



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

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

2009



Datum: 15 januari 2011
Presentatie: EuroSonic Noorderslag Groningen

Auteurs: Sieb Kroeske
Joke Fictoor

Aantal pagina's: 35
Aantal bijlagen: 3
Opdrachtgever: Buma Cultuur

Projectnaam: Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

© 2011 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 | 6 |
| 1.5 De opdrachtnemer | 8 |
| 1.6 Methodologie | 9 |
| 2. ONDERZOEK | 11 |
| 2.1 Export van de Nederlandse populaire muziek | 11 |
| 2.1.1 De Nederlandse dance export | 14 |
| 2.1.2 De Nederlandse punk-metal-rock export | 16 |
| 2.1.3 De Nederlandse populair klassieke export | 16 |
| 2.2 Meest opvallende individuele activiteiten/successen 2009 | 17 |
| 3. ONDERZOEKSRESULTAAT EN CONCLUSIES | 27 |
| 3.1 Meetinstrument | 27 |
| 3.2 Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek | 28 |
| 3.3 Nawoord | 30 |
| Literatuur | 31 |
| Bijlagen | 32 |

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

EXECUTIVE SUMMARY

De exportwaarde van Nederlandse populaire muziek is voor het vijfde achtereenvolgende jaar gestegen. In 2009 met 29 procent in vergelijking tot 2008. Nederland is met name om drie genres bekend in het buitenland. Op het gebied van dance blijft Nederland tot de absolute top behoren met artiesten als Armin van Buuren, Tiësto, Ferry Corsten, Sander van Doorn, Laidback Luke, Fedde le Grand, Richard Durand, Menno de Jong, Marco V, Sander Kleinenberg, Chuckie, Leon Bolier en Sied van Riel. Tussen dit dj-geweld staat André Rieu met populair-klassiek hoog in de top tien van artiesten met de meeste optredens en exportwaarde. Ook de punk-metal-rock scene zien we vertegenwoordigd met o.a. Born From Pain, No Turning Back en Delain. In totaal zijn meer dan 360 Nederlandse artiesten in grote of redelijke mate actief geweest in het buitenland in 2009.

De waarde die de Nederlandse muziekexport toevoegt aan de Nederlandse economie bedraagt in 2009 naar schatting € 64,9 miljoen. Rond 40 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 2009. Het gaat om jaarlijks onderzoek sinds 2005 in opdracht van Buma Cultuur. Het bedrag van € 64,9 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 | milj. € | % |
|------------------|-------------|-------------|
| | 2009 | |
| Buma | 8.7 | 13.4% |
| Stemra | 4.0 | 6.2% |
| Sena | 1.9 | 2.9% |
| Subtotaal | 14.6 | 22.5% |
| | | |
| Opnamen | | |
| | 2009 | |
| Dance labels | 4.1 | 6.3% |
| Majors | 2.6 | 4.0% |
| Overigen | 1.6 | 2.5% |
| Buit. signings | 0.8 | 1.2% |
| Subtotaal | 9.2 | 14.0% |
| | | |
| Optredens | | |
| | 2009 | |
| Dance | 21.4 | 33.0% |
| Overig | 19.8 | 30.5% |
| Subtotaal | 41.2 | 63.5% |
| | | |
| Totaal | 64.9 | 100% |

Tabel 1: Overzicht van de waarde in miljoenen € en % door de Nederlandse muziekexport in 2009

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

Van de Nederlandse muziekexport is ongeveer 22,5 procent afkomstig uit auteursrecht en naburige rechten (€ 14,6 miljoen), 14 procent komt van de exploitatie van opnamen van Nederlandse artiesten in het buitenland (€ 9,2 miljoen) en 63,5 procent van optredens van Nederlandse artiesten over de grens (€ 41,2 miljoen). Vergelijken we deze cijfers met eerdere jaren (tabel 9 en bijlagen 1, 2 en 3) 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.

Verder zien we binnen *optredens* dat dance- en overige optredens elkaar naderen en dat als hele categorie sinds 2008 een explosieve verdere groei is ingezet.

Bij de inkomsten van Buma en Stemra is en blijft Duitsland de #1 met bijna 18% van de inkomsten. Op de tweede plaats gevolgd door België met ruim 16% (zie tabel 7).

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 partijen met moeite of maar deels 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. De diverse Social Media bieden echter de kans om elke artiest nauwlettend gade te slaan wat betreft zijn muzikale activiteiten. Om die betrouwbaarheidsfactor te verkrijgen was een bijna dagelijkse waakzaamheid noodzakelijk. Dit alles leidt ertoe dat de genoemde waarden in dit rapport over 2009 van € 64,9 miljoen het karakter hebben van een goed 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. Vanaf 2008 wordt steeds het voorgaande jaar onderzocht. Gedurende 2010 richt het onderzoek zich aldus op 2009, dit onderzoek ligt nu 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.

- het *Programma Starters Buitenlandse markten*¹ (PSB) van het ministerie van Economische zaken (EZ) voor marktverkenning, beurs/symposiumbezoek, promotiemateriaal, juridisch advies en partnerprogramma's voor een percentage van de gemaakte kosten per aanvraag. Loopt in ieder geval nog tot december 2010.
- *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. Er zijn subsidies voor internationalisering (podium, festival, groepen) en voor individuele reiskosten buitenlandse voorstellingen en concerten.

Tabel 2: Voorbeelden van subsidie en fondsverstrekkers

¹ www.rijksoverheid.nl

² www.nfpk.nl

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

1.3 Opdrachtformulering en onderzoeksdoelen

Probleemstelling:

Om meer zicht te krijgen op de context en uitgangssituatie van de buitenlandse promotieactiviteiten en op de resultaten er van en om haar beleid daarop te kunnen sturen, 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 2009.

Naast financiële waarde (economisch kapitaal) onderkent de Franse socioloog Pierre Bourdieu cultureel kapitaal en sociaal kapitaal waar hij later nog andere vormen van kapitaal aan toevoegt zoals symbolisch en linguïstisch kapitaal. In dit onderzoek beperken we ons tot het economische kapitaal (Pels 1992).

Centrale vraagstelling:

Wat is in financieel opzicht de waarde van de export van de Nederlandse populaire muziek over 2009?

Deelonderzoeksvragen:

1. Welke financiële waarde kan op het gebied van rechten worden vastgesteld?
2. Welke financiële waarde kan op het gebied van opnamen worden vastgesteld?
3. Welke financiële waarde kan op het gebied van optredens worden vastgesteld?

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 en Nieuw Zeeland)
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

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

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 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.

| <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 |
| nederlandstaig | techno | opera | | | overige | |
| palingssound | | | | | | |
| 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 financiële 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.

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

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,
- jurylid van de Radio Bitches Awards
- 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 Inholland Haarlem en later research fellow bij het lectoraat Media & Entertainment Management. Sinds 2009 promovenda popmuziek bij de Universiteit Leiden (faculteit Geesteswetenschappen) in samenwerking met het lectoraat Media, Cultuur & Burgerschap van Inholland Diemen.

Joke is onder andere:

- docent Conceptontwikkelen voor televisie, Trendwatchen, Media-ethiek bij Inholland Haarlem,
- 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, 2^e druk 2010), *Basisboek Muziekmanagement* (2007), *Televisiemaken: van programmaformat tot uitzending* (2007), *Radiomanagement* (2008).

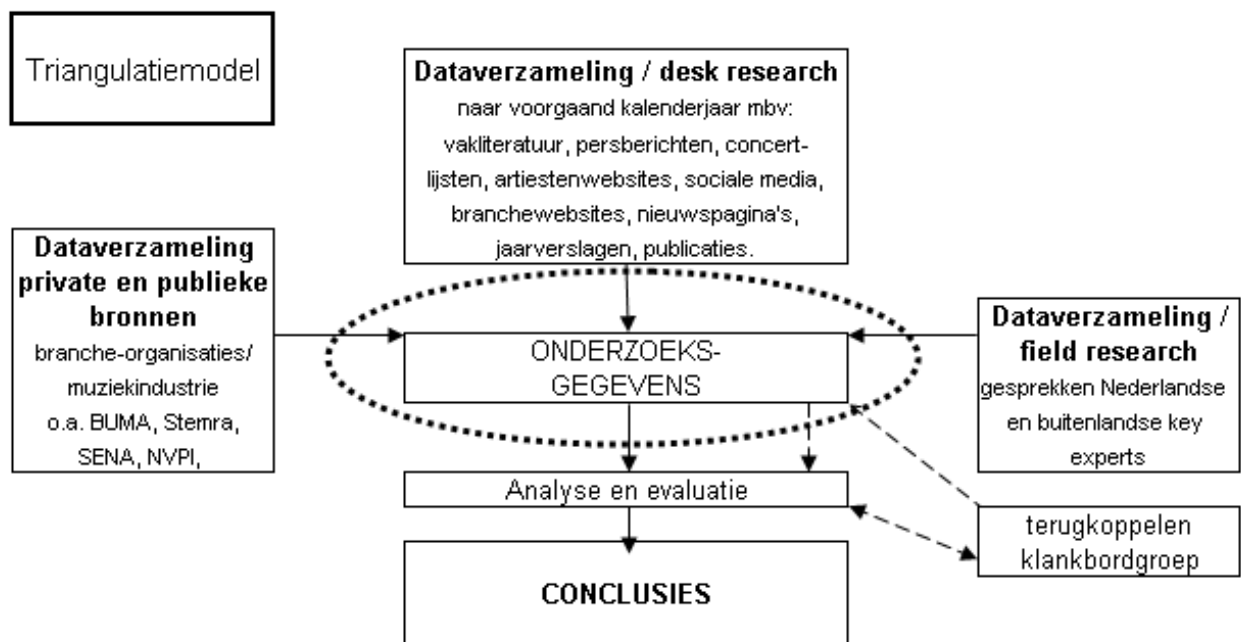
Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

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 en member checks:

- 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 voornamelijk 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 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.

