
Artikel

Pablo Cabenda

Poortwachters van popmuziek

Machtsverschuiving binnen de muziek

Dankzij sociale media en streaming-diensten zijn de machtsverhoudingen in de muziekindustrie drastisch veranderd. Artiesten lijken minder afhankelijk van de grote platenmaatschappijen, al anticiperen die op de nieuwe verhoudingen en trekken ze de macht weer naar zich toe. Nieuwe veranderingen in het eco-systeem zijn echter alweer op komst.

Al gehoord van de nieuwe Nederlandse popster Meau? Meau Hewitt was voor corona publieksmedewerker van het Rijksmuseum. Als klein meisje zong ze bij *Kinderen voor Kinderen*. Tijdens de eerste lockdown in 2020 besloot ze liedjes te schrijven en zelf uit te brengen. Gewoon voor de leuk. Via sociale media als TikTok en het streamingplatform Spotify wilde ze eerst een fanbase opbouwen. Later zou ze wel verder zien.

Vervolgens ging haar nummer *Dat Heb Jij Gedaan* een paar keer viraal op TikTok waarna het publiek daar en masse het hele liedje ging luisteren op Spotify. Meau kreeg 17 miljoen streams. Het nummer kwam binnen in de Top 2000, werd opgepikt door 3FM en op 31 december 2021 zwaaide Meau het oude jaar uit met de Twittermededeling: 'Ik heb zojuist gehoord dat ik op nummer #1 in de fucking Nederlandse Top 40 sta.'

In een halfjaar deed Meau, in eigen beheer, waar menige popact jaren voor nodig heeft. Ze is een voorbeeld van een beginnende act die op eigen houtje haar publiek heeft gevonden en haar eerste roem heeft vergaard zonder dat de klassieke poortwachters van popmuziek daarin een rol hebben gespeeld. Meau heeft een



Meau. Fotografie:
Jantina Talsma

deel van de macht van invloedrijke instanties die traditioneel bepalen wat het brede publiek aan muziek wordt voorgeschoteld, naar zich toe getrokken; denk aan radio-dj's, A&R-managers (talentscouts van platenmaatschappijen), podiumprogrammeurs en popjournalisten. Meau moest het van TikTok hebben en bracht haar single uit bij een klein onafhankelijk platenlabel.

Zelf doen

Meau's pad is een moderne sluiproute naar succes, al is die niet nieuw. Tien jaar geleden al dienden zich mogelijkheden voor popacts aan om buiten de gebaande paden hun doel te bereiken. Het was in de dagen dat de muziek-industrie zich moest heruitvinden om het hoofd te bieden aan de net opgekomen streaming-diensten. Die waren, wat betreft muziek-verspreiding, een serieuze concurrent geworden. En ook al hadden ze nog geen overtuigend verdienmodel, ze hadden wel een enorm bereik bij een publiek dat dol is op 'gratis'.

Maar sinds een jaar of vier hebben de *majors*, de drie wereldwijd opererende platenmaatschappijen Universal, Warner en Sony, het stuur weer stevig in handen. Universal Music Group (UMG) behaalde in 2020 een winst van 7,4 miljard euro. Een wederopstanding die mogelijk is gemaakt doordat het aanbod van streaming-diensten grotendeels bestaat uit de catalogi van die platenmaatschappijen. En anders dan tien jaar geleden wil de consument daar nu wel voor betalen. Van de winst van UMG kwam 64 procent van het betaald streamen (Cabenda 2021). De streamingdiensten zelf doen het ook niet slecht. In Nederland hebben platforms als Spotify, Deezer en Apple Music een marktaandeel van 80 procent¹.

Wat in eerste instantie een bedreiging leek voor de platenmaatschappij is een handelspartner geworden. De macht in muzikland is niet zozeer verschoven als wel verdeeld. Niels Aalberts, eindredacteur van het VPRO-muziekplatform 3voor12, spreekt van een golfbeweging, wat niet betekent dat er niets is veranderd. 'Platenmaatschappijen zijn een stuk flexibeler geworden. Er worden nu op maat gemaakte contracten gehanteerd. Moet ook wel, want met 2 miljoen views op TikTok heb je een hele andere onderhandelingspositie dan een bandje dat met een vaag demootje komt aanzetten en de mededeling "Wij zijn heel leuk hoor!"'

Er is ruimte om veel zelf te doen. Niet alleen Meau is daar in Nederland een voorbeeld van, ook The Vices. Het Groningse garagebandje, actief op sociale media, organiseerde vorig jaar op eigen kracht een uitverkocht ViceFest in de Groningse Oosterpoort. Honderdduizenden streams later hebben ze een contract bij een →

onafhankelijk platenlabel. De meest succesvolle onafhankelijke Amerikaanse hiphopster, Chance The Rapper heeft een Grammy voor een album dat je alleen kunt streamen. En recentelijk was er opeens Gayle, de Amerikaanse singer-songwriter die op TikTok viraal ging met haar hit *abcdefu* en op nummer 1 van de Billboard Global Charts belandde.

