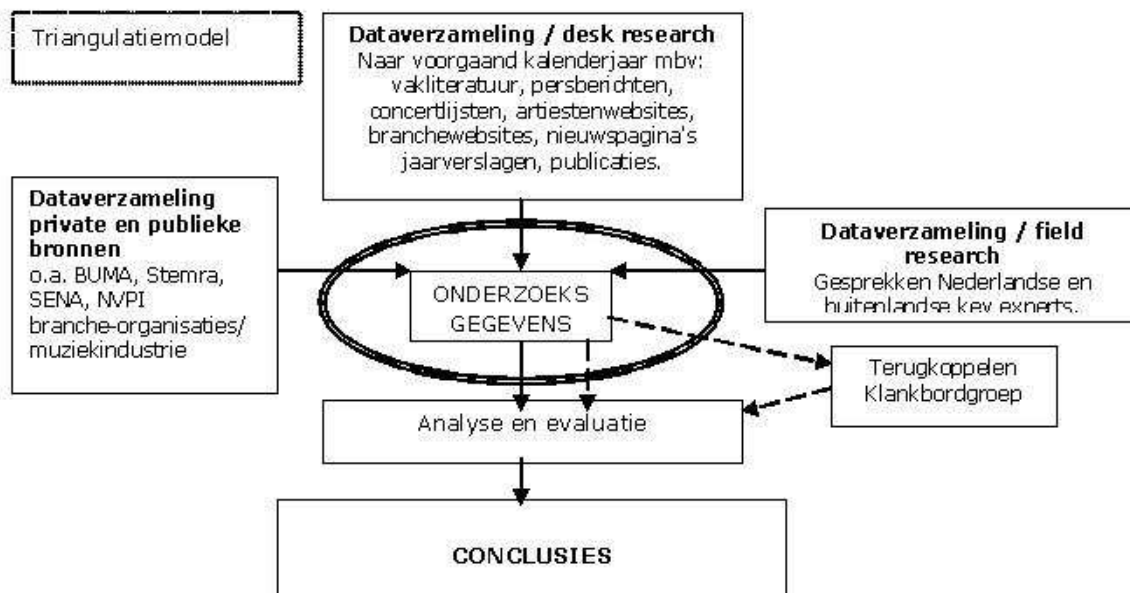
- docent Conceptontwikkelen voor televisie, Trendwatchen, Media-ethiek bij INHolland Haarlem,
- directeur en docent Muziekmanagement bij de Hilversum Media Business School,
- artist & band-coach bij Perfect & More,
- onderzoeker bij Perfect & More en bij de Universiteit Leiden (promovenda),
- auteur van de boeken *Televisiemaken: van idee tot programmaformat* (2006), *Basisboek Muziekmanagement* (2007), *Televisiemaken: van programmaformat tot uitzending* (2007), *Radiomanagement* (2008).

1.6 Methodologie

Om inzicht te krijgen in de kennis die nodig is om de doelstelling te bereiken, moet de probleemsituatie worden geanalyseerd aan de hand van een conceptueel model. Dit model geeft:

- de grenzen van het onderzoeksmodel,
- de selectie van de variabelen,
- de relaties tussen deze segmenten.

In het conceptueel model laten de onderzoekers zien welke variabelen voor het onderzoek relevant zijn.



Tabel 4: conceptueel model

Validiteit

Voor de controleerbaarheid van het onderzoek is gebruik gemaakt van:

- Datatriangulatie:

Er worden meerdere databronnen gebruikt:

1. Desk research
2. Overleg met experts
3. Private en publieke bronnen:
* *Statistieken bij branche- en koepelorganisaties*

Door verschillende brancheorganisaties worden statistieken verzameld die een licht kunnen werpen op de vraag die in het beoogde onderzoek centraal staat. Daarbij gaat het met name om de NVPI (de brancheorganisatie van de Nederlandse entertainmentsector), BUMA/Stemra (de Nederlandse organisaties verantwoordelijk voor incasso en repartitie auteursrechten met betrekking tot openbare uitvoering en mechanische reproductie voor haar aangeslotenen in

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

Nederland en internationaal) en SENA (de Nederlandse organisatie verantwoordelijk voor incasso voor naburige rechten voor wat betreft de openbare uitvoering voor haar aangeslotenen in Nederland en internationaal).

* *Gegevens van representatieve bedrijven in de sector*

Een andere mogelijkheid die in dit onderzoek wordt gebruikt, is gegevensverzameling direct bij de bron, de bedrijven en instellingen die de rechten bezitten op de muziek die internationaal wordt geëxploiteerd en die daarmee een direct zicht hebben op de gerealiseerde revenuen. Daarmee is in eerder onderzoek ervaring opgedaan door TNO.

Met behulp van deze triangulatie kan worden geverifieerd of de onderzoeksgegevens op correcte wijze zijn vastgesteld. Het moet leiden tot convergentie, de conclusies moeten in dezelfde richting wijzen. Indien dit niet het geval is, kan worden vastgesteld dat er verschillende interpretaties zijn die een completer beeld van de empirische werkelijkheid opleveren.

- Member checks

De interpretaties en onderzoeksbevindingen worden besproken met deskundigen; vertegenwoordigers van het werkveld. Deze klankbordgroep komt niet plenair bij elkaar, maar dient de onderzoekers op verzoek van advies. Het profiel van deze klankbordgroep is als volgt:

- Vertegenwoordiging van BUMA, Stemra en SENA;
- Vertegenwoordiging van de muziekproducenten van opnames en geluidsdragers, (NVPI, majors en independents);
- Vertegenwoordiging van auteurs en muzikuitgevers;
- Vertegenwoordiging van uitvoerend muzikanten;

2. ONDERZOEK

2.1 Export van de Nederlandse populaire muziek

In onderzoeken naar het economisch belang van de Nederlandse populaire muziek gaat de aandacht veelal uit naar de economische betekenis van de exploitatie op de nationale markt. Een goede 'performance' op de thuismarkt is immers van groot belang voor componisten en uitvoerend muzikanten, uitgevers van muziek en producenten en exploitanten van opnamen en de muziekmaatschappijen. Echter ook een succesvolle exploitatie in het buitenland is van groot belang voor de opbouw van een gezonde, op continuïteit gestoelde muziekindustrie. Muziek die louter op de nationale markt kan worden verkocht, krijgt te maken met een exploitatieplafond, een plafond dat in de laatste jaren lager is komen te liggen door de teruglopende markt van de geluidsdrager. Om voldoende inkomsten te genereren voor een gezonde winstpositie en om de noodzakelijke budgetten voor nieuwe producties vrij te kunnen maken is het voor de muziekindustrie een steeds grotere noodzaak om ook in het buitenland succes te boeken.

De informatie van de rechteninkomsten is nauwkeurig, die over de exploitatieopbrengsten van opnamen en optredens in het buitenland een gefundeerde schatting. De waarde die in dit onderzoek voor die onderdelen is bepaald, is gebaseerd op een beperkt aantal informatiebronnen. Echter op basis van de ervaring van het onderzoek van 2004 en 2005/2006 en 2007 plus het netwerk van de onderzoekers zijn wederom meer exacte data verkregen. Uit overleg met verschillende partijen blijkt wel dat men bereid is om mee te werken, de tijdfactor (het op tijd aanleveren van data), en het vertrouwen spelen hierbij een rol. We zijn daarom blij dat verschillende partijen bereid waren om informatie af te staan. We hopen hiermee een nog betere basis te kunnen leggen voor de toekomst met steeds betere en goed onderbouwde feiten.

De meest exacte cijfers hebben betrekking op rechten en royalties. Die cijfers staan vrijwel gelijk aan de gerealiseerde waarde, er hoeven nauwelijks tot geen kosten op in mindering te worden gebracht.

De waarde van de popmuziekexport in dit project is gebaseerd op de gerealiseerde waarde van auteursrechten (openbaarmaking/uitvoeringsrechten en verveelvoudiging/mechanische rechten), naburige rechten (openbaarmaking en verveelvoudiging), artiestenroyalties, producentenroyalties, geluidsdragers (fysiek/digitaal) en optredens.

Het belang van export en exploitatie

Om voldoende inkomsten te genereren voor een gezonde winstpositie en om de noodzakelijke budgetten voor nieuwe producties vrij te kunnen maken, is het voor de muziekindustrie een steeds grotere noodzaak om ook in het buitenland succes te boeken. Het opbouwen van succes in het buitenland wordt voor een Nederlandse artiest/groep van steeds groter belang om te overleven. Vooral omdat binnen de muziekindustrie de kansen minder groot worden met een kleiner wordende markt, waarin het teruglopende volume van de muziekmarkt door fysieke verkopen een feit is. Wanneer een Nederlandse artiest in eigen land succesvol is, wordt de grondslag voor exploitatie in het buitenland groter. Dat is echter geen wet van Meden en Perzen. Zeker binnen de dance-wereld kan een Nederlandse dj soms zelfs makkelijker iets in het buitenland opbouwen dan in eigen land.

Voorafgaand aan een succesvolle exploitatie in het buitenland is promotie noodzakelijk. Vooral jonge (onervaren) artiesten en groepen met nog onvoldoende brede basis (steun), hebben support nodig buiten de vaste waarde in eigen land.

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

Inkomstenbronnen

De verkoop van singles, albums en dvd's in het buitenland levert de artiest/groep artiestenroyalties op die traditioneel de muziekmaatschappij uitbetaalt. Daarnaast ontvangen de auteurs van de composities, die op de verkochte geluidsdragers zijn opgenomen, inkomsten op basis van hun auteursrecht. Wanneer de opnamen op de buitenlandse radio of televisie te horen of te zien zijn of via internet worden gestreamed, ontvangen ze eveneens vergoedingen. De verkoop van geluidsdragers en downloads in het buitenland zorgt voor een inkomstenstroom naar Nederland.

Een tweede manier waarop het talent wordt geëxploiteerd, is het geven van concerten/optredens. Deze inkomsten bestaan uit gages en rechten op composities die live worden vertolkt tijdens de buitenlandse concerten/optredens.

Ten derde zorgen de inkomsten uit verkopen van merchandise in het buitenland voor een inkomstenstroom. Fans van groepen/artiesten willen graag in het bezit komen van merchandise van hun idool. Bezoekers van een evenement willen met de aanschaf van merchandise laten zien dat ze er bij waren.

Exportmogelijkheden

Op verschillende manieren kan een basis in het buitenland worden gelegd. Voor de pop- en rockartiest/groep is optreden in zalen vaak een eerste vereiste. Het deelnemen aan sociale netwerken, zoals My Space, YouTube, Last FM en Facebook zorgt er voor dat de artiest internationaal fans kan bereiken. In eerste instantie zijn de optredens een enorme investering, met als doel 'werken aan bekendheid', voordat er maar enigszins sprake kan zijn van terugverdienen. Het is prettig indien er een album beschikbaar is, om o.a. tijdens optredens te verkopen, maar het is tegenwoordig geen vereiste meer.

