

Showcasefestivals in de muziekindustrie

Wat is een showcasefestival en op welke manier oefent het een invloed uit op de muziekindustrie



Foto: Mike Breeuwer

Elien Rubben – VIVES Kortrijk

Departement Handelswetenschappen en bedrijfskunde
Bachelor in het bedrijfsmanagement
Afstudeerrichting Eventmanagement – Music & Entertainment
Afstudeerjaar 2014

Eindwerkbegeleider: Mevrouw Vanrenterghem Sylvie

katholieke hogeschool
associatie KU Leuven



Showcasefestivals in de muziekindustrie

Wat is een showcasefestival en op welke manier oefent het een invloed uit op de muziekindustrie

katholieke hogeschool
associatie KU Leuven



Opdrachtgever: Katholieke Hogeschool VIVES campus Kortrijk

Eindwerkauteur: Elien Rubben

Opleiding: Eventmanagement – Music & Entertainment

Academiejaar: 2013 – 2014

Eindwerkbegeleider: Mevrouw Vanrenterghem Sylvie

Fotograaf omslagblad: Mike Breeuwer (foto: Selah Sue op de EBBA – awards)

Woord vooraf

Bij aanvang van dit eindwerk 'Showcasefestivals in de muziekindustrie' wil ik vooreerst iedereen bedanken die mij geholpen heeft bij de realisatie van mijn eindwerk.

In het bijzonder wil ik mevrouw **Sylvie Vanreenterghem** bedanken. Zij was mijn eindwerkbegeleider en bracht mij op het idee om dit onderwerp te onderzoeken. Zij heeft heel wat tijd vrijgemaakt om mij de juiste richting te wijzen bij mijn eindwerk en samen zijn we ook naar het Belgische showcasefestival Glimps geweest. Op die manier heb ik zelf ook eigen ervaring kunnen opdoen.

Graag wil ik ook **Maarten Quaghebeur** bedanken. Hij is organisator van Glimps en gaf mij dus mede de kans om als 'delegate' (professional) te mogen deelnemen aan het showcasefestival. Daarnaast kon ik ook rekenen op een uitgebreid interview met Maarten Quaghebeur, organisator van Glimps en manager van Rockoco.

Mijn eindwerk kon onmogelijk tot een goed einde gebracht worden indien ik geen interviews had kunnen afnemen met de 4 vooropgestelde doelgroepen: managers van artiesten, organisatoren van showcasefestivals, programmatoren bij een club/festival. Daarom wil ik ook graag volgende personen hartelijk bedanken voor hun tijd en aangename medewerking:

Eppo Janssen, Filip Van de Craen, Kurt Overbergh, Lode Pauwels, Maarten Decock, Maarten Quaghebeur, Michiel Desmet, Patrick Smagghe, Robert Meijerinck, Tom Vangheluwe

Ten slotte wil ik ook graag **Marc Steens** bedanken. Hij hielp mij bij de communicatie naar de clubprogrammatoren toe zodat ik vervolgens een interview kon afnemen.

Als laatste bedank ik **Lieve Debraeve** voor de vele steun tijdens het maken van mijn eindwerk.

Mijn eindwerk heeft de bedoeling de term 'showcasefestival (in de muziekindustrie)' meer hedendaags te maken. De bedoeling is dat iedereen die een grote passie heeft voor muziek weet wat een showcasefestival is en wat het betekent voor de muziekindustrie. Daarnaast is het ook van belang dat vooral jonge professionals in de sector en artiesten/bands inzien wat zo'n showcasefestival kan opleveren voor hen.

Abstract

Showcasefestivals in de muziekindustrie

Ik wil met dit eindwerk een algemeen beeld schetsen rond wat een showcasefestival inhoudt en wat het kan betekenen voor de muziekindustrie. Ik wil de term meer hedendaags maken zodat niet alleen de professionals in de sector maar ook de gewone student, beginnende artiesten/bands,... weten dat zo iets bestaat en wat het kan opleveren voor hen. De onderzoeksmethode werd afgestemd op diepte-interviews met 4 stakeholders die steeds vertegenwoordigd zijn op een showcasefestival: de organisator van een showcasefestival, de programmator van een standaard muziekfestival, de programmator van een muziekclub, de managers van artiesten.

Het onderzoek start met een algemene blik op showcasefestivals aan de hand van een definitie afgeleid uit de antwoorden van de geïnterviewden. Een verkorte definitie: 'Een showcasefestival is een muziekfestival dat een podium biedt aan 'nieuw' aanstormend talent. De artiest/band die optreedt, moet klaar zijn om buiten de eigen landsgrenzen te treden, er moet internationale ambitie aanwezig zijn. In de meeste gevallen wordt ook verwacht dat omkadering reeds aanwezig is. Met omkadering doelt men hier op een manager, boeker,... Een showcasefestival biedt geen zekerheid, maar het kan er voor zorgen dat een band opgevangen wordt door een breed netwerk aan muziekprofessionals. Het is namelijk een plek waar vele muziekprofessionals samenkomen van over de hele wereld. U kunt het dus ook een 'trend-netwerk event' noemen. Het kan zijn dat er een conferentiegedeelte aanwezig is (actuele topics uit de muzieksector komen dan aan het licht), en meestal is dit ook zo, maar dit is geen verplichting. Ieder showcasefestival is ook anders, sommigen focussen zich op Europa, anderen over de hele wereld.' Voorbeelden zijn: Eurosonic (Groningen, Nederland), South By Southwest (Texas, Amerika), Glimps (Gent, België).

Vervolgens onderzocht ik wat de invloed is van een showcasefestival op het beroep en het programmatieproces. Het is namelijk belangrijk om aan te tonen wat het kan betekenen voor de artiest/band en wat voor invloed het kan hebben op de aanwezige professionals in de muziekindustrie.

Bij de *programmatoren* van zowel een club als standaard muziekfestival, kan een showcasefestival een rol kan spelen. Er zijn effectief al bands/artiesten geboekt na het zien van een liveoptreden op een showcasefestival en ook mede aan de hand van de mogelijkheid tot netwerken met de aanwezige professionals uit de muziekindustrie,...

Voor de *managers* is het vooral belangrijk dat ze de artiesten onder hun portfolio promoten op een showcasefestival omdat dit een uitstekende weg is om internationaal door te breken. Verschillende bands die onder het portfolio van de geïnterviewde managers zitten hebben dan ook reeds opgetreden op een showcasfestival.

Daarna onderzocht ik wat de return/invloed kan zijn van een showcasefestival. Uit mijn onderzoek blijkt dat het effectief een serieuze boost kan betekenen voor de carrière van de artiest, maar dat dit niet weggelegd is voor elke artiest die er speelt.

Het is ook zo dat dit soort festival geen garantie betekent tot succes of tot blijvend succes. Soms is het eerder een (tijdelijke) hype die gecreëerd wordt. De bands die er spelen zijn meestal nog in een vrij jong stadium, en niet iedereen houdt het vol om na hun passage blijvend succes te scoren. Dit ligt ook grotendeels in eigen handen van de band. Een showcasefestival is dus vooral zeer interessant bij de opstart van een internationale carrière.

Om het onderzoek af te sluiten werp ik kort een blik in de toekomst. De meerderheid van de geïnterviewden vond dat er te veel showcasefestivals bestaan. Het zou niet evident zijn als er nog veel nieuwe ontstonden. Showcasefestivals zullen zeker blijven bestaan want de live-factor is belangrijker dan ooit. Er zullen echter ook showcasefestivals verdwijnen. Door factoren zoals vermindering van het subsidiebudget, overlapping qua programmatie met grotere showcasefestivals,... moeten de organiserende teams van een showcasefestival zorgen voor een duidelijk profilering van het festival. Dat kan zijn door bijvoorbeeld een focus te werpen op een bepaald onderwerp uit de sector waarrond nog maar weinig festivals iets doen. Bovendien moet er gezorgd worden voor een uitstekende programmatie. Voorbeelden kunnen zijn Eurosonic die zich focust op de live-industrie uit Europa, een ander showcasefestival zou zich bijvoorbeeld kunnen richten op het Oostblok en ga zomaar door.

Niemand kan voorspellen wat de toekomst brengt maar kort samengevat lijkt het er op dat er showcasefestivals zullen verdwijnen, er zullen er groeien, er zullen nieuwe showcasefestivals ontstaan en er zullen mogelijks ook nieuwe concepten ontstaan.

Showcasefestivals die zullen groeien en met nieuwe concepten op de proppen komen zijn hoogstwaarschijnlijk zij die beschikken over een uitstekende organisatie en blijven vernieuwen. Dit zowel op muzikaal vlak als op het conferentie vlak.

Inhoud

| | |
|---|----|
| Woord vooraf | 4 |
| Abstract | 5 |
| Lijst met afkortingen | 9 |
| 1. Inleiding | 10 |
| State of the art | 11 |
| 2. Onderzoeksmethode | 12 |
| 3. Landscape showcasefestivals | 17 |
| Cijferconclusie | 23 |
| 4. Verwerking van het onderzoek | 24 |
| 4.1. showcasefestival algemeen bekeken | 25 |
| 4.1.1. Een showcasefestival, wat is dat nu? | 25 |
| 4.1.2. Welk element van het showcasefestival is belangrijk voor wie? | 26 |
| 4.1.3. Een rockconcoers biedt ook kansen, maar wat is het verschil met een showcasefestival? | 27 |
| 4.1.4. Invitatie + welke factoren bepalen naar welk showcasefestival men zal gaan? | 30 |
| 4.1.5. Hoe verloopt de voorbereiding? | 34 |
| 4.2. Hoe beïnvloedt een showcasefestival een rol in de muziekindustrie en welke andere factoren spelen mee? | 36 |
| 4.2.1. Invloed op de Manager | 36 |
| 4.2.2. Invloed op de club-/festivalprogramator | 38 |
| 4.3. Return/invloed op de artiest | 43 |
| 4.3.1. Hoe beïnvloedt een showcasefestival de artiest? | 43 |
| 4.3.2. Wat is de return van de deelname van een artiest aan een showcasefestival? | 45 |
| 4.4. Schets toekomstperspectief showcasefestivals | 50 |
| 4.4.1. Een blik in de toekomst | 50 |
| 4.5. Organisatie van het showcasefestival | 52 |
| 4.5.1. Opstart nieuw showcasefestival | 52 |
| 4.6. Tips voor deelname artiest | 57 |
| Besluit | 59 |
| Bijlagen | 62 |
| Bijlage 1 | 63 |
| Organisator van een showcasefestival | 63 |
| Bijlage 2 | 66 |

| | |
|--|----|
| Programmator bij een standaard muziekfestival..... | 66 |
| Bijlage 3 | 68 |
| Programmator bij een muziekclub..... | 68 |
| Bijlage 4 | 70 |
| Managers van artiesten | 70 |
| Bronvermelding..... | 72 |

Lijst met afkortingen

| | |
|---------|--|
| AB | Ancienne Belgique (Muziekclub in Brussel, België) |
| EBBA | European Border Breakers Award |
| EBU | European Broadcasting Union |
| ETEP | European Talent Exchange Program |
| FihP | Feest in het Park |
| HRR | Humo's Rock Rally |
| PA | Public Address (vakterm waarmee de geluidsinstallatie wordt bedoeld, de muziek van bv. een concert versterkt voor het publiek) |
| SXSW | South By Southwest (Showcasefestival in Texas, Amerika) |
| TGE | The Great Escape (Showcasefestival in Brighton, UK) |
| Yourope | The European Festival Association |

1. Inleiding

Interesse

Dit eindwerkonderwerp werd gekozen vanuit persoonlijke interesse in de muziekindustrie met het vooropgestelde idee dit evenement bekender te maken bij de niet-professionele bezoeker en aan te tonen welke mogelijkheden een showcasefestival biedt voor getalenteerde bands.

Ik wil aan de hand van een onderzoek met professionals in de muziekindustrie meer duiding brengen over het volledige verhaal dat zich afspeelt bij een showcasefestival.

Doelstelling

Showcasefestivals zijn een erg belangrijk onderdeel om de muziekindustrie en de business draaiende te houden. Allerhande professionals uit de muziekindustrie komen er samen gaande van managers, festivalorganisatoren, boekers, labelvertegenwoordigers, clubuitbaters, radio, pers,... om nieuw talent te scouten en om er te netwerken met 'music professionals' uit het buitenland.

Het netwerkgedeelte met de vele professionals uit de sector, is één van de elementen dat het showcasefestival onderscheidt van een standaard muziekfestival. Ook het conferentiegedeelte (bijna altijd aanwezig) zorgt voor een unieke bijeenkomst met de opzet om professionals te laten deelnemen aan verschillende panelgesprekken, presentaties, discussies,... en hen hierna de kans te geven op een persoonlijke manier contact te leggen aan de hand van een receptie, netwerklunch, walking dinner,...

Heel mooi omschreven door ¹Maarten Quaghebeur (verder in de tekst M. Quaghebeur), organisator van Glimps en muziekmanager bij Managementbureau Rockoco, kunnen we het stellen als volgt "Een showcasefestival is het hart van de muziekindustrie dat bijdraagt aan een bloeiende muziekbusiness!"

Na deze korte inleiding kunnen we alvast het belang van een showcasefestival afleiden, en zien we in dat zonder deze evenementen heel wat kansen zouden verdwijnen in muzieklant. Een probleem is echter dat velen, waaronder ook beginnende bands, niet weten wat een showcasefestival precies is en welke voordelen het festival met zich kan meebrengen op verschillende vlakken in de muziekindustrie.

Met dit eindwerk wil ik dan ook verduidelijking brengen over showcasefestivals en deze beter bekend maken bij het algemene publiek. Het is de bedoeling dat zowel bands, professionals maar ook de gewone student,... een inzicht krijgen in de werking van een showcasefestival en waar het zijn invloed op uitoefent.

¹Algemene info over Glimps. (z.d.). <http://glimpsgent.be/nl/> & Algemene info over Rockoco. (z.d.). <http://rockoco.be/>

State of the art

Wat stellen mensen zich voor als ze de term ‘showcasefestivals in de muziekindustrie’ horen vallen? Hoogstwaarschijnlijk niet zo veel, maar als ze er iets vanaf weten zal dit in de meeste gevallen het volgende zijn; Een showcasefestival is een evenement waarbij professionals over de hele wereld samenkomen om er met elkaar te netwerken, contacten te leggen/te onderhouden en deals te sluiten. Daarnaast zijn heel wat artiesten aanwezig om er een optreden te verzorgen en daarbij het beste van zichzelf te geven in de hoop opgemerkt te worden door de aanwezige professionals. Voorbeelden kunnen zijn ²Eurosonic en ³South by Southwest.

Dit bevat de essentie maar het blijft vrij oppervlakkig. Bronnen zoals internet, kranten ,... geven dan ook niet veel meer uitleg dan hierboven vermeld. Meestal kan men door de zoekterm ‘showcasefestival’ in te geven op Google niet veel meer terugvinden dan enkel de websites van verschillende showcasefestivals. Daarnaast schrijven kranten af en toe wel eens een recensie over hun aanwezigheid op een showcasefestival, maar daar houdt het vaak ook mee op.

Dit eindwerk heeft dan ook de doelstelling om het concept van showcasefestivals verder uit te diepen en meer duidelijkheid te scheppen naar iedereen die hierin geïnteresseerd is. Ik wil uitzoeken wat de invloed kan zijn van een showcasefestival op een rol in de muziekindustrie zowel als artiest en als professional (journalist, manager,...). Ik wil te weten komen wat de voorwaarden zijn om te kunnen deelnemen en wat de kansen verhoogt op het behalen van de vooropgestelde doelstellingen als professional/artiest. Ik wil ook graag uitzoeken hoe men zo’n showcasefestival op poten zet en hoe het zit met de toekomst.

Dit zijn namelijk allemaal vragen waar tot nog toe weinig tot geen informatie over verschenen is. Het spreekt dan ook voor zich dat ik mijn werking zal moeten afstemmen op diepte-interviews. Om een representatief eindwerk te kunnen schrijven heb ik 4 stakeholders afgebakend met wie ik de interviews zal afnemen. Elk van hen zijn steeds aanwezig op een showcasefestival.

De eerste stakeholder is de organisator van een showcasefestival. Op die manier kan ik alvast meer te weten komen over hoe een showcasefestival georganiseerd wordt, vanuit welke opzet,...

De tweede stakeholder is de programmator bij een standaard muziekfestival. Op een showcasefestival staan heel wat jonge artiesten die klaar zijn om verder door te breken. Vaak is er heel wat talent aanwezig en dat is dus de ideale plaats om als programmator op jacht te gaan.

De derde stakeholder is de programmator bij een muziekclub. Ook zij moeten opzoek naar nieuwe artiesten om de club in te vullen. Een showcasefestival kan daar best bij helpen.

De vierde stakeholder is de manager van artiesten. Op een showcasefestival zijn telkens managers aanwezig, daar zijn namelijk heel wat kansen om artiesten onder hun portfolio een duw in de rug te geven.

² Algemene info over Eurosonic. (z.d.). <http://festival.eurosonic-noorderslag.nl/nl/>

³ Algemene info over South By Southwest. (z.d.). <http://sxsw.com/>

2. Onderzoeksmethode

Wegens gebrek aan literatuur omtrent showcasefestivals in de muziekindustrie, heb ik mijn onderzoek hoofdzakelijk gerealiseerd door middel van diepte-interviews met 4 verschillende doelgroepen.

De 4 vooropgestelde doelgroepen waarmee ik een interview afnam zijn:

- Organisatoren van een showcasefestival
- Programmatoren bij een standaard muziekfestival
- Programmatoren bij muziekclubs
- Managers van artiesten

Voor de interviews met organisatoren van een showcasefestival (doelgroep 1) ging ik zowel nationaal als internationaal te werk, zodat ik een representatief beeld naar voor kon brengen, omdat er slechts 1 showcasefestival bestaat in België (Glimps). Verder zijn de andere drie doelgroepen enkel nationaal omdat we voldoende clubs, managementkantoren en festivals hebben in Vlaanderen.

Om verwarring te voorkomen leg ik kort uit wat een ‘standaard muziekfestival’ inhoudt. De term ‘showcasefestival’ wordt u duidelijk wanneer u mijn eindwerk doorleest. Een standaard muziekfestival is een (meestal terugkerend) evenement waarbij meerdere artiesten live optreden voor het publiek. Het evenement kan zowel buiten als binnen plaats vinden op een weide of in een zaal. België staat bekend voor zijn volle festivalzomer met muziekfestivals zoals ⁴Rock Werchter, ⁵Tomorrowland, ⁶Pukkelpop, ⁷Dour,...

Ik maak een onderscheid tussen de programmatoren van een muziekclub en standaard muziekfestival omdat de opzet van hun programmatie toch wel verschilt. Een clubprogrammatie moet om de zoveel dagen zorgen voor een nieuwe band die de muziekclub kan vullen. Als we dit over een volledig jaar nemen programmeert hij (meestal) meer artiesten dan op een muziekfestival. Een clubprogrammatie moet zorgen voor een programmatie die past bij de missie en visie van de club en moet zorgen dat het ‘rendabel’ blijft. Een standaard muziekfestival vindt meestal maar 1 keer in het jaar plaats en moet dus alles programmeren op dat ene festival. Die line-up moet dus uitstekend in elkaar zitten want daar is maar 1 kans om het volk te lokken.

Om er verder voor te zorgen dat u als lezer mijn eindwerk vlot kan begrijpen, schets ik nog even kort wat het beroep van mijn deeldoelgroepen inhoudt en wie ik geïnterviewd heb.