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

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.

- Member checks

De interpretaties en onderzoeksbevindingen worden besproken met deskundigen (klankbordgroep); 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 economische 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 thuishmarkt 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. 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 groot doch niet compleet aantal informatiebronnen. Echter op basis van de ervaring van het onderzoek vanaf 2004 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. Waardoor we toch gedetailleerde resultaten kunnen vastleggen.

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 onderzoek 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.

Verder wordt het talent geëxploiteerd door het geven van concerten/optredens. Deze inkomsten bestaan uit gages en rechten op composities die live worden vertolkt tijdens de buitenlandse concerten/optredens.

Daarnaast 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 artiest/groep is optreden in zalen vaak een eerste vereiste. Het deelnemen aan sociale netwerken, zoals My Space, YouTube, Last FM, LinkedIn, Facebook en Twitter zorgt er voor dat de artiest internationaal fans kan bereiken. In eerste instantie zijn de optredens (cultureel kapitaal) een enorme investering, met als doel 'werken aan bekendheid' (sociaal kapitaal), voordat er maar enigszins sprake kan zijn van terugverdienen (economisch kapitaal).

Wanneer een artiest de buitenlandse markt wil betreden, dient hij zich te onderscheiden van de al aanwezige 'concurrentie'. Meestal is via de lokale media wel 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 te worden gehouden 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.

Export van optredens

Bij optredens in het buitenland moet niet uit het oog worden verloren dat in sommige situaties het niet gaat om het aanboren van een nieuwe markt, maar om het entertainen van Nederlanders die in het buitenland zijn. Bijvoorbeeld militairen, Nederlanders die voor langere tijd werken in het buitenland en andere expats en vakantiegasten. Deze optredens zijn wel meegenomen in dit onderzoek, maar zijn qua sociaal en cultureel kapitaal niet van even grote betekenis voor de exportwaarde als optredens voor buitenlands publiek.

Export van Nederlandstalige muziek

Export van Nederlandse populaire muziek is er zelfs in de eigen taal. Het gebied voor export van Nederlandstalige muziek blijft grotendeels beperkt tot Vlaanderen en soms Zuid-Afrika. 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 en is toch onderscheidend genoeg van het materiaal dat het buitenland zelf al heeft. Nederlandstalige muziek heeft eveneens kansen over de grenzen als het nummer in het buitenland is vertaald.

Export van Nederlandstalige muziek betreft in 2009 de volgende artiesten (op alfabetische volgorde):

- *De Jeugd van Tegenwoordig*

De Jeugd van Tegenwoordig is dé verrassing van Rock Werchter. Zij staan in dit jaar meer dan 30x op een Vlaams podium en scoren hun eerste hit in Vlaanderen.

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

- *Frans Bauer*
Hij blijft voor de Vlaming de grappigste en plezierigste Nederlander. Staat 9x op een groot podium in Vlaanderen. Twee albums staan in de Belgische Album Top 100: 'Voor elke dag' en 'Zomer hits top 50'.
- *Marco Borsato*
Met 7 optredens op rij in het Antwerpse Sportpaleis blijft Marco een populaire Nederlander bij onze zuiderburen. Zijn album 'Wit Licht Live' scoort een Top 3 positie in de Album Top 100.
- *Nick & Simon*
Succes met het album 'Luister' in de Belgische Album Top 100 (hoogste positie #28).
- *Spinvis*
Erik de Jong alias Spinvis geniet een enorme populariteit in Vlaanderen, van de 19 geregistreerde concerten waren er 9 uitverkocht.
- *Stef Bos*
Stef Bos blijft succesvol met optredens in België, we registreerden 13 optredens.
- *Lucky Fonz III*
Lucky Fonz III treedt 10 keer op in Zuid-Afrika

Digitalisering³

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 creatie, productie, distributie, promotie en consumptie en daarmee op artiest, muziekmaatschappij, publisher, distributeur, geluidsdrager, live entertainment, ticketverkoop, en consument. 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.
Long tail⁴- en nichemarkten zijn eenvoudig en goedkoop bereikbaar.
- *24/7 distributie.*
Digitale bestanden zijn 24/7 on demand beschikbaar voor de consument. Ook beginnend talent kan tracks uploaden. Er hoeft geen rekening te worden gehouden met tijdzones.
- *Kostenbesparing.*
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. Internetdistributie is vrijwel kosteloos en milieuvriendelijk (geen transport). Ook promotie kan op een nieuwe goedkopere manier wereldwijd worden ingezet en er zijn promotiekanalen bijgekomen (viral buzz⁵, e.marketing, digitale banners, communities, blogs, sociale media).
- *Consument als gatekeeper.*
Steeds meer artiesten maken bewust gebruik van de internationale digitale mogelijkheden. Zij lanceren zichzelf via sociale netwerken als YouTube, Facebook, Twitter, LinkedIn en consorten. De A&R manager, rtv en pers zijn niet meer

³ Fictoor, J. (lopend promotieonderzoek) werktitel: *Nederlandse popartiesten in een veranderende muziekindustrie*, Universiteit Leiden Geesteswetenschappen, promotor prof. dr. P.W.M. Rutten.

⁴ De Long Tail theorie (Chris Anderson 2007) m.b.t. muziek stelt dat de gezamenlijke muziekconsumptie van niche artiesten of van voorbijgaande mainstream verkopen online een groeiende markt is terwijl dit in retail niet meer rendabel is.

⁵ Viral buzz is een praktijk, gericht op het veroorzaken van een geruchtenstroom die gerelateerd is aan woord of mouth marketing, een bericht gaat circuleren onder vrienden en familie via e.mail, blogs of sociaal netwerk.

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

de gatekeepers van voorheen. De consument heeft daar nu een direct rol in. Ongeacht zijn woonplaats.

- *Online Fanbase.*
Online fandom kost veel tijd, maar kan een goede fanbase opleveren. Een eigen website is een must.
- *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 tot de nieuwe mogelijkheden tot in het buitenland toe. De consument heeft mogelijkheden tot individualisering en customizing (afzonderlijke tracks kunnen kopen, eigen playlist maken, zelf een cd samenstellen, eigen muziek keuze op persoonlijke 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). Een actieve fan kan promotie voor de artiest verzorgen tot plaatsten in de wereld en op het wereldwijde web waar de artiest zelf niet aan toe zal komen.
- *Grotere behoefte aan live experience.*
Alles online is leuk voor de consument, maar het is minder een beleving. Vandaar dat er een grote behoefte aan optredens is ontstaan.

Uiteraard werpen digitalisering en globalisering ook bedreigingen op:

- *Rechtenbescherming is moeilijker geworden.*
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).
- *Overvloed in aanbod en schaarste in vraag.*
De concurrentie is toegenomen. De hele wereld heeft de kans zelf de (wereld)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 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.*

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

2.1.1 De Nederlandse dance export

Jaarlijks is de verkiezing van de belangrijkste (dance)dj een terugkerend fenomeen. 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 2009 ziet er als volgt uit:

| | |
|---------------------|-------------|
| 01 Armin van Buuren | (NL), van 1 |
| 02 Tiësto | (NL), van 2 |
| 03 David Guetta | (FR) |
| 04 Above and Beyond | (UK) |
| 05 Paul van Dyk | (D) |
| 06 Deadmau5 | (CAN) |
| 07 Ferry Corsten | (NL), van 6 |
| 08 Markus Schulz | (D) |
| 09 Gareth Emery | (UK) |
| 10 Sander van Doorn | (NL) van 13 |

Armin van Buuren en Tiësto blijven stevig in het zadel zitten, Ferry Corsten is 1 plaats gedaald, Sander van Doorn is toegetreden tot de top 10 waarmee 40 procent van deze top Nederlanders zijn.