Wanneer een artiest de buitenlandse markt wil betreden, dient hij zich te onderscheiden van de al aanwezige 'concurrentie'. Veelal is via de lokale media enige vorm van aandacht te krijgen, maar ook hierbij speelt de eventueel lokale concurrentie een rol. Net als in andere creatieve industrieën is niets zeker en dient er rekening gehouden te worden met het feit dat succes beperkt en onvoorspelbaar is.

De exportmogelijkheden van de Nederlandse populaire muziek zijn minder groot dan van grotere economieën zoals de Verenigde Staten, Canada en Groot-Brittannië. Het succes van de Nederlandse dance-scene geeft aan dat er toch veel mogelijkheden zijn. Dance is extreem populair in Rusland⁴. Behalve in het genre dance zijn in andere genres ook artiesten als Hans Theesink, Antillectual, Epica, No Turning Back, André Rieu, Peter Pan Speedrock, Born From Pain, The Ex, Within Temptation en de Saskia Laroo band vinden hun weg op de exportmarkt. Een voorbeeld van een opvallende aanpak is de overstap die André Rieu van Nederland maakt naar Duitsland en vervolgens Europa en daarna de wereld. De stap te durven nemen naar 'groter' betekent hierbij het eigen land een stuk durven loslaten. Bij André Rieu is de factor 'think big' inmiddels ook van toepassing gezien de toekomstplannen. Goud en platina verkopen in steeds meer landen van de wereld, ruimte maken voor (televisie)-promotie op het juiste moment, en steeds grotere optredens maken van hem een fenomeen. Het Noord-Amerikaanse tournee in 2006 langs 25 steden door de Verenigde Staten en Canada legt voor André Rieu de basis voor nog groter succes in 2007 en 2008. Vrijwel alles met betrekking tot productie en optredens heeft hij in eigen hand genomen. Dit moet artiesten in Nederland (en daarbuiten) stimuleren om met een goed doordachte aanpak en support (ondersteuning op financieel, management en persoonlijk vlak) door te zetten. Hierbij geldt dat 'de aanhouder wint'. Het geloof in jezelf en in het product is van zeer groot belang. Uiteraard moeten de kansen er zijn, maar ze zijn te creëren, mits ze zich voldoende onderscheiden. Veel artiesten laten zich ook makkelijk vertellen door 'adviseurs' dat ze het gaan maken en denken dat vanaf dat moment ook. Maar wat zegt het publiek, is de live performance voldoende om het publiek aan te spreken? Is het repertoire voldoende sterk? Het succes van één nummer en wellicht één album maken nog steeds geen garantie voor blijvend succes.

⁴ Fonteney, Eric de (8.2.2009) *Emerging music markets: Russia and mobile music*, www.musicdish.com/mag/index.php3?id=12327

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

Export van Nederlandstalige muziek

Export van Nederlandse populaire muziek is er ook in de eigen taal. Het gebied voor export van Nederlandstalige muziek blijft grotendeels beperkt tot Vlaanderen en soms Zuid-Afrika, zoals in 2008 voor Stef Bos. Alleen in Vlaanderen in 2008 voor Frans Bauer, Jeroen van der Boom, Spinvis en Thé Lau. Vlaanderen is voor Nederlandstalige artiesten een afzetmarkt met kansen. Muziek die ook in het buitenland kan worden geëxploiteerd, is in ieder geval niet erg cultuurbepaald door het land van herkomst (Nederland in dit geval), maar heeft duidelijk internationale potentie. Nederlandstalige muziek heeft kansen over de grenzen, ook als het nummer in het buitenland is vertaald.

Digitalisering⁵

Het consumeren van muziek is nog steeds groeiende. Hierbij speelt de enorme toename binnen de digitale markt een zeer belangrijke rol. Digitalisering kan worden gezien als het kritieke moment dat onder andere invloed heeft gehad op artiest, muziekmaatschappij, publisher, productieproces, distributeur, geluidsdrager, live entertainment, ticketverkoop, en afnemers. Het gedrag van de consument is veranderd omdat de technologie er is.

Welke kansen biedt digitalisering bij de export van muziek?

- *Grenzen fysieke afzetmarkt vervagen*

Digitalisering werkt globalisering in de hand. Door de digitalisering kan de Nederlandse muziekindustrie profiteren van het schaalvoordeel dat de internationaal succesvolle landen als de Verenigde Staten en Groot Brittannië al jarenlang voor zich laten werken. Duitsland en Rusland vertegenwoordigen de grootste internetpopulatie van Europa. China, de Verenigde Staten, India en Rusland zijn de vier grootste mobiele markten. Long tail⁶- en nichemarkten zijn eenvoudiger bereikbaar.

- *24/7 distributie*

Digitale bestanden zijn 24/7 on demand beschikbaar voor de consument. Ook beginnend talent kan tracks uploaden.

- *Kostenbesparing*

Internetdistributie is vrijwel kosteloos en milieuvriendelijk (geen transport). De productiekosten van een dragerloze digitale muziekopname zijn veel lager. Retailkosten kunnen worden bespaard door directe verkoop aan de consument (webwinkels; downloadportals; artiestenwebsites); online verkoopmogelijkheden van tracks, cd's, dvd's, ringtones, realtones, wallpapers, tickets, merchandise et cetera. Ook promotie kan op een nieuwe goedkopere manier wereldwijd worden ingezet en er zijn promotiekanalen bijgekomen (viral buzz⁷, e.marketing, digitale banners, communities). Steeds meer artiesten maken bewust gebruik van de internationale digitale mogelijkheden. Zij lanceren zichzelf via sociale netwerken als YouTube, Facebook en consorten, twitteren met hun fans en hebben een eigen website.

- *Interactieve consument (fan)*

De interactieve fan kan even zo goed in het buitenland wonen. Via sociale netwerken/communities, een fanbase van emailadressen, twitter, fanclubsites, sites van muzieklabels en artiesten is de consument bereikbaar en inzetbaar. Er is nieuw en direct contact mogelijk. Crowd sourcing, wisdom of crowds, co-productie en user generated content behoren daarmee tot de nieuwe mogelijkheden.

Er is een gedragsverandering bij de consument door de techniek. De toegang tot muziek is eenvoudig, de consument heeft een goedkoper alternatief, hij kan gratis consumeren, (file sharing, legale gratis downloads) op een tijdstip dat het hem uit komt. Hij heeft mogelijkheden tot individualisering en customizing (afzonderlijke tracks kunnen kopen, eigen playlist maken, zelf een cd samenstellen, eigen muziek keuze op persoonlijke

⁵ Fictoor, J. (lopend promotieonderzoek): *Verdienmodellen vanuit het perspectief van de Nederlandse popartiest voor de Nederlandse popmuziekmarkt*. Universiteit Leiden Geesteswetenschappen, professor dr. P. Rutten

⁶ De Long Tail theorie (Chris Anderson 2007) m.b.t. muziek stelt dat de gezamenlijke muziekconsumptie van niche artiesten of van voorbij mainstream verkopen online een groeiemarkt is terwijl dit in retail niet meer rendabel is.

⁷ Viral buzz is een praktijk, gericht op het veroorzaken van een geruchtenstroom die gerelateerd is aan word of mouth marketing, een bericht gaat circuleren onder vrienden en familie via e.mail, blogs of sociaal netwerk.

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

drager zetten (pc, usb-stick, mobiele telefoon, mp3), zelf content plaatsen of meedoen aan een co-productie). Buitenlandse muziek is eerder beschikbaar (de fan hoeft niet te wachten op de release in eigen land). Het is mogelijk optredens e.d. digitaal mee te beleven (podcasts, vodcasts/ audio of videostream).

Uiteraard werpen digitalisering en globalisering ook bedreigingen op:

- Rechtenbescherming is moeilijker geworden.
- Iedereen heeft de kans zelf de markt te betreden dus overvloed in aanbod. Elke band of artiest probeert muziek weg te geven in een poging te worden gehoord en een stukje aandacht van de luisteraar/consument te pakken te kunnen krijgen. Schaarste in vraag omdat er te veel te kiezen is. Consumenten zien door de bomen het bos niet meer. Bij veel vraag en weinig aanbod (schaarse goederen) is de prijs hoog. Maar in de digitale muziekindustrie overstijgt het aanbod de vraag en het is daarom niet verbazingwekkend dat de prijs van digitale goederen in de ogen van de consument laag tot gratis moet zijn.
- Een krimpende geluidsdragermarkt.

Musici hadden eerst slechts één distributiekanaal: optredens. Na de uitvinding van muzieknotatie (11^e eeuw, Italiaanse monnik Guido van Arezzo) en de boekdrukkunst (wie en wanneer niet exact te zeggen 10^e a 11^e eeuw) kwam daar bladmuziek bij. Pas rondom de geluidsdrager (1877 eerste geluidsopname op fonograafrol, Thomas Alva Edison, Verenigde Staten) ontstond een complete industrie. Begin twintigste eeuw werd de platenindustrie door publishers als bedreiging gezien voor de verkoop van bladmuziek en door uitvoerend artiesten voor de populariteit van optredens. De start van broadcast muziekradio werd in eerste instantie ontvangen als bedreiging voor de platenindustrie. De kopieermachine was een bedreiging voor de bladmuziek. De volgende bedreiging was de komst van de bandrecorder en de cassetterecorder waarmee platen konden worden gekopieerd (Roosendaal 2009). Juist de geluidsdrager werd de kern van de hele muziekindustrie zoals we die tot voor kort kenden. De muziekindustrie is in zwaar weer geraakt nu die geluidsdrager zijn fysieke vorm, na pas 130 jaar, voor een groot deel verliest ten gevolge van de digitalisering.

De eerste website was <http://info.cern.ch> geplaatst op 6 augustus 1991 van Tim Berners-Lee, de uitvinder van het wereldwijde web. Berners-Lee heeft er voor gevochten internet open en gratis te houden, hij vroeg geen copyright aan. Het bedrijf dat de eerste algemeen populair commerciële browser voor het grote publiek creëerde was een piepklein startend bedrijf in Californië: Netscape, dat in 1995 naar de beurs ging. Dan komt ook Windows95 op de markt en wordt het meest gebruikte besturingssysteem ter wereld met ingebouwde internetondersteuning, zodat niet alleen browsers maar alle pc-applicaties internet kunnen 'herkennen' en er mee kunnen communiceren. Een internethausse is het gevolg. Glasvezelkabel verbindt de hele wereld. Workflowsoftware ontwikkelt zich van midden tot eind jaren negentig en stelt meer mensen op meer plekken in staat tot het ontwerpen, weergeven, beheren en benaderen van zakelijke informatie. Het werk binnen en tussen bedrijven en continenten begint te stromen (globalisering) in een mate die niemand ooit had meegemaakt (Friedman 2007). Rond het jaar 2000 is internet algemeen goed. Meer technische ontwikkelingen volgen: draadloze breedbandverbinding, mobilisering, mogelijkheden tot uploaden et cetera. Muziekdownloads maken het de geluidsdragermarkt moeilijk. Popartiesten zullen zich weer meer moeten richten op optredens als het distributiekanaal waar de meeste inkomsten te verwachten zijn.