⁴ Algemene info over Rock Werchter. (z.d.). <http://www.rockwerchter.be/nl>

⁵ Algemene info over Tomorrowland. (z.d.). <http://www.tomorrowland.com/global-splash/>

⁶ Algemene info over Pukkelpop. (z.d.). <http://www.pukkelpop.be/nl/>

⁷ Algemene info over Dour. (z.d.). <http://www.dourfestival.be/live2014/>

Organisator showcasefestival: dit is de persoon die een showcasefestival organiseert. Vaak is de organisator verantwoordelijk voor de eindbeslissingen van een festival zowel van de artistieke als de praktische kant. Een organisator zal zich ontfemen over allerlei zaken zoals: marketing, logistiek, audiovisuele apparatuur, communicatie, licht, veiligheid, sanitair,... Het is dus een job met veel verantwoordelijkheden. Volgende showcasefestival-organisatoren waren bereid om mee te werken aan mijn eindwerk:

- Maarten Quaghebeur: medeoprichter en medeorganisator van het showcasefestival Glimps in Gent, België. Het festival bestaat sinds 2011 en vindt plaats in verschillende locaties ondermeer in de VOORUIT, Charlatan, Café Video,... Professionals uit de muziekindustrie verzamelen er, maar ook de gewone bezoeker is welkom. Glimps vindt plaats midden december en duurt 2 tot 3 dagen.
- Robert Meijerink: programmator van het showcasefestival Eurosonic (Noorderslag) in Groningen, Nederland. Het festival vindt plaats in januari en wordt ook wel eens dé nieuwjaarsreceptie van de muziekindustrie genoemd. Eurosonic duurt 4 dagen en viert in 2015 haar 30^{ste} verjaardag.

Programmator van een standaard muziekfestival: De programmator van een muziekfestival zorgt voor een goede line-up van artiesten/bands. Het is de persoon die moet ontdekken wat nieuw en hip is en dat tijdig moet zien te programmeren. Er komt veel administratief werk kijken bij hun job en de programmator moet zich ook bezig houden met budgettering etc. Ten slotte moet de programmator ook kunnen verantwoorden waarom hij welke artiesten/bands boekt naar derden toe (publiek, interne organisatie). Volgende festivalorganisatoren waren bereid om mee te werken aan mijn eindwerk:

- ⁸Michiel Desmet: medeorganisator/programmator van Feest in het Park in Oudenaarde, België. FihP is een gevestigd zomerfestival dat zijn eerste verjaardag vierde in 1996. Het festival duurt 4 dagen en vindt plaats eind augustus. De line-up is een mix van grote namen, middelgrote namen en kersverse nieuwe bands. Elk jaar verwelkomt FihP zo'n 40 000 bezoekers.
- Eppo Janssen: medeprogrammator van Pukkelpop in Kiewit, België. De eerste editie vond plaats in 1985, sindsdien is het festival blijven groeien en heeft het zich ontplooid tot één van de beste festivals wereldwijd. Bovendien behoort het tot de grootste van België met zo'n 180 000 bezoekers. Pukkelpop telt een achttal podia en programmeert zowel nationale en internationaal acts gaande van alternatief, dance, elektronisch, hiphop, tot heavy metal, indie, punk,...

⁸ Algemene info over Feest in het Park. (z.d.). <http://www.feestinhethetpark.be/>

Programmatoren bij een muziekclub: Dit is de persoon die zorgt voor de muzikale inplanning van de club. Wanneer zet men in op wat (dancemuziek, jong en fris, gevestigde waarde,...) Ook voor hen is het van uiterst belang tijdig te ontdekken wat nieuw en hip is, waar het talent zit. Er moet rekening gehouden worden met veel administratief werk en met budgettering. Volgende clubprogrammatoren waren bereid om mee te werken aan mijn eindwerk:

- ⁹Patrick Smagghe: medeoprichter en programmatoren van de 4AD in Diksmuide. De club bestaat sinds 1988 en bevindt zich sinds 2005 op zijn huidige locatie (Kleine Dijk, Diksmuide). Zoals omschreven op hun website: 'De artistieke focus is gericht op lokale, nationale en internationale bands die buiten de commerciële lijntjes kleuren en is niet genregebonden: americana, singersong, folk, world, rock, noise, electronics, jazz en alles daartussenin komen aan bod.'
- ¹⁰Lode Pauwels: clubprogrammatoren bij de Zwerver in Leffinge. De club bestaat al meer dan 35 jaar en heeft een atypisch profiel vanwege de verschillende concertlocaties. Zo wordt er ondermeer georganiseerd bij Club Terminus, Café De Zwerver en Zaal de Zwerver in Leffinge,... Deze laatste wordt echter als vaste stek aanzien van de muziekclub. Wat de programmatie betreft worden enerzijds piepjonge Belgische bands en anderzijds internationale topbands geprogrammeerd en dan nog zowat alles daartussenin.
- ¹¹Tom Vangheluwe: clubprogrammatoren van De Kreun sinds 2006, het jaar waarin de club zijn 25^{ste} verjaardag vierde. Het is de vaste muziekstek van de Kortrijkzanen met een ideale locatie vlakbij het station. Er wordt gestreefd naar een evenwichtig aanbod van nationale en internationale (sub)toppers, afgewisseld met opmerkelijke undergroundacts.
- ¹²Kurt Overbergh: clubprogrammatoren van de Ancienne Belgique (verder in de tekst AB) in Brussel. De muziekclub bestaat 30 jaar en was in 2013 de 3^{de} drukst bezochte concertzaal ter wereld in zijn categorie! De AB is een Vlaams muziekhuis: 'AB stimuleert en promoot meer Vlaanderen in de wereld en meer van de wereld in Vlaanderen' (<http://www.abconcerts.be/>). Er worden dus redelijk wat Vlaamse artiesten geprogrammeerd en daarnaast komen zowel gevestigde waarden als jong aanstormend talent aan bod.

⁹ Algemene info over de 4AD. (z.d.). <http://www.4ad.be/>

¹⁰ Algemene info over de Zwerver (z.d.). <http://leffingeleuren.be/>

¹¹ Algemene info over De Kreun (z.d.). <http://www.dekreun.be/>

¹² Algemene info over de AB (z.d.). <http://www.abconcerts.be/nl>

Manager artiesten: deze persoon is verantwoordelijk voor het reilen en zeilen van de carrière van een artiest/band. De manager ontfermt zich over het publicitaire gedeelte, het marketinggedeelte en de planning. De manager moet steeds alert zijn om uit elke situatie het beste te halen. Wat heel belangrijk is, is dat deze persoon ook een netwerk opbouwt. Een netwerk van fans en professionals. Deze zijn heel erg belangrijk als het aankomt op het lanceren van een carrière. De manager moet dus ook op zoek gaan naar getalenteerde artiesten waarmee hij wil samenwerken. Volgende managers waren bereid om mee te werken aan mijn eindwerk:

- Maarten Quaghebeur: naast medeorganisator van Glimps is Maarten ook manager bij Rockoco. Het managementbureau waar onder andere Mintzkov, The Bony King Of Nowhere, STUFF,... een plaats hebben. In 2014 nam Maarten met The Bony King Of Nowhere deel aan The Great Escape (Showcasefestival in de UK) met twee optredens.
- ¹³Filip Van de Craen: is manager bij WOLX een alternatief managementbureau in Gent dat ontstond uit het vroegere Supersonic Spectacular. Artiesten die zich onder het portfolio van WOLX bevinden zijn Float Fall, Lalalover, Venus in Flames,... Float Fall speelde op het grootste showcasefestival ter wereld: South By Southwest 2014.
- ¹⁴Maarten Decock: manager bij Keremos waar onder meer Yawns, Modern Art, Compact Disk Dummies,... hun spot hebben. Het is een alternatief managementbureau die vooral hun deur openzet voor jonge bands.

Bij de deeldoelgroepen zullen we hoofdzakelijk volgende onderwerpen onderzoeken:

Showcasefestivals algemeen bekeken

In mijn interviews is er een algemeen gedeelte waarbij ik bij de verschillende doelgroepen pols naar een definitie van een showcasefestival en waar de grens ligt met een rockconcoers/standaard muziekfestival. Daarnaast vraag ik welke showcasefestivals er bestaan en welke zij reeds bezocht hebben, welke factoren een rol spelen bij het bepalen van welk showcasefestival men bezoekt, hoe men geïnviteerd wordt, hoe belangrijk het netwerkgedeelte is, hoe het zit met het conferentiegedeelte,...

Invloed op het beroep en programmatieproces

Ik onderzoek wat de invloed kan zijn van een showcasefestival op de functie van de verschillende doelgroepen. Waarom zijn ze aanwezig? Welke doelen willen ze bereiken?

Er zijn twee grote vragen:

- Wat kan de invloed zijn van een showcasefestival op hun functie?
- Hoe beïnvloedt een showcasefestival het programmatieproces van een standaard muziekfestival/ muziekclub.

¹³ Algemene info over WOLX (z.d.). <http://www.wolx.be/>

¹⁴ Algemene info over Keremos (z.d.). <http://www.keremos.be/>

Return/invloed showcasefestival

De 4 deeldoelgroepen krijgen vragen voorgeschoteld over wat volgens hen de invloed is van een showcasefestival op een artiest/band, en hoe dit verschilt met een rockconours, standaard muziekfestival,... Worden de kansen groter als men speelt op een showcasefestival? En waarom is dit dan zo?

Toekomst showcasefestival

Hoe zal het verder verlopen met showcasefestivals in de toekomst? Komen er nog bij? Komen er nieuwe concepten? Zullen er verdwijnen? Aan de hand van mijn antwoorden uit de interviews vorm ik een conclusie over hoe het toekomstperspectief eruitziet voor deze evenementen.

Andere

Naast de vermelde elementen, zal ik ook vragen stellen rond prijsbepaling, doelgroep, organisatie van het showcasefestival zelf... maar dit zijn dan specifieke vragen voor de organisator van een showcasefestival.

3. Landscape showcasefestivals

Ik start mijn onderzoek met een overzicht te schetsen van de populairste showcasefestivals wereldwijd, gebaseerd op antwoorden van de geïnterviewden en mede uit online research. De interviewvragen die ik heb opgesteld en gebruikt heb om mijn onderzoek te voeren bij de 4 stakeholders kunt u terugvinden in bijlage 1-4.¹⁵

De populairste showcasefestivals die in mijn onderzoek met de 4 doelgroepen naar bovenkwamen zijn de volgende: Eurosonic (Nederland), Reeperbahn (Duitsland), The Great Escape (Engeland), MaMa (Frankrijk), South By South West (Amerika) & als laatste SPOT (Denemarken). Daarnaast werden nog een heleboel andere showcasefestivals opgesomd zoals ondermeer Glimps (België), Waves Vienna (Oostenrijk), Midem (Frankrijk), sónar (Spanje), Island Airwaves (IJsland), By:Larm (Noorwegen),....

Populaire showcasefestivals

Zowel over Eurosonic als over Glimps geef ik een goede achtergrond weer omdat ik de kans kreeg een interview af te nemen met Maarten Quaghebeur, organisator Glimps en ook met Robert Meijerink, programmator Eurosonic. Andere showcasefestivals die zeker het vermelden waard zijn kan u vervolgens ook terugvinden.

Eurosonic (Noorderslag)

Hét grootste showcasefestival van Europa en ook wel gelijkgesteld aan dé nieuwjaarsreceptie van de muziekprofessionals. Eurosonic, dat plaats vindt in januari in Groningen (Nederland), is met haar 30^{ste} verjaardag in 2015 een gevestigde waarde in de agenda van de muziekindustrie. Het festival is veel gegroeid sinds de opzet in 1986, dat toen nog een ludieke muziekwedstrijd was in De Oosterpoort tussen tien Belgische en tien Nederlandse bands. Ondertussen is het festival geëvolueerd tot één van de meest belangrijke platforms voor de Europese muzieksector.

Een kort stukje geschiedenis van Eurosonic¹⁶:

Toen Eurosonic Noorderslag zo'n 20 jaar geleden opgericht werd, was het de bedoeling een overzicht te bieden van de 'nieuwe' beste Hollandse acts. Al snel kwamen er veel professionals uit de muziekindustrie en veel pers naar het festival omdat het voor hen eenvoudig was zoveel bands in een korte tijd live aan het werk te zien. De logische stap die volgde was het creëren van een conferentiegedeelte waar de professionals uit de muzieksector over de huidige stand van zaken konden discussiëren en konden bespreken wat nog beter zou kunnen om een zo'n goed mogelijke markt aan te bieden aan de artiesten/bands. De organisatoren van het festival kwamen tot de conclusie dat niet alleen de Nederlanders trots zijn op hun muziek maar dat inwoners van andere landen dit waarschijnlijk ook zijn op hun nationale muziek.

¹⁵ Zie bijlage 1 - 4

¹⁶ Informatie verkregen via mailverkeer met HOUBEN. D., Vertaling 'Forword Eurosonic Peter Smidt'

Vreemd genoeg wist men toen enkel hoe het er aan toeging in de VS en Engeland, en had men geen idee hoe het met de Europese muziek zat. Dit werd het beslissende punt om een Europees showcasefestival te organiseren genaamd: Eurosonic met als één van de conferentiethema's 'Circulation of European Repertoire in Europe'.

Al snel sloten grote partners als Network Europe (de vereniging van onafhankelijke Europese agenten en promotors) en Yourope (Europese festivalorganisatie) bij hen aan en hielden zij hun bijeenkomsten in Groningen. De European Broadcasting Union (Europese publieke omroepen als de BBC, WDR, NDR, 3FM 3, Le Mouv, P3) startten ook met het op te nemen en uit te zenden van vele shows op het festival.

Momenteel wordt Eurosonic uitgezonden in 25 landen en ieder jaar zakken er steeds meer media af naar het festival om er nieuwe acts te ontdekken of om er uitzendingen en interviews te maken.

Er zijn zo'n 400 festivalvertegenwoordigers aanwezig op zoek naar uitstekende optredens (om de act dan op hun festival te boeken) en boekingsagenten, promotors en andere beleidsmakers uit de muzieksector. In totaal zijn er meer dan 3.200 professionals aanwezig op de conferentie.

¹⁷ETEP

Met al deze professionals (die elk van belang kunnen zijn voor de acts op Eurosonic), startte de organisatie met het ontwikkelen van programma's en schema's om artiesten te helpen grenzen in Europa over te steken en hen succes te laten vinden buiten hun eigen land. Als resultaat introduceerden ze de 'European Talent Exchange Program' (ETEP) in samenwerking met 70 van de allergrootste zomerfestivals in Europa en 25 publieke Europese radiostations.

De hoofddoelstellingen van ETEP zijn:

Helpen van de beste Europese acts bij het opbouwen van een carrière buiten hun eigen landsgrenzen. Marketingdoelstellingen ETEP:

- Zichtbaarheid geven aan Eurosonic acts, die op Europese festivals optreden
- Zichtbaarheid geven aan de Europese festivals die acts boeken

In voorafgaande jaren hebben acts zoals: Franz Ferdinand, Within Temptation, Seeed, Wir Sind Helden, Katzenjammer, Ewert and the Two Dragons, Dope D.O.D. en vele anderen op vele festivals gespeeld en een Europese carrière ontwikkeld met hulp en ondersteuning van het ETEP programma.

¹⁷ Algemene info over ETEP. (z.d.). <http://www.etep.nl/nl/>

¹⁸EBBA

'The European Border Breakers Awards' (EBBA Awards) zijn de muziekawards voor Europese artiesten die bewezen hebben succesvol te zijn in het doorkruisen van de eigen landsgrenzen met hun eerste internationaal uitgebrachte release in Europa.

The European Commission heeft het werk van Eurosonic herkend en gevraagd aan de organisatie of zij hun European Border Breakers Awards (EBBA) wilden uitreiken. Naast het ontdekken van nieuwe artiesten, herkent Eurosonic dus ook succesvolle artiesten, bedrijven en festivals in de muziekindustrie.

Nog even een kort overzicht aan cijferdata uit de Eurosonic-editie van 2013.

EDITION 2013 IN NUMBERS:

| | |
|-----------------------------------|-----------------------|
| Festival visitors | 35,000 (sold out) |
| Conference visitors | 3,250 (sold out) |
| ETEP festivals | 78 |
| International festivals | 417 |
| Nationalities | 45 |
| Acts | 304 |
| Journalists & Media | 404 |
| EBU radio stations | 31 |
| Number of stages @ Eurosonic | 36 |
| Number of stages @ Noorderslag | 12 |
| Eurosonic Noorderslag on Facebook | 9.336 likes |
| Eurosonic Noorderslag on Twitter | 10.130 followers |
| Website | 400.231 unique visits |

Eurosonic Noorderslag welcomes a broad selection of music professionals, media and sponsors. A selection of the 2013 attendees:

- Festivals:** Almost all European festivals are present at Eurosonic Noorderslag. Check here <http://www.etep.nl/en/festivals/etep-festivals/> for an overview of all ETEP festivals.
- Agents:** Creative Artists Agency, ITB, X-ray Touring , Elastic Artists Agency , Primary Talent International, Littlebig International Booking Agency, Karsten Jahnke Konzertdirektion GmbH, Four Artists Booking Agentur GmbH, A.S.S. Concerts & Promotion GmbH, Luger, Caramba Spectacles, Fullsteam, 2 For the Road, FKP Scorpio, Greenhouse Talent B.V., Live Nation, The Agency Group, Toutpartout, The Windish Agency, Goldenvoice, Melt Bookings, Coda Agency, William Morris Entertainment, 13 Artists, A.T.C. Live, Nomanis Agency, Freetrade Agency, SSC Concerts, Belmont.
- Media:** All 27 European Broadcasting Union Public Radio stations, NOS, Intro Magazine, Visions, Pollstar Magazine, IQ Magazine, VIP news, MusikWoche, Musicmarkt, Irish Times, Audience Magazine, Rolling Stone, Music Week, Last.FM, Musikwoche, Volkskrant, WDR Radio 1LIVE, WDR Rockpalast. Check here (link > <http://www.etep.nl/en/ebu-stations/ebu-stations/>) for a overview of all EBU stations.
- Partners and main sponsors:** Buma Cultuur, De Oosterpoort, Heineken, Intellitix, Centercom, Gasterra, Ampco Flashlight, Jack Daniels, Mojo Concerts

¹⁸ Algemene info over EBBA. (z.d.)<http://www.europeanborderbreakersawards.eu/>

Aan de hand van de bovenvermelde cijferdata kunnen we stellen dat Eurosonic één van de grotere showcasefestivals is in de wereld. Er zijn heel veel acts die optreden, er is een groot conferentieprogramma en er zijn heel veel delegates aanwezig. Het festival bevindt zich slechts net buiten onze landsgrenzen bij onze bureaus in Nederland, een ideale stap dus voor Belgische artiesten die klaar zijn om buiten de landsgrenzen te treden!

*ETEP= European talent exchange program

Dit is een uitwisselingsprogramma waarbij een netwerk gecreëerd wordt tussen populaire Europese muziekfestivals/radiostations waarbij ze gestimuleerd worden om opkomende Europese bands buiten hun eigen landsgrenzen te programmeren. Vaak zijn het de grotere festivals zoals Rock Werchter, Pinkpop, Glastonbury,... Het is een opportuniteit voor sommige artiesten aanwezig op Eurosonic.

*EBU= European Broadcasting Union

Dit gaat dan weer over de aanwezige radiostations. In het Nederlands is de afkorting ERU = Europese Radio-unie. Het is een samenwerkingsverband van voornamelijk publieke omroepen uit de meeste Europese landen.

Glimps

Glimps is een meerdaags (2 – 3 dagen) showcasefestival in Gent van middelgrote omvang (+/- 3000 man per dag). In 2014 komt het toe aan haar 4^{de} editie telkens in december. Het idee achter Glimps is echter veel ouder, zo'n 8 à 9 jaar. Het festival kreeg pas zoveel jaren later voet aan grond omdat men in het begin nog geen concreet idee had van wie het festival uiteindelijk zou gaan organiseren, voor wat het showcasefestival zou dienen en op wat men zich zou focussen.