Andere Nederlandse dj's in de Top 100 zijn:

| | |
|--------------------|--------------|
| Laidback Luke | #27, van 46 |
| Fedde le Grand | #29, van 29 |
| Richard Durand | #49, van 66 |
| Marco V | #50, van 44 |
| Menno de Jong | #56, van 48 |
| Leon Bolier | #63, van 95 |
| Sander Kleinenberg | #70, van 59 |
| Chuckie | #72, nieuw |
| Marcel Woods | #74, van 83 |
| Rank 1 | #77, opnieuw |
| Sied van Riel | #85, nieuw |

In totaal staan er in 2009 vijftien Nederlandse dj's in *DJ Mag Top 100*. Dat zijn er weer meer dan vorig jaar.

Club-dj's versus andere popartiesten/-groepen

Dance verkoopt vooral met optredens van de dance-dj's, terwijl de andere popgenres naast minder optredens 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 band 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, catering en logies voor de groep zijn uitgebreider en dus 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 artiest/groep uit andere populaire genres. Regelmatig wordt door internationale bands de

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

naam van hun wereld- of Europees tournee gekoppeld aan de naam van het nieuwste album. De optredens worden in veel gevallen als ondersteunend gezien voor het muziekproduct en de exploitatie ervan, inclusief de randproducten zoals merchandise, al is dat tijdelijk wel gekeerd ten gevolge van de kleinere rol die de geluidsdrager is gaan spelen. Met de gemiddelde dance-opname zijn eveneens veel minder kosten gemoeid dan met andere populaire muziekgenres. 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 veel geld naar de collecting societies gaat. In de begintijd van de dance muziek bestaat een dj-set geheel of vrijwel geheel uit muziek van anderen. Desondanks worden dj's als sterren gezien en verdienen ze veel geld met het samenstellen van mixes uit muziek van anderen. Eigen producties van de dj zijn rond de eeuwwisseling 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. 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 zijn collega-artiesten in de andere popgenres. 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.

2.1.2 De Nederlandse metal-punk-rock export

Behalve dance manifesteren Nederlandse (hard)rock, punk, metalbands zich. Allereerst door veel op te treden. Bands als Born From Pain (metal, rock), No Turning Back (hardcore, rock), Showtek (hardstyle), Noisia (drum n bass), God Dethroned (metal), zZz (electro), Delain (metal, rock), Epica (gothic metal), the Ex (punk, rock), Antillectual (punk, rock), Peter Pan Speedrock (metal, rock), Apers (punk, rock), Angerfist (hardcore), the Prophet (hardstyle), the Textures (metal) zijn veel buiten Nederland actief en de meeste zijn buiten eigen land populairder dan in Nederland. Born From Pain is in 2009 met meer dan 50 optredens alleen al in Duitsland daar vaste gast. Noisia is met 25 optredens vooral in Groot-Brittannië erg actief. God Dethroned treedt in 2009 vooral in Noord- en Zuid-Amerika op.

2.1.3 De Nederlandse populair klassieke export

Het derde genre waar Nederland in het buitenland om bekend staat, wordt vertegenwoordigd door slechts 1 man en zijn orkest: André Rieu. En dat al jaren lang. In het volgende hoofdstuk meer over André Rieu.

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

2.2 De meest opvallende individuele activiteiten/successen in 2009:

Uit het onderzoek komen de volgende artiesten/groepen naar voren (op alfabetische volgorde):

André Rieu

De locaties waar André Rieu in 2009 staat, worden steeds groter, vele arena's staan volgepakt: januari 2009 in Duitsland (20 grote locaties), februari in Zwitserland en Oostenrijk, maart 3x in het Tokyo International Forum in Japan met max. 5.012 bezoekers per avond.

In 2009 viert André Rieu zijn dertigjarig jubileum en start zijn 30th Anniversary Tour. April, mei en juni 2009 is het de beurt aan Canada en de VS waar op 35 locaties wordt opgetreden. Door deze optredens staat hij over het eerste halfjaar van 2009 in de VS op #4 van bestverkopende live-artiesten met ruim 550.000 verkochte tickets. In september wordt op nog 8 locaties in Duitsland opgetreden. In oktober vertrekt de hele karavaan naar Australië en Nieuw-Zeeland waar in 18 dagen tijd in 14 uitverkochte arena's wordt opgetreden. Vanaf half november tot begin december wordt in 17 dagen op 14 locaties in Frankrijk en Zwitserland opgetreden en het jaar wordt afgerond met 5 grote concerten in België waarvan 3 in het Brusselse Forest National met gemiddeld 7.500 bezoekers per avond. Dit alles gebeurt naast de Nederlandse optredens die er ook zijn.

Op 6 december 2009 mag André Rieu voor de Engelse koningin Elisabeth optreden, hiermee wordt de basis gelegd om Groot Brittannië te 'veroveren'. Op 28 december wordt een belangrijke televisiespecial uitgezonden op de BBC en komt het album 'Vienna For Ever' uit. Het album staat daarna onafgebroken in de Engelse klassieke album charts, samen met de albums The Collection, Dreaming gevolgd door Live in Concert.

Volgens data van het Amerikaanse vakblad Billboard staat André Rieu tussen 6-12-2008 en 21-11-2009 met 112 optredens wereldwijd op #6 in de Top 20 van bestverkopende live-acts in de wereld. Met in totaal 834.922 bezoekers tijdens 112 optredens is het gemiddeld aantal bezoekers 7.500. De bruto opbrengst is \$ 95.854.338 ,-

Angerfist

De hard- en darkcore muziek van dj-producer Angerfist is vaste gast op grote events als Bassleader, Masters of Hardcore, Mayday, Qlimax, Black, Army of Hardcore, Toxicator, Continent, en Syndicate. Op podia in landen als België, Duitsland, Groot Brittannië, Italië, Spanje, Polen.

Antillectual

De melodic punk wave van Antillectual krijgt steeds meer vaste bodem in Europa. De groep treedt op in o.a. Frankrijk, Italië, Zwitserland, Duitsland, Polen en Tsjechië. Labeldeals zijn er met No Reason Records (Italy), Infected DIY (Portugal), Youth Way (France), Rise or Rust (Austria), Fond of Life (Germany, GB), Square of Opposition (VS – waves 7"), Jumpstart Records (VS) en Fast Life Records (Japan).

Apers

De Apers toeren o.a. door Italië, Duitsland en de VS en Canada. Hun 5^e album 'You Are Only As Strong As The Table You Dance On', verschijnt op 3 juli in Europa (o.a. via Cargo Germany) en wordt door het Californische Asian Man Records op 14 juli in de VS uitgegeven. Optredens verder in Groot Brittannië, België, Oostenrijk en Frankrijk.

Armin van Buuren

#1 DJ van de wereld, Armin van Buuren, blijft ongekend populair en weet alle hoeken van de wereld te vinden met zijn muziek en optredens. Hij is en blijft ook de drijvende kracht achter veel meer activiteiten binnen zijn eigen bedrijf Armada Music. Zijn label wordt in 2009 uitgeroepen tot 's werelds beste dancelabel tijdens de jaarlijkse International Dance Music Awards (IDMA). Ook wordt de single In and Out of Love (release 2008) van Armin van Buuren ft Sharon den Adel gewaardeerd met de IDMA Award for Best Music Video 2009! De video wordt meer dan 41.771.463 keer bekeken.

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

De radioshow's 'A State of Trance', van Armin trekken gemiddeld 28 miljoen luisteraars per week. Er wordt uitgezonden op 40 radiostation wereldwijd. Samen met Cloud 9 Music en Foreign Media Games is een wii-game uitgebracht: Armin van Buuren In The Mix. Armin van Buuren staat in de Top 10 van meest gedraaide artiesten op internetradio. Eén van de hoogtepunten in 2009 is op 31-10-2009 in Los Angeles, Het Monster Massive festival, in de VS waar meer dan 100.000 liefhebbers het optreden van Armin zagen. Het aantal optredens in 2009 neemt zelfs nog toe ten opzichte van 2008.

Bambix

Eén van de beste punkrock bands van Nederland, Bambix, doet een uitgebreide tour door Duitsland met in totaal 29 optredens.

Bart B More

In 2009 maakt Bart B More o.a. remixen voor Alan Braxe & Fred Falke (Frankrijk) en the Editors. Er zijn optredens in de VS, Canada, Frankrijk, Groot Brittannië, Duitsland, Spanje, België, Zwitserland.