2.2 De meest opvallende individuele activiteiten/successen in 2008:

Uit het onderzoek komen de volgende artiesten/groepen naar voren (op alfabetische volgorde): Alain Clark, André Rieu, Antillectual, Apers, Armin van Buuren, Asrai, Ayreon, Backfire, Bambix, Bazzheads, Born From Pain, Candy Dulfer, C-Mon & Kypski, Cor Fijneman, Darkraver, Delain, Epica, Fedde le Grand, Ferry Corsten, Frans Bauer, Hans Theesink, Jan Akkerman, Joris Voorn, Kraak & Smaak, Marcel Woods, Marco V, Menno de Jong, Laidback Luke, No Turning Back, Pete Philly & Perquisite, Peter Pan Speedrock,

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

Racoon, Richard Durand, Sander Kleinenberg, Sander van Doorn, Saskia Laroo, Suicidal Birds, Textures, The Ex, Tiësto, Within Temptation, Wouter Hamel. Hieronder wordt elk van hen nader toegelicht.

Alain Clark: In 2008 sloot Alain Clark een internationaal muziekcontract met het Amerikaanse muzieklabel Warner Music. De maatschappij gaat de exploitatie, promotie en marketing van de Nederlandse zanger buiten de Benelux verzorgen. De eerste resultaten worden in 2009 zichtbaar.

Andre Rieu, staat in de Top 10 van grootste concertattracties van 2008, tussen artiesten als Madonna, Celine Dion, Bruce Springsteen, The Police, Eagles, Bon Jovi en Neil Diamond. Hij verkocht in 2008 meer dan 700.000 kaarten en dat is een gemiddelde van 10.000 kaartjes per optreden. Hij ontving gouden en platina awards voor zeer goede cd en dvd-verkopen van o.a. zijn projecten 'New York memories' en 'Concert in Vienna'. De tv-specials worden altijd zeer goed bekeken en gewaardeerd. De cd 'André Rieu in wonderland' bereikt platina in België. Op 13 september 2008 staat Rieu met het grootste mobiele decor aller tijden in het Koning Boudewijn Stadion in Brussel. Het decor meet 125 bij 30 meter, een kopie op ware grootte van het Weense Sissie Kasteel, inclusief 2 ijsbanen, 1 balzaal, 36 paarden en 250 artiesten! In 2008 is er een doorbraak in Australië en Nieuw Zeeland, waar hij in de Australische *Music dvd Top 40* op een gegeven moment met 16 dvd's genoteerd staat en zelfs de Top 4 bezet met de dvd's 'Gala concert', 'Love songs', 'Live in Vienna' en 'André Rieu at Schönbrunn Vienna'. De in november 2008 uitgebrachte dvd 'Live In Australia' wordt de snelst verkopende dvd in de Australische muziekgeschiedenis. Rieu is de eerste artiest in Australië die 44 weken op #1 genoteerd staat in de Australische dvd-hitlijst en het houdt niet op, want op een bepaald moment staan er maar liefst 9 Rieu-dvd's in de Top 10 van die lijst. De eindstand in 2008 is maar liefst 54 platina dvd-awards, wat betekent dat er meer dan 1,2 miljoen cd's en dvd's zijn verkocht. Eind 2008 volgen 11 uitverkochte stadionconcerten in Australië. In 2008 wordt ook een basis gelegd voor een nog uitgebreidere tour in de VS in 2009.

Antilectual: Vanaf 2001 is de melodische punkrockmuziek van Antilectual bezig om de wereld te veroveren. Hun optredens zijn energiek en worden zeer gewaardeerd. Langzaam maar zeker is het resultaat te zien door het toenemende aantal optredens van de groep buiten Nederland. Ze zijn tegenwoordig al meer buiten eigen land actief. Het resultaat van keihard werken en spelen. In 2008 noteren we meer dan 90 optredens buiten Nederland, o.a. in België, Groot-Brittannië, Duitsland, Frankrijk, Portugal, Zweden, Noorwegen, Italië, Zwitserland, de Verenigde Staten, Oostenrijk, Slovenië. Ze speelden samen met collega-bands Smash the Statues (in Duitsland, Noorwegen en Zweden), met Jena Berlin (in de Verenigde Staten) en met One Win Choice (in de Verenigde Staten).

Apers: De Rotterdamse punkrock van The Apers zorgt sinds 1996 dat de groep in totaal al meer dan 800 optredens heeft gehad in Europa, Canada en de Verenigde Staten. In 2008 noteren we meer dan 20 optredens in o.a. Groot-Brittannië, België, Duitsland, Italië, Spanje, Frankrijk.

Armin van Buuren, de #1 DJ van de wereld, volgens het blad *DJ Mag*, presteert het om jaarlijks meer dan 100 shows te geven op alle continenten, hij maakt remixen voor gerenommeerde artiesten zoals The Killers. Zijn eigen hit 'In and out of love' gezongen door zangeres Sharon den Adel van Within Temptation, is op YouTube al meer dan 40 miljoen keer bekeken, de videoclip kreeg een award voor Best Video in 2009. Van Buuren's radioshow wordt bij 40 FM-radiostations uitgezonden met een bereik van meer dan 2,5 miljoen luisteraars wekelijks. Zijn Nederlandse bedrijf Armada Music behoort tot de meest gerenommeerde muzieklabels van de wereld. Verder zijn er hitparadesuccessen in Nederland, Canada, Griekenland en België. Hij heeft meer dan 130 optredens wereldwijd op alle continenten. Samen met Tiësto is hij al enige jaren ambassadeur op dance gebied.

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

Asrai, speelt al vele jaren zowel in Nederland als daar buiten. In 2008 was de groep supportact van zowel Epica als Cradle of Filth, en speelde meer dan 20 optredens o.a. in Frankrijk, België, Spanje, Groot Brittannië, Zwitserland, Italië, Oostenrijk, Bulgarije en Denemarken.

Ayreon: De space metal symforockband van **Arjen Lucassen**, Ayreon, behaalt hitparadenoteringen met het album '01011001' in Nederland (#2), Duitsland, Noorwegen, Finland, Zweden, Hongarije, Zwitserland, Frankrijk, België, Canada, Groot Brittannië en de Verenigde Staten. Het album komt ook uit in Japan, Thailand, Korea, Canada en Zuid Amerika.

Backfire: De Limburgse groep Backfire behoort tot de top van de hardcore scene! Ze speelden meer dan 30 maal buiten Nederland o.a. Duitsland, Frankrijk, België, Polen, Zwitserland en Italië. Als enige Europese bands stond de groep op 'The superbowl of hardcore 2008' in New York City met o.a. Agnostic Front en Madball.

Bambix: De groep Bambix is één van de beste punkrock bands van Nederland. In april/mei 2008 was er een succesvolle tour door Brazilië, gevolgd door optredens in Europa. Met name in Duitsland is de groep erg populair. De groep staat onder contract bij het Duitse label Go Kart Europe en hun muziek wordt in de Verenigde Staten en Canada uitgebracht via Daemon Records.

Bazzheadz: In 2008 werd het nummer 'Boten Anna' een grote Europese hit in de uitvoering van Basshunter, van de Zweedse DJ, Jonas Altberg. In Groot Brittannië werd het een #1 hit met de titel 'Now you're gone' . Het is de Engelstalige versie van 'Boten Anna'. Dj Mental Theo schreef 'Now you're gone' 3 jaar geleden. In de uitvoering van Bazzheadz ft Sebastian Westwood stond 'Now you're gone' 5 weken #1 in Groot Brittannië, het nummer verkocht via compilatiealbums alleen al meer dan 17 miljoen exemplaren. Achter de naam Bazzheadz staan de producers **Mental Theo** en **Johan de Leeuw**.

Born From Pain: de cross-over metalcore van Born From Pain is zeer gewaardeerd over de Nederlandse grens. Hun meer dan 50 optredens in Europa in 2008 zijn o.a. geweest in Polen, Oekraïne, Tsjechië, Hongarije, Servië, Roemenie, Duitsland, Frankrijk, Italië, Groot Brittannië en België. Ook voor Born From Pain geldt dat ze over de grens bekender zijn dan in eigen land.

Candy Dulfer is overal ter wereld een graag geziene gast en wordt zeer hoog gewaardeerd om haar muziek als saxofoniste. In 2008 trad ze voor het eerst op in Zuid-Afrika. Ze trad meer dan 30 keer op in o.a. de Verenigde Staten, Japan en Europa.

C-Mon & Kypski toerden in 2008 door de Verenigde Staten, namen daar ook hun album 'We are square' grotendeels op. Kregen lovende recensies voor hun optredens in clubs als Metro in Chicago, The Fillmore op Irving Plaza in New York, Popszene in San Francisco en Roxy in Los Angeles.

Cor Fijneman is als dj al vanaf 1993 actief en treedt nog steeds regelmatig op. In het buitenland was hij meer dan 30 maal te zien en te horen in o.a. Rusland, Zweden, Ierland, Groot Brittannië, Roemenië, Polen, Brazilië, Spanje, Ibiza, Canada, de Verenigde Staten en Taiwan.

Darkraver: Hardcore dj en producer Darkraver heeft een staat van dienst opgebouwd als artiest en als producer. Zijn optredens buiten Nederland waren o.a. in Duitsland, Zweden, België, en Spanje.

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

Delain trad in 2008 o.a. op als supportact van Within Temptation en de groep Kamelot, met o.a. optredens in Duitsland en Frankrijk. Hun tweede album 'April rain' verscheen in 2008 en is internationaal uitgebracht door Roadrunner.

Epica: Gothic metalband Epica behoort inmiddels tot de grote Nederlandse bands. Buiten Nederland zijn ze inmiddels groter dan in eigen land. Met meer dan 90 optredens (buiten Nederland) in Europa, Groot Brittannië, Verenigde Staten, Canada, Zuid Amerika, Mexico, Oost-Europa en Israël is de groep ongekend populair en een veelgevraagde live-act.

Fedde Le Grand: de #29 dj van de wereld treedt overal ter wereld op in 2008 met ruim 80 optredens in o.a. Groot Brittannië, de Verenigde Staten, Polen, Duitsland, Oostenrijk, Hongarije, Denemarken, Tsjechië, Letland, Rusland, Ierland, Spanje, Zweden, Roemenië, België, Zwitserland, Litouwen, Slovenië, Brazilië, Canada, en Australië. Zijn grote dansvloerhit 'Put your hand up for Detroit' wordt gemixt met Madonna's nummer 'Music', tijdens de opening van haar liveshows in 2008.

Ferry Corsten, is de #6 dj van de wereld, en met die positie neemt het aantal optredens wereldwijd alleen maar toe. In 2008 was hij o.a. te zien en te horen in de Verenigde Staten, Canada, Europa, Zuid Amerika, Verre Oosten, en hij was headliner op het Hongaarse Sziget festival, dat met meer dan 400.000 bezoekers het grootste festival van Europa is. In totaal trad hij meer dan 100 keer op in het buitenland. Het in 2008 opnieuw uitgebracht album 'War' van U2 bevat 2 nog niet eerder uitgebrachte remixen van de hand van Ferry Corsten.