Glimps wordt georganiseerd door meerdere partners: Rockoco, Keremos, Democracy en Gent Jazz Festival. Het beschikt over een conferentiegedeelte waaraan per dag zo'n 250 professionals uit de muziekindustrie deelnemen. Daarnaast zijn er per avond een 2500 tal gewone bezoekers die de concerten gaan bijwonen georganiseerd over verschillende locaties in Gent. Zo zijn er optredens in; café Video, Conservatorium, Handelsbeurs, Vooruit, Kinky Star, Lakenmetershuis, Studioskoop en in de Charlatan.

Glimps heeft de opzet om net zoals andere showcasefestivals jonge artiesten een kans te geven om door te breken buiten eigen landsgrenzen en de carrière een boost te geven. Er werd gekozen voor dit concept omdat er geen nood was aan nog een nieuw standaard muziekfestival maar wel nood was aan meer visibiliteit voor Vlaamse artiesten naar het buitenland toe. Op Glimps krijgen artiesten namelijk de kans om in eigen land met weinig kosten zichzelf te presenteren aan professionals in de muziekindustrie van het buitenland. Op die manier vermijden ze een dure reis met de risicofactor; onzekerheid op succes. Glimps speelt dus een belangrijke rol voor de professionalisering van de Vlaamse muzieksector en de Vlaamse muziekgroepen.

Naast het artistieke gedeelte is er ook altijd een conferentiegedeelte aanwezig. Volgens M. Quaghebeur duidt dit hier op sectorontmoeting waarbij actuele topics in de muzieksector aan het licht komen en men onderling ideeën kan uitwisselen.

Er wordt bewust gekozen om de omvang van het festival niet te groot te maken omdat men gelooft in de waarde van kleinere dingen en op die manier worden overlappings in het programma zoveel mogelijk voorkomen.

Nog één van de factoren waarom men Glimps opgericht heeft is de netwerkingsfactor. Er worden heel wat professionals nationaal en internationaal uit de muzieksector uitgenodigd en zowel tussen als achterna het artistieke – en het conferentiegedeelte door krijgt men de kans om te netwerken.

Netwerken is heel belangrijk in de muzieksector. Op die manier wordt er namelijk contact gelegd met andere mensen (muziekprofessionals) die mogelijk ooit voordeel kunnen opleveren voor het werk. Het is belangrijk dat een professional aanwezig op een showcasefestival dus ‘sociale skills’ bezit en die ook gebruikt om zijn ‘netwerk’ uit te breiden. Zo kan een manager bijvoorbeeld een internationale boekingsagent ontmoeten en als het goed gaat ontstaat er misschien wel een klik die zorgt voor een samenwerkingsverband in de toekomst. Een ander voorbeeld zou kunnen zijn dat een programmator van een muziekclub een artiest ontdekt op het showcasefestival en ter plaatse de artiest aanspreekt (of de manager, boeker ervan) om die dan effectief te programmeren in de club. Sommige showcasefestivals gaan zelfs zover dat ze het mogelijk maken voor de aanwezige professionals om voorafgaand aan het festival afspraken te maken om elkaar ter plaatse te ontmoeten. Het showcasefestival Eurosonic is hier een mooi voorbeeld van. De website beschikt namelijk over een online tool waarop de contactgegevens van de deelnemende professionals terug te vinden zijn. Op die manier kan men vooraf een afspraak vastleggen voor een ontmoeting op het festival.

¹⁹Reeperbahn

Reeperbahn is toe aan haar negende verjaardag tijdens de week van 17 tot 20 september 2014. Zoals de naam doet vermoeden is dit een Duits showcasefestival in Hamburg. Ze noemen het zelf het grootste ‘clubfestival’ van Duitsland waarmee ze willen duiden op de variëteit aan podia in meer dan 70 clubs.

Reeperbahn verwelkomt jaarlijks zo’n 30 000 gewone bezoekers, 400 bands/artiesten, 3 000 media-vertegenwoordigers en professionals actief in muziek, sociale media, IT, marketing, ... uit meer dan 30 landen!

Ook hier is ruimte voor een groot conferentiegedeelte waarbij ondermeer onderwerpen aanbod komen uit andere sectoren bijv. IT, marketing,... die een invloed uitoefenen op de muziekindustrie.

¹⁹ Algemene info over Reeperbahn. (z.d.). <http://www.reeperbahnfestival.com/>

²⁰The great escape

Sinds 2006 een gewaardeerd showcasefestival in Engeland (Brighton) waarbij de podia verdeeld zijn over 35 clubs. Ze noemen zichzelf ook wel 'Europe's leading festival for new music'. Het festival vindt plaats in mei. In de programmatie van TGE vinden we ook een actueel conferentiegedeelte.

South By Southwest

Ongetwijfeld één van de OF misschien wel hét grootste en belangrijkste showcasefestival wereldwijd. Het festival (afgekort SXSW), vindt plaats in Texas (Austin) en vond voor het eerst plaats in 1987. Toen ging het enkel om een muziekconferentie en festival, tegenwoordig bestaat het festival echter uit drie luiken: muziek, film en als laatste een interactief gedeelte. Volgende cijfers dateren uit de editie in 2013 en vond ik terug via hun website²¹

STATISTICS FOR SXSW MUSIC 2013:

- Music Festival Showcasing Acts: 2 278; International acts: 597 from 55 foreign countries
- Music Festival Stages: 113
- Music Festival Acts That Applied: 9 718
- Music Conference Participants Including Registrants and Artist Wristbands: 25 119 (from 64 foreign countries)
- Music Conference Sessions: 188
- Music Conference Speakers: 721
- Music Media in Attendance (approximate): 3 036
- Auditorium Shores Stage Attendance over 3 days: 57 000

MaMA

MaMA festival bevindt zich in Frankrijk (Parijs). Het festival verwelkomt jaarlijks +/- 3 000 delegates waaronder Franse en internationale independent en major record labels, concertzalen, producers, agents, managers, digital services companies, ...

Het festival programmeert een 100-tal acts verspreid over 20 unieke podia en stelt ook een conferentiegedeelte samen. In 2013 bestond dat laatste uit 40 panelgesprekken en 150 sprekers.

Cijfers MaMA 2013 (teruggevonden via de officiële MaMA website)²²:

- 3 800 professionals
- 61 nationalities (34 in 2012, or +80%)
- 1 578 companies were present (1467 in 2012, or +8%)
- 2 617 accredited professionals with 30% from abroad (2 112 in 2012, or +24%)
- 400 accredited journalists (250 in 2012, or +60%)
- 9 091 festival-goers (6 454 in 2012, or +40%)
- 97,6% of tickets reserved by the public fulfilled

²⁰ Algemene info over The Great Escape. (z.d.). <http://greatescapefestival.com/>

²¹ STATISTICS FOR SXSW MUSIC 2013. (2013). www.sxsw.com

²² Algemene info over MaMA. (z.d.). <http://www.mama-event.com>

²³SPOT

Het Deense SPOT-festival ontstond als een lokaal initiatief in 1994 in de stad Aarhus maar is ondertussen een gevestigde waarde geworden om hoofdzakelijk Deense en Noorse artiesten te 'spotten'. Ondertussen programmeert het festival meer dan 120 bands en ook zij hebben een conferentiegedeelte.

Cijferconclusie

Als u de cijfers hierboven vermeld van de verschillende showcasefestivals bekijkt, is het spectaculair wat zo'n festival teweeg brengt in de muzieksector. Op elk festival zijn kansen te rapen voor vele artiesten door de talrijke aanwezigheid van de professionals, elk in hun vakgebied van de industrie. Uiteraard is niet iedereen aanwezig met hetzelfde doel voor ogen. Net door zoveel verschillende beroepscategorieën te verzamelen op één plek wordt het mogelijk om verschillende doelstellingen te bereiken, en bovendien is er naast de persoonlijke belangen ook een informatief conferentiegedeelte (op de meeste showcasefestivals) waar men zich verder kan verdiepen in actuele topics.

Laten we even een blik werpen in de geschiedenis van enkele artiesten die ooit hun passage hadden (alvorens echt bekend te zijn buiten eigen landsgrenzen) bij één van de opgesomde showcasefestivals en voor wie dit ook een boost gaf in de carrière:

Eurosonic: Air Traffic, Goose, Enter Shikari, Balthazar, James Blake,...

Reeperbahn: The Van Jets, Ed Sheeran, Bon Iver, Gotye,...

The great escape: Kodamine, John Newman, Haim, Daughter, Passenger

South by Southwest: Netsky, Band of Horses, The White Stripes, Temper Trap,...

MaMA: Lisa Hannigan, DOPE D.O.D., Blaudzun, Daan

Spot: The raveonettes, Sigur Ros, Agnes Obel, Soley

²³ Algemene info over SPOT. (z.d.). <http://spotfestival.dk/>

4. Verwerking van het onderzoek

De geschreven onderdelen die volgen onder de 'Verwerking van het onderzoek' zijn gebaseerd op de antwoorden uit mijn interviews met de 4 stakeholders:

- Organisatoren van een showcasefestival:
 - o Maarten Quaghebeur, Glimps
 - o Robert Meijerink, Eurosonic

- Programmatoren bij een standaard muziekfestival
 - o Eppo Janssen, Pukkelpop
 - o Michiel Desmet, Feest in het Park

- Programmatoren bij muziekclubs
 - o Kurt Overbergh, AB
 - o Lode Pauwels, De Zwerver
 - o Patrick Smagghe, 4AD
 - o Tom Vangheluwe, De Kreun

- Managers van artiesten
 - o Filip Van de Craen, WOLX
 - o Maarten Decock, Keremos
 - o Maarten Quaghebeur, Rockoco

4.1. showcasefestival algemeen bekeken

Gebaseerd op mijn interviews met managers van artiesten, organisatoren van showcasefestivals, organisatoren bij een standaard muziekfestival, programmatoren bij muziekclubs.

4.1.1. Een showcasefestival, wat is dat nu?

Elk ieder beschrijft de definitie van een showcasefestival net iets anders, voor de ene is een conferentiegedeelte verplicht, voor de andere niet. Wat volgt is de definitie gebaseerd op de antwoorden uit mijn interviews met managers van artiesten, organisatoren van showcasefestivals, organisatoren bij een standaard muziekfestival, programmatoren bij muziekclubs.

Een showcasefestival is een muziekfestival dat een podium biedt aan 'nieuw' aanstormend talent. Het is een weergave van 'what's new, what's coming, what's next'. De artiest/band die optreedt, moet klaar zijn om buiten de eigen landsgrenzen te treden, er moet internationale ambitie aanwezig zijn. In de meeste gevallen wordt er ook verwacht dat er reeds omkadering aanwezig is. Met omkadering doelt men hier op een manager, boeker,... Een showcasefestival biedt geen zekerheid op succes, maar het kan het er voor zorgen dat een band opgevangen wordt door een breed netwerk aan muziekprofessionals en vaak opent het ook kansen tot het uitbouwen van een internationale carrière.

Het is een plek waar vele muziekprofessionals samenkomen van over de hele wereld. U kunt het dus ook een 'trend-netwerk event' noemen waarbij naast muziek ook het netwerken even belangrijk is. Als professional ontmoet je andere professionals uit de muziekindustrie op een manier die anders vrijwel onmogelijk is. Hier ontstaan dan ook gemakkelijker deals onder elkaar en liggen veel kansen voor het 'grijpen'.

Het kan zijn dat er een conferentiegedeelte aanwezig is, en meestal is dit ook zo, maar dit is geen verplichting. Het is echter wel een verrijking van het evenement en voor velen draagt dit element bij tot hun 'ideale' showcasefestival. Een showcasefestival (met conferentiegedeelte) biedt dus een blik op de toekomst zowel wat de artiesten betreft als wat muziek gerelateerde onderwerpen betreft zoals bijvoorbeeld streamingservices, ticketing en ecologiesystemen op festivals,...

Ieder showcasefestival is ook anders, het verhaal en de insteek zijn nooit hetzelfde. Sommige showcasefestivals focussen zich bijvoorbeeld op Europa, anderen dan weer over de hele wereld.

4.1.2. Welk element van het showcasefestival is belangrijk voor wie?

4.1.2.1. *Manager*

Een *manager* zal indien er een band onder zijn portfolio optreedt, in hoofdzaak aanwezig zijn om een of meerdere bands te promoten. Indien hij zonder band aanwezig is, zal dit in hoofdzaak zijn om te netwerken en daarnaast om met het aanwezige promomateriaal toch promotie te voeren. Bands spotten is voor hem meestal irrelevant. Dit laatste hangt uiteraard wel af van hoe de werking van de manager precies verloopt. Sommigen spotten enkel bands uit eigen land. Er was dan ook niemand onder de geïnterviewden (zie lijst geïnterviewde managers) die naar een showcasefestival is afgezakt om nieuwe buitenlandse groepen te ontdekken. Dit heeft dan te maken met het feit dat hun werking bijna uitsluitend met de eigen Belgische bands is. Uiteraard gaan zij dan ook niet naar bijvoorbeeld The Great Escape in Engeland om daar een nieuwe Belgische band te ontdekken, dat spreekt voor zich.

4.1.2.2. *Club-/festivalprogrammaticus*

Wat het verhaal van de club/festivalprogrammaticus betreft, zal deze zijn spot vinden op het festival daar waar aanstormend talent de podia bestijgen. Dit is de ultieme kans om artiesten te spotten om te programmeren op hun festival/zaal/... Naast deze activiteit zal netwerken hoofdzaak zijn.

4.1.2.3. *Organisator showcasefestival*

Een *organisator* zal aanwezig zijn in hoofdzaak om te netwerken en daarnaast ook om te zien wat er actueel is vandaag de dag in 'the music industry'.

Naast de meest belangrijke opgesomde activiteiten per functie, zal ieder voor zich uitmaken of zij al dan niet topics willen meevolgen in het conferentiegedeelte als dit aanwezig is. Het ene onderwerp is sexyer dan het andere, het één is meer relevant voor een programmaticus het ander dan weer voor een organisator of manager.

4.1.3. Een rockconcours biedt ook kansen, maar wat is het verschil met een showcasefestival?

Maken we even het onderscheid tussen een rockconcours en een showcasefestival? Velen zouden deze namelijk snel over dezelfde kam scheren terwijl dit twee verschillende evenementen zijn. Elk met een andere hoofddoelstelling voorop.

Wat is een rockconcours dan juist?

Een rockconcours is een wedstrijd waarvoor iedereen zich kan inschrijven (soms wordt dan een selectie gemaakt van de inschrijvingen, afhankelijk van het rockconcours). De groepen die deelnemen, zitten vaak nog in een vrij jong stadium en zijn nog niet echt professioneel omkaderd. Men zou het kort kunnen stellen als volgt 'jong en rechtstreeks uit het repetitiekot'. Dit is natuurlijk niet voor iedereen zo, vele bands die hieraan deelnemen hebben namelijk ook al vrij veel speelervaring. Binnen een dergelijke wedstrijd valt een prijs te winnen, dit kan een platencontract zijn, een som geld, een podiumplaats,... Dankzij een rockconcours komen deze groepen dan aan de oppervlakte om op eigen houtje in de mediawereld terecht te komen of in het beste geval opgepikt te worden door omkadering die hen verder helpt. Met omkadering wordt hier bijvoorbeeld een managementbureau, boeker, platenlabel,... bedoeld. De groepen die hier aan deelnemen, zijn klaar om door te breken *binnen* de eigen landsgrenzen.

Een rockconcours richt zich verder hoofdzakelijk tot het publiek. Het publiek leert de band op die manier beter kennen. Op een rockconcours zijn ook wel professionelen aanwezig maar vaak zijn dit lokale contacten, soms ook nationaal (²⁴bv. Humo's Rock Rally) maar hier is het leggen van zakelijke internationale contacten geen hoofdzaak.

Wanneer men wil deelnemen aan een showcasefestival dan moet men daar één, liefste meerdere internationale contacten kunnen uithalen. Het aanwezige publiek op showcasefestivals bestaat namelijk grotendeels uit professionals (nationaal/internationaal) uit de muziekindustrie: platenlabels, managers, boekers, clubprogrammatoren, festivalorganisatoren, radiopresentatoren, journalisten,...

Het grote verschil is dus dat een showcasefestival groepen laat deelnemen die dit beginstadium al voorbij zijn en minstens in eigen land professioneel omkaderd zijn. De programmator zal een selectie maken welke bands wel of niet zullen deelnemen aan het showcasefestival. De bands in kwestie hebben dan al een aantal wateren doorzwommen. Op een rockconcours kan het gebeuren dat men in recensies neerschrijft: 'geef ze nog 2 jaar de tijd om te repeteren', op een showcasefestival komt dit normaal niet meer voor, de groepen zijn die fase voorbij. Deze groepen zijn klaar om *buiten* de eigen landsgrenzen te treden. Hiernaast verwachten ze vaak ook dat de band minstens 1 plaat heeft uitgebracht of de opnames hiervan achter de rug zijn en dat er toch wel een zekere bekendheid heerst in eigen land (uiteraard hoeft dit geen top 3 te zijn, maar ze moeten toch wel gekend zijn in eigen land). Het spreekt voor zich dat de band in kwestie ook over enige podiumervaring beschikt.

²⁴ Algemene info over Humo's Rock Rally. (z.d.). <http://www.humo.be/rock-rally/nieuws>

Ook kan een toegevoegd conferentiegedeelte een verschil maken met een rockconкурс. Het conferentiegedeelte is niet verplicht om een festival tot showcasefestival te bekronen, maar het is wel een manier om zich te onderscheiden van concurrentie en iets vernieuwends aan te bieden. Hierbij is het ook de bedoeling dat aanwezige professionals informatie kunnen delen met elkaar, en dat is iets wat niet in de doelstellingen ligt bij een rockconкурс.

En wat met het verschil tussen een showcasefestival en een standaard muziekfestival?

Een eerste groot verschil kunnen we stellen bij het netwerken. Zowel op een standaard muziekfestival als op een showcasefestival is er de mogelijkheid tot netwerken, alleen is dit op een ander niveau. Een standaard muziekfestival zoals bijvoorbeeld Feest in het Park zal nationale professionals uitnodigen terwijl een showcasefestival zorgt voor de internationale netwerkmogelijkheden. Het behoort dan ook niet tot de hoofddoelstelling van een standaard muziekfestival om professionals deals te laten sluiten met elkaar, en nieuwe kansen te leveren aan 'aanstormend talent'.

Toch gebeurt het dat de programmatoren van een standaard muziekfestival inspanningen doen om de lokale bands aan te prijzen bij buitenlandse bezoekers (evt. internationale professionals). Dit doen ze dan door de lokale bands in te plannen op een goed tijdstip op een goede plek tijdens het festival en daarrond wat buzz te creëren vooraf. Wat nog gebeurt is dat de lokale bands de kans krijgen om een optredentje te verzorgen in de backstage. Op een zeer groot festival als bijvoorbeeld Pukkelpop zijn toch heel wat internationale bezoekers aanwezig en daar horen zeker en vast ook wel een aantal professionals uit de industrie bij. Het is echter geen hoofdzaak zoals eerder gezegd om zoals bij een showcasefestival iedereen uit de muzieksector te laten verzamelen om daar de nieuwste bands te ontdekken.

Daarnaast is het ook zo dat de artiesten die op een standaard muziekfestival optreden de volle pot betaald krijgen en dat het bij een showcasefestival dikwijls zonder vergoeding is of met een minimum vergoeding.

