



Afdeling OCSW/Beleid en Programmering
Onderwerp Popvisie

Bezoekadres
Europaweg 8

Postadres
Postbus 268
9700 AG Groningen

E-mailadres
info@ocsw.groningen.nl

Website
www.groningen.nl

Aan de leden van de raad van de gemeente Groningen

OS 10.2270972

Telefoon (050) 367 61 39 Bijlage(n) 1

Ons kenmerk

Datum 16 SEP 2010 Uw brief van

Behandeld
door F Saalbrink

Geachte heer, mevrouw,

Bij het vaststellen van de cultuurnota *Cultuurstad Groningen, gewoon bijzonder!* op 28 november 2008 vroeg u via een motie om een integrale visie op muziekpodia en muziekevenementen. Dit resulteerde in de eerste popvisie van de gemeente Groningen. Deze visie is klaar in conceptvorm en is nu voor inspraak vrij gegeven. Met deze brief informeren we u op hoofdlijnen over de visie.

Uitvoering motie

Wij trokken de opdracht van de motie breder door deze onderdeel uit te laten maken van een visie op de Groningse popsector in zijn geheel, besluitpunt 28 in de cultuurnota. De huidige en toekomstige werking van muziekpodia en muziekevenementen is namelijk niet te beoordelen los van de sector waarin zij bestaan. Podia en evenementen werken niet in een vacuüm, ze maken deel uit van een groter geheel. En hoewel popmuziek in de cultuurnota wel aan de orde komt, ontbrak het ons nog aan een eenduidige integrale visie. Bovendien ontstaat er zo meer samenhang tussen de beide beleidsterreinen. We hielden bij het schrijven van de visie ook rekening met uw vraag in juni 2008 om meer structurele aandacht voor *urban* en *dance* binnen de sector kunst en cultuur en de bijbehorende subsidiegelden. Voor de totstandkoming van deze visie is gebruik gemaakt van een klankbordgroep, interviews en twee bijeenkomsten.

Functies van de visie

De popvisie heeft een aantal functies:

- a) Er wordt een eerste stap gezet naar een integrale beoordeling van aanvragen van muziekpodia en –evenementen, zodat bij de vergunningverstrekking niet langer alleen gelet wordt op technische haalbaarheid en veiligheidsaspecten, maar ook op inhoud.

- b) Het belang van popmuziek in onze stad wordt benadrukt. En omdat we het belangrijk vinden dat popmuziek de ondersteuning krijgt die zij als volwaardige cultuurvorm verdient, bevat deze visie ook concrete beleidsvoornemens voor de popsector in zijn geheel.
- c) De inhoud is een opmaat voor de volgende cultuurnota.
- d) De inhoud vormt een kader voor de Programma's van Eisen waarmee de grootste popinstellingen vanaf 2011 te maken krijgen.

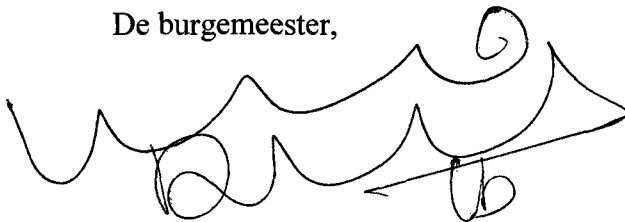
Procedure

Momenteel is de conceptvisie voor inspraak vrij gegeven. In week 40 is er een inspraakbijeenkomst over de popvisie. Wij bekijken na de inspraakperiode de reacties die de inspraak oplevert, en verwerken die waar nodig in de visie. De eindvisie bieden we u dan ter vaststelling aan.

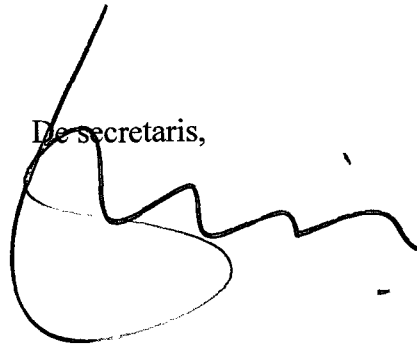
Wij vertrouwen erop u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd.