Black Sun Empire

Het blijkt dat drum n bass een goede voedingsbodem heeft in Groot Brittannië, want Black Sun Empire is daar erg actief. Black Sun Empire bestaat uit 3 dj's: Rene Verdult en de gebroeders Milan en Micha Heyboer. Hun drum n bass-programma 'Blackout' wordt iedere maand door dj's en producers van over de hele wereld uitgevoerd. Zelf treden ze verder op in Duitsland, Bulgarije, Zwitserland, Spanje, België, Rusland, Roemenië, Italië, Oostenrijk, Slowakije, Polen en de VS.

Born from Pain

Born from Pain staat in 2009 op een aantal trash metal festivals in Europa, waar onder Deep Rock Festival (D), Durbuy Rock Festival (B), Summer Breeze Open Air (D) en Smash Open Air Festival (D).

In 2009 treedt de groep op in 23 Europese landen en in september 2009 een 14-steden tour in de VS en Canada.

Candy Dulfer

Candy is een graag geziene gast op verschillende podia over de hele wereld. Optredens in 2009 in Europa, VS, Rusland, Japan.

Chuckie

Met de support van één van 's werelds bekendste dj's David Guetta, maakt Chuckie in 2009 zijn entree op het internationale podium. Er wordt een basis gelegd die in 2010 explodeert. Optredens in 2009 o.a. in Duitsland, Griekenland, België, Spanje, Groot Brittannië, de VS en Italië. Hij heeft een hit in Frankrijk met de single 'Let the bass kick'.

Delain

Het album 'April Rain' behaalt in 2009 na de release chartposities buiten NL in Duitsland, Frankrijk, Zwitserland, Japan. Verder releases in de VS, Groot Brittannië, Australië & NZ. Delain staat in 2009 in het voorprogramma van Kamelot (voorjaar), Sonata Arctica (najaar), en speelde zodoende in vrijwel heel Europa.

DJ Korsakoff

Een aantal Nederlandse hardcore DJ's spelen een regelmatige en constante factor op het Europese club- en festivalfront. Eén daarvan is DJ Korsakoff met optredens in Duitsland, België, Rusland, Spanje, Groot Brittannië, Frankrijk, Polen en Italië.

Don Diablo

Don Diablo tekent in 2009 een deal in Engeland met dance label Ministry Of Sound en weet daarmee een #1 in de Engelse Dance Buzz Chart te scoren met 'Hooligans'. Hij is ook de eerste Nederlandse DJ met een iPhone App. Hij wordt uitgenodigd door de

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

producenten van de Amerikaanse hitserie 'CSI: New York' om een nieuwe mix te maken van het nummer 'Too Cool For School', tevens mixt hij voor Mika het nummer 'We are golden'. Voor het eerst maakt hij in het najaar van 2009 een tour in Noord-Amerika. Eerder is hij al te zien en te horen op het Engelse Glastonbury Festival. Verder optredens in clubs in Ierland, Groot Brittannië, Bulgarije, Italië, Griekenland, Spanje, België, Mexico en Australië.

Endymion

Endymion is eveneens één van de Nederlandse hardcore DJ's die een constante factor is op het internationale hardcore-front, met optredens in Frankrijk, Spanje, Duitsland, België, Italië, Zwitserland, Rusland en Australië.

Epica

De Gothic-metal van Epica blijft zich uitbreiden op de verschillende markten, na de release van het album 'Design your universe' worden albumchartposities behaald in België, Frankrijk, Oostenrijk en Zwitserland. Optredens in Canada, Frankrijk, Spanje, Portugal, Italië, België, Duitsland, Hongarije, Tsjechië, Oekraïne, Turkije, Zwitserland, Oostenrijk, Portugal en de Latijns Amerikaanse landen Venezuela, Colombia, Costa Rica, Guatemala en Mexico.

Fedde Le Grand

Al enkele jaren vertoeft Fedde bij de Top DJ's uit Nederland die vrijwel alle werelddelen bezoekt en enthousiaste genietters van de Dutch house-sound achterlaat. Optredens in Australië, Nieuw-Zeeland, Engeland, Zweden, Duitsland, Hongarije, Griekenland, Frankrijk, Rusland, de VS, Canada, Argentinië, Brazilië, Qatar, Libanon, Egypte, Oostenrijk, Tsjechië, Italië, Kroatië, Turkije, Zwitserland, Japan, Bosnië, Spanje, Denemarken, Polen. Zijn eerste artiestenalbum 'Output' verschijnt in 2009. Twee singles weten in 2009 in Duitsland een hitje te worden namelijk 'Scared Of Me' (feat. Mitch Crown) en 'Let Me Be Real'.

Ferry Corsten

De trance-sound van Ferry Corsten neemt steeds grotere proporties aan, zijn succesvolle 'Twice In A Blue Moon: The Experience' tour die wereldwijd in 2009 gestalte krijgt, brengt hem op alle continenten. Optredens in Australië, Nieuw Zeeland, Brazilië, Bolivia, Chili, Engeland, Ierland, de VS, Canada, Rusland, Polen, Oekraïne, Egypte, Griekenland, Korea, Japan, China, Thailand, Indonesië, Libanon, Roemenië, Duitsland, Luxemburg, Tunesië, Tsjechië, et cetera. De debuutshow is op 29 mei in Mallaca, Maleisië. Op verschillende evenementen staat hij garant voor een acht uur durende set. Voor de vierde keer organiseert hij samen met het Nederlands Bureau voor Toerisme het Holland House-event in London met verschillende Nederlandse acts en bands. Op Ibiza is Ferry resident DJ bij één van de toonaangevende clubs Amnesia. En met een respectabel aantal optredens buiten Nederland van meer dan 115 is hij vrijwel constant 'on the road'. In 2009 haalt het nummer 'Made of Love' van het album 'Twice In A Blue Moon No.2' de UK Club Charts. Ferry's radioshow, 'Corsten's Countdown', is in ruim 30 landen te horen.

God Dethroned

God Dethroned is als black metal band al jaren actief, najaar 2009 start de groep met hun 'War Propaganda World Tour' als ondersteuning voor hun nieuwe album 'Passiondale'. Optredens zowel in Latijns Amerika (o.a. Brazilië, Peru, Colombia en Mexico), als in Noord-Amerika en Europa (buiten Nederland in Duitsland, België, Frankrijk, Spanje, Zwitserland, Italië, Oostenrijk en Denemarken).

Hans Theessink

Hans Theessink heeft al vele jaren Oostenrijk/Wenen als thuishaven. Als singer/songwriter, bluesgitarist toert hij jaarlijks door heel Europa, via Oostenrijk naar Duitsland, Scandinavië, Groot Brittannië, België, Tsjechië et cetera. Ook buiten Europa is hij ieder jaar actief in Noord-Amerika en soms in Australië.

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

In 2009 ontvangt Hans in Denemarken een Danish Music Award voor zijn album 'Visions' - Hans Theessink & Terry Evans. De Award is voor 'Best Album International'. In Oostenrijk wordt zijn album 'Visions' door de lezers van het muziekblad Concerto gekozen tot Bestes Album: Blues. Het album krijgt ook een nominatie tijdens de 30th Blues Music Awards in Memphis Tennessee mei 2009, voor 'Acoustic Album of the Year'.

Kraak & Smaak

Kraak & Smaak behoren inmiddels tot die artiesten (of dj's met liveband) die regelmatig de grens overgaan. Na Perez Hilton krijgen ze in 2009 ook ineens Kanye West als fan. In 2009 is Kraak & Smaak met 33 optredens in voor- en najaar in de VS actief geweest. Hun combinatie van dance met soul en funk slaat aan en zorgt ervoor dat ze een steeds steviger basis krijgen in het buitenland. Optredens in o.a. Turkije, Zwitserland, Groot Brittannië, Duitsland, Roemenië, Tsjechië, Polen, België, Frankrijk, Hongarije, Rusland, Slowakije, Denemarken.

Laidback Luke

Laidback Luke behoort tot de meest optredende club dj's die vanuit Nederland de hele wereld over gaan. In april, mei en juni staat hij samen met Steve Angelo 10 weken in de Engelse charts met een remix van 'Show me love'. Verder zijn er samenwerkingen in 2009 met Swedish House Mafia en Martin Solveig. Hij maakt remixen voor o.a. Tiësto en David Guetta. Optredens op alle continenten.

Menno de Jong

Trance DJ en producer Menno de Jong is met zijn The Intuition-podcast razend populair bij luisteraars van over de hele wereld. Met zijn shows vliegt hij de hele wereld over. Optredens in Finland, de VS en Canada, Groot Brittannië, Hongarije, Tsjechië, Tunesië, Bulgarije, Polen, Rusland, Turkije, Oekraïne, Spanje, Duitsland, China, Ierland, India en Australië.

