vereniging nederlandse pop|podia en festivals

Aan: gemeente bestuurders in formatietijd.
Van: de branchevereniging van de Nederlandse Poppodia en -festivals (VNPF)
Datum: 1 april 2014

L.S.,

De popsector is een steeds belangrijker onderdeel van de culturele sector. Gemeenten zijn niet voor niets de belangrijkste financier van de cultuur in Nederland. Het subsidie is eerder een investering en wordt dubbel en dwars terug verdiend via onder andere onroerende zaken belasting. De Atlassen voor Gemeenten van de afgelopen jaren tonen dat overduidelijk aan.

U bent druk aan het formeren. De VNPF vraagt of u tijdens uw college onderhandelingen het volgende in overweging wilt nemen.

- Poppodia en -festivals zijn naast cultuur ook een enorme **economische kracht**. We realiseren ons dat middelen beperkt zijn, maar nog eens extra bezuinigen zal de economie eerder schaden dan helpen.
- Poppodia en -festivals dragen sterk bij aan **participatie**, naast actieve en passieve muziekbeoefening zijn er heel veel vrijwilligers actief in de poppodium en -festival sector.
- Op **cultureel ondernemerschap** presteren poppodia en -festivals goed. De investering van **€ 1,-** subsidie levert relatief veel output op. Voorbeelden zet je 'in de etalage' daar kort je niet op., denkt de VNPF.
- Poppodia en -festivals spelen een cruciale rol als **'talentontwikkelaars'**. Poppodia binden publiek aan artiest en vice versa.
- De aanwezigheid van poppodia en -festivals maken uw **stad** en **regio aantrekkelijker** voor relatief hooggeschoolde inwoners.

Laat ik u een en ander toelichten.

Economische en maatschappelijke betekenis van popodia en -festivals

De popsector bestaat uit een veelheid en verscheidenheid van organisaties en initiatieven. Er zijn steeds meer gespecialiseerde opleidingen (zowel zakelijk als artistiek als technisch), artiesten (soloartiesten, bands, dj's, producers), collectieven, agenten, boekers, gespecialiseerde media, podia, festivals, *publishers* en muziekmaatschappijen. Daarnaast bemoeien overheden zich via cultuur, ruimtelijke ordening, toerisme, evenementenbeleid, en economie direct of indirect met de popsector. De popsector kent ook talloze toeleveranciers. De economische betekenis is groot.

Poppodia en -festivals zijn niet autonoom, maar verankerd in maatschappij

De verschillende ondernemers in de popsector spannen zich in voor een hoogwaardig, divers en

samenhangend geheel van pop-culturele voorzieningen. Popcultuur maakt deel uit van de culturele, maar ook van de vrijetijdsindustrie en de zogenaamde gastvrijheidseconomie. Naast artistieke relevantie levert popcultuur ook veel en hoge economische en maatschappelijke prestaties. Zo is 60% van de bij de poppodia werkzame mensen vrijwilliger.

Poppodia- en festivals en gemeenten partners in ondernemerschap en professionalisering

De popsector kent een zeer grote mate van ondernemerschap. De meeste ondernemers werken zonder financiering van de overheid. De subsidies die worden gegeven zijn zowel absoluut als relatief klein. Omdat het cultuur is die midden in de maatschappij staat, is de invloed van internet enorm. Internet is hét nieuwe distributiekanaal voor muziek. Dat verandert de rol van podia en -festivals. Daar waar vroeger de platenmaatschappij het aanstormende talent ontwikkelde, wordt dat nu steeds meer een taak voor podia. Tegelijkertijd worden podia voor gearriveerde acts juist faciliterende bedrijven.

Er is de afgelopen decennia sprake geweest van een enorme professionalisering. Popmuziek is als cultuurvorm, maar ook op het vlak van entertainment volwassen geworden, zowel aan de kant van de artiesten als aan de partijen die het optreden van de artiest mogelijk maken: podia en festivals. Popcultuur is niet meer per definitie een tegencultuur. De vraag naar en consumptie van, ook levende, popmuziek is enorm toegenomen en alhoewel popcultuur onlosmakelijk verbonden blijft met jeugdcultuur, verbreedt het publiek zich.

Ondernemers in de popsector zien zich geplaatst voor veel uitdagingen. Uit de *Entertainment & Media Outlook for the Netherlands 2011-2015* van PWC blijkt dat het relatieve belang van Nederlandse muziek op de Europese markt afneemt van 4.5% in 2008 naar 3.2% in 2013. Dit is zorgwekkend. Een o.a. qua financiering steeds terugtrekkende overheid en een laag consumentenvertrouwen maken dat de poporganisaties zich bewust zijn van de wenselijkheid en noodzaak om nog meer eigen inkomsten te genereren. Zaken die vroeger de sector ondersteunden (een sectorinstituut, promotie van Nederlandse muziek in het buitenland) verdwijnen of worden steeds moeilijker te realiseren. De VNPF maakt zich bovendien zorgen over de aanwas van nieuw talent; net als bij topsport geldt voor muziek dat toptalent alleen ontstaat als er in de breedte geïnvesteerd wordt in talent.

De VNPF is zich bewust van de urgentie van nieuwe product-marktcombinaties en de behoefte aan innovatieve professionalisering. Ondernemers moeten steeds sneller en adequaat kunnen inspelen op veranderingen in de verschillende omgevingen (politiek, publiek, aanbod van artiesten) waarin zij functioneren. De overheid en de popsector weten elkaar steeds beter te vinden als het gaat om het evalueren van beleidsinstrumenten. Maar van de overheid verwachten we steun als het gaat om het bevorderen en in stand houden van een gezonde infrastructuur, aandacht voor talentontwikkeling en het beter ondersteunen van het in ruime mate aanwezige ondernemerschap in de sec tor. Gelukkig wordt er door de sector geld verdiend en belasting betaald; wij vragen of het gedeelte wat daarvan terugvloeit naar onze sector gehandhaafd kan blijven. Niet omdat de popsector zwak is, maar juist om onze kracht te versterken. Om het mogelijk te maken een rol te hebben in de innovaties die Nederland van zijn (top)sectoren verwacht.

Poppodia en -festivals dragen bij aan talentontwikkeling

Het huidige podium- en festivalaanbod biedt veel talentvolle muzikanten speelplekken, en mogelijkheden om publiek te vinden en tegelijkertijd liefhebbers samen te brengen. Nederlandse gemeenten hebben de laatste decennia veel middelen geïnvesteerd in de infrastructuur van poppodia en -festivals. Deze podia spelen een cruciale rol in de ontwikkeling van de artiest. En vervullen ook een belangrijke, zo niet de belangrijkste rol in de gehele keten.
Artistiek verantwoordelijken bij podia kennen hun publiek als geen ander. Poppodia en -festivals binden publiek aan artiest en vice versa.

Aanwezigheid poppodia en-festivals verhoogt aantrekkelijkheid stad en regio

De aanwezigheid van goed 'draaiende' poppodia en –festivals hebben een functie in het tot stand komen van de aantrekkelijkheid en de uitstraling van uw gemeenten en regio's. Veel ondernemers in de popsector ontvangen publiek en daarom moet er aan veel regels worden voldaan. Daarin is de popsector ook ondernemend en probleemoplossend. Het gaat verschillende vormen van publiek-private ketensamenwerking aan: sluit convenanten met de Belastingdienst, bepaalt als sector zelf een maatschappelijk verantwoorde geluidsnorm voor live muziek, bedenkt in samenspraak met overheid en inspecterende diensten een landelijke evenementenvergunning protocol, et cetera.

Tot slot

Er is met ingang van 2013 bij veel gemeenten fors bezuinigd op cultuur en met name bij podiumkunsten . Helaas moeten wij constateren dat met name de poppodia disproportioneel meer gemeentelijke financiering moesten inleveren dan hun collega-organisaties die eenzelfde artistiek innovatieve opdracht hebben. Als het om poppodia gaat, wordt er regelmatig gedacht: *"die kunnen zichzelf wel bedruipen, ze doen maar een kwartje op het bier"*. Dat is een misvatting. Poporganisaties zijn met nieuw elan en creatief ondernemerschap aan het opkrabbelen en aan het reorganiseren. Het is volgens de VNPF zonde om de gedane investeringen in gevaar te brengen door nog eens extra te bezuinigen. Op het beleidsterrein van poppodia en-festivals gaat het om relatief lage, met name, exploitatiesubsidies. Bij deze doen wij een oproep deze te handhaven zodat deze culturele ondernemers daadwerkelijk kunnen ondernemen.