Met vriendelijke groet,
burgemeester en wethouders
van Groningen,

De burgemeester,



De secretaris,



**Popvisie gemeente Groningen
concept**

Anekdote bij een popvisie: autobiografie van een concertbezoeker

Vera. Simplon. Oosterpoort. Crowbar. Buckshot. De Spieghele. Huize Maas. Het Viadukt. Al die kroegen die tijdens Eurosonic ineens prachtige concertzaaltjes blijken te herbergen. Of de vijfverpartij van het Noorderplantsoen, tijdens Noorderzon het podium voor allerlei bijzondere bandjes. Groningen is rijk aan podia, de plek waar popcultuur voor oog en oor vorm krijgt. Dat is altijd al zo geweest ook, tenminste, zo ver als mijn herinnering strekt. En ik kom eigenlijk niet eens uit Groningen, maar uit een benauwend dorpje in het zuidwesten van Friesland.

Daar had Groningen een magische klank voor de ontluikende muziekmans in mijn puberborst. Jaren voor die podia voor mij bereikbaar werden, kwamen ze in mijn blikveld. Via het blad OOR, via stoere verhalen van oudere vrienden werd de roem verspreid. Van de schelmenstreken van Herman Brood, van de grote en minder grote buitenlandse bands die in Vera, Huize Maas of De Oosterpoort optraden, van de punkscene in Simplon. Joy Division, Simple Minds en U2, Sex Pistols, Ramones en Talking Heads, iets later Nirvana, Pearl Jam: bands die later nog héééél groot zouden worden, waren gewoon in zo'n Groninger zaaltje te zien.

Ik liep ze gretig af, underground in Vera en Simplon, jazz en impro in het Grand Theatre en op de Jazzmarathon in De Oosterpoort, de wat grotere bands in diezelfde zaal, nog groter in de Martinihal, reggae in Huize Maas. Sommige koppen zag, en zie, je bij allerlei soorten concerten weer terug. Vooral de programmeurs van de verschillende zalen lopen nog altijd graag bij elkaar binnen: om het glas te hijsen en om kennis te nemen van het moois dat de al of niet concurrerende collega's nu weer hebben binnengehaald.

Gelukkig zien we ook veel vers bloed in de concertzalen. Neem nou de uitverkochte concerten in De Oosterpoort, dit najaar, van Moke, Editors en Kytteman. Onder het publiek: veel lui die je zo snel niet in Vera aan zult treffen, bij de jeugdige Kytteman zelfs nadrukkelijk uiteenlopend van bloedjong tot eerbiedwaardig grijs. En, trouwens, ook bij concerten elders in de stad, in Vera of Simplon, is het publiek wel eens minder veelzijdig geweest. Pop is wijd verbreid onder de goegemeente, bij het rijkelijk aanwezige studentenpubliek en ver daarbuiten. Groningen heeft een goede naam, zeker ook bij muzikanten van over de hele wereld. Vooral Vera heeft bij hen een warm plekje. Hoe vaak ik na een interview wel niet de groeten aan Vera-programmeur Peter Weening heb moeten overbrengen als ik per ongeluk (dus niet) liet vallen waar mijn thuisbasis lag! Het mooiste compliment kwam nog van de radicale elektronica-act Autechre. Ik hoor het ze nog roepen: "Those people are *mental!*"

Zo wordt er met elk concert weer geschreven aan de rijke geschiedenis van Groningen als popstad. Elke band, elke DJ, elke rapper die langs komt is zo'n bouwsteen aan de reputatie van deze stad, aan de toekomst derhalve. Het is zaak om aan die toekomst de goede kaders te geven. Daarvoor is deze Popvisie bedoeld.

Jacob Haagsma
Popjournalist te Groningen

Samenvatting

De gemeentelijke popnota geeft een visie op de Groningse muziekpodia en muziekevenementen, en dient als kader voor nieuw te ontwikkelen beleid. De oorsprong van deze visie ligt in de vaststelling van de cultuurnota 'Cultuurstad Groningen, gewoon bijzonder' 2009-2013. De gemeenteraad heeft per motie aangegeven meer sturing te willen geven aan het popbeleid. Daarnaast kloppen nieuwe stromingen als 'urban' en 'dance' al geruime tijd aan de deur. Bij de totstandkoming van de nota is de sector zelf nadrukkelijk betrokken; verenigd in een klankbordgroep en in de vorm van interviews en werkbijeenkomsten.

Uit de analyse blijkt dat Groningen er prima voor staat. Groningen is na Amsterdam de podiumstad. De stad kent toonaangevende (inter)nationale festivals en kenmerkt zich door een breed georiënteerde lokale scene, waar ruimte is voor experiment en talent.