Verder is de programmering verschillend. Een standaard muziekfestival zal werken met een soort van hiërarchie in de line-up terwijl een showcasefestival meer horizontaal programmeert. Daarmee wordt dan bedoeld dat er op de meeste showcasefestivals geen headliners zijn, en het vooral de bedoeling is zoveel mogelijk speelplaatsen te bieden aan bands op korte tijd. Het publiek is dan ook verschillend bij beide festivals. Bij een showcasefestival zullen de professionals uit de muziekindustrie aanwezig zijn en als dit toegelaten is ook de echte muzikfanaten. Een standaard muziekfestival zal eerder de doorsnee muzikliefhebber lokken. Dat laatste duidt op zij die van muziek houden die ze kennen via de radio, YouTube etc. Vaak gaat dit dan over bands die het al wat verder schopten op internationaal niveau en minstens 1 hit scoorden.

Wat ook een verschil kan zijn is dat een showcasefestival vaak een conferentiegedeelte aanbiedt waarbij deelgenomen kan worden aan panels, lezingen, workshops,...

Bij een showcasefestival draait het in hoofdzaak rond nieuw talent en het ontwikkelen van netwerkmogelijkheden. Bij een standaard muziekfestival is het vooral de bedoeling een goede line-up te programmeren die past bij de missie en visie van de festivalorganisatoren en waarvan het publiek tot het uiterste kan genieten.

Het neemt echter niet weg dat ook op een standaard muziekfestival ontdekkingen van artiesten kunnen gebeuren door bijvoorbeeld programmatoren. Afhankelijk van het festival worden nu en dan artiesten geprogrammeerd die nog aan het begin van hun carrière staan. Dit vormt echter geen hoofddoelstelling.

4.1.4. Invitatie + welke factoren bepalen naar welk showcasefestival men zal gaan?

Hoe worden professionals uitgenodigd? En welke factoren spelen bovendien een rol bij de beslissing tot aanwezigheid op het showcasefestival?

4.1.4.1. Invitatie

Meestal wordt men als professional slechts persoonlijk uitgenodigd via mail indien men al eerder aanwezig was op het showcasefestival en de gegevens zich reeds in de database bevinden. Zitten de gegevens nog niet in de database dan schrijven professionals zich in op de nieuwsbrieven en moet men vaak zelf actief op zoek gaan naar welke showcasefestivals zich afspelen op welke plaats en tijdstip. Uiteraard kan men hierbij gebruik maken van ervaringen die men opvangt van collega's. Het komt ook voor dat nieuwe showcasefestivals zich presenteren op andere showcasefestivals, bv. op Eurosonic. Dat kan dan een eerste kennismaking zijn.

Er wordt niet altijd gerichte promo gevoerd naar alle professionals, indien men niet persoonlijk uitgenodigd wordt, kan het echter wel zijn dat de professionals in 'netwerk' uitgenodigd worden. Een voorbeeld: Het ²⁵clubcircuit in België telt zo'n 11 clubs, voor meerdere programmatoren van die clubs kan het interessant zijn om deel te nemen aan een showcasefestival. Het gebeurt dan dat het showcasefestival in kwestie het clubcircuit uitnodigt. Op die manier worden de programmatoren dus via een netwerk uitgenodigd.

Hiernaast is het ook aan de organisatie van het showcasefestival om er naar te streven een vaste datum/weekend in te plannen wanneer het festival plaats vindt.

4.1.4.2. Factoren

Welke factoren spelen nu eigenlijk een rol voor professionals om te bepalen welke showcasefestivals zij wel of niet zullen bijwonen?

Voor alle doelgroepen die ik geïnterviewd heb, zijn de aanwezige contacten waar men mee kan netwerken van belang. Het is belangrijk dat de aanwezige professionals relevant zijn voor datgene zij voorop gesteld hebben als doelstelling. Zoals Filip Van de Craen, manager WOLX, liet merken: "Het is pure business, er moet gewerkt worden met doelstellingen, en die doelstellingen moet u in de maximale waarde proberen te behalen."

Stel dat een manager vooropstelt om een band onder zijn portfolio te laten deelnemen aan een showcasefestival in de hoop een Europese platendeal vast te leggen, dan neemt hij beter niet deel aan Eurosonic. Zij richten zich namelijk vooral op de live industrie, wat wil zeggen dat daar weinig tot geen platenlabels vertegenwoordigd zullen zijn.

²⁵ Algemene info over het Clubcircuit. (z.d.). <http://www.clubcircuit.be/>

Is hij echter van plan om voor zijn band optredens te organiseren in het buitenland? Dan past Eurosonic wel in het plaatje. Er is dan namelijk een grote kans om contacten te leggen met festivalorganisatoren, boekingsagenten,...

Past het in zijn verhaal om een band groot te maken in Frankrijk, dan is hij op MaMA aan het juiste adres, hetzelfde geldt voor The Great Escape als hij graag Engeland veroverd had.

Stel dat een band een nieuwe plaat uit heeft en zich wil richten op de Benelux, dan kan die band op een festival als Eurosonic spelen. De zaak wordt helemaal anders als de band in kwestie zuiderse muziek brengt, dan is Eurosonic namelijk veel minder tot niet interessant en is MaMA dat wel.

Ieder showcasefestival is dus uniek en heeft zijn specifieke karakteristieken waarop het zich richt. Hiermee moet dus rekening gehouden worden in de keuze van deelname want niet allen zijn ze even productief, afhankelijk van wat men wil bereiken.

Als manager deelnemen met een band hangt ook af van verschillende factoren. De eerste voorwaarde die gesteld wordt is dat de band er klaar voor moet zijn, zoals eerder vermeld moeten ze in eigen land al iets gerealiseerd hebben, ze moeten live ook goed zijn op het podium en het nodige zelfvertrouwen hebben.

Veel hangt ook af van wat de manager wil bereiken met de groep en hoe het tijdstip van het festival schikt in de planning. Zo kan hij bijvoorbeeld stellen dat het voor een band die een plaat uitbrengt in november interessant is om op een showcasefestival te spelen enkele maanden voordien. Op die manier worden kansen groter om als manager goede contacten te leggen en eventueel ook de plaat te laten uitbrengen in een ander land. The Bony King of Nowhere speelde een sessie op The Great Escape (Engeland) mei 2014 een sessie en brengt in november 2014 een plaat uit.

Daarnaast speelt de locatie waar de band zal moeten optreden ook een belangrijke rol in het al dan niet deelnemen aan een showcasefestival. Op een showcasefestival kan de omgeving waarin artiesten moeten spelen namelijk variëren van kleine/ middelgrote muziekclubs tot grotere venues, weides,... Het kan echter ook dat optredens georganiseerd worden in de vaak minder geliefde locaties zoals zeer kleine pubs, restaurants,...

Het is van uiterst belang dat de omgeving waarin de band het beste van zichzelf geeft, ook een kwaliteitsvolle locatie is en dat daarnaast de geluidsuitrusting professioneel is.

Zowel de band als de manager willen niet onderdoen en grijpen de kans meestal alleen wanneer de band tot uiting komt zoals die effectief is (sound en performance,...). Soms worden aanvragen geweigerd als blijkt dat de band zou moeten performen op ongunstige locaties (kleine omvang, slechte PA,...) , ongunstige tijdstippen waarin iedereen bijvoorbeeld iets aan het eten is,...

Vanuit het standpunt van de *programmatoren* bekeken, kunnen we stellen dat de aanwezigheid van professionals belangrijk is om te netwerken, maar dat de hoofdreden van zijn deelname bestaat uit het spotten van de bands die geprogrammeerd staan op het showcasefestival.

Een eerste schiftingsronde om te bepalen welke showcasefestivals een club-/festivalprogrammatoren zal bijwonen is het analyseren van de line-up van een showcasefestival. Wat geprogrammeerd staat, moet passen qua genre/showgehalte in het verhaal van de club of van het festival. Een festival zoals

Feest in het Park zal bijvoorbeeld geen metal gaan programmeren en voor hen is het dan ook irrelevant om naar showcasefestivals te gaan die daar specifiek op zouden inzetten.

Tom Vangheluwe, clubprogrammatrice van De Kreun, vindt SXSW het belangrijkste showcasefestival. De Kreun focust dan ook hoofdzakelijk op Amerikaanse bands en op SXSW zijn heel veel Amerikaanse bands geprogrammeerd. Het festival biedt ook heel erg veel genres aan en wat hij ook erg positief en primerend vindt aan SXSW is het feit dat heel wat bands die er spelen, na het festival binnen de kortste keren opduiken in kranten, radio, tijdschriften en zelfs op de grotere festivals. Tom vertelde mij ook dat het voor hem interessant is aanwezig te zijn op Eurosonic, maar dat het dan minder draait om het artistieke gedeelte. Tom focust zich met De Kreun meer op Amerikaanse bands en op Eurosonic wordt de focus op Europa gelegd. Dat neemt echter het belang van aanwezigheid niet weg omdat het netwerkgedeelte interessant blijft.

Naast de opgesomde factoren, kwamen ook volgende elementen aan het licht die al dan niet voor een deelname zorgen van zowel de manager/programmatrice (club,festival)/ organisator:

Geld

Vaak is de deelname aan een showcasefestival vrij duur. Al kan de programmatrice interessant zijn, al zijn de aanwezige professionals relevant, toch moet er de afweging gemaakt worden of het nu effectief de moeite loont om een deelname te bevestigen.

Zo kan het zijn dat de plaats waar de band moet optreden wel goed uitgerust is, maar dat de locatie niet zo groot is en dat de kosten daardoor niet de moeite waard lijken. Als een band naar Engeland gaat om daar voor weinig tot geen geld te performen, en dit voor een erg klein publiek,... dan is het verstaanbaar dat deze kost niet altijd te overwegen valt.

Tijd

Afhankelijk van het beroep kan het zijn dat de periode waarin het festival ingepland staat niet past in de agenda. Een manager kan dan net bezig zijn met een bepaald traject van band X die andere belangrijke podiumkansen op dat moment niet onbenut kan laten liggen. Programmatrices kunnen net op dat moment te maken hebben met belangrijke jaarlijkse evenementen die doorgaan in de club,...

Bereikbaarheid

Ook de bereikbaarheid van een festival speelt een rol. Dat is logisch want een grote afstand overbruggen kost zowel tijd als geld. Sommige professionals zullen dus eerder opteren om een aantal kleinere /beter bereikbare showcasefestivals te bezoeken dan af te zakken naar een groot showcasefestival zoals SXSW in Austin. Dat is natuurlijk voor iedereen verschillend. Een voorbeeld zou kunnen zijn dat een beginnende programmatrice van een klein festival graag Amerikaanse bands geprogrammeerd had. SXSW zou dan hét showcasefestival bij uitstek kunnen zijn om bands in een vroeg genoeg stadium te spotten zodat de bands in kwestie nog betaalbaar zijn. Vaak kan hij zich de aanwezigheid in dergelijke situatie echter niet permitteren. SXSW is in Austin, dat vliegticket kost een hele boterham, en hij is een week weg van kantoor, bovendien kost het festivalticket ook wel een paar honderden euro's. Niet evident dus, om als beginnende professional aanwezig te zijn op dergelijk evenement. Dit komt dus allemaal kijken bij de beslissing van welke showcasefestivals men bijwoont.

Conferentiegedeelte

Hoewel het conferentiegedeelte geen verplichting zou zijn om van een showcasefestival te kunnen spreken, kan het wel een rol spelen bij de keuze tot aanwezigheid. Afhankelijk van wat de functie is van de professional in kwestie, zal hij hier meer of minder waarde aan hechten. Zo zijn er bij de organisatie van grote festivals altijd wel mensen die zich bijvoorbeeld bezighouden met de ecologische toestand van het festival, met de ticketing, promotie,... Dergelijke topics kunnen onder andere worden aangehaald tijdens het conferentiegedeelte. Daarnaast is het conferentiegedeelte ook zeer interessant voor jonge professionals die nog niet lang in het vak zitten en veel vragen hebben. De topics die aangehaald worden handelen regelmatig over actuele gebeurtenissen in de muziekindustrie dus dit kan zeker interessante informatie opleveren voor hen.

Gewoonte

Soms spreekt men ook over het feit dat de deelname aan bepaalde showcasefestivals een gewoonte geworden is. Men ziet verschillende collega's terug uit het buitenland, men ziet wat actueel is vandaag de dag,...

Nationale support

Een iets minder relevant element misschien maar het kan ook een rol spelen. Patrick Smagghe bijvoorbeeld, clubprogrammator van de 4AD, heeft niet de gewoonte om een showcasefestival te bezoeken, maar is toch naar Glimps geweest, omdat het een Belgisch festival is, en hij sympathie heeft voor de organisatoren maar ook vooral omdat hij denkt dat het wel buitenlandse kansen biedt aan Belgische bands. Uiteraard gaan Belgische professionelen er niet naartoe om Belgisch talent te ontdekken.

4.1.5. Hoe verloopt de voorbereiding?

Als men de intentie heeft deel te nemen aan een showcasefestival is het van uiterst belang dat er gezorgd wordt voor een goede voorbereiding. Naargelang het beroep, zal de voorbereiding uiteraard anders verlopen.

4.1.5.1. Manager

Als we het standpunt bekijken van een manager, dan kunnen we twee situaties schetsen: aanwezigheid met band, aanwezigheid zonder band. De voorbereiding zal dan ook iets anders verlopen en kost meer moeite als een band op het podium staat. Is hij met een band aanwezig dan is het de bedoeling dat hij die band voorstelt aan de relevante aanwezigen op het festival. Voorafgaand aan het showcasefestival neemt de manager dan ook contact op (vaak via mail) met zoveel mogelijk personen die hem interesseren. In zijn communicatie laat hij weten welke band er speelt, wanneer die speelt en waar. Er wordt een extra focus gelegd op de meest relevante professionals door hen persoonlijk uit te nodigen om naar de band te komen kijken.

Is de manager aanwezig zonder band dan kan dat oninteressant lijken maar dat is het helemaal niet, het is namelijk een ideaal moment om collega's uit het buitenland terug te zien en om nieuwe contacten te leggen door te netwerken. Ook hier kunnen voorbereidingen getroffen worden door afspraken op voorhand vast te leggen. Op die manier wordt vermeden dat door de drukte op het showcasefestival zelf, gesprekken verloren gaan. Ook is het nog steeds mogelijk promotie te voeren voor een band onder het portfolio, maar het ligt een stuk moeilijker omdat hij geen liveoptreden kan aanbieden en dan enkel gebruik kan maken van bv. een cd, downloadlink,... om mee te geven.

4.1.5.2. Programmator

Voor de programmatoren die aanwezig zijn op een showcasefestival, is de voorbereiding uiteraard verschillend van die van een manager. Hun hoofddoel, naast netwerken is namelijk nieuw talent scouten. Dit wordt echter steeds moeilijker omdat vele showcasefestivals de line-up blijven uitbreiden, wat het onmogelijk maakt alle bands te gaan bezichtigen op het festival. Dat laatste kan er dus toe leiden dat er een keuze moet gemaakt worden tussen 2 bands die men graag live aan het werk gezien had maar die op het zelfde moment geprogrammeerd staan.

Het is haast vergelijkbaar met een loterij, er zullen immers altijd bands die men als programmator live aan het werk wil zien gelijktijdig geprogrammeerd staan. Zeker als men dan bijvoorbeeld SXSW neemt, met een lijst van +/- 3000 bands. Het is onmogelijk om dat allemaal te analyseren.

Vele programatoren spreken daarom ook van een overaanbod. Om toch zo goed mogelijk het bos door de bomen te zien, worden volgende maatregelen getroffen bij de voorbereiding:

- Interessante blogs in de muziekwereld worden gelezen en nu en dan als leidraad gebruikt om te bepalen welke bands men al dan niet zal gaan bekijken. Voorbeelden kunnen zijn ²⁶*Pitchfork*, ²⁷*Nofearofpop*, *Fact*,²⁸ ...
- Advies van collega's die men vertrouwt kan ook een invloed hebben op hoe de programmator zijn eigen line-up (welke artiesten hij zal bezoeken op het showcasefestival) samenstelt. Sommige programmatoren hebben dan ook al een uitgebreid en interessant netwerk aan informanten opgebouwd waar men naast de collega's, ook advies kan aan vragen. Verschillende van mijn geïnterviewde gasten vertelden me ook dat ze voorafgaand aan een showcasefestival vaak zelf gecontacteerd worden door bijvoorbeeld de artiest of de boekingsagent in verband met een aantal optredens die ze zeker moeten bijwonen. Stel dat dit een boekingsagent is waarvan de programmator weet dat hij altijd interessante bands boekt, dan is de kans groot dat hij die optredens effectief zal bijwonen.
- Ook de gedachtegang kan een rol spelen. Die is anders van persoon tot persoon en is onvoorspelbaar. Dat kan er voor zorgen dat men op het laatste moment toch wijzingen aanbrengt in het vooropgestelde schema. Zo kan het zijn dat men naar een andere artiest zal gaan kijken dan men van plan was. Sommigen laten dan ook iedere dag een ruimte over in hun schema omdat ze er van uitgaan dat aanwezige collega's/kennissen nog bepaalde bands zullen aanraden.
- Verder spelen Google als informatiebron en YouTube als muziekplayer ook een belangrijke rol bij de voorbereiding. Het kan zijn dat de programmator in kwestie de ganse line-up van het showcasefestival vooraf afschuimt via YouTube, soundcloud,... Dit is echter niet mogelijk voor elk showcasefestival maar Eurosonic (+/- 300 acts) blijkt net haalbaar te zijn als je tijdig begint. Een laatste veel aangehaalde element is de pers. Wat er neergeschreven wordt in recensies, wat op radio & tv terecht komt kan ook helpen bij het maken van een selectie.

²⁶ Algemene info over Pitchfork. (z.d.). <http://pitchfork.com/>

²⁷ Algemene info over Nofearofpop. (z.d.). <http://nofearofpop.net/>

²⁸ Algemene info over Fact. (z.d.). <http://www.factmag.com/>

4.2. Hoe beïnvloedt een showcasefestival een rol in de muziekindustrie en welke andere factoren spelen mee?

Op pagina 13-15 staan de taken per deeldoelgroep uitgelegd. Op basis van de hoofdtaken onderzoek ik hier welke invloed een showcasefestival en andere factoren hebben op het beroep.

4.2.1. Invloed op de Manager

Uitsluitend gebaseerd op interviews met Belgische managers en online research.

Filip Van de Craen, manager bij WOLX/ Maarten Decock manager bij Keremos/ Maarten Quaghebeur manager bij Rockoco.

Voor een manager zijn hoofdtaken ondermeer: ontdekken van jong talent om onder te brengen in het portfolio en een netwerk opbouwen.

Hoe ontdekt een manager een talentvolle artiest/band, speelt een showcasefestival een rol?

Één van de hoofdtaken van een manager is uiteraard nieuw talent ontdekken om onder te brengen onder het portfolio. Zoals eerder vermeld bij de doelstellingen van een manager op een showcasefestival, is het echter (vaak) irrelevant aanwezig te zijn om nieuwe artiesten te ontdekken. Hier en daar een optreden meepikken gebeurt uiteraard, maar daar wordt verder niet veel mee gedaan. Althans dat is zo in het nationale verhaal waarbij managers enkel artiesten van eigen land onder het portfolio brengen. Dit betekent daarom niet dat dit verhaal door elke manager gevolgd wordt, maar bij de respondenten was er niemand die anders te werk ging.

Vaak ontdekken managers nieuw talent door aanwezig te zijn op de eerder vermelde rockrally's die wekelijks plaatsvinden in ons land. Dit zijn goede kweekvijvers die een voorselectie presenteren van de kwaliteit die ons land te bieden heeft. Verder krijgen managementbureaus ook wekelijks aanbiedingen via mail, demo's die worden opgestuurd,...

Ook kan het zijn dat een boeker waar men mee samenwerkt een nieuwe band voorstelt die hij heeft zien optreden, dan wordt die in de gaten gehouden,... Invloeden van collega's/partners spelen dus ook een rol.

Hoe bepaalt een manager dan met welke artiest hij in zee gaat, welke factoren zijn hier belangrijk?