In de bijlage vindt u ter legitimering een al eerder rondgestuurde notitie over de maatschappelijke betekenis van popmuziek. Deze zijn ook in zogenaamde harde kopie kosteloos te bestellen bij het VNPF-bureau: info@vnpf.nl of 020 - 421 5005

Indien u naar aanleiding van dit schrijven of de publicatie 'De Waarde Van Pop' nog vragen heeft, kunt u contact opnemen met het VNPF-bureau, bij antwoorden uw vragen met plezier.

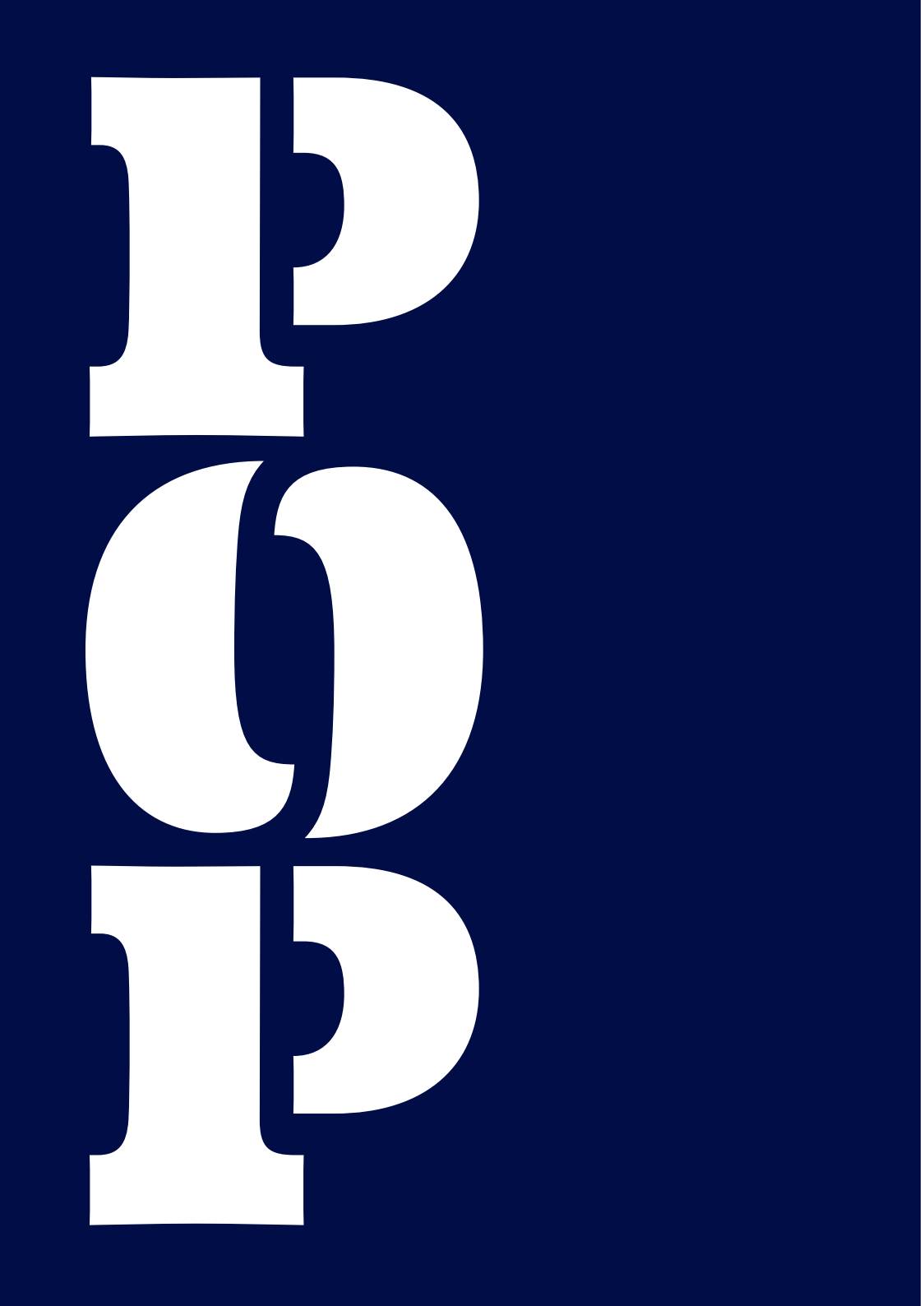
Hartelijk groetend,

Berend Schans
directeur - VNPF

Bijlage: De Waarde Van Pop
ook down te loaden via: http://www.vnpf.nl/media/files/de-waarde-van-pop.pdf

DE WAARDE VAN POP

De maatschappelijke betekenis van popmuziek



Popcultuur gaat verder dan alleen popmuziek. Het is een innovatieve cultuur die deel uitmaakt van en terug te vinden is in film, theater, games, grafische vormgeving, andere muziekstromingen, e-cultuur, beeldende kunst, dans en literatuur. Popmuziek is sterk verbonden met jeugdcultuur en vormt een verbindend element tussen andere kunst- en cultuuruitingen. Popcultuur is op allerlei manieren verweven in de samenleving en draagt een belangrijke maatschappelijke waarde in zich op het gebied van cultuur, participatie, talentontwikkeling en economie. Voor pop geldt net zo goed als voor sport dat er zonder

brede basis en zonder circuit geen mogelijkheid is tot excelleren en het verzilveren van die maatschappelijke waarden. Popcultuur heeft raakvlakken met beleidsterreinen als cultuur, ruimtelijke ordening, economie, city-marketing, toerisme, welzijn, jeugd, onderwijs en integratie. Het versterken van die brede basis, de infrastructuur van popmuziek, is daarom een belangrijke taak van gemeenten.
De podiumkunsten en ook de popsector staan door het huidige overheidsbeleid onder forse druk. Met ***De waarde van pop*** tonen initiatiefnemers POPnl en de Vereniging Nederlandse Poppodia en -Festivals (VNPF) hoe popcultuur tot uiting komt, welke maatschappelijke waarde zij vertegenwoordigt en hoe belangrijk het is om te blijven investeren in popcultuur.
De waarde van pop wordt de Nederlandse gemeenten aangeboden zodat zij zich kunnen versterken met een aantrekkelijk, duurzaam en onderscheidend popcultureel ondernemersklimaat.

Optreden The Vagary
in de Melkweg, Amsterdam
Foto: Richard Tas

Auteurs
Rento Zoutman, DSP-groep
Marieke de Groot, DSP-groep

Een uitgave van POPnl en
Vereniging Nederlandse
Poppodia en -Festivals

De waarde van pop is tot stand gekomen met steun van:

Het bereik van pop

Van alle cultuuruitingen heeft popmuziek het grootste en breedste publieksbereik. Pop is bijna overal; het bereikt ons via de koptelefoon, radio, televisie en computer, in winkels en via vele podia en festivals.

Dit bereik is het meest zichtbaar in de digitale verspreiding van de muziek, de verkoop van geluidsdragers en de bezoekersaantallen van concerten. Daarnaast is popmuziek onderdeel van een brede popcultuur: ze beïnvloedt en wordt op haar beurt weer beïnvloed door andere bedrijfstakken als film, mode, dans, reclame, vormgeving, tijdschriften- en internetbranche en het uitgaansleven.

Ongeveer een half miljoen Nederlanders van alle leeftijden speelt en zingt popmuziek. De popsector in zijn geheel is een sterke en fijnmazige sector waar eigen initiatief, creativiteit en ondernemerschap voorop staan. Maatschappelijk is de popsector van grote waarde. Deze waarde komt tot stand samen met bezoekers, musici, vrijwilligers, maatschappelijke organisaties, opleidingen, bedrijven en natuurlijk ook met de overheid. Popmuziek is ook op andere terreinen van grote betekenis. Het bevordert sociale integratie, stimuleert jongeren om zich cultureel te ontplooien, vergroot de participatie, jaagt economische innovatie aan en vergroot de leefbaarheid.