De ambitie van het college om tot de top 5 van de cultuursteden te behoren wordt, voor de discipline popmuziek, meer dan waargemaakt. Alle redenen om het huidige beleid door te trekken. Maar, een toppositie handhaven is een grotere opgave dan de top te bereiken.

De economische recessie heeft de popsector in Groningen geraakt, waardoor inkomsten onder druk komen te staan. Boven de popsector hangen aangekondigde bezuinigingen vanuit de hogere overheden. Toenemende regelgeving vraagt om meer investeringen. Misschien wel het belangrijkste, andere steden gaan de concurrentie stevig aan, in de strijd om de festivals, artiesten en bezoekers. De unieke kwaliteiten van de Groningen zijn moeilijk 1-op-1 te kopiëren. De jonge bevolking en de compactheid van de stad dragen bij aan het sterke profiel van Groningen. Ook is er een goede traditie van samenwerking tussen instellingen. Geen concurrentie, maar samen optrekken vanuit het besef dat gedroomde ambities alleen dan werkelijkheid kunnen worden.

In deze kracht moet de stad blijven zoeken naar de vernieuwing die de Groningse popsector zo kenmerkt. Dat vindt het college van groot belang voor de culturele identiteit, de economische groei van de (binnen)stad en niet in de laatste plaats voor de inwoners van de wijken en buurten, het talent dat plezier beleeft aan muziek of wil doorbreken. Popmuziek als uiting van ontplooiing en gemeenschapszin.

Als gemeente hebben we een belangrijke bescheiden rol in de ontwikkeling als popstad. De artistieke en commerciële initiatieven komen vanuit de sector zelf. Daar moet de gemeente geen rol in willen spelen. Maar, in poptermen, als gemeente draaien we wel aan de 'knoppen'. Via een breed palet aan beleidsinstrumenten, van de cultuurnota tot aan het vergunningenbeleid draagt de gemeente de zorg voor de randvoorwaarden die het popklimaat doen bevriezen of opbloeien.

Ons doel is deze 'knoppen' zo af te stellen dat het popklimaat levend en van hoog niveau blijft. Dat doen we aan de boven- en onderkant: door hoogwaardige evenementen als de Ebba's mogelijk te maken, door de aanvraagprocedure van vergunningen te versoepelen, maar ook door via scholen en podia jong poptalent kansen te blijven geven.

Aan de andere kant vragen we van de popsector zich niet alleen op de muziek te richten, maar ook verantwoordelijkheid te nemen op het gebied van duurzaamheid en een gezonde bedrijfsvoering.

De voorgestelde maatregelen zetten we deze cultuurnotaperiode in gang. Het popbeleid geven we een volwaardige plek in de nieuwe cultuurnota, die eind 2013 zal verschijnen.

Inhoudsopgave

Samenvatting	blz. 3
Inleiding	blz. 5
1. Groningen Podiumstad	blz. 6
2. Gemeentebelang van popmuziek	blz. 7
2.1 Economische waarde	blz. 7
2.2 Maatschappelijke waarde	blz. 8
2.3 Promotionele waarde	blz. 10
3 Muziekpodia en evenementen	blz. 11
3.1 Hoe is het nu?	blz. 11
3.2 Wat willen we?	blz. 13
3.3 Wat gaan we doen?	blz. 13
3.4 Beoordelingskader nieuwe aanvragen	blz. 14
4. Voorzieningen beginnend talent	blz. 15
4.1 Hoe is het nu?	blz. 15
4.2 Wat willen we?	blz. 16
4.3 Wat gaan we doen?	Blz. 16