Belangrijk is voor velen dat ze de muziek van de artiest goed vinden, laten we dit de persoonlijke artistieke keuze noemen die hier ook van belang is. Het verhaal moet kloppen, de manager moet volledig achter de artiest kunnen staan. Voor de personen die ik ondervroeg was de persoonlijke artistieke keuze toch wel van grote waarde. Maarten Decock, manager Keremos, omschreef het als volgt: "De kwaliteit is zeer belangrijk, en als ik een band live aan het werk zie, dan moet ik het gevoel hebben dat ik daar 1000 keer opnieuw naar toe wil gaan. Daarnaast moet het ook klikken met de band. Je moet die mensen op elk moment kunnen bellen, en je ziet die soms meer dan uw lief."

Intrinsieke waarde speelt ook een belangrijke rol. Wat de artiest zelf aan kwaliteit kan brengen en zelfstandig goed doet is erg belangrijk. Verder kan de opzet omschreven worden als volgt 'Wat de artiest brengt, moet de manager zo goed mogelijk exploiteren'.

Eerlijk werd mij ook verteld dat afhankelijk van het moment, er de mogelijkheid bestaat dat nieuwe bands kritischer behandeld worden. De oorzaak ligt hierbij vaak aan het feit dat er bijna geen plaats/tijd is voor een nieuwe band onder het management. Ook al is men vaak van mening dat een band meerdere kansen verdient, toch is dit wel de realiteit.

Naast de intrinsieke waarde van de artiest is het voor sommigen ook erg belangrijk dat internationaal potentieel aanwezig is bij de artiest. Dit kan men zien aan de manier waarop de artiest omgaat met druk, nieuwe contacten, podiumprésence,... Het is van groots belang dat de artiest live ook goed is!

Elementen zoals YouTube, airplay, press releases,... werden eigenlijk bitter weinig aangehaald. De reden hiervoor is vaak dat het stadium waarin de managers een band leren kennen nog te pril is. Het is dan ook (zoals reeds werd aangehaald) de job van de manager om de waarde van de band zo goed mogelijk te exploiteren zodat bovenvermelde elementen voldoende aandacht krijgen.

Wat levert een showcasefestival dan op voor het beroep?

Toch is de aanwezigheid van de manager op een showcasefestival met of zonder eigen band uit het portfolio wel belangrijk.

In geval met band, dan spreekt men vooraf de contacten aan van wie men wil dat ze de band gaan bekijken. Op die manier creëren ze kansen voor de band. Als men bijvoorbeeld buitenlandse festivalorganisatoren, clubprogrammatoren aanspreekt en als deze dan effectief komen spotten dan kan dit in het beste geval een internationaal optreden opleveren. Daarnaast wordt er genetwerkt en afhankelijk van wat de doelstellingen zijn worden er eventueel deals gesloten met bepaalde aanwezige professionals.

In geval zonder band, wordt het showcasefestival gezien als een moment om alle contacten te onderhouden en nieuwe netwerken aan te gaan. Ook is het interessant aanwezig te zijn, omdat men zicht krijgt op wat er momenteel in aantrek is en wat dus de definitie van actuele muziek is de dag van vandaag.

4.2.2. Invloed op de club-/festivalprogrammaticator

Uitsluitend gebaseerd op interviews met Belgische club-/festivalprogrammators en online research. Kurt Overbergh, programmaticator AB/ Lode Pauwels, programmaticator De Zwerver/ Patrick Smagghe, programmaticator 4AD/ Tom Vangheluwe, programmaticator De Kreun. Eppo Janssen, programmaticator Pukkelpop/ Michiel Desmet, medeprogrammaticator Feest in het Park.

Voor een clubprogrammaticator/festivalprogrammaticator zijn hoofdtaken ondermeer: ontdekken van jong/fris/nieuw talent om te programmeren in de club/ op het festival en daarnaast het netwerk versterken.

Hoewel hun dagelijkse werking uiteraard verschillend is (club programmeert dagelijks/wekelijks en een festival meestal maar 1 keer per jaar) toch zijn beiden aanwezig om dezelfde redenen op een showcasefestival, dat kon ik afleiden uit mijn interviewvragen. De antwoorden waren vrij gelijklopend met elkaar en daarom dat in dit hoofdstuk de club-/festivalprogrammaticator samen genomen worden.

Ontdekken van nieuwe bands, speelt een showcasefestival een rol?

Voor de programmaticator van een muziekclub-/festival is het verhaal helemaal anders dan voor een manager. In tegenstelling tot de manager, is het voor de programmaticator namelijk wel interessant om nieuwe bands aan het werk te zien op een showcasefestival. De aanwezigheid is bij de meeste programmators wél een factor bij het ontdekken van nieuwe getalenteerde bands. Dit wil natuurlijk niet automatisch zeggen dat de bands ook geprogrammeerd zullen worden in de club/op het festival. Daar spelen logischer wijze meerdere factoren in mee, een programmaticator kan niet zomaar alles boeken wat goed klinkt in zijn ogen. Het moet ook passen bij het verhaal, datum, budget, beschikbaarheid,... Maar het is dus wel van belang en het speelt een rol bij de programmaticatie van vele clubs/festivals.

Toch zijn niet alle programmators even geneigd om af te zakken naar een showcasefestival. Patrick Smagghe van de 4AD bracht een mooi voorbeeld aan en vertelde dat hij 10 à 15 jaar geleden een band geboekt had die pas x aantal jaar later in de top 3 van SXSW bleek te staan. Dit was de Tsjechische band: Uzjsmedoma. Één van de andere bands uit deze top 3 was DEUS. Patrick woont veel concerten bij, ook in kleinere zalen en vaak ziet hij daar de groepen die later op een showcasefestival spelen al eens op voorhand. Patrick heeft met de 4AD al vaker groepen geboekt die 2 jaar later pas op een showcasefestival optraden, dus dat maakt het voor hem minder interessant om aanwezig te zijn.

Wat is de exacte rol van een showcasefestival bij de effectieve programmatie van een muziekclub/muziekfestival?

De rol die een showcasefestival speelt bij de programmatie van een muziekclub/-festival is voor elke club/festival anders. Voor de ene programmator speelt dit een zeer grote rol en voor de andere weinig tot zelfs geen. Het hangt af van wat de doelstellingen zijn en de visie en missie van de club/het festival zelf, maar ook van hoe de persoonlijke kijk is tegenover dergelijk evenement.

Hieronder volgt een overzicht van mijn geïnterviewde club-/festival programmatoren, waarin u kan terugvinden wat een showcasefestival zowel voor hen persoonlijk als voor de club/het festival te betekenen heeft.

We starten met De Kreun, een Belgische muziekclub met als programmator Tom Vangheluwe. De Kreun programmeert hoofdzakelijk Amerikaanse bands wat het voor Tom interessant maakt aanwezig te zijn op South By Southwest, 's werelds grootste showcasefestival in Austin. Op SXSW staan zeer veel bands klaar om door te breken. Dit maakt het dan ook een ideale plek om er net voor de doorbraak (dit is niet zo voor elke band) een band te ontdekken en die een spot te geven in De Kreun alvorens hun kostprijs gigantisch de lucht in gaat. Tom vertelde mij dat een showcasefestival voor hem één van de manieren is om inspiratie op te doen en nieuw talent te ontdekken, hij haalt er altijd wel iets uit dat van belang is voor zijn rol als programmator. Hij bevestigde reeds verschillende bands geboekt te hebben in De Kreun die ze eerder op een showcasefestival hadden ontdekt.

Wanneer een band de kans krijgt om in een Belgische muziekclub te spelen omdat de programmator onder de indruk was van het optreden op een internationaal showcasefestival, dan betekent dit echter nog niet dat het Belgische publiek de band kent en daarop staat te wachten. Vaak vergt het extra promotie om zo'n bands te programmeren aangezien de meesten nog niet volledig doorgebroken zijn kort na hun passage. Sommige clubs zijn dan ook gesubsidieerd voor zo'n programmaties, want daar maakt men namelijk vaak verlies mee.

Voor Kurt Overbergh, programmator van de AB-club in Brussel, speelt een showcasefestival een zeer grote rol in het programmatieproces. Hij ontdekt er samen met zijn collega's erg vaak nieuwe bands en het is dan ook niet uitzonderlijk dat ze tijdens het showcasefestival zelf de offers (voor een optreden van de band in de AB) al van start laten gaan. Dit is net zo handig aan een showcasefestival, de band is daar bijna altijd aanwezig met een zeker omkadering en dat maakt het mogelijk om direct deals te sluiten met de band/manager/boeker/...

Michiel Desmet, medeorganisator van Feest in het Park, kon ook beamen dat showcasefestivals een rol kunnen spelen in de programmatie van een festival en dat dit in het verleden een aantal optredens opleverde voor FihP (Feest in het Park). Michiel heeft zo ook de Nederlandse band Chef'Special naar Feest in het Park 2012 gehaald nadat hij de band 2 maal live aan het werk had gezien op Eurosonic. Hij was toen helemaal verkocht met een spot op FihP als resultaat.

Eppo Janssen, medeprogrammator van Pukkelpop, was ook van mening dat een showcasefestival de programmatie van het festival kan beïnvloeden. Zelf hebben ze in het verleden vrij vaak groepen geboekt die ze eerder aan het werk zagen op Eurosonic. Ze werden zelfs hét festival die het meeste groepen programmeerde van Eurosonic, met maar liefst 10 tot 20 groepen in de line-up.

Lode Pauwels, programmator van De Zwerver in Leffinge, vertelde mij dat hij aanwezig is op een showcasefestival als Eurosonic en Glimps, maar dat het voor de programmatie over het algemeen een zeer kleine rol speelt. Er werden effectief al bands geprogrammeerd, bijvoorbeeld op het festival Leffingeleuren waar hij ook medeorganisator van is, maar dat gebeurt heel weinig.

Een reden waarom bepaalde bands ook niet meer geprogrammeerd worden in een gewone muziekclub of middelgroot festival, na hun passage op een showcasefestival, is omdat de echte kleppers die er uitschieten opgemerkt worden door iedereen daar aanwezig. Al hebben ze de band niet live aan het werk gezien, dan komt het toch aan bod in het vele netwerken, en dat zorgt er voor dat die bands direct op de grootste festivals gaan spelen. Er kan namelijk zoveel commotie ontstaan dat de band in slechts enkele maanden wereldbekendheid geniet. Dit zijn natuurlijk de uitzonderingen van de volledige waslijst aan bands die spelen op zo'n showcasefestival. En zelfs dit garandeert niet dat het succes blijft duren. Het gaat hem in de eerste twee jaar namelijk vooral rond een gecreëerde hype.

Patrick Smagghe van de 4AD stelt dat hij geen groepen wil programmeren waarrond een gigantische hype werd gecreëerd op een showcasefestival.

Uiteraard zal de hype niet voor alle bands gelden, maar het spreekt vanzelf dat dit bijna altijd rond de meest kwalitatieve bands zal zijn. Al wordt het moeilijk om hier met zekerheid een uitspraak over te doen. De relevantie van een showcasefestival kan niet altijd gegarandeerd worden wegens een gigantische line-up. Het kan altijd dat een topband die op dat moment nog weinig bekend is, moet spelen op een net iets minder dankbare plaats waar weinig volk voor komt opdagen en dat kan er voor zorgen dat er naast de kansen gegrepen wordt.

Welke middelen, naast showcasefestivals, worden gebruikt om nieuwe groepen te ontdekken?

De aanwezigheid op een showcasefestival zorgt er voor dat een programmator nieuw talent ontdekt en kan er zelfs voor zorgen dat de band(s) in kwestie een plekje krijgen in hun club/ op hun festival. Naast showcasefestivals zijn er uiteraard héél wat andere middelen om nieuwe artiesten te ontdekken. In mijn interviews en aan de hand van online research blijken volgende middelen populair om nieuw talent te ontdekken: internet, krant, vakbladen, radio, toegezonden e-mails, advies van collega's/boekers, concerten, muziekwinkels,...

Uiteraard speelt internet een erg belangrijke rol, het is de plek waar iedereen zijn werk kan online plaatsen. Natuurlijk is er een overaanbod maar gespecialiseerde online blogs/websites zoals Pitchfork,²⁹ Gorilla vs Bear,³⁰ Boomkat,³¹ Rolling Stone en andere sites zoals YouTube, soundcloud, 22 tracks,... betekenen wel een bron aan interessante informatie bij de zoektocht. Uiteraard heeft de sociale media ook invloed. Bands kunnen zichzelf via deze weg namelijk goed promoten naar de buitenwereld toe.

²⁹ Algemene info over Gorilla vs Bear. (z.d.). <http://www.gorillavsbear.net/>

³⁰ Algemene info over Boomkat. (z.d.). <http://boomkat.com/>

³¹ Algemene info over Rolling Stone. (z.d.). <http://www.rollingstone.com/>

Ook de radio kan zorgen voor een nieuwe ontdekking al gebeurt dit echter (bitter)weinig. Als ik nader vraag welke programma's hier een rol bij kunnen spelen worden volgende aangehaald: ³²Duyster en Select op Studio Brussel maar ook programma's op Radio 1 en Klara.

Er wordt zowel naar nationale zenders als internationale zenders geluisterd en ook het herbekijken van de playlists levert soms ontdekkingen op.

Naast de opgesomde factoren wordt men vaak 'bedolven' onder de e-mails van bands die zichzelf promoten en proberen om een podiumplaats te bemachtigen in één van de muziekclubs. Uiteraard is het onbegonnen werk voor de programmatoren om naast het andere werk ook nog eens dagdagelijks +/- 30 bands te beluisteren... Het kan echter wel zijn dat er tussen die hele hoop toegezonden e-mails een band zit waarvan de naam herkenbaar in de oren klinkt omdat een collega, boeker,... de band bijvoorbeeld eerder aanraadt. Als dit laatste het geval is, dan is de kans veel groter dat er ook effectief geluisterd zal worden naar de inzending.

Advies van collega's of andere professionele spelers in de industrie die een band aanraadden, zorgen er dus ook voor dat de programmator de band zal beluisteren en in de gaten zal houden indien ze de band interessant vinden.

Naast het advies van collega's zei men ook dat het praten met jongeren invloedrijk kan zijn. Dat is tenslotte vaak een deel van de doelgroep en echte jonge muzikliefhebbers kunnen soms ook een streepje voor zijn.

Ook muziekwinkels kunnen nog een rol spelen bij het ontdekkingsproces. Kurt Overbergh van de AB gaat nog steeds op regelmatige basis naar platenzaken om daar nieuw materiaal van artiesten/bands in te slaan en daarnaast ook om nieuwe dingen te ontdekken.

Als laatste element (uiteraard zijn er meerdere elementen dan opgesomd), haal ik concerten aan. Het geldt niet voor alle programmatoren maar toch zijn er nog een aantal die het echt belangrijk vinden om ook zelf nieuwe artiesten te ontdekken door naar concerten te gaan kijken van relatief onbekende bands in kleine concertzalen.

Welke factoren bepalen de programmatie van de muziekclub/ het festival?

Welke factoren bepalen dan de programmatie, want het is niet omdat een programmator een band die goed klinkt online ontdekt, dat die ook meteen geprogrammeerd zal worden.

De meest aangehaalde factor die de geïnterviewde programmatoren naar boven brachten is: 'ik moet het goed vinden, het moet mij overtuigen.' Als de programmator niet zelf overtuigd is van een band dan zal die ook niet geboekt worden. Patrick Smagghe, programmator van de 4AD: "Het kan zijn dat een boeker die ik goed ken of een andere collega mij een band aanbiedt/aanraadt, dan zal ik die band uiteraard beluisteren. Vind ik de band niet goed, dan zal ik die ook niet programmeren. In feite kan ik de job als programmator heel eenvoudig omschrijven. Het is heel simpel, wij moeten zorgen voor ongelofelijk straffe concerten en daarnaast is de realiteit ook dat er moet gezorgd worden dat de zaal vol is.

³² Duyster en Select op Studio Brussel. (z.d.). <http://www.stubru.be/>

Hoe dan ook vind ik het buikgevoel van groot belang.” Dat buikgevoel geldt voor velen van de ondervraagde programmatoren als één van de hoofdfactoren bij het programmeringsproces.

Als tweede factor komt de intrinsieke waarde. Wat de groep zelf kan en de kwaliteit die ze brengen is van uiterst belang. De groep moet er staan, moet uitstraling hebben en moet wat op plaat staat ook live kunnen brengen. Als programmator is het echter niet mogelijk om elke groep live aan het werk te zien. Een voorbeeld: als een programmator graag een Australische band geboekt had in zijn club omdat dit een band is die hem via een bepaalde weg in het oog sprong, dan is het niet altijd mogelijk om die eerst live aan het werk te zien alvorens die te boeken. Stel dat dit een band is die matig bekend is en een eerste tour start doorheen Europa, dan laat de programmator de kans beter niet liggen om de band op dat moment te boeken (dan kan het nog aan een aanvaardbare prijs). Er wordt dan vooral via YouTube en andere middelen gekeken of de band live goed is. Uiteraard neemt dit niet weg dat het *altijd* beter is toch de band eerst live te zien, maar het is gewoon niet altijd mogelijk.

Uiteraard moet wat de band/artiest van genre brengt ook passen in de programmering van de club/het festival. Dit zowel wat de muziek betreft als wat de mission statement van de club/ het festival betreft. Zo gaf Kurt Overbergh het voorbeeld dat de AB een Nederlandstalig huis is en dat dan ook verwacht wordt dat er een bepaald percentage aan Vlaamse artiesten geprogrammeerd wordt. Bij de AB ligt dit percentage rond de 37 procent. Clubs dienen ook rekening te houden met hun mission statement. Zo is het niet evident om 9 hip hop avonden (kan ook een ander genre zijn) te programmeren als het geen specifiek ‘hip hop huis’ is. Het publiek zou daar dan te klein voor zijn.

In vele gevallen wordt ook wel gekeken of een artiest/band al dan niet airplay gekregen heeft op de radio/tv en al een zekere bekendheid verworven heeft. Dit is belangrijk omdat dit voor een grotere publieksopkomst kan zorgen. Er kan al eens een minder bekende act geprogrammeerd worden, maar dan moet daar wel rekening mee gehouden worden in de begroting en dan vangt men dit vaak op met een grotere naam op een ander tijdstip.

Naast de opgesomde factoren zijn er ook een aantal praktische zaken waar rekening dient mee gehouden te worden. Wanneer de club/het festival een datum uitgestippeld heeft voor een band die dan perfect in het plaatje past, dan moet de band uiteraard ook beschikbaar zijn. Geld speelt ook een rol, als de groep niet betaalbaar is of meer geld vraagt dan de programmatoren hier oorspronkelijk voor voorzien hadden, dan kan het zijn dat de groep niet geboekt wordt.

Als we nog even samenvatten dan kunnen we stellen dat de invloed van een showcasefestival op een clubprogrammator of een festivalprogrammator min of meer gelijk is. Hoewel hun dagelijkse werking dus verschillend is, zijn beiden wel aanwezig om ‘nieuw artistiek talent’ te ontdekken en het een plek te geven in de club of op het festival.

4.3. Return/invloed op de artiest

Gebaseerd op mijn interviews met managers van artiesten, organisatoren van showcasefestivals, organisatoren bij een standaard muziekfestival, programmatoren bij muziekclubs.

4.3.1. Hoe beïnvloedt een showcasefestival de artiest?

Hoe kan een showcasefestival een artiest/band beïnvloeden en hoe is dat verschillend van andere evenementen zoals een rockconcours of een standaard muziekfestival?