Gemeenten spelen een belangrijke rol in de groei en bloei van de maatschappelijke waarde van de popsector. De popsector nodigt de gemeenten daarom uit tot samenwerken en popmuziek een stevige positie te geven in gemeentelijk cultuurbeleid.

De waarde van pop

Popcultuur en popmuziek zijn van grote *maatschappelijke waarde*, samen te vatten in de volgende vier kernpunten:

- ***Culturele waarde*** - Een levendige popcultuur is essentieel voor het culturele klimaat, popmuziek zorgt voor beleving en identiteit. Er zijn in Nederland een half miljoen actieve muzikanten en popconcerten trekken veel bezoekers.
- ***Participatie*** - Popmuziek trekt mensen van alle leeftijden, culturen en sociale klassen aan. Organisaties in de popsector werken bovendien met veel vrijwilligers.
- ***Talentontwikkeling*** - Poporganisaties faciliteren en ondersteunen talenten in alle fasen van hun ontwikkeling. Van kennismaken met popmuziek tot

Optreden Nice Ty
in de Melkweg, Amsterdam.
Foto: Richard Tas

Optreden Memphis Maniacs
tijdens Parkpop 2011, Den Haag.
Foto: Willie Kerkhof

zelf leren spelen, optreden en -voor sommigen- een professionele muziekcarrière.

• ***Economie*** - Van het bezoeken van concerten en horeca tot werkgelegenheid in de sector en lokaal bedrijfsleven, het moge duidelijk zijn dat de popsector een belangrijke bijdrage levert aan een florerende lokale creatieve economie.

Bovengenoemde kernpunten zijn voor de lokale of regionale overheid argumenten om popmuziek te verankeren in het cultuurbeleid en de popinfrastructuur sterk te houden. Juist met facilitaire ondersteuning en subsidies vanuit de lokale, provinciale en landelijke overheid kunnen de organisaties in de popsector hun maatschappelijke waarde behouden of zelfs vergroten. Na een periode van groei worden nu ook poporganisaties geconfronteerd met de gevolgen van de crisis: verschillende poporganisaties zien subsidies gedeeltelijk of helemaal wegvallen, poppodia hebben te maken met teruglopende bezoekersaantallen, mensen hebben immers minder te besteden en als gevolg van de bezuinigingen door de gemeenten en provincies neemt de druk op de exploitatie toe. Dit betekent dat de popsector al haar creativiteit en ondernemerschap moet blijven aanspreken en haar partnerschappen versterken om de maatschappelijke waarden te kunnen blijven benutten.

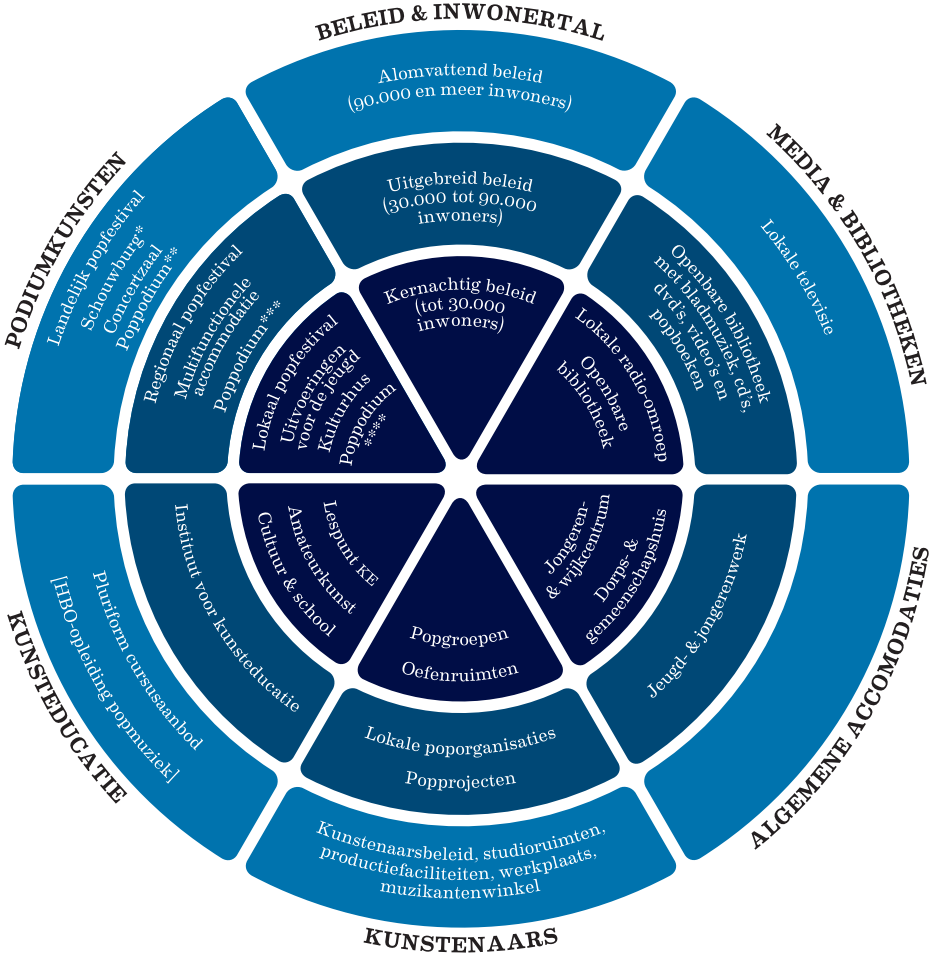
Het imago van popmuziek is de afgelopen jaren sterk bepaald door talentenjachten als The Voice of Holland en Idols. De oppervlakkige beschouwer zou hieruit kunnen afleiden dat de popsector volledig aan de markt kan worden overgelaten. Dat is echter allesbehalve waar. Onder de commerciële 'top' bevindt zich een brede basis, het fundament onder de markt, die alleen met steun van de overheid sterk kan blijven.

Subsidies voor kleine poppodia (met een actief artistiek programmeringsbeleid); mogelijkheden voor muziekbeoefening door amateurs; vergunningen voor popfestivals en muziekcafés; muziekeducatie; dit zijn allemaal zaken waarin de popmuziek afhankelijk is van de gemeente, in de vorm van subsidie, regelgeving en soms ook gewoon goede wil.

Popmuziek is nog niet in elke gemeente een vanzelfsprekend onderdeel in het cultuurbeleid. Het politieke draagvlak is zeker aanwezig, maar nog broos. Wel is popmuziek vaak onderdeel van accommodatiebeleid, horeca en vergunningen en soms evenementenbeleid. De aandacht voor popmuziek in gemeenten is echter veelal incidenteel in plaats van structureel. De popsector roept de gemeentelijke overheden op om kennis te nemen van de maatschappelijke waarde van popmuziek. De sector nodigt wethouders, raadsleden en ambtenaren uit om binnen een partnerschap samen te werken en de maatschappelijke waarde van pop zo goed mogelijk te benutten.

Pop(muziek)beleid van gemeenten volgens het ringenmodel van Wijn

Een bekende indeling van cultuurbeleid naar gemeentegrootte is het ringenmodel van Wijn (2003), hier toegepast op de popsector:
- kernachtig cultuurbeleid / popmuziek in gemeenten met minder dan 30.000 inwoners;
- uitgebreid cultuurbeleid / popmuziek voor gemeenten tussen de 30.000 en 90.000 inwoners;
- alomvattend cultuurbeleid / popmuziek voor gemeenten met meer dan 90.000 inwoners.



* Schouwburg: grote zaal + 1 of 2 kleine zalen
** Poppodium groot: grote zaal (± 1.000 personen) + 1 of 2 kleine zalen
*** Poppodium middel: grote zaal (± 500 personen) + 1 kleine zaal
**** Poppodium klein: zaal tot 300/400 personen

De popsector

POPSECTOR is de verzamelnaam voor diverse organisaties en personen die actief zijn op het vlak van popcultuur en popmuziek: muzikanten, dj's, lokale poporganisaties, beheerders van oefenruimten, lokale media, poppodia, popfestivals, managementbureaus, enzovoort.