Hans Theesink: De Nederlandse Oostenrijker, toert door Europa, Groot Brittannië, Scandinavië en Australië; in totaal meer dan 90 optredens. In april 2008 verschijnt een album van Hans met Terry Evans, getiteld 'Visions'. Een akoestisch album, 2 gitaren, 2 stemmen, en af en toe een beetje percussie. Het album werd genomineerd voor de 2009 Acoustic Album of the Year door de Blues Foundation in Amerika.

Frans Bauer, scoort in België met zangeres Laura Lynn twee #1 hits en een #3 hit. Ook het daaropvolgende album van hen samen 'Duetten' wordt #1 en staat een half jaar genoteerd in de Belgische albumlijst. In januari 2008 geeft Bauer 3 concerten in het Sportpaleis van Antwerpen/Merksem, waar zo'n 30.000 fans op af komen.

Jan Akkerman, Nederlands meest gerenommeerde gitarist, speelt al vele jaren onafgebroken op vele locaties in de wereld. In 2008 speelt hij in Groot Brittannië, Duitsland, Kroatië, en in het Midden Oosten.

Joris Voorn: Producer, dj Joris Voorn heeft in 2008 meer dan 40 optredens gedaan in o.a. België, Tsjechië, Groot Brittannië, Australië, Israël, Spanje, Brazilië, Duitsland, Verenigde Staten, Oekraïne, Zwitserland, Frankrijk, Japan, Oostenrijk, Columbia en Italië. Voorn heeft nog geen notering in de *DJ Mag Top 100*.

Kraak & Smaak: In april 2008 verscheen het tweede album van Kraak & Smaak 'Plastic people'. Het nummer 'Squeeze me' werd in de Verenigde Staten gebruikt voor een reclamecampagne van Rhapsody, een digitale muziekservice. Celeb-blogger Perez Hilton, gebruikte de nu al beroemde woorden '*Their music could best be described as Amy Winehouse meets Moby (...). Justice are SO last year. It's all about Kraak & Smaak*'. In de zomer van 2008 stonden Kraak & Smaak onder andere op de festivals Glastonbury, Lovebox, The Big Chill en het Bloom Festival in Groot Brittannië, tijdens 10 Days Off in België en opnieuw op het Sziget Festival In Hongarije. In november was de live-set van Kraak & Smaak te zien in Amerika, waar ze 12 shows speelden en 2 optredens in Canada. Het album is uitgebracht in o.a. de Verenigde Staten, Groot Brittannië, Argentinië, Brazilië en Japan.

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

Laidback Luke: 2008 is voor dj, producer Laidback Luke een erg actief jaar met meer dan 100 optredens in o.a. de Verenigde Staten, Canada, Groot Brittannië, Australië, Frankrijk, Spanje, Portugal, Thailand, Singapore, Italië en Brazilië. Ook komt hij nieuw binnen op #46 in de *DJ Mag Top 100* van 2008. Door twee top collega's David Guetta en Martin Solveig wordt hij gezien als 'producer of the year'. In 2008 verschijnen van zijn hand o.a. remixen van Roger Sanchez - 'Again' (LBL Remix), David Guetta feat. Tara McDonald - 'Delirious' (LBL Remix), Steve Angello - 'Gypsy' (LBL Remix), Underworld - 'Ring road' (LBL Remix), Martin Solveig - 'I want you' (LBL Remix), Roger Sanchez feat. Terri B - 'Bang that box' (LBL Remix), Tocadisco - 'Streetgirls' (LBL Remix), Daft Punk - 'Teachers' (LBL Rework).

Marcel Woods staat met zo'n 40 optredens in o.a. Polen, België, Oekraïne, Groot Brittannië, Rusland, Nederlandse Antillen, Duitsland, Ierland, Australië, Denemarken en Tsjechië. Woods is in 2008 # 89 dj van de wereld. In oktober 2008 presenteert hij zijn nieuwe album 'Musical madness 2008'. Woods treedt op tijdens de vele Sensation-evenementen in heel Europa.

Marco V heeft met zijn #44 notering in de *DJ Mag Top 100* flink wat extra optredens. In 2008 zijn dat er meer dan 80. Hij is te zien en te horen in clubs over de hele wereld, zoals Groot Brittannië, de Verenigde Staten, Rusland, Turkije, Maleisië, Thailand, Singapore, Libanon, Syrië, Canada, Qatar, Dubai, Oekraïne, Tsjechië, Colombia, Mexico, Litouwen, Estland, Australië.

Menno de Jong, behoort ook tot het selecte groepje Nederlandse dj's met een volle agenda. Hij heeft optredens in o.a. de Verenigde Staten, Canada, Scandinavië, Mexico, Rusland, het Verre Oosten en Australië. Hij staat op # 48 in de *DJ Mag Top 100* van 2008. De Jong is een van de smaakmakers van de internationale festivals Gatecrasher en Godskitchen.

No Turning Back, is een van de hardst werkende Nederlandse hardcorebands. Ze zijn buiten Nederland populairder dan in eigen land, met meer dan 70 optredens in het buitenland in 2008. Ze zijn te zien en te horen in o.a. Duitsland, Frankrijk, Spanje, Portugal, Groot Brittannië, België, Bulgarije, Slovenië, Italië, Oostenrijk, de Verenigde Staten, Ierland. Hun album 'Stronger' verschijnt in 2008. Ze zijn ook de eerste Europese hardcore band die optreedt in Zuid Afrika, Centraal Amerika en delen van Azië. Ze hebben een labeldeal in de Verenigde Staten, Australië, Zuid Amerika, Japan en Zuid-Afrika.

Pete Philly & Perquisite: De populariteit van Pete Philly & Perquisite groeit gestaag verder in 2008. Hun mix van jazz-hiphop, soulmuziek krijgt steeds meer erkenning. Ze treden op in clubs in o.a. België, Frankrijk, Italië, Oostenrijk, Hongarije, Tsjechië, Servië, Duitsland, Japan. In totaal traden ze in 2008 meer dan 55 keer op in het buitenland.

Peter Pan Speedrock : Metal uit Nederland is populair dat bewijst Peter Pan Speedrock al jaren. Regelmatig staan ze op de buitenlandse podia, in 2008 o.a. in Italië, België, Duitsland, Zwitserland, Frankrijk, Oostenrijk. Hun populariteit is sterk groeiende en ze zijn live graag geziene gasten, ook op festivals.

Racoon trad in 2008 o.a. op in het voorprogramma van The Lemonheads in Duitsland en Denemarken, ze konden zich daardoor aan een groter publiek in Europa presenteren, verder traden ze op o.a. in België en Oostenrijk. In totaal stonden ze 30 keer op een buitenlands podium in 2008.

Richard Durand is de #66 in de *DJ Mag Top 100* van 2008 en met zijn meer dan 50 optredens over de grenzen is hij inmiddels een druk man. In 2008 toerde hij onder andere door Australië, India en China. Tijdens laatst genoemde heeft hij tevens Mongolië aangedaan, waarbij hij de eerste westerse dj ooit was. Zijn residentie voor Judgement

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

Sundays op Ibiza was een groot succes. Ook bracht hij het nummer 'Weep' uit waarbij hij samenwerkte met de Britse zangeres Skin, bekend van Skunk Anansie en maakte hij een remix van de single 'In and out of love' van zijn collega Armin van Buuren en Within Temptation-zangeres Sharon den Adel. Verder waren er optredens in Polen, Groot Brittannië, Spanje, Ierland, Oekraïne.

Sander Kleinenberg ` scoort' in 2008 meer dan 60 optredens over de grens o.a. in de Verenigde Staten, Bulgarije, Groot Brittannië, Spanje, Rusland, Mexico, Hongarije, Duitsland, Polen, Zwitserland, Macedonië, Oekraïne en Tunesië. Hij stond in 2008 op #59 van de *DJ Mag Top 100*.

Sander van Doorn, dj, producer, brengt op 3 maart 2008 via het label Spinnin' Records zijn allereerste artiestenalbum 'Supernaturalistic' uit. Het album verschijnt in o.a. de Verenigde Staten, Canada, Australië, Mexico, Brazilië, Argentinië, Groot Brittannië, Ierland, Duitsland en Rusland. Met ruim 50 internationale optredens o.a. in Porto Rico, Groot Brittannië, Dubai, Canada, de Verenigde Staten, Polen, Spanje, Roemenië, Ierland, Rusland, Mexico, Australië, Nieuw Zeeland, Bulgarije en Oekraïne reist hij zo'n beetje de hele wereld rond. In de *DJ Mag Top 100* staat hij genoteerd op #15 in 2008.

Saskia Laroo is met haar band regelmatig in het buitenland. In 2008 was ze o.a. in Duitsland, Italië, Singapore, Qatar, Oekraïne, Senegal, Libanon, Taiwan, de Verenigde Staten, India, Brazilië, Polen. In maart 2008 verscheen haar nieuwe album 'Really jazz'. Laroo wordt regelmatig de vrouwelijke Miles Davis genoemd.

Suicidal Birds: De rock van het Friese meidenduo Suicidal Birds wordt buiten Nederland meer gewaardeerd dan in eigen land, gezien het aantal van meer dan 40 optredens over de grens. Eind 2008 verschijnt hun 3e album 'Spend your life in serious misery'. Met optredens in Oostenrijk, België, Frankrijk, Zwitserland, Denemarken, Tsjechië, Duitsland en natuurlijk Groot Brittannië, waar ze graag geziene gasten zijn in het clubcircuit.

Textures: Ook de populariteit van de metalgroep Textures is buiten Nederland groter dan in eigen land, hun live optredens vinden plaats in Groot Brittannië, Frankrijk, België, Zwitserland, Denemarken, Slovenië, Tsjechië, Duitsland, Zweden, Oostenrijk. Het aantal buitenlandse optredens lag in 2008 op 35.

The Ex is na 30 jaar nog steeds zeer veel optredend o.a. in België, Frankrijk, Ierland, Italië, Oostenrijk en de Verenigde Staten.

Over **Tiësto** kan erg veel geschreven worden, hij is de meest optredende dj met meer dan 150 optredens in 2008 buiten Nederland, een ongekend aantal en het resultaat van hard werken en een kwalitatief hoog niveau, dat overal ter wereld zeer goed staat aangeschreven. Tiësto is in dat opzicht een ambassadeur voor de Nederlandse dance-muziek. Zijn optredens zijn op alle continenten en de zalen zijn regelmatig stadions. Zijn 'Tiësto in search of sunrise' en 'Elements of life' tour waren erg succesvol. Zijn studioalbum 'In search of sunrise' werd wereldwijd uitgebracht. Tiësto ging in 2008 samenwerkingen aan met grote merken. Coca-Cola, tijdens de Olympische zomerspelen in China, Armani sponsorde zijn Noord-Amerikaanse tour in de zomer van 2008 en Reebok zijn optredens op Ibiza. Voor Atari/ Playstation 3 maakte Tiësto een remix van het nummer 'Alone in the dark: inferno', dat wereldwijd 18 november 2008 op single en als download werd uitgebracht. In de *DJ Mag Top 100* staat hij stevig op #2 achter Armin van Buuren. In 2008 won hij de dj award 2008 voor *Best international DJ*, een evenement dat jaarlijks op Ibiza wordt gehouden.