Noisia

Noisia drum'n'bass-trio Nik Roos, Thijs De Vlieger en Martijn Van Sonderen hebben in 2009 een uitermate druk dj-schedule afgewerkt. Het brengt hen in alle belangrijke steden van de wereld. Ze ontvangen in 2009 in Engeland een National D&B Award voor 'Best Tech DJ' en 'Best Drum&Bass Artist' bij Beatport. Hun nummer 'Groundhog' is twee keer te horen bij het spel DJ Hero, een internationaal succesverhaal. Het nummer 'Stigma' wordt gebruikt in het spel Gran Turismo en 'Machine Gun', de eerste single van hun nieuwe album zit in het spel WipeOut.

No Turning Back

Hardcore punkers No Turning Back zijn al enige tijd bezig om zich vooral in het buitenland te profileren. Tour na tour door de jaren heen. In 2009 wordt weer meer opgetreden dan in 2008. In 2009 wordt uitgebreid getoerd door Latijns Amerika, Noord Amerika, Zuid Afrika, het Verre Oosten (o.a. China, Zuid-Korea, Hong Kong, Thailand, Singapore, Maleisië, Indonesië) en uiteraard optredens in Europa (waaronder uitgebreid in Duitsland en Groot Brittannië). Regelmatig krijgt de groep de status grootste Europese hardcore band aangemeten. In 2009 verschijnt hun album 'Stronger' (2008) ook in Australië op het Dead Nation-label. Najaar 2009 maakt de groep deel uit van de Persistence Tour 2009 met o.a. Biohazard, Ignite en Agnostic Front.

Peter Pan Speedrock

Metalrockers Peter Pan Speedrock zijn in 2009 alleen actief op de Europese markt, met vooral veel optredens in Duitsland en Frankrijk.

The Prophet

Eén van de meest innoverende artiesten in de hardstyle en hardcore is The Prophet. Te vinden op alle belangrijke events in dit genre zoals bij Defqon, Scantraxx, Q-Base, Hellraiser en

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

Continent. Met optredens op de bekende locaties in Duitsland, Italië, Australië, Spanje, België, Polen, Groot Brittannië en op een mega-event als The Streetparade in Zürich Zwitserland.

Richard Durand

In 2009 verschijnt het eerste artiestenalbum van Richard Durand, 'Always the sun'. Zijn notering bij de beste 50 DJ's van de wereld volgens DJ Mag, zijn optredens wereldwijd voor Trance Energy en uiteraard andere optredens zorgen dat hij volop in de schijnwerpers staat. Optredens van Australië, Argentinië, Engeland, de VS, Portugal, Spanje, Rusland tot aan Finland.

Sander Kleinenberg

Sander Kleinenberg is in 2009 op alle continenten actief als DJ, van Noord-Amerika, naar Latijns Amerika (o.a. in Mexico, Argentinië, Brazilië, Peru), naar Azië (in o.a. Indonesië, Zuid Korea, China), naar Australië, Afrika (o.a. in Egypte), en Europa (o.a. op Ibiza voor zijn wekelijkse Pure Pacha optredens in de zomer). Zijn artiestendebuutalbum verschijnt in 2009 en is getiteld 'This is Sander Kleinenberg 2' waarvan de single 'This is our night' veel support krijgt in clubs over de hele wereld.

Sander van Doorn

Sander van Doorn veroverd de wereld in 2009. Hij staat genoteerd bij de beste 10 DJ's van de wereld, is wekelijks te zien en te horen op Ibiza bij Amnesia waar alleen de allergrootste DJ's komen, staat op grote festivals zoals Global Gathering, Creamfields en Parklife in Groot Brittannië, Sunrise in Polen, Sunburn in Goa-India en Sensation in Duitsland. Verder treedt hij op in Latijns Amerika (o.a. in Brazilië, Argentinië, Peru), in de VS en Canada, in Australië, in Azië (o.a. in China, Indonesië, Zuid-Korea, Thailand, Singapore en de Filippijnen).

Showtek

De Eindhovense broers Wouter (1982) en Sjoerd Janssen (1984) vormen het hardstyle duo Showtek. En als er één hardstyle act is die in 2009 op veel aandacht kan rekenen op het internet, dan is het Showtek wel. Twee jaar na de release van het alom bejubelde debuut 'Today is Tomorrow', is in 2009 het tweede studioalbum 'Analogue Players In A Digital World' uitgebracht. Behalve optredens in o.a. Duitsland, Groot Brittannië, Ierland, België, Italië, Frankrijk, Rusland, de VS en Canada, Spanje, Noorwegen, Oostenrijk, Australië, en Zuid-Korea, ontvangt Showtek in 2009 een award in Groot Brittannië voor 'Best Track' voor het nummer 'Hold us back'. Voor het eerst wint Showtek als niet-Engelse DJ's een award voor 'Best DJ in the UK'. Ook krijgt het duo een Beatport Music Award 2009 voor 'Best selling track 2008'. En in april 2009 krijgt Showtek een Hardstyle DJ award in Engeland.

Sidney Samson

Sidney Samson scoort met zijn single 'Riverside' een #2 hit in Groot Brittannië, hiermee wordt zijn internationale status zichtbaar voor een groot publiek. Optredens zijn er in Duitsland, Griekenland, Italië, België, Zweden, Noorwegen, Spanje, Groot Brittannië, Frankrijk en Australië, waar zijn single ook een hit wordt en hij er zelfs goud voor ontvangt. Samen met o.a. Chuckie en Afrojack vormt hij de nieuwe lichter DJ's, die Nederland nog steviger op de dance-kaart zet.

The Ex

The Ex blijft een Nederlands visitekaartje van de punkmuziek op vooral het Europese grondgebied. Al jaren zijn ze in het buitenland actiever en populairder dan in eigen land. In 2009 staan ze op podia in Duitsland, Frankrijk, België, Italië, Spanje, Slovenië, Zwitserland, Engeland, Ierland, Oostenrijk en wordt en passant nog even Canada aangedaan. Veel optredens samen met de uit Ethiopië afkomstige groep Getatchew Mekuria. Vanaf 2009 is Arnold de Boer (Zea) zanger in de band.

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

The Textures

De metal van The Textures reikt nog steeds ver over de landsgrenzen en ook in dit geval zijn ze populairder buiten Nederland dan er binnen. Optredens in India, Rusland, Frankrijk, België, Zwitserland, Duitsland, Finland, Denemarken, Estland, Hongarije, Portugal, Spanje, Tsjechië en Groot Brittannië.

Tiësto

In 2009 wordt de sterrenstatus van artiest voor Tiësto weer verder uitgebouwd. Optredens op steeds grotere locaties wereldwijd. Via Canada, naar Latijns Amerika (met optredens in Brazilië, Porto Rico, Colombia), het Verre Oosten (in o.a. Thailand, Filippijnen), het Midden Oosten (o.a. in Qatar, Libanon, Israel). Uiteraard worden de locaties in de VS en Canada steeds groter en ontdekt ook Las Vegas de Nederlandse dj. Zomer 2009 is Tiësto resident dj in Privilege – San Rafael op Ibiza. Tiësto's 18 maanden durende World Tour start in augustus 2009. December 2009 kondigt Tiësto een uitgebreide Engelse Arena Tour aan voor 2010! Remixen worden er gemaakt voor o.a. Editors, Muse en Temper Trap.

Met zijn album 'Kaleidoscope' behaalt Tiësto buiten Nederland (#2) chartposities in Mexico #5, Griekenland #11, België #13, Denemarken #27, Noorwegen #29, Australië #31, Zwitserland #73, Spanje #87 en Frankrijk #139.

Zea

Zea is als indierockband vanaf 2008 een eenmansformatie, bestaand uit Arnold de Boer. De muziek van Zea bestaat uit samples, dance-elementen en Afrikaanse invloeden die worden verweven met een grillige structuur. Er zijn in 2009 optredens in Ethiopië (Addis Abeba en Jima), de Balkan (Servië, Slovenië, Macedonië, Hongarije), Rusland, Duitsland, Italië, Frankrijk, België. De Boer is vanaf 2009 ook zanger/gitarist in The Ex.

Ziggi Recado

Ziggi Recado toert in 2009 door Europa met zijn 'In Transit Tour' en staat vooral op podia en festivals in Duitsland, Frankrijk (met daar 25 optredens). Zijn album 'In Transit' scoort in Frankrijk een Top 20 notering bij de Best selling World Music albums.

zZz

zZz toert in 2009 door Europa (o.a. Italië, Frankrijk en Groot Brittannië). Ze staan op het EXIT festival in Servië en het BOOK festival in Moskou. Het album 'Running with the Beast' komt ook uit in Rusland, op het Soyus Music-label.