In de jaren '90 groeide de infrastructuur voor popmuziek sterk. Dit ging gepaard met professionalisering en uitbreiding van popvoorzieningen en toenemende wet- en regelgeving. Momenteel staat de sector voor de uitdaging om publieksaantallen vast te houden en liefst uit te breiden. Dit alles zonder het investeren in talentontwikkeling van ondergeschikt belang te maken.

Waar bestaat de popsector uit en wat zijn de kerncijfers en voorzieningen? In het ringenmodel van Wijn links ziet u een overzicht.

Poppodia

Een groot deel van de poppodia heeft zijn wortels in jongerencentra en 'zelforganisaties'. In de jaren '70 en '80 zijn in Nederland vanuit de jongerencentra tientallen clubs ontstaan die zich ontwikkelden tot professionele podia voor (pop)concerten. Gemeenten zijn over het algemeen de belangrijkste financiers van de bouw. Ook zijn zij veelal de belangrijkste subsidiënten van de podia. In veel gemeenten, zoals Hengelo (Metropool) en Vlaardingen (Kroepoekfabriek) zijn de poppodia verbouwd of vervangen door hoogwaardige nieuwbouw. Er zijn voorbeelden van gemeenten die werden geconfronteerd met overschrijding van de exploitatielasten. Podia als 013 en Patronaat kregen na hun (her)start een aanvulling op hun subsidie, maar podia als Nighttown/Watt en De Nieuwe Oogst in Rotterdam, De Kade in Zaandam en De Waerdse Tempel in Heerhugowaard moesten de deuren sluiten.

Op dit moment telt Nederland zo'n 75 podia voor popmuziek. Hiervan zijn er 56 aangesloten bij de Vereniging Nederlandse Poppodia en -Festivals. Naast dit circuit van gesubsidieerde, gespecialiseerde poppodia -in de volksmond het clubcircuit genoemd- zijn er enkele grote commerciële podia in Nederland zoals het nieuwe Ziggo Dome en de Heineken Music Hall in Amsterdam. Ook veel theaters en concertzalen in Nederland programmeren regelmatig popconcerten.

Festivals

Voor veel gemeenten, ook die geen beschikking hebben over een poppodium, is een jaarlijks terugkerend popfestival een mogelijkheid om de bevolking op een laagdrempelige manier van popmuziek te laten genieten. Popevenementen zijn populair en maken op veel plaatsen onlosmakelijk onderdeel uit van een gemeentelijk evenementenprogramma. Ze zijn er in alle denkbare soorten en maten, variërend van meerdaagse grote festivals als Lowlands en Pinkpop tot regionale festivals als het Pedro Pico Pop festival in Raalte of Meerlive in Haarlemmermeer. Een aantal van die lokale festivals zijn verbonden aan een feestdag of herdenking, zoals de bevrijdingsfestivals en de vele popfestivals tijdens Koninginnedag. Van de festivals zijn er 27 aangesloten bij de VNPF.

Lokale en provinciale poporganisaties

Grote gemeenten en provincies hebben eigen poporganisaties die zorgen voor promotie en ondersteuning van popmuziek en popcultuur in eigen stad of regio. Zij zijn de schakel tussen (amateur)popmuzikanten, publiek, podia en media. Deze poporganisaties organiseren competities, showcases en festivals, maar zorgen ook voor coaching en begeleiding van muzikanten. Voorbeelden zijn GRAP (Amsterdam), de Popunie (Rotterdam/Zuid-Holland) en Friesland Pop.

Popeducatie

Popeducatie krijgt vorm door muziekonderwijs in het basisonderwijs, kennismaking en muziekbeoefening in het secundair onderwijs, oriëntatie/scholing/verdieping bij een centrum voor muziekeducatie of bij particuliere docenten. Officiële vooropleidingen aan conservatoria en hogescholen zijn de laatste trap in de popeducatie, voordat de toelating tot popacademie of het conservatorium een overweging wordt.

Popartiesten

Muzikanten komen in vele soorten en maten. Van de bluesmuzikant die optreedt voor een publiek van vijftigers tot het tieneridool, de alternatieve gitaarband of de lokale dj. Nieuw talent dat voor het eerst de repetitieruimte uitkomt of juist muzikanten die hun naam al hebben gevestigd in het clubcircuit.

Op podia en festivals is veel plaats voor pop van Nederlandse bodem, maar ook voor artiesten uit het buitenland. De popsector in Nederland kent een enorm aanbod van makers van muziek. Muzikanten met een beroepsopleiding concurreren daarin met talentvolle autodidacten. Dat maakt popmuziek tot een dynamische sector.

Bedrijven

De zakelijke tak van de popsector is heel divers. Binnen de sector zijn mensen werkzaam onder meer als artiestenmanagers, boekers, game ontwerpers, websitebouwers, vormgevers, personeel in horeca, beveiliging, transport, licht- en techniekbedrijven, platenmaatschappijen en creatieve bedrijven die onder andere artwork en videoclips produceren.

Trends en kerngegevens popsector

Bezoekersaantallen

- Stijging van bezoek aan popmuziek van 33 bezoeken in 1979 naar 62 bezoeken per 100 inwoners in 2003 (SCP, 2012).
- Forse groei van 48% van het aantal bezoeken aan VNPF-podia en festivals in de periode 1995-2007 (Vreeke en Van Dalen, 2009).
- Bezoek aan VNPF-poppodia daalde tussen 2008 en 2011 en is nu gestabiliseerd in een vrijetijdsmarkt met veel concurrentie (VNPF, 2012).
- In 2009 trokken de podiumkunsten 21,5 miljoen bezoekers waarvan 9 miljoen voor popmuziek (Marlet et al., 2011).

Werkgelegenheid

- In 2011 waren er 6.251 mensen werkzaam in de VNPF-poppodia: 62% werkt als vrijwilliger, en deze vrijwilligers namen 29% van al het werk in de poppodia voor hun rekening. Van alle medewerkers is slechts 19% in loondienst, maar zij verzorgen wel 49% van al het werk. Daarnaast maken podia gebruik van freelance (12%) en gesubsidieerde (1%) arbeid, die respectievelijk 9% en 2% van het werk verzetten.

Poppodia en festivals

- Aantal gespecialiseerde poppodia in Nederland: circa 75.
- Naast de gespecialiseerde podia worden er popconcerten georganiseerd in cafés, theaters, conservatoria, evenementenhallen, stadions en tijdens festivals.
- De popsector is vanaf de jaren '90 tot nu sterk gegroeid en geprofessionaliseerd.
- In 2011 organiseerden de poppodia en festivals aangesloten bij de VNPF in totaal meer dan 19.000 optredens en deze trokken 3.304.603 bezoeken.
- De programmering is breed en omvat zowel de reguliere popconcerten, dans- of clubavonden en avonden met bijzondere (niet-reguliere) programmering waar bijvoorbeeld ruimte is voor cross-overs met andere kunstdisciplines.
- In 2011 realiseerden de gespecialiseerde podia aangesloten bij de VNPF een omzet van 101,5 miljoen.
- Het aandeel subsidie van de podia die zijn aangesloten bij de VNPF is gemiddeld 28%. De belangrijkste inkomsten halen de podia uit kaartverkoop, horeca en besloten verhuur.

Optreden Go Back To The Zoo in Concertgebouw De Vereeniging, Nijmegen. Foto: Marcel Krijgsman

Bezoeker Fortarock Festival 2012, Nijmegen. Foto: Marcel Krijgsman

DE VIER WAARDEN VAN POP

Het grote bereik van popmuziek en popcultuur staat aan de basis voor de grote maatschappelijke waarde van de pop. Veel bestuurders en onderzoekers hebben in de afgelopen jaren het belang van de pop op het gebied van CULTUUR, PARTICIPATIE, TALENTONTWIKKELING en ECONOMIE benoemd en benadrukt.

Culturele waarde

Popmuziek en popcultuur geven kleur aan het culturele klimaat in gemeenten en verdienen daarom aandacht in het gemeentelijk en provinciaal kunst- en cultuurbeleid.