Afwezigheid van hiphop

De distributie van muziek is niet meer het alleenrecht van de traditionele platenindustrie, maar deze deelt dat met een waaier van laagdrempelige streamingplatforms. De verspreiding van muziek lijkt daarmee democratischer en effectiever geworden. Maar met al die kanalen en al dat aanbod lijkt toch niet alle popmuziek zijn beoogde publiek te bereiken. In 2015 constateerde 3voor12 al dat Hilversum een onneembare vesting was voor veel rappers (Vrieze 2015b) en klaagde rapper Fresku in zijn nummer *Zo Doe Je Dat* dat de Nederlandse radio geen zwarte rappers wilde draaien. En dat terwijl nou juist de (zwarte) hiphopsterren uit de stal van het label TopNotch, Frenna, Ronnie Flex en Broederliefde, tot voor kort de lijst van meest gestreamde Nederlandse artiesten op Spotify aanvoerden.

Popjournalist Atze de Vrieze van 3voor12 herkende Fresku's klacht en pleitte voor meer bewustzijn van de persoonlijke voorkeuren bij radio-dj's van de publieke zenders. 'Zij zijn immers sleutelfiguren op de zender, zij bepalen mede de playlist.' Wilbert Mutsaers, indertijd zendermanager van 3FM, nu hoofd Benelux | Music Spotify, stak de hand in eigen boezem en zei in een reactie: 'Fresku heeft zelfs meer dan "een beetje" gelijk over Hilversum.' Hij voegde daaraan toe dat hij daaraan zoveel mogelijk hoopt te veranderen (Vrieze 2015a).

Zeven jaar is een lange tijd maar er is volgens TopNotch A&R-manager Mohamed Fouradi niet veel veranderd in het Hilversumse mediaveld: 'Radio 538 draait onze muziek gewoon niet. Er wordt wel altijd op onze deur geklopt om filmpjes te maken met onze rappers voor het YouTube-kanaal van 538. Maar ik heb nu gezegd, dat als we niet op de reguliere radio worden gedraaid, we ook geen filmpjes meer maken.'

Lisa de Jongh, tot voor kort hoofd programmering van popzaal Patronaat, nu programmeur bij TivoliVredenburg, ziet ook in het livecircuit een afwezigheid van hiphop. 'Niet dat er moedwillig rappers van het podium worden gehouden, maar de ervaring heeft geleerd dat er weinig publiek afkomt op een standaardhiphopconcert; zo één waar de rapper optreedt met de begeleiding op een tapeje. Een rapper kan duizenden streams hebben in een week en niet eens 200 kaarten verkopen voor een show.' Dat komt volgens haar omdat het poppodium niet de natuurlijke etalage is voor jonge millennials die hun hiphophelden willen zien. 'Publiek dat eigenlijk alleen maar de hits wil horen. De stap naar een clubshow is te groot als je daar 25 euro voor moet neertellen en daar alleen de rapper met een bandje voor krijgt. Iemand als Ronnie Flex, die shows heeft gedaan met een liveband, heeft daar wel goed mee gescoord. Maar er zijn niet veel rappers die het op die manier doen.'

Die relatieve afwezigheid van hiphop op de podia betekent dan ook niet automatisch dat een bepaald publiek wordt verwaarloosd. Iets soortgelijks geldt voor hiphop op de landelijke radiozenders. Mutsaers, die in zijn reactie indertijd ook zei dat van alle landelijke radiostations 3FM nog de meeste hiphop draaide, klapte bij uitzondering uit de school over het wekelijkse muziekonderzoek. Wat bleek? De twee minst favoriete platen van het station waren de toenmalige singles van Fresku en Lil' Kleine & Ronnie Flex (Vrieze 2015a).

Er zijn parallelle werelden ontstaan, waarbij succes in de ene niet automatisch garantie biedt op succes in de andere. Waar Nederlandse hiphop online mateloos populair is, slaat het op de traditionele radio of de podia nog geen deuk in een pakje boter. Soms voeden die werelden elkaar, zoals in het geval van Meau, soms lijkt het één een alternatief voor het ander. Maar voor het (financiële) succes van de artiest maakt het uiteindelijk niet zo heel veel uit. Sony sloot vorig jaar nog een distributiecontract met Lil' Kleine voor 3 miljoen euro. En of ze nou wel of niet op de nationale radio worden gedraaid, wie hoog scoort op streamingplatforms en sociale media wordt uiteindelijk opgemerkt. En, waarschijnlijk, ook gecontracteerd door een (grote) platenmaatschappij.