Als we '4 2' doorlezen, kunnen we stellen dat een showcasefestival een zekere invloed uitoefent op artiesten. Als de artiest een optreden kan verzorgen, dan ontstaat de kans dat nieuwe deuren zich openen bij verschillende aanwezige professionals (vb. een spot op een internationaal festival). Een manager aanwezig met band streeft er naar om dié doelen te vervullen die kansen bieden aan de artiest. Een programmator zal in hoofdzaak aanwezig zijn om bands te spotten die het waard zijn in de club te spelen,... Een positieve invloed dus, zowel voor de professionals als voor de artiest.

Hoe verschilt de invloed van een showcasefestival met een rockconcours of een standaard muziekfestival?

Een showcasefestival biedt veel meer kansen op internationaal niveau dan een rockconcours. De groepen die een nationale rock rally winnen kunnen vaak heel wat speelkansen versieren (in hoofdzaak) binnen de eigen landsgrenzen. Het is dus vooral een nationale bekendheid die hieruit voortvloeit. Sommige bands proberen hier echter nog een stap verder te gaan en spelen nauwelijks een jaar na hun overwinning op een internationaal showcasefestival. Het kan dan echter zijn dat ze ondanks hun 'grote' nationale bekendheid niets uit het showcasefestival halen. Dat kan zijn omdat de band er nog niet klaar voor was om in zo'n vroeg stadium al buiten eigen landsgrenzen te treden, maar het is evengoed mogelijk dat de professionals aanwezig niet voldoende interesse hadden in de band. Een showcasefestival wint men ook niet echt, een rockconcours wel.

Een deelname als artiest aan een showcasefestival moet dus zeer goed voorbereid zijn zodat de kansen groter zijn dat de vooropgestelde doelstellingen vervuld worden. De nodige professionele omkadering kan hier ook een grote rol spelen. Werkt de artiest reeds samen met een bekende boeker, manager,... dan kan kunnen zij hem helpen aan een groter publiek op het showcasefestival omdat ook zij andere relevante professionals zullen aansporen om het optreden te komen bijwonen.

Zowel op een rockconours als een showcasefestival worden dus kansen aangeboden, maar dit op een ander niveau. Een band kan deelnemen aan een rockconours, in de top 3 belanden en daardoor omkadering krijgen (manager, boeker,...). Dat is het begin van professionele ondersteuning en mogelijk nationaal succes. Een band kan daarentegen ook deelnemen aan een showcasefestival (meestal is de band dus al voor een deel omkaderd en verder gevorderd dan bij een rockconours) en daar opgemerkt worden door een internationale programmator, organisator, boeker,... Dat is dan vaak de start van een internationale carrière.

Een showcasefestival is in tegenstelling tot een rockconours en een standaard muziekfestival ook een netwerkevenement. Het netwerken kan zelfs zo'n danige invloed hebben op de artiest dat deze geboekt wordt zonder dat de professional in kwestie de band live aan het werk zag op het showcasefestival. Dit komt omdat er na de optredens erg veel nagepraat wordt over de beste acts. Uiteraard zorgt dit voor een enorme boost van de carrière van de artiest.

Voor zowel een rockconours als een showcasefestival is het echter zo dat de kansen die aangeboden worden niet gelden voor alle bands. Niet allemaal zullen ze er succes uit halen en sommige bands zijn dan ook erg teleurgesteld omdat het voor hen niet mocht zijn.

Conclusie: Vooral voor de opstart van een carrière is een rockconours of showcasefestival uitermate interessant. Een rockconours kan zorgen voor nationaal succes, een showcasefestival voor internationaal succes maar beiden kunnen ze het niet garanderen. Het is dan ook aan de band/artiest zelf om zich te blijven bewijzen en te zorgen voor blijvend succes.

In bovenstaande hadden we het vooral over de kansen die een rockconours en een showcasefestival bieden, maar ook een standaard muziekfestival kan nog steeds voor ontdekkingen zorgen bij professionals. Op de meeste standaard muziekfestivals is er dan ook een professioneel luik ingericht op nationaal niveau waar clubprogrammators, festivalorganisatoren,... samen komen. Ook daar kunnen performances van relatief onbekende bands aanleiding geven tot bijvoorbeeld programmaties in een club.

4.3.2. Wat is de return van de deelname van een artiest aan een showcasefestival?

Wanneer een artiest/band de kans krijgt om op te treden op een showcasefestival dan kan hij er zeker van zijn dat er veel professionals aanwezig zullen zijn. Hij zal dan ook zoveel mogelijk de vooropgestelde doelstellingen proberen te realiseren. Dit kan gaan van het verkrijgen van een labeldeal tot het bekomen van een spot op een groot festival/club, het opstarten van een samenwerking met een buitenlandse boekingsagent, media-interviews krijgen, gespot worden door de belangrijke muziekblogs,...

Het kan echter ook tegenslaan, wanneer, ondanks een goed optreden, de juiste mensen op het juiste moment niet aanwezig waren etc. Dan zal dit een teleurstelling zijn voor de band. Anderzijds is het zo dat de manager van de band zal proberen te zorgen voor nieuwe contacten waarmee men aan de slag kan. Een deelname aan een showcasefestival levert dus rechtstreeks/onrechtstreeks in de meeste gevallen wel iets op.

4.3.2.1. Sterktes en zwaktes van een showcasefestival

Een showcasefestival biedt vele voordelen voor de artiest/band (en andere professionals), maar het kan ook dik tegenvallen en het kent ook zijn zwaktes.

Sterktes

Conferentieprogramma

Hoewel dit geen verplichting is volgens mijn bekomen definitie (zie pg 25) vormt een degelijk uitgewerkt conferentieprogramma vaak mee de sterkte van een showcasefestival.

Wat maakt een conferentiegedeelte sterk? De organisatie kan haar troeven uitspelen door een uniek programma samen te stellen waarbij actuele topics in de muzieksector aan het licht gebracht worden door geliefde en gevestigde professionals uit de sector. Als organisatie moet er naar gestreefd worden kwaliteit te brengen aan de gasten en hierop mag niet bespaard worden.

Kwaliteitsstempel

Een andere sterkte van een showcasefestival kan zijn dat door het aanbieden van een speelplaats aan een artiest/band op dat bepaalde festival, er een soort van 'kwaliteitsstempel' gedrukt wordt op de artiest/band. Dit is uiteraard vaker het geval wanneer ook het showcasefestival een gevestigde waarde is onder de professionals.

Internationaal netwerk

Showcasefestivals zijn meestal zeer goed georganiseerd en hebben een internationale uitstraling met professionele omkadering. Op een showcasefestival kan men als aanwezige professional dus heel gemakkelijk het internationale netwerk uitbreiden. Het is een plaats waar professionals in contact komen met elkaar op een manier die anders misschien onmogelijk zou zijn. De sociale factor is een groot succes in de beleving van het festival.

Vroeg gehyped

Op een showcasefestival worden heel veel bands in een zeer vroeg stadium geprogrammeerd. De bands in kwestie zullen op dat moment ook nog te boeken zijn aan een schappelijke prijs wat er voor zorgt dat de aanwezige professionals (ook van de kleinere clubs) de bands zouden kunnen boeken. Showcasefestivals, zeker de grote zoals SXSW, Eurosonic, ... kunnen dan ook een enorme boost betekenen voor de carrière van de artiest. Sommige bands worden in een héél korte tijd heel groot doordat er een soort van hype gecreëerd wordt rond dié bands die het meest opgevallen zijn op dergelijke festivals. Blogs zoals Pitchfork maar ook kranten, radioprogramma's, ... zullen volop recensies schrijven over die bands. Dit 'overweldigend' succes is echter maar weggelegd voor een klein gedeelte van het hele gama aan bands die er effectief een liveoptreden verzorgen.

Zwaktes

Programmatie = overaanbod

Bij grote showcasefestivals zoals Eurosonic ontstaat het gevaar dat een professional, die voor de eerste maal participeert, compleet verloren loopt in het ruime programma-aanbod van het festival. Sommige showcasefestivals zijn zeer groot maar communiceren erg zwak naar het publiek toe op het event zelf. Daarbij kan het gaan over onoverzichtelijke programma's, weinig aanduiding/informatie,... Het is mogelijk dat hij 1 à 2 jaar nodig heeft om te begrijpen hoe het allemaal in zijn werk gaat, en dat hij pas het 3^{de} jaar resultaat boekt. Dit speelt uiteraard meer mee als hij nog jong is en nog maar net in het muzikale beroep terecht gekomen is. Het vergt dus een enorm goede voorbereiding.

Het gebeurt wel vaker dat er een overaanbod geprogrammeerd wordt aan zowel conferentiegedeelte als optredens. Er zijn dan zo veel acts en sessies dat hij 'door het bos de bomen niet meer ziet'. De professional verliest hierdoor ook kansen. Stel: hij wil een bepaalde lezing bijwonen maar ondertussen zijn er op 20 andere plaatsen interessante bands aan het performen.... Er moeten dan keuzes gemaakt worden waardoor bepaalde kansen kunnen verloren gaan, ook het netwerken wordt hierdoor moeilijker (grotere spreiding).

Ergens schuilt er achter dit probleem wel een logica. Tegenwoordig is er namelijk (hoofdzakelijk) in de pop&rock scene een overaanbod aan muziek. De technologie is immers zover geëvolueerd dat het voor iedereen mogelijk is om zijn/haar muziek te uploaden en kenbaar te maken voor de volledige aardbol. Dit neemt echter niet weg dat het misschien beter zou zijn, zoals ook Lode Pauwels van De Zwerver aanhaalde, om enkel de echt relevante bands te programmeren en de mindere relevante bands op een later tijdstip of niet te programmeren. Ook Kurt Overbergh van de AB sluit aan bij die mening want hij haalde aan het jammer te vinden dat men op een showcasefestival soms groepen ontdekt in een té vroeg stadium. Het wordt dan een automatisme om de groep in kwestie als 'afval' te beschouwen, terwijl het perfect mogelijk is dat de groep één of twee jaar later alsnog echt doorbreekt.

Kurt Overbergh (AB) haalde een voorbeeld aan waarbij hij ooit een band live aan het werk had gezien op een showcasefestival en waarvan hij echt het gevoel had dat die band er nog niet klaar voor was. Het was simpelweg niet oké. Die band wordt dan als het ware in de afvalbak gegooid en er werd verder geen tijd meer in gestoken. Later sprak een collega van Kurt hem aan over de band in kwestie. Omdat Kurt het advies van zijn collega aannam, beluisterde hij de band opnieuw. Hij was omvergeblazen doordat het zo goed was. Indien de collega niet zou tussengekomen zijn in het verhaal, zou Kurt de band misschien nooit herontdekt hebben. En dit omdat het eerste optreden op een veelbelovend showcasefestival niet oké was.

Het feit dat er effectief groepen zijn die in een té vroeg stadium geprogrammeerd worden, heeft waarschijnlijk wel te maken met één van de volgende factoren:

- Bands die op een showcasefestival staan moeten hoe dan ook al iets te betekenen hebben op nationaal niveau in hun eigen land. Dit wil echter niet zeggen dat de band/artiest in kwestie ook effectief klaar is om een internationaal verhaal op te starten. Een voorbeeld kan zijn dat iemand die een rockconcours wint, in een jaar tijd erg bekend wordt in eigen land. Er is ambitie en de goesting is er om internationaal door te breken. Het zou dan goed kunnen dat de groep dit onderschat had, en nog te onervaren is om effectief verwachtingen in te lossen op een showcasefestival. Een goed voorbeeld om dit te illustreren: een aantal jaren geleden was er de band X die het op een gemiddelde leeftijd van 14 schopten tot in de finale van Humo's Rock Rally. De jongste finalisten ooit. Een 4-tal jaar later namen ze deel aan South By Southwest nog steeds op erg jonge leeftijd dus, maar met een minimum voorbereiding. De band kon slechts 1 optreden versieren in een café dat daar niet voor geschikt was en met een publiek dat slechts bestond uit een +/- 20-tal personen. Dat is natuurlijk niet de bedoeling van een showcasefestival. Als een band wil overwegen om zo'n reis te maken, dan moet die er dankbaar gebruik van maken om zoveel mogelijk professionals uit te nodigen, liefst met omkadering op de been te vertrekken en minstens een 3-tal optredens te versieren.
Een andere Belgische band maakte wel zorgvuldig gebruik van hun optredens op SXSW en hebben nu ook een stevige internationale carrière op gang getrokken. Een deelname aan een showcasefestival staat of valt dus met een goede voorbereiding.
- Bijna elk showcasefestival moet/wil een minimum aantal bands programmeren uit eigen land. Stel dat dit 10 bands zijn, dan moet de programmator in kwestie ieder jaar opnieuw 10 bands selecteren. Dat is een groot getal, zeker als het een klein land betreft. Dat kan dan leiden tot af en toe een mindere kwaliteit in de programmatie van de line up.

Presentatie/podia

Ook de presentatieplekken waar de groepen moeten performen zijn soms een zwakte. Niet alle plaatsen/podia waar de bands optreden zijn even dankbaar. Dat kan ook een reden zijn waarom een manager een band niet wil laten optreden op een showcasefestival. (Bv. kleine restaurants, pubs met een slechte geluidsinstallatie, slechte akoestiek,...)

Succes = geen garantie

De succesfactor voor de volledige carrière van de artiest kan nooit gegarandeerd worden. De hype die gecreëerd wordt is immers niet altijd even voordelig voor elke groep want niet iedereen kan hiermee om, zeker als het succes in een later stadium keert. Laten we nog even het voorbeeld aanhalen van Patrick Smagghe (4AD) met de band 'Uzjsmedoma'.

Hij vertelde dat ze de band Uzjsmedoma geboekt hadden in de 4AD, 2 jaar alvorens ze in de top 3 belandden van South by Southwest.

De band is echter nooit volledig doorgebroken, ondanks het feit dat het volgens Patrick Smagghe nog steeds een fantastische band is. De relevantie is dus soms wat zoek bij een showcasefestival. Succes kan je nooit garanderen, ook niet met een showcasefestival, tenzij binnen de pop&rock als manager x, boeker y en platenfirma z, de handen in elkaar slaan. Maar dat brengt ons bij een machineverhaal dat commercieel is.

Een hype kan dus zijn voordelen hebben maar het kan ook veel groepen dieper in de put helpen, veel hangt af van hoe de band hier zelf mee omgaat, en dit is soms onvoorspelbaar.

4.4. Schets toekomstperspectief showcasefestivals

Gebaseerd op mijn interviews met managers van artiesten, organisatoren van showcasefestivals, organisatoren bij een standaard muziekfestival, programmatoren bij muziekclubs.

4.4.1. Een blik in de toekomst

Hoe zit het met de verdere evolutie van showcasefestivals? Zullen er nieuwe ontstaan, zullen er verdwijnen? Is er ruimte voor nieuwe concepten?

Wat het huidige aanbod aan showcasefestivals betreft zijn al mijn geïnterviewden het er over eens dat er zeker voldoende showcasefestivals bestaan. Het aanbod hoeft zich niet uit te breiden, en wat de programmatie betreft wenst men dat er wat doordachter geprogrammeerd zal worden.³³by:Larm is een mooi voorbeeld hiervan want zij programmeren niet té veel bands en laten iedere band verschillende keren performen. Dit zorgt er voor dat de bands zichzelf goed kunnen presenteren en dat de aanwezige professionals met niet te veel overlappings zitten en bijna alle artiesten aan het werk kunnen zien.

Showcasefestivals zullen zeker blijven bestaan, de live-factor is dan ook belangrijker dan ooit in onze maatschappij waar er veel gedownload wordt en nog weinig platen verkocht worden. Niet alleen voor de bands is het een noodzaak, maar ook voor de professionals om hun internationale netwerk te kunnen behouden. Dat wil echter niet zeggen dat elk bestaand showcasefestival met zekerheid zal overleven. Een belangrijke factor hiervoor zou kunnen liggen bij een tekort aan subsidies. Er wordt wel vaker gediscussieerd over het oneerlijk verdeelde subsidiebudget want er wordt regelmatig eens gesnoeid bij cultuur/muziek.

Er zullen dus showcasefestivals verdwijnen. Door factoren zoals vermindering van het subsidiebudget, overlapping qua programmatie met grotere showcasefestivals,... moeten de organiserende teams van een showcasefestival zorgen voor een duidelijke profilering van het festival. Dat kan zijn door bijvoorbeeld een focus te werpen op een bepaald onderwerp uit de sector waarrond nog maar weinig showcasefestivals iets doen. Bovendien moet er gezorgd worden voor een uitstekende programmatie. Voorbeelden kunnen zijn Eurosonic die zich focust op de live-industrie in Europa, een ander showcasefestival zou zich bijvoorbeeld kunnen richten op het Oostblok en ga zo maar door.

³³ Algemene info by:Larm. (z.d.). <http://www.bylarm.no/>

Uiteraard zullen er ook nieuwe showcasefestivals ontstaan, en vermoedelijk ook nieuwe concepten. Niemand weet wat de toekomst brengt maar we kunnen wel stellen dat vele gevestigde waarden al op de proppen gekomen zijn met vernieuwend materiaal in het programma. South by Southwest bijvoorbeeld, heeft er een volledig interactief gedeelte bij. Er wordt hierbij dan ondermeer gefocust op hoe muziek online wordt aangeboden (streaming services, social media,...). Ook Eurosonic doet iets met interactiviteit. Zij reiken namelijk 'The interactive awards' uit: die gaan naar de bands die het meest succesvol zijn omgegaan met sociale media/internet.

Mogelijks worden sommige showcasefestivals ook exclusiever en niet meer toegankelijk voor gewoon publiek maar enkel voor professionals. Dit zou de ticketprijs hoog doen oplopen maar zou er wel voor kunnen zorgen dat enkel de meest relevante personen uit de muziekindustrie met elkaar verzamelen. Nu dreigt het immers soms over te lopen van het aantal deelnemers en wordt het moeilijker om elkaar te bereiken en te netwerken terwijl dat toch tot de essentie van een showcasefestival behoort.

Niemand kan voorspellen wat de toekomst brengt maar kort samengevat lijkt het er op dat er showcasefestivals zullen verdwijnen, er zullen er groeien, er zullen nieuwe showcasefestivals ontstaan en er zullen mogelijks ook nieuwe concepten ontstaan.

4.5. Organisatie van het showcasefestival

*Gebaseerd op mijn interviews met organisatoren van showcasefestivals en online research.
Maarten Quaghebeur, organisator Glimps/ Robert Meijerink, medeorganisator Eurosonic.*

4.5.1. Opstart nieuw showcasefestival

Tegenwoordig heeft bijna elk land een showcasefestival. Volgende redenen zullen waarschijnlijk aan de grondslag van de beslissing gelegen hebben bij de organisator.

- Nieuwe artiesten voorstellen zowel nationale als internationale aan de aanwezige professionals, met de bedoeling om meer visibiliteit rond hen te creëren. Meer media-aandacht, een internationale carrière opgang trekken,...
- Informatie verzamelen aan de hand van een conferentiegedeelte (bijna altijd aanwezig). Dit zorgt voor een uitwisseling van ideeën, professionals onder elkaar.
- Sectorontmoeting, professionals uit de muziekindustrie ontmoeten elkaar op een manier die anders vrij onmogelijk is.

Afhankelijk van het organiserende team zal er gewerkt worden met een andere visie. Sommigen organiseren graag extreem groot anderen organiseren dan weer redelijk klein omdat ze geloven in de meerwaarde van kleinere dingen voor artiesten en professionals. Zoals eerder vermeld zal er ook altijd een andere focus zijn, dit kan variëren van muziek, land, werelddeel,...

4.5.1.1. Doelgroepen

Een showcasefestival richt zich in hoofdzaak op de professionals uit de muziekindustrie. Boekers van festivals en clubs, directeuren en werknemers van festivals en clubs ,... Afhankelijk van waar men de focus op legt bv. live-industrie (Boekers, promotors, programmatoren, publishers,...). zullen dus ook andere professionals uit de sector vertegenwoordigt zijn.