Popmuziek en popcultuur zijn identiteitsdragers voor jong en oud, maar ook voor een stad, streek of land. Ze zijn bovendien sterk verweven met het leven van alledag. Popmuziek hoor je overal, in winkels, tijdens commercials, in de rust van een voetbalwedstrijd of op braderieën. Pop heeft zich ontwikkeld tot een in artistiek opzicht volwassen muziekvorm, die zowel de 'mainstream' als de niches in de markt bedient. Popmuziek is dynamisch en legt allerlei verbindingen met andere cultuuruitingen. Popmuziek is daarmee een verbinder en een laagdrempelige manier om kennis te maken met andere kunstdisciplines.

"Er worden in Middelburg veel evenementen georganiseerd: popmuziek is daarvoor een prominente ingang omdat het aansprekend is en voor iedereen toegankelijk." — ED DE GRAAF, WETHOUDER MIDDELBURG

"Popmuziek is een belangrijke cultuuruiting voor een stad. Vooral de rol en functie die het heeft voor beoefenaars, van beginners tot professionals, is daarin van belang... In Nijmegen willen we bijzondere bands een plek geven. Omdat dat uitdaagt en mensen leert om buiten de gebaande paden te denken. Je moet juist niet alleen aandacht hebben voor de top-acts." — HENK BEERTEN, WETHOUDER NIJMEGEN

Muziek luisteren is zowel een persoonlijke als een gedeelde beleving. Die beleving kan opwindend, emotioneel en troostend zijn. Muziek kan iets vertellen, zowel in haar vorm als inhoud. Muziek bevat een culturele waarde.

Muziek zegt iets over de schrijver, de vertolker, een land of een gebeurtenis. Muziek beeldt een verhaal uit in klanken. Muziek speelt een belangrijke rol in de cognitieve en sociale ontwikkeling van jonge mensen.

De culturele waarde van popmuziek is niet alleen af te meten aan het grote bereik onder bezoekers en luisteraars, maar ook uit het aantal actieve beoefenaren ervan. Bijna een half miljoen mensen speelt en zingt popmuziek en dat doen zij gemiddeld 6,5 uur per week. Musiceren is meer dan een vrijblijvende hobby: het is een belangrijke bron van emotie als geluk, voldoening, rust en creativiteit. Het doet iets met de beoefenaar, het geeft iets terug voor de energie die in het maken van popmuziek is gestopt (Van Bork en Dicke, 2008).

Er is een stabiele infrastructuur van podia, festivals, bands, platenmaatschappijen en lokale en regionale poporganisaties die de culturele waarde van de popsector voortbrengen en uitdragen. Dat doen de organisaties in de popsector niet alleen, maar in samenwerking met vele andere lokale partners en initiatieven die bijdragen aan een levendig cultureel aanbod. De culturele waarde is de garantie om ook de andere waarden te realiseren: participatie, talentontwikkeling en economie.

Participatie

Bijna iedereen heeft een binding met popmuziek. Pop bereikt een groot publiek, van alle leeftijden, culturen en sociale klassen.

Popmuziek is een perfect instrument om participatie te bevorderen. De popsector legt op bijna logische wijze verbindingen met andere sectoren en dat maakt popmuziek tot een goed middel om mensen te laten kennismaken met andere culturele uitingen.

De kracht van de popsector ligt in het aansprekende en diverse aanbod dat de poporganisaties het publiek bieden. Popcultuur emancipeert bevolkingsgroepen en brengt ze met elkaar in contact. Podia en festivals stemmen hun programmering af op zeer uiteenlopende groepen en subculturen: juist de variëteit van het aanbod vergroot de aantrekkingskracht en maakt dat de inwoners van een gemeente een podium of festival ervaren als 'hun plek'. Daarmee wordt het podium of festival onderdeel van hun leefwereld.
Poporganisaties zijn belangrijke leerscholen waar vrijwilligers hun vaardigheden en talenten kunnen ontplooien. Het aantal stagiaires en vrijwilligers in de popsector is groot: 62% van het totaal aantal mensen dat werkzaam is

Optreden EJ Von Lyrik tijdens het Amsterdams Bevrijdingsfestival 2011. Foto: Sarah Oranje

Bezoekers tijdens Fortarock Festival 2012, Nijmegen. Foto: Marcel Krijgsman

in de sector (podia en festivals aangesloten bij VNPF) is vrijwilliger (VNPF, 2012). Deze diverse groep vertegenwoordigt een enorme waarde: jong en oud zet zich in voor hun lokale poppodium of -festival. In *Podiumpeiler 2011* wordt de vrijwillige inzet in de podiumkunsten geraamd op 5.400 fte (Marlet et al., 2011). De poppodia en -festivals kunnen niet zonder die inzet. Om de bijdrage van vrijwilligers goed tot zijn recht te laten komen is professionele begeleiding van groot belang.

"Vrijwilligers zijn waardevol en het is ook heel goed dat de popsector daar veel mee werkt, maar om de kwaliteit te behouden moeten er vooral ook professionals worden ingezet." — Henk Beerten, wethouder Nijmegen

395 Minuten

3,1% van de Nederlandse bevolking van 6 jaar en ouder houdt zich 50 minuten of meer per week actief met amateur-popmuziek bezig. Dit komt neer op ongeveer 500.000 Nederlanders.

BRON: VAN BORK EN DICKE, 2008

"Muziek is maatschappelijke smeerolie en heeft daardoor betekenis in het totale sociale terrein."
— Tom ter Bogt, hoogleraar popmuziek en jeugdcultuur

Onderzoek van het Sociaal en Cultureel Planbureau wijst uit dat het aantal bezoeken aan popconcerten tussen 1979 en 2003 is gestegen van 33 naar 62 bezoeken per 100 inwoners. Op basis van een analyse van bezoekcijfers constateren Vreeke en Van Dalen dat in de periode 1995–2007 het gemiddeld aantal bezoeken aan een poppodium is gestegen van 36.489 naar 54.019 bezoeken per jaar, een stijging van 48%. In de periode 2005–2008 steeg het aantal bezoeken aan de poppodia (aangesloten bij de VNPF) nog licht, maar daarna is dit aantal gedaald (Vreeke en Van Dalen, 2009). Podia programmeren de laatste jaren steeds veiliger en mijden risico's. Dat is een grote zorg omdat deze podia risico's moeten kunnen nemen om te investeren in de markt en het publieksbereik op de lange termijn. Een verschralend aanbod zal niet alleen de culturele waarde verminderen, maar ook de participatie.

"De belangrijkste betekenis van de popsector is de sociale verbinding. Tussen jong en oud, tussen verschillende jongerengroepen en tussen verschillende maatschappelijke stromingen. Daarnaast heeft popmuziek een belangrijke rol in het agenderen en vertalen van maatschappelijke thema's."
— Gerard van Klaveren, burgemeester Weststellingwerf / voorzitter Stichting Friesland Pop

Het onderzoek *395 Minuten* bracht aan het licht dat bijna een half miljoen mensen popmuziek speelt en zingt en dit gemiddeld 6,5 uur per week doet.

Van deze 500.000 muzikanten treden er circa 100.000 regelmatig op, een kwart van hen maakte ooit een cd en een vijfde publiceert muziek op internet. De participatie onder de bevolking is breed. Popmuzikanten zijn van alle leeftijden: zo zijn er 25.000 55-plussers die popmuziek maken. Van de muzikanten heeft 56% een middelbare of lagere beroepsopleiding genoten (Van Bork en Dicke, 2008).

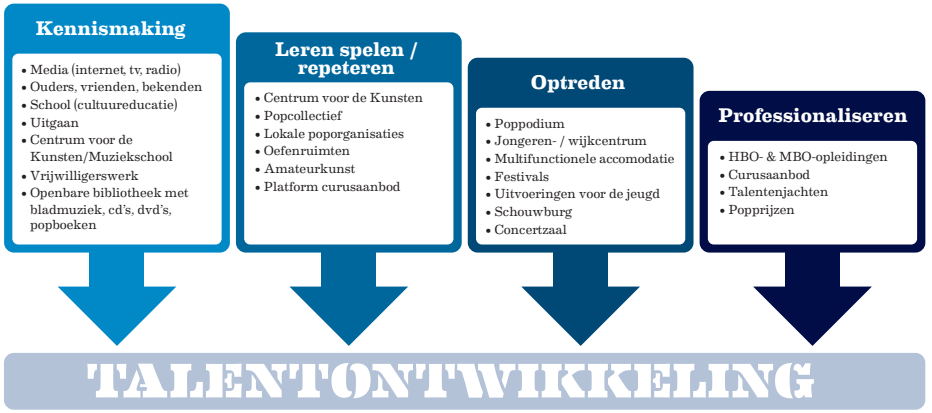
Talent-ontwikkeling

De ontwikkeling van talent is voor veel gemeenten een belangrijk thema in het cultuurbeleid.