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:**
Anderson, Angerfist, Antillectual, Apers, Armin van Buuren, Bambix, Born From Pain, Candy Dulfer, De Jeugd van Tegenwoordig, Delain, Epica, Ferry Corsten, God Dethroned, Hans Theessink, Kraak & Smaak, No Turning Back, Noisia, Peter Pan Speedrock, Saskia Laroo, Showtek, Textures, The Ex, Tiësto, Ziggi Recado, zZz.
- **Nederlandse nationaliteit van de uitvoerende:**
Anderson, André Rieu, Angerfist, Antillectual, Apers, Armin van Buuren, Bambix, Bart B More, Black Sun Empire, Born From Pain, Candy Dulfer, Chuckie, De Jeugd van Tegenwoordig, Delain, DJ Korsakoff, DJ Marcelle, DJ Rico, Don Diablo, Endymion, Epica, Fedde le Grand, Ferry Corsten, Focus, God Dethroned, Hans Theessink, Joris Voorn, Kraak & Smaak, Laidback Luke, Leon Bolier, Marco V, Martijn ten Velden, Menno de Jong, No Turning Back, Noisia, Peter Pan Speedrock, Prophet, Richard Durand, Sander Kleinenberg, Sander van Doorn, Saskia Laroo, Showtek, Sidney Samson, Sied van Riel, Textures, The Ex, Tiësto, Zea, Ziggi Recado, zZz.
- **Nederland als land van vestiging van de uitgever (publisher):**
Anderson, Angerfist, Antillectual, Apers, Armin van Buuren, Bambix, Black Sun Empire, Born From Pain, Candy Dulfer, De Jeugd van Tegenwoordig, Delain, Epica, Fedde le Grand, Ferry Corsten, Focus, God Dethroned, Kraak & Smaak, No Turning Back, Noisia, Peter Pan Speedrock, Richard Durand, Sander Kleinenberg, Saskia Laroo, Showtek, Textures, The Ex, Tiësto, Zea, Ziggi Recado, zZz.
- **Nederland als land van vestiging van de producent van de opname (land van signing):**
Anderson, Antillectual, Angerfist, Apers, Armin van Buuren, Black Sun Empire, Candy Dulfer, De Jeugd van Tegenwoordig, Delain, Epica, Fedde le Grand, Ferry Corsten, Focus, Kraak & Smaak, No Turning Back, Noisia, Peter Pan Speedrock, Sander Kleinenberg, Sander van Doorn, Saskia Laroo, Showtek, The Ex, Tiësto, Zea, zZz.

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):
Anderson, André Rieu, Angerfist, Apers, Armin van Buuren, Bart B More, Black Sun Empire, Born From Pain, Candy Dulfer, Chuckie, Delain, DJ Korsakoff, Don Diablo, Endymion, Epica, The Ex, Fedde le Grand, Ferry Corsten, God Dethroned, Hans Theesink, Joris Voorn, Kraak & Smaak, Laidback Luke, Leon Bolier, Marco V, Martijn ten Velden, Menno de Jong, No Turning Back, Noisia, Richard Durand, Sander Kleinenberg, Sander van Doorn, Saskia Laroo, Showtek, Sidney Samson, Sied van Riel, Tiesto, zZz.
- **De continentale Europese markt:**
Anderson, André Rieu, Angerfist, Antillectual, Apers, Armin van Buuren, Bambix, Bart B More, Black Sun Empire, Born From Pain, Candy Dulfer, Chuckie, De Jeugd van Tegenwoordig, Delain, DJ Korsakoff, Don Diablo, Endymion, Epica, The Ex, Fedde le Grand, Ferry Corsten, God Dethroned, Hans Theesink, Joris Voorn, Kraak & Smaak, Laidback Luke, Leon Bolier, Marco V, Martijn ten Velden, Menno de Jong, No Turning Back, Noisia, Peter Pan Speedrock, Richard Durand, Sander Kleinenberg, Sander van Doorn, Saskia Laroo, Showtek, Sidney Samson, Sied van Riel, Tiesto, Zea, Ziggi Recado, zZz.
- **De Latijns-Amerikaanse markt:**
Armin van Buuren, Candy Dulfer, Epica, Fedde le Grand, Ferry Corsten, God Dethroned, Laidback Luke, Leon Bolier, Marco V, Martijn ten Velden, No Turning Back, Richard Durand, Sander Kleinenberg, Sander van Doorn, Saskia Laroo, Sidney Samson, Tiesto.
- **De Aziatische markt:**
Anderson, André Rieu, Armin van Buuren, Black Sun Empire, Candy Dulfer, Fedde le Grand, Ferry Corsten, Joris Voorn, Laidback Luke, Leon Bolier, Marco V, Martijn ten Velden, Menno de Jong, No Turning Back, Sander Kleinenberg, Sander van Doorn, Saskia Laroo, Showtek, Sied van Riel, Tiesto.
- **De Afrikaanse markt:**
Armin van Buuren, Fedde le Grand, Ferry Corsten, Laidback Luke, Leon Bolier, Marco V, Martijn ten Velden, Sander Kleinenberg, Saskia Laroo, Tiesto, Zea.

Tabel 6: Hiervoor genoemde artiesten uitgesplitst naar muziekexportmarkt

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

| | Foreign Income 2009 | TOTAL | 2008 |
|--------------------|----------------------|-------|--------|
| Per country | | | |
| 1 | GERMANY | 17,9% | 22,68% |
| 2 | BELGIUM | 16,2% | 17,33% |
| 3 | UNITED KINGDOM | 11,1% | 10,12% |
| 4 | FRANCE | 8,8% | 10,47% |
| 5 | USA | 4,7% | 3,39% |
| 6 | SWITZERLAND | 4,4% | 1,70% |
| 7 | JAPAN | 4,4% | 3,86% |
| 8 | POLAND | 4,3% | 7,38% |
| 9 | AUSTRALIA | 4,0% | 2,62% |
| 10 | SPAIN | 3,7% | 4,36% |
| | ITALY | 2,8% | |
| | SCANDINAVIA | 2,8% | |
| | AUSTRIA | 2,2% | |
| | DENMARK | 2,1% | |
| | SWEDEN | 1,5% | |
| | CANADA | 0,9% | |
| | FINLAND | 0,9% | |
| | HUNGARY | 0,8% | |
| | RUSSIA | 0,7% | |
| | GREECE | 0,6% | |
| | PORTUGAL | 0,6% | |
| | IRELAND, REPUBLIC OF | 0,4% | |
| | NORWAY | 0,4% | |
| | CZECH REPUBLIC | 0,4% | |
| | VARIOUS | 3,2% | |

| Per region | |
|-----------------------------|-------|
| WEST & SOUTH EUROPE | 68,3% |
| SCANDINAVIA/BALTIC STATES | 8,0% |
| EASTERN EUROPE | 6,6% |
| ASIA/AUSTRALIA | 8,6% |
| USA/CANADA | 5,6% |
| SOUTH & MID AMERICA/CARIBBE | 1,7% |
| THE BALKAN | 0,8% |
| AFRICA & MIDDLE EAST | 0,4% |

Tabel 7: Landenaandeel op basis van de BUMA/Stemra-cijfers⁶

Bij de inkomsten van Buma en Stemra is en blijft Duitsland de #1 met bijna 18% van de inkomsten ondanks dat hier de grootste daling t.o.v. 2008 plaats vond. Op de tweede plaats gevolgd door België met ruim 16%. De inkomsten uit Groot Brittannië, Zwitserland, Australië en de VS zijn toegenomen en ook Japan is licht gestegen. Duitsland, België, Frankrijk en Spanje zijn teruggelopen. De continentale Europese markt is de grootste exportmarkt in 2009. Gevolgd door de Engelstalige markt en een klein stukje Aziatische markt. In de Afrikaanse en Latijns-Amerikaanse markt neemt Nederland nog geen noemenswaardige plaats in.

⁶ Tabellen van BUMA/Stemra

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

| Top 20 van ruim 360 optredende acts in 2009 | |
|---|--------------------|
| 1 | TIESTO |
| 2 | ARMIN VAN BUUREN |
| 3 | FERRY CORSTEN |
| 4 | BORN FROM PAIN |
| 5 | ANDRE RIEU |
| 6 | FEDDE LE GRAND |
| 7 | LAIDBACK LUKE |
| 8 | SANDER VAN DOORN |
| 9 | SANDER KLEINENBERG |
| 10 | NO TURNING BACK |
| 11 | SHOWTEK |
| 12 | BLACK SUN EMPIRE |
| 13 | MENNO DE JONG |
| 14 | HANS THEESSINK |
| 15 | NOISIA |
| 16 | GOD DETHRONED |
| 17 | KRAAK & SMAAK |
| 18 | zZz |
| 19 | RICHARD DURAND |
| 20 | DELAIN |

Tabel 8: de hoogste twintig Nederlandse acts qua optredens

Opvallend in bovenstaande tabel is dat zich in de Top tien, zeven dj's bevinden.