Within Temptation: De investeringen van het harde werken van de laatste jaren begint bij Within Temptation haar vruchten af te werpen, grotere zalen, betere optredens en nog meer landen worden bezocht in 2008, zoals Italië, Oostenrijk, Hongarije, Polen, Tsjechië, Slowakije, Rusland, Spanje, Mexico, Columbia, Chili, Argentinië, Brazilië,

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

Spanje, Portugal, Groot Brittannië, Zweden, Oekraïne, Israël, België. Within Temptation speelt in de zomer van 2008 enkele malen met zowel Iron Maiden als Metallica. Met het Britse Iron Maiden in het Londense Twickenham Stadium, één van de grootste stadions in Europa. Dit op speciaal verzoek van de leden van Iron Maiden. Op speciaal verzoek deed Within Temptation ook enkele optredens als support van Metallica in Frankrijk en Zwitserland. Ook op het Belgische Pukkelpop speelde band vlak voor headliner Metallica. De dvd 'Black symphony' verschijnt in september 2008 in 40 landen en staat in de week na release in 11 landen in de Top 10: Zweden, Zwitserland (#1), Engeland, België, Finland, Frankrijk, Duitsland (#2), Portugal (#3), Nederland (#5), Oostenrijk (#6), Spanje (#7).

Wouter Hamel keerde half februari 2008 terug van een succesvolle tour in Japan. Alle concerten waren vrijwel uitverkocht. Het nummer 'Breezy' is opgenomen in de Japanse karaokemachines. Behalve in Japan wordt zijn album 'Hamel' in mei ook in Korea uitgebracht. Voordat het 2^e album verschijnt wordt in Japan in oktober 2008 nog een limited edition van het 1^e album uitgebracht via P-Vine Records. November 2008 wordt het 'Hamel' album ook in Taiwan uitgebracht via Avex Taiwan.

Opvallend is dat ook de erkenning van het **singer/songwriter-, producerstalent** uit Nederland steeds meer wordt gewaardeerd, voorbeelden hiervan zijn o.a. Giorgio Tuinfort, zijn samenwerking met de Amerikaanse topartiest AKON is alom bekend inclusief de grote successen. En Tony Cornelissen, die songs schrijft voor o.a. Chipz, Cascada en daarmee grote hits scoort in Europa.

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

Wanneer we de besproken artiesten uitsplitsen naar de criteria Nederlandse muziek en muziekexportmarkt krijg je de volgende twee tabellen te zien:

- **Nederlandse nationaliteit van de componist/tekstdichter:**
Alain Clark, Antillectual, Apers, Armin van Buuren, Asrai, Ayreon, Backfire, Bambix, Bazzheads, Born From Pain, Candy Dulfer, C-Mon & Kypski, Cor Fijneman, Delain, Epica, Ferry Corsten, Frans Bauer, Hans Theesink, Jan Akkerman, Kraak & Smaak, No Turning Back, Pete Philly & Perquisite, Peter Pan Speedrock, Raccoon, Saskia Laroo, Suicidal Birds, Textures, The Ex, Tiësto, Within Temptation, Wouter Hamel.
- **Nederlandse nationaliteit van de uitvoerende:**
Alain Clark, André Rieu, Antillectual, Apers, Armin van Buuren, Asrai, Ayreon, Backfire, Bambix, Bazzheads, Born From Pain, Candy Dulfer, C-Mon & Kypski, Cor Fijneman, Darkraver, Delain, Epica, Fedde le Grand, Ferry Corsten, Frans Bauer, Hans Theesink, Jan Akkerman, Joris Voorn, Kraak & Smaak, Marcel Woods, Marco V, Menno de Jong, Laidback Luke, No Turning Back, Pete Philly & Perquisite, Peter Pan Speedrock, Raccoon, Richard Durand, Sander Kleinenberg, Sander van Doorn, Saskia Laroo, Suicidal Birds, Textures, The Ex, Tiësto, Within Temptation, Wouter Hamel.
- **Nederland als land van vestiging van de uitgever (publisher):**
Alain Clark, André Rieu, Antillectual, Apers, Armin van Buuren, Asrai, Ayreon, Backfire, Bambix, Bazzheads, Born From Pain, Candy Dulfer, C-Mon & Kypski, Cor Fijneman, Darkraver, Delain, Epica, Fedde le Grand, Ferry Corsten, Frans Bauer, Hans Theesink, Jan Akkerman, Joris Voorn, Kraak & Smaak, Marcel Woods, Marco V, Menno de Jong, Laidback Luke, No Turning Back, Pete Philly & Perquisite, Peter Pan Speedrock, Raccoon, Richard Durand, Sander Kleinenberg, Sander van Doorn, Saskia Laroo, Suicidal Birds, Textures, The Ex, Tiësto, Within Temptation, Wouter Hamel.
- **Nederland als land van vestiging van de producent van de opname (land van signing):**
Alain Clark, Antillectual, Apers, Armin van Buuren, Asrai, Ayreon, Backfire, Bazzheads, Born From Pain, Candy Dulfer, C-Mon & Kypski, Cor Fijneman, Darkraver, Delain, Epica, Fedde le Grand, Ferry Corsten, Frans Bauer, Jan Akkerman, Joris Voorn, Kraak & Smaak, Marcel Woods, Marco V, Laidback Luke, No Turning Back, Pete Philly & Perquisite, Peter Pan Speedrock, Raccoon, Richard Durand, Sander Kleinenberg, Sander van Doorn, Saskia Laroo, Suicidal Birds, Textures, The Ex, Tiësto, Within Temptation, Wouter Hamel.

Tabel 5: Hiervoor genoemde artiesten uitgesplitst naar de criteria voor de Nederlandse populaire muziekproduct.

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

- **De Engelstalige markt:** Verenigde Staten, Canada, Groot Brittannië, Ierland, Australië (soms Anglo-Amerikaanse markt genoemd):
André Rieu, Antillectual, Apers, Armin van Buuren, Asrai, Ayreon, Backfire, Bambix, Bazzheads, Candy Dulfer, C-Mon & Kypski, Cor Fijneman, Delain, Epica, Fedde le Grand, Ferry Corsten, Hans Theesink, Jan Akkerman, Joris Voorn, Kraak & Smaak, Marcel Woods, Marco V, Menno de Jong, Laidback Luke, No Turning Back, Pete Philly & Perquisite, Peter Pan Speedrock, Richard Durand, Sander Kleinenberg, Sander van Doorn, Saskia Laroo, Suicidal Birds, Textures, The Ex, Tiësto, Within Temptation.
- **De continentale Europese markt:**
Alain Clark, André Rieu, Antillectual, Apers, Armin van Buuren, Asrai, Ayreon, Backfire, Bambix, Bazzheads, Born From Pain, Candy Dulfer, C-Mon & Kypski, Cor Fijneman, Darkraver, Delain, Epica, Fedde le Grand, Ferry Corsten, Frans Bauer, Hans Theesink, Jan Akkerman, Joris Voorn, Kraak & Smaak, Marcel Woods, Marco V, Menno de Jong, Laidback Luke, No Turning Back, Pete Philly & Perquisite, Peter Pan Speedrock, Raccoon, Richard Durand, Sander Kleinenberg, Sander van Doorn, Saskia Laroo, Suicidal Birds, Textures, The Ex, Tiësto, Within Temptation.
- **De Latijns-Amerikaanse markt:**
Armin van Buuren, Ayreon, Bambix, Candy Dulfer, Cor Fijneman, Epica, Ferry Corsten, Joris Voorn, Marcel Woods, Marco V, Menno de Jong, Laidback Luke, Sander Kleinenberg, Sander van Doorn, Saskia Laroo, Tiësto, Within Temptation.
- **De Aziatische markt:**
Armin van Buuren, Ayreon, Candy Dulfer, Ferry Corsten, Joris Voorn, Marco V, Menno de Jong, Laidback Luke, Richard Durand, Saskia Laroo, Tiësto, Wouter Hamel.
- **De Afrikaanse markt:**
Armin van Buuren, Candy Dulfer, Ferry Corsten, Saskia Laroo, Tiësto.

Tabel 6: Hiervoor genoemde artiesten uitgesplitst naar muziekexportmarkt

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

De Nederlandse dance-scene

Jaarlijks is de verkiezing van de belangrijkste (dance)dj een terugkerend fenomeen. De belangrijkste dj's zijn tegenwoordig ware money makers. Voor veel dj's is een hoge notering in de *DJ Mag Top 100* een goede businessgarantie, lees veel optredens overal in de wereld.

Nederlandse dj's spelen in deze categorie een toonaangevende rol. Al vele jaren zijn zij hoog of het allerhoogst genoteerd.

De top tien uit de *DJ Mag Top 100* van 2008 ziet er als volgt uit:

01 Armin van Buuren	(NL), van 1
02 Tiësto	(NL), van 2
03 Paul van Dyk	(D)
04 Above and Beyond	(UK)
05 David Guetta	(FR)
06 Ferry Corsten	(NL), van 8
07 Sasha	(UK)
08 Markus Schulz	(D)
09 John Digweed	(UK)
10 Infected Mushroom	(ISR)

Armin van Buuren en Tiësto blijven stevig in het zadel zitten, Ferry Corsten is 2 plaatsen gestegen.

Andere Nederlandse dj's in de Top 100 zijn:

Sander van Doorn	#13, van 15
Fedde le Grand	#29, van 22
Marco V	#44, van 20
Laidback Luke	#46, nieuw
Menno de Jong	#48, van 62
Sander Kleinenberg	#59, van 35
Richard Durand	#66, van 91
Marcel Woods	#83, opnieuw in de lijst

In totaal staan er in 2008 elf Nederlandse dj's in *DJ Mag Top 100*.

Club-dj's versus andere popartiesten/-groepen

Dance verkoopt vooral met optredens van de dance-dj's, terwijl de andere popgenres tot op heden meer fysiek en download-matig verkopen. Dance wordt op radio en televisie en in publieke gelegenheden beduidend minder gedraaid dan pop/rock (tenzij het een specifiek dance-station betreft zoals Slam.fm). Dit geldt ook voor muziek die wordt gedraaid in publieke gelegenheden.

Het exploitatiemodel van de dance-muziek is relatief uniek, het zwaartepunt ligt bij de optredens van de dj's. Het publiek kan variëren van enkele honderden tot enkele tienduizenden liefhebbers. De tijdsduur van de set is ook variabel en kan oplopen tot een set van enkele uren.