Belangrijk voor de ontwikkeling van talenten is de nabijheid van een levendig live-circuit waar de muzikanten kunnen optreden en organisaties die de muzikanten kunnen begeleiden op zakelijk en artistiek vlak.

Het is binnen de popsector niet gebruikelijk om subsidie toe te kennen aan muzikanten. Poppodia worden gesubsidieerd met een beperkt budget dat de basis geeft voor het gebouw, een minimum aan vaste medewerkers en een minimum bedrag voor risicovolle programmering. Voor poppodia is dit de kans om ruimte te bieden aan jonge en talentvolle acts.

Het ontwikkelen van talent verloopt volgens een aantal logische stappen: van kennismaking naar zelf leren spelen, repeteren, optreden, uitbrengen



Winnaar Sena Performers POPnl Award 2012: Cirque Valentin. Foto: Richard Tas

Muzikantendag 2012 in W2 Poppodium, 's-Hertogenbosch. Foto: Richard Tas

van een cd en -voor sommigen- een professionele muziekcarrière. De aanwezigheid van een volledige keten is belangrijk om talentontwikkeling te kunnen faciliteren en ondersteunen.

"Er is in Nederland een hele goede infrastructuur van opleidingen ontstaan. Niet alleen opleidingen die opleiden tot muzikant, maar ook tot al die professies die nodig zijn in de zijlijn van de popmuziek: techniek, management, nieuwe media, etc." — Tom ter Bogt, hoogleraar popmuziek en jeugdcultuur

---

De infrastructuur voor popmuziek in Nederland kenmerkt zich door een goede kwaliteit en grote 'podiumdichtheid'. Dit levendige en unieke clubcircuit vormt een onmisbaar onderdeel van de keten. Aanbod en vraag ontmoeten elkaar via de markt van podia, boekers, platenmaatschappijen en anderen.

De infrastructuur voor popmuziek in Nederland kenmerkt zich door een goede kwaliteit en grote 'podiumdichtheid'.

Lokale en provinciale poporganisaties en popcollectieven vormen de schakel tussen (amateur)popmuzikanten, publiek, podia en de media. Deze organisaties organiseren workshops en coachingstrajecten om muzikanten zakelijke bagage mee te geven. Ook organiseren de lokale poporganisaties en -koepels competities, showcases en festivals waar talent uit de stad of regio zich kan presenteren aan publiek en muziekindustrie. De aanwezigheid van goede oefenruimten en productiefaciliteiten is voor talenten belangrijk zich te ontwikkelen.

"Popmuziek en popcultuur spreken Friese jongeren enorm aan. Zij bezoeken veel concerten of spelen zelf in een band; Fryslân heeft immers een bovengemiddeld aantal bands en actieve muzikanten. Door de vestiging van de opleidingen Pop en Media en de Academie voor Popcultuur is dat nog meer toegenomen. Beide opleidingen dragen bij aan een levendig popklimaat; steeds vaker krijgen Friese cursisten en studenten de kans om in de stad en daarbuiten op te treden. Jongeren maken in Leeuwarden kennis met popmuziek en popcultuur, kunnen een popstudie volgen én er al hun talenten ontwikkelen. De Friese popcultuur is meer in beweging en dynamischer dan ooit tevoren." — Isabelle Diks, wethouder Leeuwarden

---

Het 'live-circuit', bestaande uit poppodia en -festivals, is voor de ontwikkeling van de popmuziek van cruciaal belang. Programmeurs van de podia en festivals scouten talent en bieden muzikanten een podium. De open cul-

tuur van uitwisseling en de sterke verbinding tussen professionals en amateurs dragen bij aan een vruchtbaar popklimaat. Er is een lage drempel voor actieve beoefening. Driekwart van de optredens (73%) op de Nederlandse poppodia, aangesloten bij de VNPF, wordt verzorgd door Nederlandse acts. Hoewel podia in de grote steden meer buitenlandse acts ontvangen, biedt de popsector een ruime kans aan talent van eigen bodem (VNPF, 2012).

Aan de popsector zijn vakgerichte opleidingen en leerervaringsplekken verbonden. Jongeren maken kennis met popmuziek en popcultuur in hun sociale netwerk van familie en vrienden en in projecten op scholen (bijvoorbeeld in het kader van CKV). Verdere oriëntatie, scholing en verdieping vindt plaats bij Centra voor de Kunsten, de muziekschool of via lessen bij particuliere docenten. Lokale poporganisaties, poppodia, muziekscholen en opleidingen bieden begeleiding (bandcoaching), oefenruimtes en mogelijkheden tot optreden. Opleidingen op MBO- of HBO-niveau, zoals de Herman Brood Academie in Utrecht en de Academie voor Popcultuur in Leeuwarden, zijn erg in trek. De populariteit van popmuziek is goed terug te zien in de ontwikkeling van het kunstvakonderwijs. Conservatoria bieden aparte afstudeerrichtingen in popmuziek.

Niet alleen de educatie van popmuziek heeft zich sterk ontwikkeld, ook de aandacht voor verwante terreinen zoals techniek, media en design is gegroeid. Poppodia en festivals bieden een professionele leeromgeving voor het ontwikkelen van talenten en vaardigheden.

Economische waarde

De popsector levert een belangrijke bijdrage aan de lokale economie.

Popmuziek heeft een groot bereik; vergeleken met bijvoorbeeld theatervoorstellingen trekken popconcerten grote aantallen bezoekers die voorafgaand aan het bezoek of naderhand ook elders in de gemeente hun geld besteden. Een actieve popsector is dus ook belangrijk voor de lokale werkgelegenheid.

"Investeren in de popsector levert economisch gezien iets op. Het versterkt de aantrekkingskracht van de stad en verhoogt de kwaliteit van het culturele aanbod." — HENK BEERTEN, WETHOUDER NIJMEGEN

Rij voor de kassa, Muzikantendag 2011 in Hedon, Zwolle. Foto: Richard Tas

De Waaghals in Nijmegen. Foto: Willie Kerkhof

"Het college moedigt de (inter)nationale ambities van Haagse bands en artiesten aan en zal deze daarom ook de komende jaren blijven ondersteunen met het fonds The Hague Music Export. Met hun optredens op internationale (showcase)festivals in het buitenland doen bands en artiesten waardevolle ervaringen op die bijdragen aan de ontwikkeling van de Haagse popscene in de breedte. De komende jaren willen wij met het ondersteunen van ambitieuze en talentvolle artiesten vanuit The Hague Music Export blijvend inzetten op het uitdragen van 'Music City The Hague'."
— Marjolein de Jong, Wethouder Den Haag op 3voor12.nl, 2012

De economische waarde raakt aan het economisch en ruimtelijk beleid van overheden. Thema's zijn onder meer toerisme, city-marketing, gebiedsontwikkeling en werkgelegenheid. De economische waarde van de popsector:

- een aantrekkelijk vestigingsklimaat voor bedrijven en bewoners
- werkgelegenheid (direct en indirect)
- creatieve bedrijvigheid

"De meest aantrekkelijke woonsteden zijn over het algemeen ook de steden waar op cultureel gebied veel te kiezen valt, waar mensen 's avonds spontaan terecht kunnen in een van de vele theaters, concertgebouwen, poppodia en jazzcafés. Zonder daar maanden van tevoren een kaartje voor te hoeven kopen." — Marlet et al., 2012

Vestigingsklimaat

Een dynamische popcultuur met actieve, muzikanten, bands en dj's, podia en festivals draagt bij aan de aantrekkingskracht van een stad of regio. Bedrijven zoeken gemotiveerd en goed gekwalificeerd personeel en dat personeel woont het liefst in een stad waar te kiezen valt uit een gevarieerd aanbod van podiumkunsten. Podia en festivals, maar ook de muzikanten zelf zijn een belangrijk onderdeel van het cultureel aanbod, in het bijzonder voor jongeren. Zij bevorderen de levendigheid van het horeca- en uitgaanscircuit en dragen bij aan de uitstraling van een stad of regio.