Over de drie categorieën genomen (rechten, opnamen en optredens) hebben de volgende drie popartiesten in 2009 de meeste exportwaarde gegenereerd (op alfabetische volgorde):

ANDRÉ RIEU
ARMIN VAN BUUREN
TIESTO

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

3. ONDERZOEKSRESULTAAT EN CONCLUSIES

3.1 Meetinstrument

Op basis van het TNORapport 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

Er wordt ieder onderzoeksjaar van drie hoofdcategorieën van waardecreatie uitgegaan: 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 muziekuitvoeringen 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 (fysiek en digitaal), 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:

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 zijn vanaf 2007 wel meegenomen omdat ze steeds meer een substantiële plaats innemen binnen de waardecreatie. Dragerloze tracks en clips vallen onder de categorie *opnamen*.

Onder de noemer 'opnamen' valt dus 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.
- 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 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 in 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 daarom 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 2009.

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).

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 2009 is gerealiseerd met de export van Nederlandse populaire muziek bedraagt € 64,9 miljoen. In euro's blijven Rechten ongeveer gelijk, maar in procenten maakt het een steeds kleiner, maar toch nog aanzienlijk deel, van de exportwaarde uit. In euro's is er een kleine opleving te zien bij Opnamen, maar ook daar zien we procentueel een daling. Majors en Dance-labels lopen weer uiteen. Het is duidelijk dat Optredens het belangrijkste en explosief groeiende onderdeel van de exportwaarde uitmaakt.

| Rechten | milj. € | % | milj. € | % | milj. € | % |
|------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 2009 | | 2008 | | 2007 | |
| Buma | 8.7 | 13.4% | 8.9 | 17.8% | 7.6 | 17.5% |
| Stemra | 4.0 | 6.2% | 3.8 | 7.6% | 4.9 | 11.3% |
| Sena | 1.9 | 2.9% | 1.8 | 3.6% | 2.5 | 5.8% |
| Subtotaal | 14.6 | 22.5% | 14.6 | 29.1% | 15.0 | 34.6% |
| Opnamen | | | | | | |
| | 2009 | | 2008 | | 2007 | |
| Dance labels | 4.1 | 6.3% | 3.3 | 6.5% | 4.8 | 11.0% |
| Majors | 2.6 | 4.0% | 2.9 | 5.8% | 3.2 | 7.3% |
| Overigen | 1.6 | 2.5% | 2.0 | 4.0% | 1.3 | 3.0% |
| Buit. signings | 0.8 | 1.2% | 0.6 | 1.2% | 0.8 | 1.8% |
| Subtotaal | 9.2 | 14.0% | 8.8 | 17.5% | 10.1 | 23.1% |
| Optredens | | | | | | |
| | 2009 | | 2008 | | 2007 | |
| Dance | 21.4 | 33.0% | 14.5 | 28.9% | 10.8 | 24.8% |
| Overig | 19.8 | 30.5% | 12.3 | 24.5% | 7.6 | 17.5% |
| Subtotaal | 41.2 | 63.5% | 26.8 | 53.4% | 18.4 | 42.3% |
| Totaal | 64.9 | 100% | 50.2 | 100% | 43.5 | 100% |

2009 29% stijging tov 2008 2009 49% stijging tov 2007

Tabel 9: Exportwaarde van de Nederlandse Populaire Muziek laatste drie jaar (voor vergelijking met eerdere jaren zie bijlagen 1 en 3)

De export van de Nederlandse populaire muziek in 2009 groeit. Dat is voor een belangrijk deel nog steeds te danken aan de bijdrage die Nederland levert aan de dance-scene. De punk-metal-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 worden blijven gesteund. 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 erg belangrijk.

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

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-punk-rock en jazz krijgen steeds meer Nederlandse popartiesten kans om zich op deze manier te profileren. Met het betreden van de buitenlandse markt wordt niet alleen het economisch kapitaal verhoogd maar tevens het sociale kapitaal (relaties, netwerken, status, levensstijl).

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

Aanbevelingen

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:

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

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

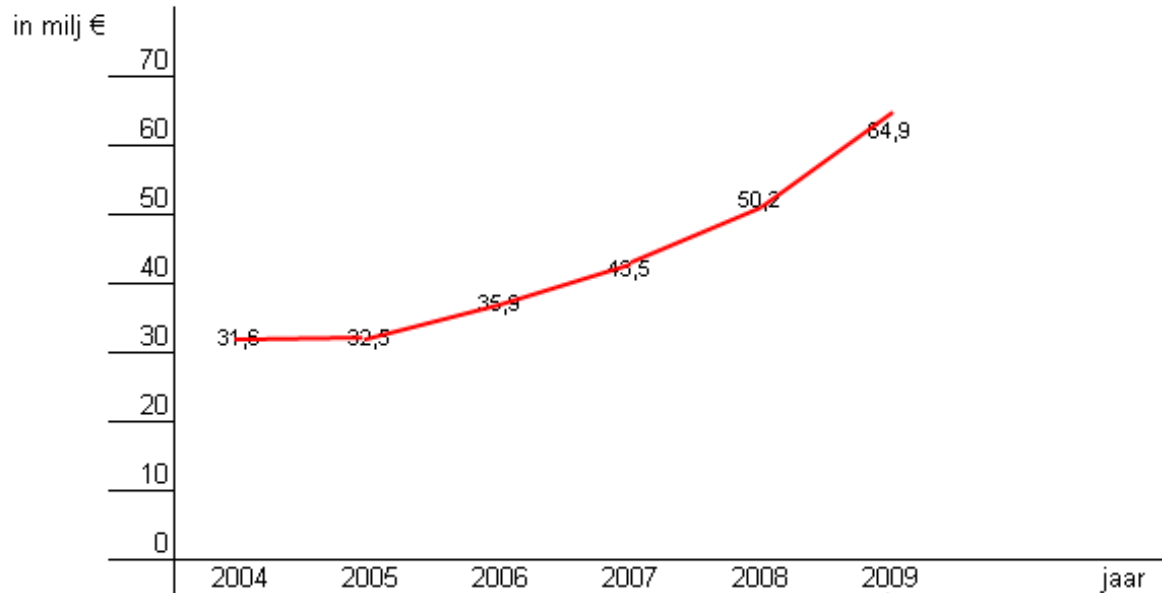
LITERATUUR

- 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>.
- Bourdieu, P., (1993) *The field of cultural production*, Columbia University Press, Cambridge, Polity press.
- Buma Cultuur jaarverslag (2009).
- BUMA/Stemra jaarverslag (2009).
- djmag.com/top100djs/ (2009).
- 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.
- Hoekman, G.J., (2010) *Over de grens, het internationale succes van Nederlandse popmuziek*, uitgeverij Thomas Rap.
- 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.
- Kroeske, S. & Fictoor, J., (2009) *Exportwaarde van Nederlandse Populaire Muziek 2008* (in opdracht van Buma Cultuur). Hilversum: Perfect & More bv.
- Muziekcentrumnederland.nl (2010).
- 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 (2010).
- Nvpi.nl (2010).
- Pels, D., (1992) *Pierre Bourdieu, Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip*, (Essays on taste, habitus and the field concept), 2^e druk, Amsterdam, Van Gennep.
- 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 (2009).
- Shuker, R., (1994) *Understanding pop music*, Londen/New York, Routledge.
- Wermuth. M., (2002) *No sell out, de popularisering van een subcultuur*, Amsterdam Aksent.