Ergens moet er een soort van doorsnede getrokken worden betreffende de verdeling van de aanwezige pro's. Meestal wordt er dan ook gezocht naar een vertegenwoordiging die relevant is, zo kan een showcasefestival die zich op Europa focust volgende regelstelling hanteren: deelnemers uit elk Europees land zijn mogelijk, maar afhankelijk van de grote van het land worden meer of minder professionals toegelaten. Dit zorgt er voor dat de limiet van het aantal deelnemers niet overschreden wordt (bv. max capaciteit van het festival = 5000 man) en dat er een evenredige verdeling ontstaat, evenveel kansen.

Naast de aanwezige professionals is de gewone bezoeker vaak ook welkom. Hier wordt dan gemikt op de muzikliefhebber die openstaat voor nieuwe muziek. Het is eerder niche, het gaat namelijk verder dan 'ik vind muziek leuk', een echte muzikliefhebber gaat op ontdekking en heeft bij wijze van spreken ook een mening over hoe een lied in elkaar zit.

4.5.1.2. Bepaling inhoud conferentiegedeelte

Indien er sprake is van een conferentiegedeelte, dan zullen de topics die er besproken worden te maken hebben met de focus waar het showcasefestival zich op richt. Neem nu als voorbeeld Eurosonic, op het gebied van de muziekconferenties waren zij de eerste die zich richtten op het livecircuit. Promoters, festivalorganisaties (o.a. ³⁴yourope = European Festival Association),... verzamel(d)en rond de tafel om er te praten over de topfestivalacts van elk land en hoe ieder zijn voordeel kon/kan halen,... Tijdens hun conferentie presenteren ze ook tal van techbedrijven zoals YouTube, Soundcloud, Sonkick, Last.fm,... zo willen ze technologie (nóg) sterker verbinden met muziek.

Uiteraard is een conferentiegedeelte elk jaar anders, er wordt gekeken welke topics actueel zijn, wat er nog niet besproken is en wat interessant zou zijn om te bespreken. Bovendien moeten daar ook nog eens interessante sprekers voor bepaald kunnen worden.

Een conferentiegedeelte zorgt toch wel voor een meerwaarde, want als de moeite gedaan wordt om professionals vanuit andere landen samen te brengen dan kan er gediscussieerd worden over topics in een veel meer open blik.

4.5.1.3. Bepaling programmatie

Hoe worden nieuwe artiesten opgemerkt?

Er zijn verschillende manieren om nieuwe artiesten te ontdekken, laten we ze opdelen in 2 grote categorieën. Enerzijds is er de zoektocht die men zelf opstart en anderzijds zijn er externen die tips en informatie verschaffen.

Eigen zoektocht

Uiteraard zullen programmatoren van een showcasefestival zelf opzoek gaan naar nieuwe en verfrissende acts die ze kunnen boeken voor het showcasefestival. Daarbij maken ze dan gebruik van het internet, radiostations, muziekbladen, journalisten, platenzaken, festivals,...

Externe tips en informatie

Uiteraard is het niet evident om op eigen houtje een programmatie van +/- 400 acts samen te stellen, zeker niet bij relatief onbekende bands en nog minder als het een internationale line-up betreft. Programmatoren werken dan ook regelmatig samen met heel wat (buitenlandse) partners. Dit zijn onder andere belangrijke (internationale) radiostations die een zicht hebben op wat in hun land in aantrek is. Vaak krijgen de radiostations dan ook een aantal spots om op te vullen met die artiesten. Eurosonic werkt bijvoorbeeld samen met de ³⁵EBU (European Broadcast Union), een belangrijke partner. Een EBU-station zorgt dan voor een suggestie uit hun thuisland (om een spot in te vullen).

³⁴ Algemene info over Yourope. (z.d.). <http://www.yourope.org/>

³⁵ Algemene info over EBU. (.z.d.). <http://www3.ebu.ch/home>

Verder worden er ook tips gevraagd aan muziekjournalisten, internationale clubprogrammatoren en wordt er nauw samengewerkt met exportbureaus van verschillende landen in Europa.

Wat ook steeds voor een aantal ontdekkingen zorgt, is de mogelijkheid voor de bands om zichzelf in te schrijven via de website. Bij een festival als Eurosonic levert dat jaarlijks zo'n +/-5000 inschrijvingen op waarvan er dan een aantal geselecteerd worden.

Hoe worden de artiesten voor het showcasefestival geselecteerd?

Niet elke artiest kan zomaar deelnemen aan een showcasefestival. Vaak zijn er wel enkele voorwaarden waaraan de artiest in kwestie zal moeten voldoen alvorens die geselecteerd zal worden en kans maakt om een plekje op het showcasefestival te veroveren. Uiteraard zijn er uitzonderingen maar vaak zullen één of meerder van volgende voorwaarden al in vervulling moeten zijn:

- Een artiest dient 'klaar' te zijn om te toeren met een 'goede', 'professionele' live show. Daar wordt niet mee bedoeld dat er veel spektakel zoals danseressen, lichtshow etc. aanwezig moet zijn, helemaal niet. Dit slaat gewoon op de overgave van het optreden van de artiest, het moet kwaliteit uitstralen.
- De artiest moet beschikken over voldoende ambitie om effectief een internationale carrière op te starten. Stel dat de artiest daarnaast ook nog een andere job beoefent, dan moet hij de keuze kunnen maken om fulltime artiest te worden. Dat is logisch ook want de kansen moeten gaan naar zij die er echt voor willen gaan en keihard voor willen werken. Het is namelijk onmogelijk om met een fulltime job naast een carrière als artiest, een internationale tour te starten.
- De artiest heeft in het vooruitzicht een album gepland, singlerelease,... Of heeft al eerder een album uitgebracht.
- De artiest heeft reeds het begin van een professionele entourage rond zich verworven. Bv. een manager, een boeker,... Uiteraard staat de muziek altijd op de eerste plaats, maar er zit ook een zakelijke kant aan om op een showcasefestival te spelen. Dit is niet altijd een vereiste maar zorgt er wel voor dat kansen stukken beter benut worden.
- De artiest heeft reeds airplay gekregen nationaal, media-aandacht verworven, een YouTube-hit, facebook-aandacht verworven, een aantal concerten gespeeld/festivals,...Dit alles uiteraard binnen de eigen landsgrenzen. Deze elementen spelen echter wel een kleinere rol dan bij een gewoon standaard muziekfestival. Het is dan ook de bedoeling van een showcasefestival om een blik in de toekomst te werpen met de muziek die geprogrammeerd wordt. De geboekte artiesten worden door de organisatie van het showcasefestival als interessant bevonden en het doel is om dit over te brengen naar het publiek van zowel professionals als gewone bezoekers. Op een standaard muziekfestival is het de bedoeling dat tenten van 5000 personen gevuld kunnen worden, bij een showcasefestival is dat niet zo. Vandaar dat het aantal 'likes' op een facebookpagina of YouTube-pagina,... een kleinere rol spelen, maar het helpt wel bij de beslissing. Op die manier ziet men namelijk wat de band aan zelfpromotie probeert uit te voeren en of er al iets aan de hand is rond de band nationaal (internationaal).

Op basis van bovenvermelde 'voorwaarden' zal een eerste grote selectie gebeuren. Wat wordt geprogrammeerd, wat niet, en om welke redenen. Na een eerste schiftingsronde zal een tweede schiftingsronde volgen waarbij men echt keuzes zal maken over welke artiesten zeker geprogrammeerd worden en welke artiesten geen spot krijgen dat jaar. Uiteraard zullen de beslissingen hier een stuk moeilijker verlopen omdat de eerste ronde nog te maken had met 'hoe sterk is de artiest, hoever heeft de artiest het al geschopt, en waar houdt hij zich mee bezig in de toekomst'. Ronde 2 gaat echter verder uitdiepen bij de betere overgebleven artiesten. Vaak werkt men dan ook met een programmacommissie (meerder programmators, collega's,...)die zorgt voor de eigenlijke selectie en is er dan 1 hoofd-programmator die een final-say heeft in het samenstellen van het programma. Afhankelijk van welke focus het festival legt in de programmering, zal men bijvoorbeeld ook rekening houden met het aantal 'toegelaten bands' per land als criteria bij de selectie.

4.5.1.4. Line Up

Eenmaal de selectie van artiesten gemaakt is, moet men uiteraard het programma goed ineen boxen. Dit zowel wat het artiestengedeelte als het conferentiegedeelte betreft. Er bestaat logischerwijze geen theoretische oplossing om te bepalen welke groep wanneer geprogrammeerd moet worden, wel zijn er een aantal andere punten waar men als organisatie rekening probeert mee te houden:

- De bedoeling is dat de aanwezigen een parcours kunnen uitstippelen op het festival, waarbij de kansen er zijn om zowel een deel van het conferentiegedeelte mee te pikken als optredens te bezichtigen van grotere en van kleinere bands. Een manier waarop je dit kan realiseren is door bijvoorbeeld een iets grotere act (die misschien al 1 kleine single met airplay uitbracht internationaal) in een goede en grotere locatie te plaatsen, en een kwartier daarna (=na de performance) een optreden te laten starten van een iets onbekendere band in een dichtbij zijnde locatie zodat de mensen daar automatisch naar afzakken. Het is een soort van evenwicht proberen schetsen in de line up.
- Er is geen headline-idee, wat wel zo is bij een standaard muziekfestival. Bij een showcasefestival is het zoals eerder vermeld meer een 'horizontale' programmering.
- Wat misschien nog een punt kan zijn om als organisatie rekening mee te houden is om het programma niet TE druk te maken, zodat er tijd is om even uit te rusten, om de professionals te laten kennis maken en vooral zodat er niet te veel overlappings zijn in het programma en punt 1 (hierboven) vervuld wordt.

4.5.1.5. Prijsbepaling (gewone bezoeker, pro, artiesten)

Als we de kostprijsbepaling even onder de loep nemen van een showcasefestival dan kunnen we stellen dat dit gewoon verloopt volgens het kosten-/batenprincipe. Men kijkt wat zijn de kosten en hoeveel opbrengst moet er zijn om het showcasefestival te kunnen realiseren en verder te zetten met eventuele verbeteringen in de toekomst. Het verschil met een gewoon standaard muziekfestival is echter dat de gewone bezoekers komen kijken naar bands die ze over de grote lijnen niet kennen. Het kan dus niet dat een showcasefestival de tickets even duur zal verkopen als een gewoon festival. Logisch ook want artiesten worden niet de volle pot betaald, verre van. Het is dus belangrijk dat tickets voor de gewone bezoeker een laagdrempelige prijs aanhouden.

De ticketprijs voor een 'professionele' bezoeker (delegate) is vaak veel duurder dan dat van een gewone bezoeker. De mogelijkheid is er om internationale collega's te ontmoeten, velen van hen nemen deel aan het conferentieprogramma of andere vrijblijvende zijactiviteiten zoals netwerklunches, recepties, ... en daar kruipt uiteraard veel tijd en geld in omdat allemaal piekfijn te organiseren. Een 'delegatespass' (ticket voor een professional) kost dus vaak een stuk meer.

Een aantal andere algemene punten waarbij rekening wordt gehouden bij de bepaling van de ticketprijs (zowel gewone bezoeker als professional) zijn volgende: situatie in de markt, de opkomst van vorige jaren, hoe snel het was uitverkocht, wat bezoekers geven als commentaar na het festival en wat de concurrentie doet.

4.6. Tips voor deelname artiest

Bent u zelf een artiest of speelt u in een band en wilt u graag gebruik maken van een showcasefestival als wipplank naar een internationale carrière? Houd dan zeker volgende aandachtspunten in het achterhoofd:

Als u deelneemt als artiest, dan krijgt u (of dit nu een internationaal of nationaal festival is) slechts een zeer kleine vergoeding of zelfs geen vergoeding. Vaak bedraagt de vergoeding een €300 à €400. Denk dus zeker na over de keuze tot deelname moest het een internationaal showcasefestival betreffen, want hoogstwaarschijnlijk zal het meer kosten dan u er op dat moment aan verdient. Tips om de kosten te verminderen kunnen zijn:

- Zorg voor minstens 3 optredens, zodat u uzelf als artiest/band goed hebt kunnen profileren aan het publiek
- Koppel het optreden aan een kleine tournee. Stel u neemt deel aan Eurosonic, zorg dan voor een aantal extra optredens doorheen het land. Dat kan vaak in de kleine clubs en helpt u soiso bij het uitbouwen van internationale bekendheid.

Alvorens u als artiest deelneemt, moet u wel beseffen dat het heel wat helpt als u in eigen land al iets betekent. Dit kan zijn omdat u recent een eerste single/album uitbracht. U kunt een YouTube-hit gescoord hebben,... Het is toch wel een voorwaarde omdat een showcasefestival de bedoeling heeft de opstart van een internationale carrière te versoepelen, dus niet die van een nationale. Daarvoor moet u bij de rockrally's zijn.

Zorg er zeker voor dat u beschikt over een uitstekende live-reputatie en indien u al een plaat uitgebracht hebt, u die ook even goed live kan brengen op het podium. Wees ook origineel, zo springt u boven andere artiesten uit.

Het is verder ook zeer handig (maar daarom niet altijd een vereiste) om reeds te beschikken over het begin van professionele omkadering. Bv. een manager, boeker,... Zij kunnen u erg goed helpen bij het realiseren van uw doelstellingen op een showcasefestival. Uzelf als artiest moet er voor zorgen dat u de aandacht trekt voor uw optreden(s), maar een manager kan bijvoorbeeld zorgen voor een grotere professionele publieksopkomst. Zij hebben reeds een groter netwerk uitgebouwd.

Indien u nog geen professionele omkadering hebt, is het van erg groot belang dat u uzelf de mond niet snoert, maar dat u voorbereid op de aanwezige professionals afstapt. Zorg er voor dat uw vooropgestelde doelstellingen vervuld kunnen worden en wees uw eigen bemiddelaar.

Breng ook steeds promomateriaal mee zodat u uzelf nog beter kunt 'verkopen'. Dit kan een single zijn, een album, een samenwerkingsproject, een link naar je website, een tshirt,...

Een laatste punt waarover u moet nadenken om uw deelname te bevestigen is de aanbieding van locatie en tijdstip. Misschien kunt u dit niet altijd vooraf weten, maar in elk geval moet u in het

achterhoofd houden dat de locatie waar u moet optreden soms echt geen geschikte plaats is. De akoestiek kan slecht zijn, de geluidsinstallatie kan slecht zijn,... Ook de timing is belangrijk.

Het is bijvoorbeeld niet aan te raden op een uur te spelen dat vele professionals iets gaan eten zijn op bv. een 'netwerklunch',...

Houdt dus rekening met alle bovenvermelde punten en wees doordacht in uw keuze tot deelname. Bent u niet zeker, dan is het misschien beter om een jaar te wachten om dan misschien wel deel te nemen met volle overgave. In elk geval biedt een showcasefestival heel veel mogelijkheden om een internationaal verhaal op te starten, maar onthoudt ook dat succes niet gegarandeerd kan worden voor een langdurige periode en dat u zelf als artiest steeds hard moet blijven werken om echt succes te behalen.

Besluit

De doelstelling die ik wou bereiken met dit eindwerk was een goed beeld te schetsen van wat een showcasefestival precies inhoudt en hoe het een invloed uitoefent op de muzieksector. Daarmee wou ik graag kunnen duiden wat het kan opbrengen voor een artiest en hoe het zowel de artiesten als de professionals tewerk gesteld in de muzieksector kan beïnvloeden.

Dankzij de vele interviews die ik afnam met clubprogrammatoren, festivalprogrammatoren, artiestmanagers en organisatoren van showcasefestivals, heb ik een vrij goed resultaat bereikt om de vooropgestelde doelstelling te halen.

Ik heb een definitie kunnen opstellen die het concept van een showcasefestival verduidelijkt naar zowel jongeren, ouderen,... maar vooral naar artiesten, bands en jonge professionals in de muziekindustrie.

Een verkorte versie van de definitie, dit is wat een showcasefestival omvat:

‘Een showcasefestival is een muziekfestival die een podium biedt aan ‘nieuw’ aanstormend talent. De artiest/band die optreedt, moet klaar zijn om buiten de eigen landsgrenzen te treden, er moet internationale ambitie aanwezig zijn. Een showcasefestival biedt geen zekerheid op succes, maar het kan het er voor zorgen dat een band opgevangen wordt door een breed netwerk aan muziekprofessionals en vaak opent het ook kansen tot het uitbouwen van een internationale carrière.

Het is een plek waar vele muziekprofessionals samenkomen van over de hele wereld. U kunt het dus ook een ‘trend-netwerk event’ noemen waarbij naast muziek ook het netwerken even belangrijk is. Het kan zijn dat er een conferentiegedeelte aanwezig is, en meestal is dit ook zo, maar dit is geen verplichting.’

Invloed op artiesten en professionals

Het is zeker dat een showcasefestival een rol kan spelen bij de opstart van een internationale carrière van een artiest en dat het ook een invloed uitoefent op het beroep van de aanwezige muziekprofessionals.

Artiesten die deelnemen aan een showcasefestival en zich hier erg goed op voorbereiden (uitnodigen van relevante professionals, promomateriaal, meerdere optredens inplannen,...) maken een vrij grote kans om vooropgestelde doelstellingen te bereiken. Als er een goede voorbereiding is en de artiest voldoet aan de voorwaarden vooropgesteld door het showcasefestival, dan zou het wel eens kunnen dat er deals gesloten worden met internationale boekingsagenten, internationale club-/festivalprogrammatoren, platenlabels,.... Daarnaast levert een goed optreden ook lovende recensies op, interviews, facebook- en twitterheisha, YouTubehits,...

Ook voor de aanwezige professionals op een showcasefestival is het van uiterst belang een goede voorbereiding te treffen zodat ook zij hun doelstelling in maximale waarde kunnen behalen. Dit is waar voor hen de jacht start op een nieuwe artiest onder het platenlabel, een nieuwe act op het festival/in de club,... Ze ontmoeten er hun internationale collega's op een manier die anders vrijwel onmogelijk is en krijgen er de kans om te netwerken. Er kan onderhandeld worden, gepraat worden over wat nieuw en hip is, wat actueel is in de muzieksector,...

Naast het optredengedeelte is er ook bijna altijd een conferentiegedeelte waar men als professional kan aan deelnemen. Vooral voor jonge professionals of voor zij die minder rechtstreeks te maken hebben met artiesten zelf, kan dit interessante informatie opleveren. Actuele topics uit de muziekindustrie worden er besproken gaande van nieuwe technologieën waarmee men muziek kan aanbieden, regelgeving van geluidsnormen,... tot manieren om bijvoorbeeld de ecologie, ticketcontrole, verzamelen van bezoekersgegevens op muziekfestivals nog beter te organiseren.

Een zeer interessante bijeenkomst dus dat zowel kansen oplevert voor jonge muzikanten als voor professionals uit de muzieksector.

Voorwaarden om deel te nemen aan showcasefestival

Wilt u deelnemen aan een showcasefestival als artiest, zorg dan voor een goede voorbereiding. Stel duidelijke doelstellingen voorop. Wat wilt u bereiken?

Het helpt wanneer u in eigen land reeds succes gehaald hebt. Een album in het vooruitzicht kan zeker geen kwaad, breng promomateriaal mee, verkoop uzelf. Maak dankbaar gebruik van de kans en nodig zoveel mogelijk relevante professionals uit. Zorg dat u live evengoed bent als op YouTube, plaat,... Zorg ook steeds dat u een goede plek en tijdstip hebt uitgekozen en verzorg meerdere optredens. Dit alles versterkt uw kansen om de vooropgestelde doelstellingen te bereiken.