Een dynamische popcultuur met actieve, muzikanten, bands en dj's, podia en festivals draagt bij aan de aantrekkingskracht van een stad of regio.

Popmuziek hoort, hoe groot of klein ook, bij de culturele identiteit van een stad of regio. Bekende artiesten uit de regio zijn een punt van identificatie en onderscheid. Voorbeelden zijn ***Bløf*** en ***Racoon*** voor Zeeland, ***Ilse de Lange*** voor Almelo en Twente, ***Kyteman*** voor Utrecht, ***De Staat*** voor Nijmegen, ***Daniel Lohues*** voor Drenthe, ***Rats on Rafts*** en ***The Kik*** voor Rotterdam, ***Spinvis*** voor Nieuwegein, ***Rowwen Hèze*** voor Limburg en ***Anouk***, ***Golden Earring*** en ***Kane*** voor Den Haag.

Popmuziek hoort, hoe groot of klein ook, bij de culturele identiteit van een stad of regio.

Werkgelegenheid

In 2011 waren 6.251 mensen werkzaam bij de poppodia: van alle medewerkers is slechts 19% in loondienst, 62% werkt als vrijwilliger. Daarnaast maken podia gebruik van freelancers (12%) en gesubsidieerde arbeid (1%) (VNPF, 2012). Podia, festivals en poporganisaties werken in de praktijk veelal samen met lokale ondernemers, zoals ontwerpers, drukkerijen en organisatiebureaus.

Het café- en restaurantbezoek voorafgaand en naderhand aan een concertbezoek speelt een belangrijke rol in de bijdrage aan de lokale horeca en economie van iedere gemeente. Zo trekt 013 in Tilburg jaarlijks 230.000 bezoekers, waarvan 60% van buiten Tilburg. Restaurants en horeca in Tilburg profiteren van deze aantrekkingskracht, ook omdat 013 met hen arrangementen overeenkomt.

Creatieve economie: innovatie

De subsidies van gemeenten voor de popsector zijn welbeschouwd innovatiesubsidies: met relatief weinig geld en samen met creatieve partners in de gemeente worden projecten en nieuw aanbod tot stand gebracht.

Onderzoek naar de waarde van cultuur in de gemeente Groningen illustreert dit 'multiplier' effect:

"De totale maatschappelijke waarde van het culturele aanbod in Groningen (podiumkunsten, festivals en musea) is 340 miljoen, waarvan het grootste deel (298 miljoen) neerslaat in de stad zelf. Daar staan maatschappelijke kosten tegenover van in totaal ruim 15 miljoen." — Marlet et al., 2012

Creatieve bedrijvigheid en innovatiekracht zijn belangrijk voor steden. De organisaties in de popsector zijn actief en ondernemend in de lokale netwerken en zorgen zo voor een goede economische voedingsbodem.

Pop en gemeente
WAAR LIGGEN DE KANSEN?

Popmuziek en popcultuur vertegenwoordigen een culturele waarde en dragen bij aan de waarden participatie, talentontwikkeling en economische bedrijvigheid.

De organisaties in de popsector verzilveren deze waarde in samenwerking met tal van partners: muzikanten, producenten, ondernemers en kleine en grote culturele initiatieven uit de gemeente.

Vanuit de dynamiek en kracht van de sector wordt veel bereikt: zelfredzaamheid en ondernemerschap zijn groot. De beschreven waarden komen het best tot hun recht als de organisaties in de popsector de financiële armslag hebben om vooruitstrevend te kunnen ondernemen. Organisaties in de popsector moeten de ruimte krijgen om beginnende muzikanten een kans te geven, oren en ogen open te kunnen houden voor talent, om een goede leerplek te zijn voor jongeren en om creativiteit en innovatie een plek te bieden samen met lokale partners. Samenwerking met de gemeente is hierbij onontbeerlijk.

Zonder een stevige professionele basis is het niet mogelijk om de maatschappelijke waarden te optimaliseren. Om de professionele basis te kunnen behouden is vertrouwen van de overheid nodig. De popsector heeft al bewezen dat zij met een relatief kleine investering veel kan waarmaken en staat garant voor het 'multiplier' effect. Voorzie de sector van voldoende professionele basis en zij zorgt ervoor dat de maatschappelijke waarden optimaal benut en ontwikkeld worden.

Wat kan de gemeente concreet doen om de popsector een impuls te geven?

- Erkennen van het belang van de aanwezigheid van popcultuur voor Nederland en de lokale vrijetijdseconomie
- Popmuziek verankeren in het (cultuur)beleid
- Gericht investeren in organisatieontwikkeling (ondernemerschap)
- Verdere professionalisering van de bedrijfsvoering en duurzaamheid
- Faciliteren van muziekcafés
- Proportioneel investeren in lokale poporganisaties
- Faciliteren oefenruimten (onder andere door vergunningen)
- Faciliteren van popmuzieklessen op school en kennismaking met popmuziek buiten school
- Eenduidige regelgeving en handhaving, alsmede het gezamenlijk oplossen van knelpunten in regelgeving en/of de uitvoering daarvan
- Een gecoördineerd overleg tussen gemeente en poporganisaties
- Minder administratieve lasten bij onder andere het aanvragen van subsidies of vergunningen en meer op basis van vertrouwen en reputatie
- Gezamenlijk invulling geven aan de 24-uurseconomie
- Betrekken van muzikanten bij officiële representatie- en promotieactiviteiten

Met een investering in de popsector verdient de overheid haar geld dubbel en dwars terug. Relatief weinig subsidie levert veel inkomsten uit de markt en lokale creatieve bedrijvigheid op. Met een klein aantal professionals zorgen de organisaties in de popsector voor een grote en kwalitatief goede inzet van vrijwilligers.

Met een investering in de popsector verdient de overheid zijn geld dubbel en dwars terug. Relatief weinig subsidie levert veel inkomsten uit de markt en lokale creatieve bedrijvigheid op.

Andersom kan er ook het nodige verloren gaan als gemeenten minder of niets doen:

"Als de gemeente ons niet zou subsidiëren, dan waren we een café of jongerencentrum waar af en toe een optreden plaatsvindt. Het aantal bezoekers zou dalen van 70.000 naar zo'n 20.000. Een commerciële disco kijkt allereerst naar financiën, hoe zo veel mogelijk bezoekers te halen, en pas daarna naar de kwaliteit van het programma. In die volgorde dus. Voor een stichting zonder winstoogmerk is het niet van belang alleen op maximale bezoekersaantallen te mikken." — Toine Tax, Doornroosje Nijmegen

---

De popsector biedt veel mogelijkheden voor actieve en passieve participatie en sluit zo aan bij het sociale beleid van de overheid met thema's als eigen kracht, democratisering, vrijwillige inzet en sociale samenhang. Om dit te bereiken hebben organisaties in de sector de kennis en netwerken die hiervoor goed kunnen worden ingezet. Partnerschap en samenwerking bieden alle kansen!