Bijlagen:

BIJLAGE 1:

Overzicht exportcijfers over de jaren vanaf de start van het onderzoek

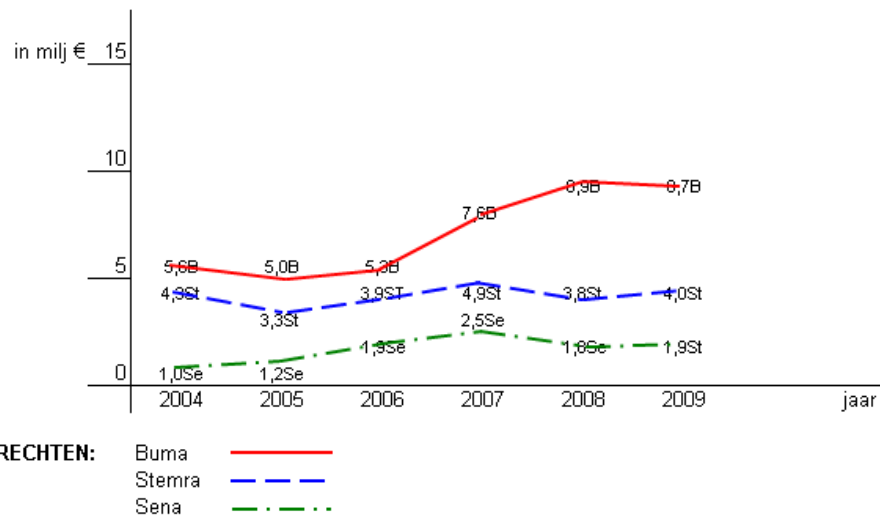


EXPORTWAARDE totaal

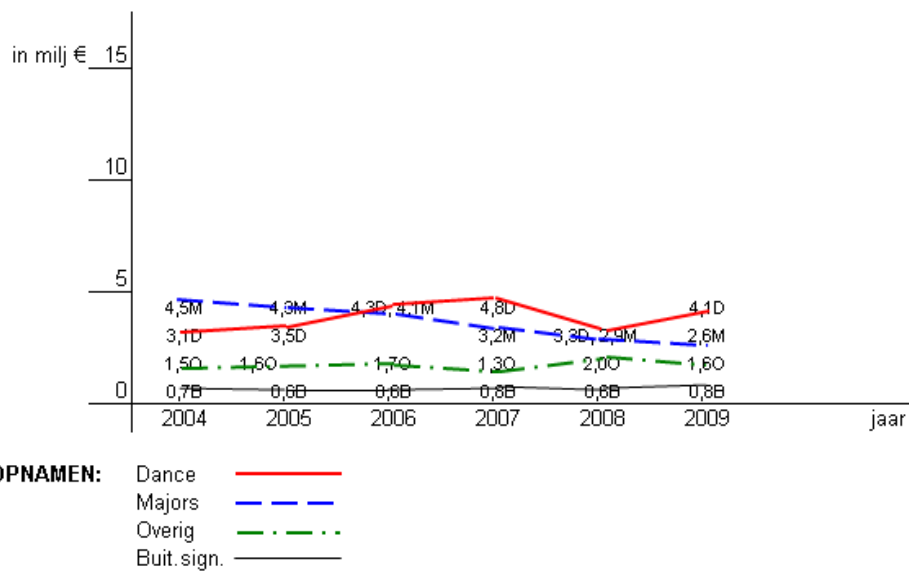
2009 stijging tov 2008 29%
2009 stijging tov 2007 49%
2009 stijging tov 2006 80%
2009 stijging tov 2005 99%
2009 stijging tov 2004 105%

| | | | | | |
|------|------|------|------|------|------|
| 31,6 | 32,5 | 35,9 | 43,5 | 50,2 | 64,9 |
|------|------|------|------|------|------|

BIJLAGE 2: exportwaarde over de jaren van onderzoek per categorie

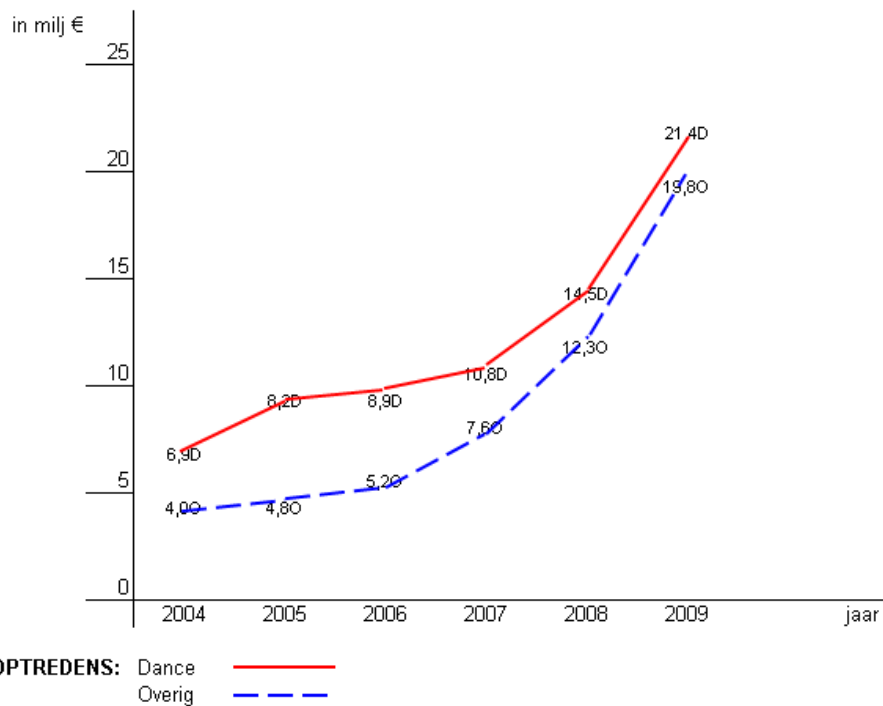


Bijlage 2a: is redelijk constant gebleven ten opzichte van vorig jaar.



Bijlage 2b

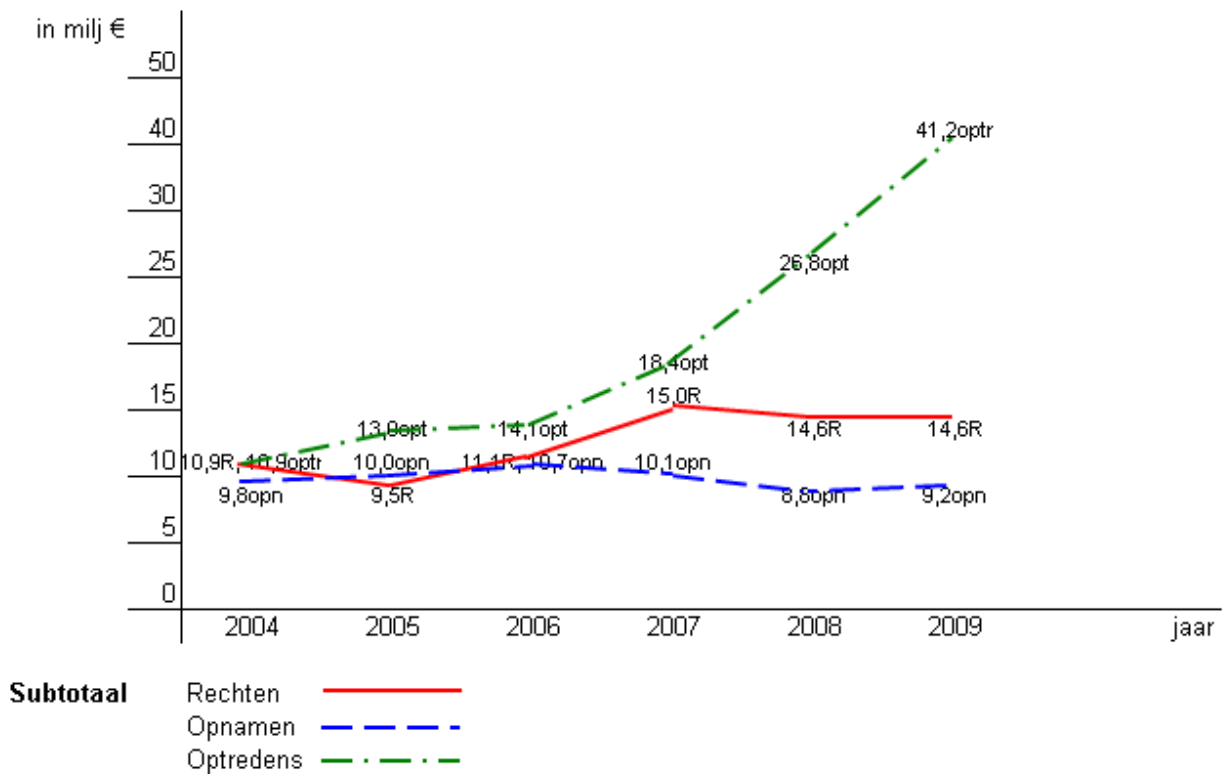
Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek



Bijlage 2c: Dance en Overige optredens naderen elkaar. Voor de Nederlandse club dj's is in 2009 de Amerikaanse markt aanzienlijk open gebroken dat zal zijn effect hebben in 2010. Het aandeel bij overigens optredens is voor een deel afkomstig van het nog steeds verdergaande succes van André Rieu.

Exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek

BIJLAGE 3: Subtotalen (categorieën samengevoegd) over de jaren van onderzoek heen



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*. Zowel in 2008 als 2009 is de stijging van exportwaarde vanuit optredens zelfs explosief te noemen.