Er zijn grote verschillen in de praktijk tussen een toerende rockband en een toerende dj. De groep heeft vele malen meer kosten dan de dj. Terwijl gages naar verhouding lang niet zoveel verschillen, heeft de groep veel meer mensen te betalen, zowel binnen de band als ondersteunend personeel. Het vervoer voor de groep is uitgebreider en dus ook kostenverhogend. De backline van de groep is hoe dan ook al meer dan de bagage van de dj. Ook al nemen dj's eigen computers, draaitafels (maar toch meestal een usb-stick), effectenmachines en dergelijke mee, dan is dit minder dan de PA van een band. De hoge kosten, van de groep die moet optreden, zorgen er voor dat er minder snel iets wordt terugverdiend. Voordat er voldoende geld is om er ook van te kunnen leven, zijn er vaak jaren van investeren vooraf gegaan. De dance-scene heeft de laatste vijftien jaar een enorme groei doorgemaakt. Ook de grote dance-events groeien. De dance-dj's gebruiken hun eigen website voor kaartverkoop. De verkoop van muziek binnen de muziekindustrie voor dj's is naar verhouding minder belangrijk als middel om optredens te verkrijgen dan voor de pop- en rockartiest/groep. Regelmatig wordt door internationale bands de naam van hun wereld- of Europees tournee gekoppeld aan de naam van het nieuwste album.

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

De optredens worden in veel gevallen als ondersteunend gezien voor het muziekproduct en de exploitatie ervan, inclusief de randproducten zoals merchandise, al begint dat tij te keren ten gevolge van de kleinere rol die de geluidsdrager is gaan spelen. Met pop- en rockopnamen zijn eveneens veel meer kosten gemoeid dan met de gemiddelde dance-opname. Bij dance-producties is vooral de eindmix van groot belang. Het onder controle krijgen van een bepaalde mix door de dance-producer, vaak de dj zelf, is veelal achter de computer op de 'bekende zolderkamer' begonnen. Hiermee is de drempel voor de dance-scene vele malen lager dan voor de pop- en rock-scene. Dance-muziek heeft voor de publishers zijn eigen verdienmodel. Het gaat hier om eigen nummers en remixes maar ook om allerlei fragmentarische stukjes muziek die worden gemixt en dat is lastig te clearen maar het gaat wel om enorme optredens waar veel tickets voor worden verkocht en waarvan heel veel geld naar de collecting societies gaat.

Over het algemeen bestond een dj-set geheel of vrijwel geheel uit muziek van anderen. Desondanks werden dj's als sterren gezien en verdienden ze veel geld met het samenstellen van mixes uit muziek van anderen. Eigen producties van de dj zijn vooral sinds eind jaren 90 belangrijker geworden, het is nu een voorwaarde voor internationale bekendheid en ook onderdeel geworden van de definitie dance-dj. Eigen producties voegen iets unieks toe aan de set en zorgen voor bekendheid en herkenbaarheid. Meer en meer produceren top dj's zelf en stellen met behulp van uitsluitend eigen producties een album samen. Niet alle dj's maken echter hun albums zelf. Verschillende bekende dj's verbinden hun naam aan producties waar zij zelf geen of vrijwel geen deel aan hebben. De naam van de dj geeft onder invloed van zijn symbolische kapitaal de muziek toegevoegde waarde. De echtheid, de authenticiteit van een track lijkt te kunnen verschuiven van de eigenlijke producer naar de performer ervan, zolang deze verplaatsing geloofwaardig is (door consistent een typische stijl te hebben die bij een bekende dj past en dus met hem geassocieerd worden), zijn het voor het publiek authentieke tracks ongeacht het feit dat hun idool niet de maker is. De *art world* van dance-dj's verschilt in dit opzicht rigoureus van het popveld. (van Veelen 2006 p79,80). Bij clubpromotie gaat het naast het geven van showcases om het uitzetten van zogenaamde witte labels. Geluidsdragers die door muziekmaatschappijen in beperkte oplage worden gemaakt met alleen de naam van de artiest en de songtitel, om te kijken of club-dj's er een dance-succes van kunnen maken. Als het nummer een echte 'floorfiller' is, wordt het nummer pas definitief op single uitgebracht. Op basis van feedback van de club-dj's worden er eventueel ook aanvullende remixes gemaakt. (Wermuth 2002)

Op het eerste gezicht lijkt het dat het de dj makkelijker af gaat dan de pop- en rockartiest. In beide gevallen, of eerlijk gezegd, in alle gevallen is het toch een kwestie van keihard werken aan een goed concept, waarbij de kwaliteit van het product (en de act) en soms de entourage, net even het verschil maakt ten opzichte van de concurrent.

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

2008	BUMA/Stemra	in %	2008	BUMA/Stemra	in %
1	Germany	22,68%	28	Mexico	0,25%
2	Belgium	17,33%	29	Israel	0,15%
3	France	10,47%	30	Turkey	0,12%
4	Great Britain	10,12%	31	South-Africa	0,11%
5	Poland	7,38%	32	Lithuania	0,11%
6	Spain	4,36%	33	Various	0,08%
7	Japan	3,86%	34	Latvia	0,08%
8	USA	3,39%	35	Slovak Republic	0,07%
9	Austria	2,62%	36	Slovenia	0,07%
10	Italië	2,51%	37	Hong Kong	0,07%
11	Sweden	2,15%	38	Croatia	0,06%
12	Australia & NZ	1,71%	39	Korea, Republic of	0,06%
13	Switzerland	1,70%	40	Chili	0,05%
14	Scandinavia & Baltics	1,14%	41	Estonia	0,05%
15	Canada	0,94%	42	Bulgaria	0,05%
16	Finland	0,91%	43	Serbia	0,05%
17	Romenia	0,73%	44	Ecuador	0,03%
18	Denmark	0,63%	45	Colombia	0,02%
19	Hungary	0,60%	46	Singapore	0,02%
20	Russia	0,53%	47	Uruguay	0,02%
21	Greece	0,49%	48	Malaysia	0,01%
22	Republic of Ireland	0,42%	49	Bosnia & Herzegovina	0,01%
23	Czech Republic	0,42%	50	Macedonia	0,01%
24	Portugal	0,38%	51	Taiwan	0,01%
25	Norway	0,36%	52	Peru	0,00%
26	Argentina	0,34%	53	India	0,00%
27	Brazil	0,30%	54	Barbados	0,00%

Per Region	
West & South Europe	72,6%
Eastern Europe	9,8%
Asia/ Australia	5,7%
Scandinavia/ Baltics	5,4%
USA/ CANADA	4,3%
South/ Mid America/ Caribbean	1,0%
the Balkans	0,8%
Africa & Middle East	0,3%
Various	0,1%
	100,0%

Tabel 8: Landenaandeel op basis van de BUMA/Stemra-cijfers

3. ONDERZOEKSRISULTAAT EN CONCLUSIES

3.1 Meetinstrument

Op basis van het TNO-rapport over 2004 in combinatie met de opinies van de opdrachtgever Buma Cultuur, van Nederlandse deskundigen en de methoden uit Zweden en Groot Brittannië uit 2004 is de volgende definitie als uitgangspunt voor onderzoek naar de export van Nederlandse populaire muziek geformuleerd en gebruikt voor de onderzoeken door Perfect & More bv (Kroeske/Fictoor) vanaf 2005.

De exportwaarde van Nederlandse populaire muziek wordt op jaarlijkse basis gemeten aan de hand van de waarde die wordt gecreëerd door het gebruik van Nederlands muzikauteursrecht, muziekopnamen van Nederlandse artiesten en het verzorgen van optredens door Nederlandse muzikanten in het buitenland en direct daaraan gerelateerde activiteiten.

definitie meetinstrument exportwaarde

In het onderzoek van TNO over 2004 wordt uitgegaan van drie hoofdcategorieën van waardecreatie: rechten, goederen en muziekdiensten. Andere soorten inkomsten die op één of andere manier wel aan de muziekindustrie zijn gerelateerd, maar niet direct samenhangen met het gebruik en de exploitatie van muziekrechten, muziekopnamen en/of muziekkuitvoeringen worden in dit onderzoek niet tot de muziekexport gerekend.

1. Rechten: auteursrechten (uitvoeringsrechten en mechanische rechten) en naburige rechten en inkomsten van royalties.
2. Opnamen/Goederen: geluidsdragers, merchandise, bladmuziek
3. Muziekdiensten: optredens, sponsoring

Categorieën van waardecreatie in muziekexport

Hieronder worden elk van de drie hoofdcategorieën uit het figuur hierboven nader toegelicht.

Rechten:

Bij rechten en royalties gaat het primair om het openbaar maken en verveelvoudigen van muziekwerken op de buitenlandse markt. De volgende onderdelen zijn te onderscheiden:

- a. Inkomsten uit het buitenland voor Nederlandse componisten, tekstdichters en uitgevers op basis van openbare uitvoeringsrechten. Deze gelden worden door collectieve rechtenorganisaties in het buitenland geïnd en doorgegeven aan BUMA. Zij zorgt voor de uitkering aan de rechthebbenden.
- b. Inkomsten uit het buitenland op basis van mechanische rechten voor Nederlandse componisten, tekstdichters en uitgevers. Deze gelden worden door de zusterorganisaties van Stemra geïncasseerd en aan haar doorgegeven. Stemra zorgt voor de uitkering aan de rechthebbenden.
- c. Inkomsten in verband met naburige rechten voor zover ze betrekking hebben op de openbare uitvoering van werken. Deze gelden komen toe aan personen en instanties die een erkend recht hebben op de uitvoering van een werk: uitvoerende artiesten en producenten. Deze gelden worden geïnd door zusterorganisaties van SENA. Zij zorgt voor de uitkering aan de rechthebbenden.
- d. De gelden die bestemd zijn voor de producenten van opnamen (muziekmaatschappijen) worden geïnd door de exploitant van de opname in het betreffende land en doorgaans direct doorgegeven aan de Nederlandse rechthebbende producent. Daar is geen collectieve organisatie bij betrokken.

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

Het onderdeel rechten is betrouwbaar en nauwkeurig in kaart te brengen door de medewerking met BUMA, Stemra en SENA.

Opnamen:

Onder deze noemer valt de export van fysieke en digitale goederen die hun waarde ontleen aan de direct en indirecte associatie met Nederlandse muziek of muzikanten te weten:

- a. Geluidsdragers en downloads met Nederlandse muziek die worden geëxporteerd en waarover de rechten in Nederland zijn afgedragen bij de productie. Inkomsten uit in Nederland geperste en in het buitenland verkochte geluidsdragers met Nederlandse populaire muziek: cd's, vinyl, dvd's (al speelt dit voor Nederland een kleine rol).
- b. Bladmuziek. Inkomsten uit in Nederland uitgegeven en gedrukte, en in het buitenland verkochte bladmuziek met Nederlandse populaire muziek.
- c. Merchandise. Inkomsten uit verkoop in het buitenland van merchandise van Nederlandse artiesten en muzikanten.