Bronnen

Erik Lagendijk en Rento Zoutman, *POP met beleid,* 2006
Gerard Marlet, *Het belang van cultuur in Groningen,* 2012
Gerard Marlet et al., *Atlas voor Gemeenten 2011*, 2012
Gerard Marlet et al., *Podiumpeiler,* 2011
Sociaal en Cultureel Planbureau, *AVO vervolgonderzoek cultuur,* 2012
Remko Van Bork en Machteld Dicke, *395 Minuten, Amateur-popmuziek in Nederland,* 2008
Vereniging Nederlandse Poppodia en -Festivals (VNPF), *Poppodia in cijfers* 2011, 2012
Vereniging voor Schouwburgen en Concertgebouwdirecties (VSCD), *Podia 2011, cijfers en kengetallen*, 2012
Frans Vreeke en Thomas van Dalen, *Het Grote Poppodium Onderzoek* 2008, 2009
Cor Wijn, *Gemeentelijk cultuurbeleid - een handreiking,* 2003

Over POPnl

POPnl is een samenwerkingsverband tussen de provinciale popkoepels en die van de steden Amsterdam en Rotterdam. POPnl houdt zich, als vertegenwoordiger van alle muzikanten in Nederland, bezig met provinciaal en gemeentelijk popmuziekbeleid en organiseert evenementen als de Sena Performers POPnl Award en de Muzikantendag on Tour. Daarbij is POPnl initiatiefnemer van uitgaven als *POP met Beleid* en *De waarde van pop*. — www.popnl.nl

Leden POPnl

- BKKC – ***www.bkkc.nl***
- CAF – ***www.centrumamateurkunst.nl***
- Friesland Pop – ***www.frieslandpop.nl***
- GRAP – ***www.grap.net***
- KCD – ***www.kcdr.nl***
- KCG – ***www.kcg.nl***
- PopOverijssel – ***www.popmuziekoverijssel.nl***
- NH-Pop – ***www.nhpop.nl***
- POPgroningen – ***www.popgroningen.nl***
- Poppunt Zeeland – ***www.poppuntzeeland.nl***
- Popunie – ***www.popunie.nl***
- Stichting Popmuziek Limburg – ***www.spl.nl***

Over VNPF

De Vereniging Nederlandse Poppodia en -Festivals (VNPF) behartigt de collectieve belangen van de poppodia en -festivals van Nederland. Daarnaast streeft het naar bevordering van popmuziek als podiumkunst, professionalisering van de popsector en de ontwikkeling en verbreding van de programmering van poppodia en -festivals. — www.vnpf.nl

Leden VNPF

013	Tilburg	www.013.nl
De Affaire	Nijmegen	www.de-affaire.nl
Atak	Enschede	www.atak.nl
De Bakkerij	Castricum	www.vriendenvandebakkerij.nl
Baroeg	Rotterdam	www.baroeg.nl
't Beest	Goes	www.tbeest.nl
Befrijdingsfestival Fryslan	Leeuwarden	www.befrijdingsfestivalfryslan.nl
Bevrijdingsfestival Amsterdam	Amsterdam	www.4en5meiamsterdam.nl
Bevrijdingsfestival Den Haag	Den Haag	www.bevrijdingsfestivaldenhaag.nl
Bevrijdingsfestival Drenthe	Assen	www.bevrijdingsfestivaldrenthe.nl
Bevrijdingsfestival Flevoland	Almere	www.bevrijdingsfestivalflevoland.nl
Bevrijdingsfestival Groningen	Groningen	www.bevrijdingsfestivalgroningen.nl
Bevrijdingsfestival Limburg	Roermond	www.bevrijdingsfestivallimburg.nl
Bevrijdingsfestival Overijssel	Zwolle	www.bevrijdingsfestivaloverijssel.nl
Bevrijdingsfestival Utrecht	Utrecht	www.bevrijdingsfestivalutrecht.nl
Bevrijdingsfestival Wageningen	Wageningen	www.4en5meiwageningen.nl
Bevrijdingsfestival Zeeland	Vlissingen	www.bevrijdingsfestivalzeeland.nl
Bevrijdingsfestival Zuid-Holland	Rotterdam	www.bevrijdingsfestivalzh.nl
Bevrijdingspop Haarlem	Haarlem	www.bevrijdingspop.nl
Bibelot	Dordrecht	www.bibelot.net
Boerderij	Zoetermeer	www.cultuurpodiumboerderij.nl
Het Bolwerk	Sneek	www.hetbolwerk.nl
Brogum	Zierikzee	www.brogum.nl
Burgerweeshuis	Deventer	www.burgerweeshuis.nl
Dance Valley	Spaarnwoude	www.udc.nl
Doornroosje	Nijmegen	www.doornroosje.nl
De Duycker	Hoofddorp	www.duycker.nl
Effenaar	Eindhoven	www.effenaar.nl
Ekko	Utrecht	www.ekko.nl
Fenix	Sittard	www.fenix.nl
Front	Vroomshoop	www.frontvroomshoop.nl
Gebouw-T	Bergen op Zoom	www.gebouw-t.nl
Gigant	Apeldoorn	www.gigant.nl
Groene Engel	Oss	www.groene-engel.nl
Hedon	Zwolle	www.hedon-zwolle.nl
Iduna	Drachten	www.iduna.nu
De Kelder	Amersfoort	www.podiumdekelder.nl
De Kroepoekfabriek	Vlaardingen	www.kroepoekfabriek.nl
LaKei	Helmond	www.lakeihelmond.nl
Live at Westerpark	Amsterdam	www.liveatwesterpark.nl
Lowlands	Biddinghuizen	www.lowlands.nl
Luxor Live	Arnhem	www.luxorlive.nl
LVC	Leiden	www.lvc.nl
Manifesto	Hoorn	www.manifesto-hoorn.nl
Melkweg	Amsterdam	www.melkweg.nl
Merleyn	Nijmegen	www.merleyn.nl
Metropolis Festival	Rotterdam	www.metropolisfestival.nl
Metropool	Hengelo	www.metropool.nl
Mezz	Breda	www.mezz.nl
Motel Mozaïque	Rotterdam	www.motelmozaique.nl
N201	Aalsmeer	www.n201.nl
Nieuwe Nor	Heerlen	www.nieuwenor.nl
Noord Zuid Bevrijdingsfestival Noord Brabant	Den Bosch	www.bevrijdingsfestivalbrabant.nl
Noorderslag / Eurosonic	Groningen	www.noorderslag.nl
North Sea Jazz (Mojo)	Rotterdam	www.northseajazz.nl
Oosterpoort	Groningen	www.de-oosterpoort.nl
P3	Purmerend	www.p3purmerend.nl
P60	Amstelveen	www.p60.nl
Paard van Troje	Den Haag	www.paard.nl
Paradiso	Amsterdam	www.paradiso.nl
Patronaat	Haarlem	www.patronaat.nl
De Peppel	Zeist	www.peppel-zeist.nl
Perron55	Venlo	www.perron55.nl
Pinkpop	Landgraaf	www.pinkpop.nl
Pitch	Amsterdam	www.pitchfestival.nl
Popcentrale	Dordrecht	www.popcentrale.nl
De Pul	Uden	www.livepul.com
Rock in Park	Nijmegen	www.rockinpark.nl
Romein	Leeuwarden	www.poppodiumromein.nl
Rotown	Rotterdam	www.rotown.nl
Simplon	Groningen	www.simplon.nl
So What!	Gouda	www.so-what.nl
Songbird	Rotterdam	www.songbirdfestival.nl
Tivoli / Tivoli de Helling	Utrecht	www.tivoli.nl
Underground	Lelystad	www.undergroundlelystad.nl
Vera	Groningen	www.vera-groningen.nl
Victorie	Alkmaar	www.podiumvictorie.nl
Vorstin	Hilversum	www.devorstin.nl
W2 Poppodium	Den Bosch	www.w2.nl
Worm	Rotterdam	www.worm.org
Zomerparkfeest	Venlo	www.zomerparkfeest.nl

Colofon

Amsterdam, januari 2013

Een uitgave van POPnl en Vereniging Nederlandse Poppodia en -Festivals (VNPF)

ISBN: 978-90-73936-92-8

Auteurs:
Rento Zoutman & Marieke de Groot, DSP-groep

Begeleidingsgroep:
Berend Schans, Vereniging Nederlandse Poppodia en -Festivals
Lydia Jongmans, Vereniging Nederlandse Gemeenten
Jan van der Plas, POPnl / Muzikantengids.nl
Martin Scheijgrond, Popunie
Sjouke Nauta, Friesland Pop
Xavier Teerling, KCG

Beeldredactie:
Martijn Kramers & Marjan Wynia, GRAP
Eindredactie: Marjan Wynia, GRAP
Fotografie: Marcel Krijgsman, Richard Tas, Sarah Oranje, Willie Kerkhof
Vormgeving: Donald Beekman, DBXL.nl
Drukwerk: Flyeralarm
Oplage: 5.000

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

ISBN: 978-90-73936-92-8