Ook voor een deelname als professional zorgt u voor een uitstekende voorbereiding met doelstellingen die u wilt behalen. Maak afspraken met de 'internationale collega's' op voorhand, zo voorkomt u overlappingsen. Zorg dat u een schema klaar hebt met het programma dat u zal volgen de komende dagen. Zorg dat u weet wie welke band/artiest vertegenwoordigd. Zoek met andere woorden voldoende informatie op. Mis in elk geval geen kansen, want tijdens de periode van het showcasefestival lopen zoveel relevante mensen rond waarmee deals kunnen gesloten worden en doelstellingen kunnen behaald worden.

Mijn laatste woorden

Bent u echt gebeten door muziek zijnde als:

Wilt u als muzikant internationaal doorbreken, probeer dan zeker een deelname aan een showcasefestival te scoren maar zorg dat u voldoende in uw marge hebt om effectief de kansen waardig te zijn (goede voorbereiding, nationaal succes,..).

Zowel voor de jonge als voor de gevestigde professionals trek ik de conclusie dat een showcasefestival steeds interessante informatie kan opleveren, zij het door het ontdekken van nieuwe artiesten, door het meevolgen van het conferentiegedeelte of zelfs gewoon door de mogelijkheid om te netwerken met elkaar op internationaal niveau.

En bent u gewoon een grote liefhebber van muziek, ontdekt u graag nieuwe dingen? Neem dan zeker deel aan het 'gewone bezoekersgedeelte' waarbij u net zoals alle professionals de kans krijgt om de nieuwe groepen aan het werk te zien. Het is dan net een gewoon muziekfestival met het verschil dat er niet echt bekende artiesten zullen optreden, maar het vol verassingen zit.

Bijlagen

Interviewvragen showcasefestivals in de muziekindustrie

Doelgroepen

1. **Organisatoren van een showcasefestival**
2. **Programmatoren bij een standaard muziekfestival**
3. **Programmatoren bij een muziekclub**
4. **Managers van artiesten**

Bijlage 1

Organisator van een showcasefestival

I.I Showcasefestival algemeen bekeken

a. Wanneer is het showcasefestival precies ontstaan en vanuit welk idee?

b. Was het festival meteen een showcasefestival?

I Ja

Wat speelde hierbij een rol?

Hebben volgende elementen hierbij een rol gespeeld:

- Nieuwe artiesten voorstellen
- Nieuwe informatie verzamelen a.d.h.v. het conferentiegedeelte
- Netwerken
- Andere:...

II Nee

Wanneer kon men spreken van een showcasefestival?

Vanwaar de wending hiernaartoe en spelen volgende factoren hierbij een rol?

- Nieuwe artiesten voorstellen
- Nieuwe informatie verzamelen a.d.h.v. het conferentiegedeelte
- Netwerken
- Andere: ..

c. Hoe definieert u een showcasefestival?

d. Is er een conferentiegedeelte?

I Ja

Waarom wel?

II Nee

Waarom niet ?

e. Hoe wordt de inhoud van het conferentiegedeelte bepaald?

- f. Kunt u de evolutie omschrijven van uw showcasefestival: startjaar tot nu?
- g. Waar ligt de grens volgens u tussen een rockconours en een showcasefestival?
- h. Waar ligt de grens volgens u tussen een standaard muziekfestival en een showcasefestival?
- i. Wat is het bezoekersprofiel van het showcasefestival?
- j. Via welke mediakanalen wordt het festival bekend gemaakt?

I.II Doelgroep

- a. Op welke doelgroep(en) richt u zich?
- b. Wie zijn de aanwezige professionals ?
- l Kunt u de verhouding uitdrukken die de aanwezige subdoelgroepen t.o.v elkaar uitoefenen?
- c. Hoe worden de professionals uitgenodigd?
- d. Zijn er netwerken van professionals, beroepsverenigingen die worden uitgenodigd?

I.III Prijsbepaling

- a. Hoe wordt de prijs bepaald voor de gewone bezoeker als deze welkom is?
- b. Hoe wordt de prijs bepaald voor de professionele bezoeker?
- c. In welke mate wordt de artiest al dan niet vergoed?

I.IV Artiesten

- a. Hoe worden nieuwe artiesten opgemerkt?
- b. Hoe worden de artiesten voor het showcasefestival geselecteerd?
- c. Worden er bij de selectie van artiesten selectiecriteria gebruikt?

Spelen volgende factoren hierbij een rol:

- Artiesten zijn vertegenwoordigd in een management
- Artiesten zijn vertegenwoordigd door een boeker
- Exchange project
- Press releases

- Airplay
 - Media-aandacht
 - Facebook
 - Youtube
 - Concert/festival optreden
 - Cd release
 - Andere: ...
- d. In hoeverre speelt de track record van de artiest een rol bij de selectie?
- e. Hoe wordt de line-up bepaald? (m.b.t timing)
- f. Wat is volgens u de invloed van een showcasefestival op de artiest?
- g. Wat is de invloed van een showcasefestival op de muziekindustrie?
- h. In welke mate heeft een showcasefestival meer of minder invloed op een artiest dan een rockconours en een standaard muziekfestival?

I.V Toekomst showcasefestivals

- a. Kunt u een SWOT analyse schetsen rond uw festival? (sterktes, zwaktes, opportuniteiten en bedreigingen?)
- b. Hoe ziet u uw festival in de toekomst evolueren?
- c. Zijn er nog nieuwe concepten gepland rond uw showcasefestival?
- d. Is er een markt voor nieuwe showcasefestivals?

Bijlage 2

Programmator bij een standaard muziekfestival

I.I Showcasefestival algemeen bekeken

a. Welke showcasefestivals kent u ?

b. Heeft u al een showcasefestival bezocht ?

I Ja

Welke ?

II Nee

Waarom niet?

c. Hoe wordt u op de hoogte gebracht van een showcasefestival?

d. Welke factoren bepalen naar welk showcasefestival u zal gaan en spelen volgende elementen hierbij een rol:

- Nieuwe artiesten ontdekken
- Nieuwe informatie verzamelen a.d.h.v. het conferentiegedeelte
- Netwerken
- Reputatie van het showcasefestival
- Andere:...

e. Hoe bereidt u uzelf voor op het festival zelf? (artiesten wel/niet gaan bekijken)

f. Wat is in uw ogen de definitie van een showcasefestival?

g. Is een conferentiegedeelte verplicht om van een showcasefestival te kunnen spreken?

h. Waar ligt de grens met een rockconкурс en een showcasefestival?

i. Waar ligt het verschil tussen een showcasefestival en een standaard muziekfestival?

I.II Programmatie van het eigen festival

- a. Hoe komt u in contact met nieuwe artiesten?
- b. Welke zijn de middelen die u het vaakst hanteert om nieuw talent te ontdekken?
- c. Welke factoren bepalen de programmatie op uw muziekfestival?
- d. Welke rol speelt een showcasefestival bij de programmatie van uw muziekfestival?
- e. Hoeveel artiesten hebt u geboekt nadat u ze op een showcasefestival hebt gezien?

I Op basis van welke criteria?

Spelen volgende factoren hierbij een rol:

- Artiesten zijn vertegenwoordigd in een management
- Artiesten zijn vertegenwoordigd door een boeker
- Exchange project
- Press releases
- Airplay
- Media-aandacht
- Facebook
- Youtube
- Concert/festival optreden
- Cd release
- Andere: ...

- f. In welke mate heeft een showcasefestival meer of minder invloed op een artiest dan een rockconcours en een standaard muziekfestival?

I.III Toekomst showcasefestivals

- a. Hoe vindt u het aanbod van showcasefestivals? (veel, matig, weinig)
- b. Wat zijn hun sterktes en zwaktes?
- c. Hoe ziet u de toekomst van showcasefestivals?

Bijlage 3

Programmator bij een muziekclub

I.I Showcasefestival algemeen bekeken

- a. Welke showcasefestivals kent u ?
- b. Heeft u al een showcasefestival bezocht ?
 - I Ja
Welke ?
 - II Nee
Waarom niet?
- c. Hoe wordt u op de hoogte gebracht van een showcasefestival?
- d. Welke factoren bepalen naar welk showcasefestival u zal gaan en spelen volgende factoren hierbij een rol:
 - Nieuwe artiesten ontdekken
 - Nieuwe informatie verzamelen a.d.h.v. het conferentiegedeelte
 - Netwerken
 - Reputatie van het showcasefestival
 - Andere:...
- e. Hoe bereidt u uzelf voor op het festival zelf? (artiesten wel/niet gaan bekijken)
- f. Wat is in uw ogen de definitie van een showcasefestival?
- g. Waar ligt de grens met een rockconкурс en een showcasefestival?
- h. Waar ligt het verschil tussen een showcasefestival en een standaard muziekfestival?

I.II Programmatie van de muziekclub

- a. Hoe komt u in contact met nieuwe artiesten?
- b. Welke zijn de middelen die u het vaakst hanteert om nieuw talent te ontdekken?
- c. Welke factoren bepalen de programmatie in uw muziekclub?
- d. Welke rol speelt een showcasefestival bij de programmatie van de muziekclub?
- e. Hoeveel artiesten hebt u geboekt nadat u ze op een showcasefestival hebt gezien?

I Op basis van welke criteria?

Spelen volgende factoren hierbij een rol:

- Artiesten zijn vertegenwoordigd in een management
- Artiesten zijn vertegenwoordigd door een boeker
- Exchange project
- Press releases
- Airplay
- Media-aandacht
- Facebook
- Youtube
- Concert/festival optreden
- Cd release
- Andere: ...

- f. In welke mate heeft een showcasefestival meer of minder invloed op een artiest dan een rockconкурс en een standaard muziekfestival?

I.III Toekomst showcasefestivals

- a. Hoe vindt u het aanbod van showcasefestivals? (veel, matig, weinig)
- b. Wat zijn hun sterktes en zwaktes?
- c. Hoe ziet u de toekomst van showcasefestivals?

Bijlage 4

Managers van artiesten

I.I Showcasefestival algemeen

- a. Welke showcasefestivals kent u?
- b. Heeft u al een showcasefestival bezocht?
 - II Ja
Welke ?
 - III Nee
Waarom niet?
- c. Hoe wordt u op de hoogte gebracht van een showcasefestival?
- d. Welke factoren bepalen naar welk showcasefestival u zult gaan en spelen volgende factoren hierbij een rol?
 - Nieuwe artiesten ontdekken
 - Nieuwe informatie verzamelen a.d.h.v. het conferentiegedeelte
 - Netwerken
 - Reputatie van het showcasefestival
 - Promotie voor artiesten onder uw portfolio
Hoeveel procent van de artiesten die u heeft probeert u te promoten via een showcasefestival?
 - Andere: ...
- e. Hoe bereidt u zich voor op een showcasefestival?
- f. Wat is in uw ogen de definitie van een showcasefestival?
- g. Waar ligt de grens tussen een showcasefestival en een rockconкурс?
- h. Waar ligt de grens tussen een standaard muziekfestival en een showcasefestival volgens u?

I.II Invloed

- a. Hoe komt u in contact met nieuwe artiesten?
- b. Hoe bepaalt u met welke artiesten u in zee gaat?
 - I Welke rol speelt hierbij de intrinsieke waarde van de artiest?
 - II Spelen hierbij ook de volgende factoren een rol?
 - Press releases
 - Airplay
 - Media-aandacht
 - Facebook
 - Youtube
 - Concert/festival optreden
 - Cd release
 - Andere: ...
- c. Kunt u het percentage weergeven van de artiesten die u getekend hebt nadat u ze op een showcasefestival hebt leren kennen?
- d. Hoe beslis je om de artiesten uit uw portfolio via een showcasefestival te promoten?
- e. Wat is de return van de deelname van een artiest aan een showcasefestival in uw ogen?
- f. Wat is het verschil in return tussen een showcasefestival een rockconкурс en een standaard muziekfestival?

I.III Toekomst showcasefestival

- a. Hoe vindt u het aanbod van showcasefestivals? (veel, matig, weinig)
 - b. Wat zijn hun sterktes en zwaktes?
 - c. Hoe ziet u de toekomst van showcasefestivals?
-

Bronvermelding

Boeken

KEUNEN, G. (19-03-2013). Alternatieve Mainstream, LannooCampus. 288 pagina's.

Bijlagen

Interviewvragen per doelgroep: programmatoren bij een standaard muziekfestival, programmatoren van een showcasefestival, programmatoren bij een muziekclub, managers van artiesten

Brochure

Forword Eurosonic, emailbijlage, forworddocument ontvangen via email door HOUBEN., D. (19-03-2014)

MAMA2014_PLAQUETT, brochure, Organisatie MaMA, brochure ontvangen via email door VASSEUR., J. (07-03-2014)

Promotional Opportunities Eurosonic, brochure, Organisatie Eurosonic, brochure ontvangen via email door JANSEN., M. (29-11-2013)

Interviews

RUBBEN, E., Showcasefestivals in de muziekindustrie onderdeel artiestmanager, interview met DECOCK, M., Gent, (25-02-2014)

RUBBEN, E., Showcasefestivals in de muziekindustrie onderdeel artiestmanager, interview met VAN DE CRAEN, F., Gent, (17-02-2014)

RUBBEN, E., Showcasefestivals in de muziekindustrie onderdeel artiestmanager, interview met QUAGHEBEUR, M., Gent, (08-01-2014)

RUBBEN, E., Showcasefestivals in de muziekindustrie onderdeel clubprogramator, interview met OVERBERGH, K., Ancienne Belgique Brussel, (18-04-2014)

RUBBEN, E., Showcasefestivals in de muziekindustrie onderdeel clubprogramator, interview met PAUWELS, L., telefonisch,(07-03-2014)

RUBBEN, E., Showcasefestivals in de muziekindustrie onderdeel clubprogramator, interview met SMAGGHE, P., telefonisch, (10-03-2014)

RUBBEN, E., Showcasefestivals in de muziekindustrie onderdeel clubprogramator, interview met VANGHELUWE, T., De Kreun Kortrijk,(06-03-2014)

RUBBEN, E., Showcasefestivals in de muziekindustrie onderdeel festivalprogramator, interview met DESMET, M., Kortrijk, (13-05-2014)

RUBBEN, E., Showcasefestivals in de muziekindustrie onderdeel festivalprogrammator, interview met JANSSEN, E., telefonisch, (25-06-2014)

RUBBEN, E., Showcasefestivals in de muziekindustrie onderdeel organisator showcasefestival, interview met QUAGHEBEUR, M., Gent, (08-01-2014)

RUBBEN, E., Showcasefestivals in de muziekindustrie onderdeel organisator showcasefestival, interview met MEIJERINCK, R., elektronisch, (15-06-2014)

REIJMER, R., Programmeur Robert Meijerink fietst deze week als een gek door Groningen en zet zijn geld in op Milky Chance, interview met MEIJERINK, R., (15-01-2014)

Websites

'4AD' (z.d.). Geraadpleegd op 05-03-2014, op <http://www.4ad.be/>.

'AB HISTORIEK' (z.d.). Geraadpleegd op 10-04-2014, op <http://www.abconcerts.be/nl>.

'BOOMKAT' (z.d.). Geraadpleegd op 16-04-2014, op <http://boomkat.com/>.

'BY:LARM' (z.d.). Geraadpleegd op 16-04-2014, op <http://www.bylarm.no/>.

'CLUBCIRCUIT' (z.d.). Geraadpleegd op 20-11-2014, op <http://www.clubcircuit.be/>.

'DE KREUN' (z.d.). Geraadpleegd op 20-02-2014, op <http://dekreun.be/>.

'DE ZWERVER' (z.d.). Geraadpleegd op 01-03-2014, op <http://leffingeleuren.be/>.

DODDE, A. (z.d.). 'GESCHIEDENIS EUROSONIC – NOORDERSLAG'. Geraadpleegd op 10-10-2013, op <http://festival.eurosonic-noorderslag.nl/nl/>.

'DOUR' (z.d.). Geraadpleegd op 20-02-2014, op <http://www.dourfestival.be/live2014/>.

'EUROPEAN BORDER BREAKERS AWARDS' (z.d.). Geraadpleegd op 11-10-2013, op <http://www.europeanborderbreakersawards.eu/>.

'EUROPEAN BROADCASTING UNION' (z.d.). Geraadpleegd op 15-03-2014, <http://www3.ebu.ch/home>.

'EUROPEAN TALENT EXCHANGE PROGRAMME' (z.d.). Geraadpleegd op 10-10-2013, op <http://www.etep.nl/nl/>.

'FACT' (z.d.). Geraadpleegd op 16-04-2014, op <http://www.factmag.com/>.

'FEEST IN HET PARK' (z.d.). Geraadpleegd op 28-04-2014, op <http://www.feestinhethetpark.be/>.

'GLIMPS INFORMATION' (z.d.). Geraadpleegd op 12-10-2013, op <http://glimpsgent.be/>.

'GORILLA VS BEAR' (z.d.). Geraadpleegd op 20-04-2014, op <http://www.gorillavsbear.net/>.

'HUMO'S ROCK RALLY' (z.d.). Geraadpleegd op 10-01-2014, op <http://www.humo.be/rock-rally/nieuws>.

'KEREMOS' (z.d.). Geraadpleegd op 10-02-2014, op <http://www.keremos.be/>.

'MAMA 2013 KEY FIGURES' (z.d.). Geraadpleegd op 22-03-2014, op <http://www.mama-event.com/en> .

'NO FEAR OF POP' (z.d.). Geraadpleegd op 14-05-2014, op <http://nofearofpop.net/>

PISART, T. (15-01-2014). 'Eurosonic dag 1 met Coely, Kodaline, Royal Blood, Milky Chance e.a.'. Geraadpleegd op 17-03-14, op <http://3voor12.vpro.nl/radio/3voor12radio/uitzendingen/2014/januari/15.html> .

'PITCHFORK' (z.d.). Geraadpleegd op 14-05-2014, op <http://pitchfork.com/>.

'POPPUNT WIE DOET WAT' (z.d.). Geraadpleegd op 10-03-2014, op <http://poppunt.be/advies/popadvies/wie-doet-wat/>.

'PUKKELPOP' (z.d.). Geraadpleegd op 20-05-2014, op <http://www.pukkelpop.be/nl/>.

'REEPERBAHN ÜBER UNS'(z.d.). Geraadpleegd op 22-11-2013, op <http://www.reeperbahnfestival.com/meta-navi/ueber-uns/>.

'ROCKOCO' (z.d.). Geraadpleegd op 04-01-2014, op <http://rockoco.be/>.

'ROCK WERCHTER' (z.d.). Geraadpleegd op 15-04-2014, op <http://www.rockwerchter.be/en> .

'ROLLING STONE' (z.d.). Geraadpleegd op 10-05-2014, op <http://www.rollingstone.com/>.

'SPOT' (z.d.). Geraadpleegd op 15-12-2013, op <http://spotfestival.dk/>.

'STATISTICS FOR SXSW MUSIC 2013' (maart 2013). Geraadpleegd op 14-01-2014, op <http://sxsw.com/sites/default/files/attachments/SXSW%202013%20Factsheet.pdf>.

'STUDIO BRUSSEL' (z.d.). Geraadpleegd op 02-02-2014, op <http://www.stubru.be/> .

'SXSW HISTORY' (z.d.). Geraadpleegd op 17-12-2013, op <http://sxsw.com/>.

'THE GREAT ESCAPE INFO' (z.d.). Geraadpleegd op 03-02-2014, op <http://greatestescapefestival.com/>.

'TOMORROWLAND' (z.d.). Geraadpleegd op 24-03-2014, op <http://www.tomorrowland.com/global-splash/>.

VAN SHAICK, M. (winter 2012). 'Interactiviteit, awards en nieuw talent'. Geraadpleegd op 16-04-2014, op <http://www.bumastemra.nl/wp-content/uploads/BSM26.pdf> .

'WOLX' (z.d.) . Geraadpleegd op 05-02-2014, op <http://www.wolx.be/>.

'YOUROPE' (z.d.). Geraadpleegd op 12-03-2014, op <http://www.yourope.org/>.