Verkopen (a) kunnen redelijk nauwkeurig gevolgd worden. Voor (b) en (c) is meer medewerking vereist van het werkveld, op dit moment is deze informatie beperkt. We kunnen nu slechts van een gefundeerde schatting spreken.

Optredens:

- a. Inkomsten op basis van gages en uitkoopsommen die Nederlandse artiesten ontvangen wanneer ze in het buitenland concerten en optredens verzorgen. Auteursrechten die hierbij in het geding zijn, worden afgedragen bij de uitvoeringsrechten (openbaarmaking). Geldstromen lopen van de buitenlandse podia en promoters via agenten, boekingskantoren en managers.

De inkomstenstroom onder a) genoemd is een gefundeerde schatting. Om de exacte inkomsten voor optredens te vragen, voelt alsof je naar iemands pincode vraagt. Voor de toekomst kan nog steeds meer medewerking worden gebruikt, al zouden er maar gemiddelde bedragen per jaar voor een optreden worden doorgegeven dan komt het onderzoek nog dichterbij de buurt van de waarheid.

Naast optreden is er nog een tweede inkomstenbron die net als optredens als dienst gezien kan worden:

- b. Inkomsten voor Nederlandse artiesten op basis van sponsorgelden uit het buitenland. Deze inkomsten lopen via de sponsors, mogelijk via tussenstappen van bemiddelaars naar het management en de uitvoerende artiesten.

Sponsoring is nagenoeg niet na te gaan. In dit onderzoek zijn ze buiten beschouwing gelaten.

De verdeling in het onderzoeksresultaat komt daarmee op de hoofdcategorieën: rechten, opnamen en optredens.

3.2 Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

Deze paragraaf bevat de schatting van de export van Nederlandse populaire muziek voor het peiljaar 2008.

Het gaat om de concentratie op de waarde die in het buitenland gerealiseerd wordt met de Nederlandse muziek (in hoofdzaak Nederlands intellectueel eigendom (IE), evenals opnamen en optredens van Nederlandse artiesten). Recente buitenlandse onderzoeken zijn niet bekend en dus niet onderzocht ter vergelijking. Er is gekozen voor de voortzetting van de wijze waarop TNO te werk is gegaan in haar rapport over 2004 en die voortgezet is door Perfect & More BV vanaf 2005 met drie hoofdcategorieën:

- o Rechten
- o Opnamen
- o Optredens

De belangrijkste informatiebronnen die hiervoor gebruikt zijn, komen van de organisaties die over deze gegevens beschikken (zie paragraaf 1.6)

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

De geschatte totale toegevoegde waarde (rechten, opnamen en optredens) die in 2008 is gerealiseerd met de export van Nederlandse populaire muziek bedraagt € 50,2 miljoen. In 2004 waren de inkomsten van rechten, opnamen en concerten onderling vrijwel gelijk. De uitkomsten van het onderzoek over 2006 vertoont een duidelijke stijging bij de dance-optredens. Daarbij moet wel aangetekend worden dat naast een daadwerkelijke groei van de exportwaarde ook een groei in de beschikbare data heeft plaats gevonden waardoor een extra stijging te zien is. In de onderzochte jaren ontstond een zichtbare verschuiving ten gunste van *optredens*, zoals te verwachten, ten nadele van *opnamen*.

	2008		2007		2006		2005		2004	
	miljoen €	aandeel	miljoen €	aandeel	miljoen €	aandeel	miljoen €	aandeel	miljoen €	aandeel
Rechten:	14,6	29.1%	15,0	34.6%	11,1	30.9%	9,5	29.2%	10,9	34.5%
Opnamen:	8,8	17.5%	10,1	23.1%	10,7	29,8%	10,0	30.8%	9,8	31%
Optredens:	26,8	53.4%	18,4	42.3%	14,1	39,3%	13,0	40.0%	10,9	34.5%
Totaal	50.2*	100%	43,5	100%	35,9	100%	32,5	100%	31,6	100%

* 2008 een stijging van 15% t.o.v. 2007

* 2008 een stijging van 40% t.o.v. 2006

* 2008 een stijging van 54% t.o.v. 2005

* 2008 een stijging van 59% t.a.v. 2004

Tabel 9: Exportwaarde van de Nederlandse Populaire Muziek

In 2008 is met name bij dance-labels en majors een daling te zien (bijlage 1). Procentueel gezien bleven *rechten* ongeveer gelijk, maar ook daar een verschuiving ten koste van mechanisch rechten voortvloeiend uit de digitalisering en t.o.v. 2007 een stijging bij uitvoeringsrechten door meer incasso uit RTV-gelden buitenland voor componisten.

De export van de Nederlandse populaire muziek in 2008 groeit. Dat is voor een belangrijk deel nog steeds te danken aan de bijdrage die Nederland levert aan de dance-scene. De pop- en rock scene is groeiende. De investering die is en wordt gepleegd, moet met aandacht worden gevolgd. Het is een *long-term-investment*. Waar zich kansen aandienen moeten ze gegrepen worden. Het is van groot belang dat potentieel succesvolle Nederlandse bands en artiesten in het buitenland gesteund blijven worden. Groepen als Textures en Within Temptation maken gebruik van deze mogelijkheid. Het zoeken naar relaties en samenwerking met andere landen, met mogelijke uitwisselingen zoals die nu al worden geïnitieerd zijn enorm belangrijk. Meer landen zoeken deze vorm van steun en geloof in het eigen product voor verdere expansie.

3.3 Nawoord

Het op jaarlijkse basis onderzoeken van de resultaten van de exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek maakt duidelijk dat de investeringen die worden gepleegd door de vele betrokkenen (zoals de overheid, bedrijven als Buma Cultuur, MCN, de Nederlandse muziekindustrie, artiesten, management, componisten/tekstschrijvers, producers) uiteindelijk opleveren. Een stimulans om verder te bouwen aan nog meer en betere resultaten.

Succesvolle buitenlandexploitatie kan bijdragen aan een economisch meer gezonde muziekindustrie en voor een bloeiende muziekcultuur. Immers, wanneer de industrie in staat is investeringen te doen in nieuwe producties, mede op basis van buitenlandinkomsten, betekent dat tegelijkertijd meer kansen voor Nederlandse auteurs en uitvoerend muzikanten, een groter aantal releases (fysiek en digitaal) en meer bloei in het live-circuit. Door het buitenlandse succes van artiesten binnen bepaalde genres, zoals bij dance, metal, jazz en punk/rock krijgen steeds meer Nederlandse popartiesten kans om zich op deze manier te profileren.

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

Door het toenemende belang van elektronische netwerken voor promotie en exploitatie van informatie (over nationale grenzen heen) wordt het steeds moeilijker om de exportwaarde van 'dragerloze opnamen' op de geijkte manieren vast te stellen. Muziek wordt steeds meer digitaal verkocht. De fysieke distributie van muziek wordt minder belangrijk. Daarmee wordt de medewerking van de 'digitale muziekindustrie' belangrijk. Downloads vallen in 2006 nog buiten het onderzoek, maar nemen steeds meer een substantiële plaats in binnen de waardecreatie. Deze dragerloze tracks en clips vallen onder de categorie *opnamen* en zijn vanaf 2007 wel meegenomen.

Dit rapport kan ook andere landen stimuleren om op deze manier onderzoek in te stellen. Op die wijze zou in de komende jaren een betrouwbare vergelijking van het internationale belang van muziek uit verschillende landen mogelijk kunnen worden.

Het onderzoek naar de exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek is in de laatste vijf jaar steeds verder geprofessionaliseerd. Om vergelijkingen met andere landen mogelijk te maken bevelen wij Buma Cultuur aan om:

- bekendheid te geven aan dit onderzoek in het buitenland, als format ter stimulering van het plegen van gelijkwaardig onderzoek.

Ook is het mogelijk om het onderzoek in de toekomst uit te breiden. Buma Cultuur kan in overweging nemen de volgende extra criteria toe te voegen:

- Activiteiten van catalogusvertegenwoordigers en subuitgevers (die niet aangesloten zijn bij BUMA/Stemra) en die Nederlands repertoire in het buitenland vertegenwoordigen door middel van een sublicentie.
- Export van audio(-visuele) programma's waarin muziek centraal staat zoals:
 - Radio: muziekprogramma's jingles, reclame,
 - Televisie: muziekprogramma's, leaders, bumpers, muziek onder televisieprogramma's, reclame,
 - AV-productie: muziek bij films en games

De rechten van deze drie categorieën zijn al wel in dit rapport meegerekend.

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

LITERATUUR

- Anderson, C., (2007) *The long tail, why the future of business is selling less of more*, Londen, Random House Business Books
- Boel, J. & Steenkiste, M. van, (2007), *De terugkeer van de Vikingen: hoe Denemarken zijn popmuziek aan de wereld verkocht*. Belgisch artikel over Music Export Denmark (MXD) <http://www.goddeau.com/content/view/4137>
- Buma Cultuur jaarverslag (2008)
- BUMA/Stemra jaarverslag (2008)
- djmag.com/top100djs/ (2008)
- Export Music Sweden (2007) *Export performance of the Swedish music industry 2006*. Export performance of the Swedish music industry is beschikbaar van 2001 tot 2006
<http://www.exms.com/export/Swedish%2520Music%2520export%25202006.pdf>
- Fictoor, J. & Kroeske, S., (2007). *Basisboek Muziekmanagement*. Amsterdam, Boom Onderwijs.
- Forss, K. en Podolieva, K., (2002). *The export of Swedish Music Industry 2001*. A report from Export Music Sweden. Andante Consultants
- Friedman, T.L. (2008) *De aarde is plat, ontdekkingsreis door een geglobaliseerde wereld, editie 3.0*, 12^e druk, Nieuw Amsterdam Uitgevers
- Kroeske, S. & Fictoor, J., (2007) *Exportwaarde van Nederlandse Populaire Muziek 2005 en 2006* (in opdracht van Buma Cultuur). Hilversum: Perfect & More BV
- Kroeske, S. & Fictoor, J., (2008) *Exportwaarde van Nederlandse Populaire Muziek 2007* (in opdracht van Buma Cultuur). Hilversum: Perfect & More BV
- [Muziekcentrumnederland.nl](http://muziekcentrumnederland.nl) (2009)
- Music Export Finland (2005). *Total market value and structure of Finnish music export*. Media Clever Oy. (<http://musex.fi/files/00000080.pdf>)
- Music Export Finland (2006). *Total market value and structure of Finnish music exports in 2006*, <http://musex.fi/mxf/player>. Geen vervolg onderzoeken.
- MusicXport.nl (2009)
- Nvpi.nl (2009)
- Roozendaal, D (2009) *Digitalization: Friend or foe?, a study about the effects of digitalization on music publishing*, bachelors thesis, Haarlem, INHolland University
- Rutten, Paul & Hoogendoorn, Joost (2006). *Exportwaarde van Nederlandse Populaire Muziek 2004* (in opdracht van Buma Cultuur). Delft: TNO Informatie- en Communicatietechnologie.
- SENA jaarverslag (2008)
- Shuker, R., (1994) *Understanding pop music*, Londen/New York, Routledge
- Veelen, A. van, (2006) *Netwerken in de Nederlandse dance-industrie. Overwaarde toekenning en netwerkdynamiek in het dj-veld*. Docatorsaalscriptie, Universiteit van Amsterdam Communicatiewetenschap
- Wermuth. M., (2002) *No sell out, de popularisering van een subcultuur*, Amsterdam Aksent