Zelfredzaamheid

Want dat is een andere uiterst praktische bijkomstigheid van streamingdiensten en sociale media. Afgezien van dat ze helpen het materiaal van platenmaatschappijen te verspreiden, zijn ze ook een oceaan van nieuwe content en talent dat je kunt spotten zonder de deur uit te hoeven. De Jongh raadpleegde ze voor de concerten in Patronaat. En ze zijn een hoorn des overvloeds voor A&R-managers als Fouradi. ‘Dat is een nieuw speelveld geworden. Een van onze laatste getekende artiesten, Benjamin Traudes, hebben we ontdekt omdat hij actief is op Instagram en TikTok. Met niets meer dan een camera en een mic.’

Die zelfwerkzaamheid van de beginnende online artiest gaat vaak gepaard met eigen-gereidheid. Fouradi: ‘Soms benader je artiesten die toch alles in eigen beheer willen doen: promotie, royalty-onderhandelingen, marketing. Ze gaan voor totale onafhankelijkheid met een *independent release*. Als zij de boot afhouden, houden wij afstand. Maar ze lopen uiteindelijk stevast tegen iets aan wat ze zelf niet kunnen oplossen en in negen van de tien gevallen komen ze bij ons terug.’

Want ja, het is mogelijk om alles zelf te doen en nee, het is niet makkelijk. Aalberts: ‘En wat is eigenlijk de definitie van “eigen beheer”? Meau zit weliswaar niet bij een grote platenmaatschappij maar wel bij een boekingskantoor dat een van de vier grote spelers is.’ Hij wil maar zeggen, de zaak is fluider geworden, minder zwart-wit. Ja, de artiest heeft meer macht van de platenmaatschappij naar zich toe getrokken, omdat hij nu krachtige distributiekkanalen tot zijn beschikking heeft. Maar diezelfde platenmaatschappij gaat ook coalities aan met die kanalen.

Nieuw ecosysteem

Er staan ons nog heel wat coalities en machtsverschuivingen te wachten. Bandcamp, de online muziekwinkel voor onafhankelijke artiesten, die schermt met hoge uitbetalingen aan zijn acts, werd in maart jongstleden opgekocht door Epic Games, het gamebedrijf dat onder andere *Fortnite* ontwikkelde. Als onbekend indiebandje zou je nu zomaar kunnen opduiken in een populair Epic-game en zo bij miljoenen huishoudens binnenkomen.

En Spotify heeft aangekondigd dat het zijn eigen A&R-technologie heeft gepatenteerd. Algoritmes gaan nu voorspellen welke artiesten op de streamingdienst zullen doorbreken. Daarmee kan Spotify in theorie alle talentscouts van alle platenmaatschappijen overbodig maken.

Maar het is het meest waarschijnlijk dat TikTok in de nabije toekomst zal zorgen voor een grote machtsverschuiving. Het socialemedia-platform lanceerde onlangs SoundOn, zijn platform voor muziekdistributie. TikTokgebruikers kunnen hun muziek downloaden naar de nieuwe app en andere streamingdiensten. Dat wordt wellicht een serieuze concurrent voor de in muziek gespecialiseerde diensten omdat TikTok, met zijn korte filmpjes, veel besmettelijker is dan die streamingdiensten. Want een oceaan van content kan ook een hooiberg zijn waarin je zonder aanwijzingen op zoek gaat naar die ene speld. De vele gebruikers op TikTok die elkaar aansteken hebben die in *no time* voor je gevonden.

Ole Obermann, hoofd van de afdeling muziek van TikTok, sprak al profetische woorden: ‘Met SoundOn gaan we het ecosysteem van ongetekende artiesten organiseren op een manier die nog niet bestaat en nog nooit bestaan heeft’ (Ingham 2021). Misschien moeten de platenmaatschappijen zich weer zorgen gaan maken. •

Literatuur

Cabenda, P. (2021). ‘Hoe Universal Music Group herrees en het digitale universum veroverde’. Op: www.volkskrant.nl, 19 september.

Ingham, T. (2021) ‘TikTok is evolving into a very different kind of music streaming giant’. Op: www.musicbusinessworldwide.com, 29 september.

Vrieze, A. de (2015a) ‘Fresku heeft wel een beetje gelijk over Hilversum: geen witte puntmutsen, wel veel witte gezichten’. Op: 3voort2.vpro.nl, 26 augustus.

Vrieze, A. de (2015b) ‘Hiphop in Hillywood: een onneembare vesting?’. Op: 3voort2.vpro.nl, 6 januari.

Noot

1 nvpi.nl/nvpi-audio/2022/03/21/gezonde-groei-nederlandse-muziekindustrie-in-2021-ondanks-coronacrisis/



Pablo Cabenda
is freelance-journalist en werkt onder andere voor *de Volkskrant*. Hij schrijft over popmuziek en humaninterest-onderwerpen