

Creatieve musical- makelaar

Anita Twaalfhoven

In de serie *Particulier portret* in deze *Boekman* interviews met opvallende initiatiefnemers in de particuliere sector. Geert Allaert is de drijvende kracht achter de Vlaamse Music Hall Group.

De Music Hall Group NV is in 1988 opgericht door Geert Allaert, de huidige directeur en hoofdaandeelhouder van deze groep. Al is zijn bedrijf een commercieel succes, van origine is hij geen zakenman. 'Ik heb het conservatorium doorlopen en studeerde Germaanse filologie, beide in Gent. Je zou kunnen zeggen dat die twee hartstochten, voor taal en muziek, zijn samengekomen in de Music Hall Group.'

Aanvankelijk legde hij zich toe op de organisatie van concerten met bekende namen van weleer als Barry White en Diana Ross, maar ook op optredens van Holiday on Ice of Cirque du Soleil. 'Al snel volgde de overstap naar het produceren en programmeren van musicals', vertelt hij. Een genre dat in Vlaanderen nog een gat in de markt was en vooral door de Music Hall Group aan populariteit heeft gewonnen.

'Omdat er indertijd behoefte was aan geschikte theaters voor ons aanbod, zijn in de loop van de tijd drie theaters door ons aangekocht en verbouwd', vertelt hij. 'De Stadsschouwburg Antwerpen en het Capitole in Gent met respectievelijk 2000 en 1500 stoelen, en de Vorst Nationaal, die plaats biedt aan maar liefst 10.000 bezoekers.' Hij financierde deze grootscheepse onderneming 'met de hulp van enkele investeerders en eigen familiekapitaal.' De drie theaters ondergingen een flinke facelift en zijn nu goed voor een breed publiek van een miljoen bezoekers per jaar. De programmering varieert van popconcerten en musicals tot optredens van het Ballet van Vlaanderen en de Vlaamse Opera.

Beperkt tot België

Ziet hij zichzelf als de Vlaamse Joop van den Ende? 'Nee, zeker niet', zegt hij stellig. 'Zijn bedrijf is veel omvangrijker en hij werkt ook internationaal op grote schaal, met eigen theaters overal ter wereld. Wij beperken ons tot België, zowel Vlaanderen als Wallonië, en tournees in Nederland. De musicals van Van den Ende spelen ook in onze theaters, net als die van V&V Entertainment, en we produceren regelmatig Vlaamse versies van hun musicals. Het aanbod in onze theaters bestaat uit zo'n veertig procent eigen producties en zestig procent zaalverhuur voor gastoptredens. Als we rendabiliteit nastreven, moet het een combinatie van deze twee zijn. Anders dan in Nederland is, mede

Anita Twaalfhovenis hoofdredacteur van *Boekman*

door het aantal inwoners, het draagvlak onder het publiek te klein voor langlopende musicals.’

Sponsors zijn in Vlaanderen veel moeilijker over de streep te trekken dan in Nederland, vertelt hij. ‘Grote bedrijven willen meestal alleen tekstloze of Engelstalige activiteiten sponsoren, die zowel in Vlaanderen als Wallonië kunnen spelen. Je komt daardoor vooral uit bij de relatief kleine bedrijfjes.’

Aan het aantal logo’s op de website van de Musical Hall Group te zien, zijn dat er nog heel wat. De groep lijkt zeer creatief in de contacten met het bedrijfsleven. Zo kan een werkgever met een cultureel bedrijfsabonnement het personeel aantrekkelijke kortingen aanbieden op een kaartje voor concert, musical, cabaret, theater of ballet. Ook is elk theater voorzien van vip- en bedrijfsruimtes. ‘Music Hall Group NV biedt u de mogelijkheid met uw klanten of leveranciers een droomtrip doorheen showbizland te maken’, zo prijst de tekst op de website aan. Met zogeheten all-in vip-arrangementen, die bestaan uit ‘een concert of voorstelling met vooraf of nadien receptie, zittend of walking diner’. Daartoe biedt men zowel business seats als loge seats aan. In het eerste geval kan de bezoeker bijvoorbeeld rekenen op een aparte vip-ingang en een gastvrouw die hem of haar verwelkomt in een eigen ruimte met catering naar keuze. In het tweede geval is de ontvangst zo mogelijk nog exclusiever. Loge balkons zijn er alleen in Vorst Nationaal en bieden plaats aan groepen van twaalf personen, die hier onder het genot van een hapje en een drankje rechtstreeks toegang hebben tot de zaal.

Men maakt hier graag gebruik van, zegt Allaert. ‘De verkoop van plaatsen aan het bedrijfsleven is met 200.000 inmiddels 20 procent van de totale ticketverkoop.’ Ook als een bedrijf iets te vieren heeft, kan het terecht bij de Music Hall Group: ‘Wij verzorgen het hele pakket. We rollen de rode loper uit en bieden een presentator en artiesten, belichting en special effects.’

In Nederland keek de kunstwereld aanvankelijk met een schuin oog naar het ‘commerciële musicalgebeuren’. Hoe ontvangt de Belgische kunstwereld zijn initiatieven? ‘In de beginperiode keek men naar mij als naar “die commerciële jongen die niet aan kunst deed”. Maar in feite onderscheiden wij ons vooral door de titels van de producties die meteen een bel doen rinkelen bij het grote publiek: *Phantom of the Opera*, *Romeo & Julia*, *Dracula*, *Amadeus* of *Suske en Wiske*. Maar de creatieven – schrijvers, regisseurs of acteurs – werken vaak zowel in het gesubsidieerde als in het commerciële theater. De Vlaamse overheid is inmiddels overstag voor onze manier van werken en ziet het als gezonde ondernemingszin. Ook de pers beseft dat de grens tussen het commerciële en het gesubsidieerde circuit inmiddels niet meer zo scherp te trekken is.’