BIJLAGE 1:**Overzicht exportcijfers 2004 tot en met 2008**

Rechten	2008		2007		2006		2005		2004	
Buma	8.9	17.8%	7.6	17.5%	5.3	14.8%	5.0	15.4%	5.6	17.7%
Stemra	3.8	7.6%	4.9	11.3%	3.9	10.9%	3.3	10.1%	4.3	13.6%
Sena	1.8	3.6%	2.5	5.8%	1.9	5.2%	1.2	3.7%	1.0	3.0%
Subtotaal	14.6	29.1%	15.0	34.6%	11.1	30.9%	9.5	29.2%	10.9	34.5%
Opnamen	2008		2007		2006		2005		2004	
Dance labels	3.3	6.5%	4.8	11.0%	4.3	12.0%	3.5	10.8%	3.1	9.8%
Majors	2.9	5.8%	3.2	7.3%	4.1	11.4%	4.3	13.2%	4.5	14.2%
Overigen	2.0	4.0%	1.3	3.0%	1.7	4.7%	1.6	4.9%	1.5	4.7%
Buit. signings	0.6	1.2%	0.8	1.8%	0.6	1.7%	0.6	1.9%	0.7	2.2%
Subtotaal	8.8	17.5%	10.1	23.1%	10.7	29.8%	10.0	30.8%	9.8	31%
Optredens	2008		2007		2006		2005		2004	
Dance	14.5	28.9%	10.8	24.8%	8.9	24.8%	8.2	25.2%	6.9	21.8%
Overig	12.3	24.5%	7.6	17.5%	5.2	14.5%	4.8	14.8%	4.0	12.7%
Subtotaal	26.8	53.4%	18.4	42.3%	14.1	39.3%	13.0	40.0%	10.9	34.5%
Totaal	50.2*	100%	43.5	100%	35.9	100%	32.5	100%	31.6	100%

* stijging van 15% t.o.v. 2007

BIJLAGE 2:

Ontwikkeling Nederlandse geluidsdragermarkt⁸ (consumentenomzet)

Jaar	Omzet in milj. €	Groei	Volume aantal milj.	Groei
1991	578	9%	48,2	2%
1992	520	-10%	39,8	-17%
1993	528	2%	42,2	6%
1994	519	-2%	42,1	0%
1995	520	1%	44,3	5%
1996	505	-3%	43,3	-2%
1997	537	6%	45,5	5%
1998	505	-6%	41,5	-9%
1999	490	-3%	39,5	-5%
2000	494	1%	39,9	1%
2001	486 (498)	-1,50%	37.7 (38.7)	-5.5%
2002*	467	-6%	34.2	-11%
2003	444	-5%	33.3	-3%
2004	411	-7%	31.7	-4,80%
2005	338	-18%	27.2	-14%
2006	307	-9%	24.6	-9%
2007	282	-8%	22.9	-7%
2008	260	-8%	21.2	-7%

* Met ingang van 2002 wordt muziekvideo (dvd en vhs) meegeteld in de audiomarkt. Om een goede vergelijking met 2001 te kunnen maken zijn de cijfers over 2001 herberekend mét muziekvideo. De uitkomsten daarvan staan tussen haakjes.

Ontwikkeling Nederlandse downloadmarkt⁹ (consumentenomzet)

Jaar	Online afgerond op hele miljoenen	Mobiel afgerond op hele miljoenen
2005	4	1
2006	7	2
2007	10	2
2008	13	1

In 2008 wordt de stijgende lijn van verkochte muziekdownloads voortgezet. Er werden 17,5% procent meer downloads verkocht dan in 2007. Desondanks daalde de totale omzet van audio met 6,7% in omzet. De afzet steeg, dankzij de groei in de downloadmarkt. De totale markt van fysiek dragers daalde in vergelijking met 2007 8% in omzet en 7% in afzet.

⁸ bron: NVPI

⁹ bron: NVPI

BIJLAGE 3: Belangrijkste van ruim 165 NL artiesten - internationaal (ranking per genre)

<i>artiest</i>	<i>genre DANCE</i>	<i>landen van optreden</i>	<i>andere successen</i>
TIESTO	dance	wereldwijd, alle continenten;	#2 dj van de wereld
ARMIN VAN BUUREN	dance	UR, COL, VS, ARG, BRA, MEX, LET, FIN, ISR, GUA, PER, CHIL, CAN, GB, D, BE, SP, AUS, HON, OEK, KRO, GR, PAR, INDI, INDO, CHIN, THA, KOR, POL, TSJ, IRL	#1dj van de wereld; hitparadesuccessen in CAN, GR, BE
FERRY CORSTEN	dance	wereldwijd optredens VS, CAN, Europa, Zuid Amerika, Verre Oosten, headliner HON Sziget festival	#6 dj van de wereld
LAIDBACK LUKE	dance	VS, GB, AUS, SP, THAI, SING, IT, BE, FR, ZWE, TUN, D, POR, TSJ, CAN, ZWI, GR, OEK, NO,	#46 dj van de wereld
FEDDE LE GRAND	dance	GB, VS, D, POL, OOS, HON, DK, ROE, RUS, IRL, SP, ZWE, ZWI, BE, FR, SLOV, BRA, CAN, AUS	#29 dj van de wereld
MARCO V	dance	MAL, THA, BE, IRL, GB, SIN, LIB, CAN, SYR, QA, TUR, KOR, RUS, VS, VAE, EG, OEK, SP, TSJ, IRL, COL, MEX, EST, CYP, LI, BRA, NO, BUL, IJS	#44 dj van de wereld
SANDER KLEINENBERG	dance	VS, BUL, GB, MEX, HON, D, POL, ZWI, MAC, OEK, TUN, BRA, PER, ARG, SP, BE, IT, CAN, LIB, EG	#59 dj van de wereld
MENNO DE JONG	dance	VS, CAN, POL, NO, GB, MEX, D, TRI, TUN, SP, OEK, KRO, BE, RUS, ARG, TSJ, CHI, KOR, NZ, AUS, ZWE	#48 dj van de wereld
PETE PHILLY & PERQUISITE	dance	BE, FR, IT, SER, OOS, HON, TSJ, DE, JP	
SANDER VAN DOORN	dance	PR, GB, VAE, CAN, VS, POL, SP, ROE, IRL, RUS, MEX, NZ, AUS, BUL, OEK	#13 dj van de wereld
RICHARD DURAND	dance	POL, GB, BE, SP, CHIN, KOR, EST, NO, RUS, IRL, INDI, TSJ, OEK	#66 dj van de wereld
JORIS VOORN	dance	BE, TSJ, GB, AUS, ISR, SP, BRA, D, VS, OEK, SWI, FR, JP, OOS, COL, IT	
KRAAK & SMAAK	dance	VS, BE, D, TUR, ROE, GB, HON, CAN	
MARCEL WOODS	dance	POL, BE, OEK, GB, RUS, NA, D, IRL, AUS, DK, TSJ	#83 dj van de wereld
COR FIJNEMAN	dance	RUS, ZWE, GB, ROE, POL, BRA, SP, CAN, TSJ, D, TAI	
C-MON & KYPSKI	dance	tour door VS	
BAZZHEADS	dance, hardcore		verkochte compilaties > 17.000.000
<i>artiest</i>	<i>genre POP/ROCK</i>	<i>landen van optreden</i>	<i>andere successen</i>
JAN AKKERMAN	pop, instrum.	GB, D, KRO, Midden Oosten	tour door GB, D, KRO, Midden oosten
RACoon	pop	BE, D, OOS, DK	voorprogramma Lemonheads D, DK
FRANS BAUER	pop, ned.talig	BE (3 uitverkochte concerten Sportpaleis Antwerpen)	#1 single + album BE met Laura Lyn
ALAIN CLARK	pop, urban		signing Warner Music VS
EPICA	gothic metal, rock	D, TSJ, SP, FR, BE, GB, MEX, VS, CAN, HON, FIN, ROE, IT, Zuid Amerika, POL, ZWI, ISR	
NO TURNING BACK	hardcore, rock	VS, GB, D, FR, POR, SP, GB, B, BUL, SLOW, IT, OOS, IRL, TSJ, OEK, LIT, LET, GR	
BACKFIRE	hardcore, rock	D, FR, BE, POL, IT, ZWI.	the most clubshow's in their history
DARKRAVER	hardcore, rock	D, BE, SP	
TEXTURES	metal, rock	GB, FR, BE, ZWI, DK, SLO, TSJ, D, ZWE, OOS	
PETER PAN SPEEDROCK	metal, rock	IT, BE, D, ZWI, FR, OOS	
BORN FROM PAIN	metal, rock	POL, OEK, TSJ, HON, SERV, ROE, IT, FR, BE, D	tour Europa incl. Oost-Europa,
ASRAI	metal, rock	FR, BE, SP, D, GB, ZWI, IT, OOS, BUL, DK	supp Epica, Cradle of Filth
ANTILLECTUAL	punk, rock	D, FR, POR, ZWE, NO, IT, ZWI, B, SLOW, VS, GB	
EX, THE	punk, rock	BE, FR, IRL, IT, OOS, VS	na 30 jr nog zeer veel optredend
BAMBIX	punk, rock	D, BRA, TSJ	
APERS	punk, rock	GB, BE, D, IT, FR, SP	sinds 1996 meer dan 800 oprtr in Eur.
WITHIN TEMPTATION	rock	IT, OOS, HON, POL, TSJ, SLO, RUS, SP, MEX, COL, CHI, ARG, BRA, SP, POR, GB, ZWE, OEK, ISR, BE	
SUICIDAL BIRDS	rock	ZWI, ZWE, GB, IRL, FR, D, DK	
AYREON	rock, metal		releases JP, TAI, KOR, Europa, VS, CAN, Zuid Amerika
DELAIN	symfo metal, rock	D, FR, BE	
<i>artiest</i>	<i>genre JAZZ</i>	<i>landen van optreden</i>	<i>andere successen</i>
HANS THEESINK	jazz	OOS, DK, NZ, AUS, D,	
SASKIA LAROO BAND	jazz	DE, IT, SING, QAT, OEK, SEN, LIB, TAI, VS, IND, OEK, BRA, POL	
CANDY DULFER	jazz	VS, JP, ZA, B, ZWI, OOS, CUR, TSJ, D, POL	
WOUTER HAMEL	pop, jazz	JP	
<i>artiest</i>	<i>genre KLASSIEK</i>	<i>landen van optreden</i>	<i>andere successen</i>
ANDRE RIEU	pop, klassiek	D, OOS, VS, FR, BE, ZWI, AUS	700.000 tickets; omzet \$76.9