Inleiding

Bij het vaststellen van de cultuurnota *Cultuurstad Groningen, gewoon bijzonder!* werd door de gemeenteraad een motie aangenomen waarin het college gevraagd wordt een integrale visie op muziekpodia en muziekevenementen op te stellen. Met de ontwikkeling van een integrale visie ontstaat een beoordelingskader waarmee individuele voorstellen en aanvragen kunnen worden getoetst. Wij trekken de opdracht wat breder door dit onderdeel uit te laten maken van een visie op de Groningse popsector in zijn geheel. De huidige en toekomstige werking van muziekpodia en -evenementen is niet te beoordelen los van de sector waarin zij bestaan. Podia en evenementen werken niet in een vacuüm, ze maken deel uit van een groter geheel. En hoewel popmuziek in de cultuurnota wel aan de orde komt, ontbrak het ons nog aan een eenduidige integrale visie. Bovendien ontstaat er zo meer samenhang tussen de beide beleidsterreinen. In deze nota besteden we aandacht aan de motie van de raad om *urban* en *dance* structureel aandacht te geven binnen de sector kunst en cultuur en bij de verdeling van de beschikbare subsidies van het cultuurbeleid. De inhoud zal een kader vormen voor de Programma's van eisen waarmee een aantal culturele instellingen in 2011 te maken krijgt.

Met deze visie laten we zien dat popmuziek inmiddels meer dan een volwaardige cultuurvorm is in onze stad. De muziekpodia en -evenementen vormen het hart van deze visie. Zij zijn de grootste schakels in de popketen, geven de popscene in onze stad karakter en maken de stad aantrekkelijk voor bezoekers. In hoofdstuk 1 beginnen we met een algemene beschrijving van de typische eigenschappen die Groningen kenmerken als popstad en introduceren we onze toekomstvisie. Vanaf hoofdstuk 2 gaan we in op de waarden die popmuziek heeft voor onze stad. We laten zien dat we popmuziek niet alleen vanwege haar cultuurintrinsieke waarde moeten koesteren, maar dat zij bijvoorbeeld ook een drijvende economische rol heeft. De core business van de popinstellingen is het programmeren van muziek, maar daarnaast zorgen zij voor veel meer spin-off in onze stad.

Hoofdstuk 3 gaat over de muziekpodia en -evenementen. We beschrijven de huidige situatie, geven aan de hand van de visie aan hoe we de toekomst zien en gaandeweg wordt duidelijk wat het veld zelf kan doen en hoe wij als gemeente onze rol kunnen vervullen in de optimalisering van de popsector. Daarnaast geven we in dit hoofdstuk een eerste beoordelingskader voor aanvragen van muziekpodia en muziekevenementen. Dit kader vloeit voort uit de visie in hoofdstuk 1. Tot slot besteden we in hoofdstuk 4 aandacht aan de voorzieningen voor beginnend talent. Talentontwikkeling is de basis voor een gezond popklimaat en noodzakelijk om aan de top te blijven.

De beleidsvoornemens in deze nota worden in de huidige cultuurnotaperiode opgestart. Af en toe worden er ook lange termijn aanbevelingen gedaan. De grens van de gemeentelijke verantwoordelijkheid ten opzichte van de andere overheden is vooraf duidelijk. De gemeente maakt een gevarieerd en kwalitatief hoogwaardig popaanbod mogelijk en houdt de faciliteiten die daarvoor nodig zijn op peil. Het rijk ondersteunt de landelijke poporganisaties en de provincie ondersteunt een provinciale popkoepel.

Deze visie kwam tot stand dankzij de medewerking van veel vertegenwoordigers binnen en buiten het Groningse popveld die in gesprekken informatie verstrekten. Daarnaast is ter advisering gebruik gemaakt van een klankbordgroep, de namen van alle betrokkenen zijn bijgevoegd in bijlage 1.

visie

Popmuziek geeft een unieke toon aan in de identiteit van Groningen en maakt een eigentijds en eigenwijs onderdeel uit van het imago van de stad.

De diversiteit van muziekgenres en -niveaus kunnen beluisterd worden op een keur van podia en evenementen in de stad. De podia zijn financieel gezond, werken samen en vertolken de stad als één kloppend hart van de sector. Ze bieden ruimte voor jong talent en vernieuwende geluiden en ze dragen bij aan het stadsimago *City of Talent*. Experimenten en vernieuwingen hebben een plek in Groningen; acts van verschillende toonaarden overstijgen traditionele vormen of disciplines. Er is voldoende gelegenheid om te repeteren en talenten kunnen doorgroeien in de stad. Popconcerten worden bezocht door alle lagen van de bevolking en bezoekers komen uit heel Nederland en van ver over de grens. De stad heeft nationaal een imago als dé podiumstad van Noord Nederland en internationale bands van formaat spelen hier graag. Direct en indirect maximaliseren we de economische kansen die popmuziek biedt. We stemmen zoveel mogelijk af op de maatschappelijk effecten van popmuziek.

1 GRONINGEN PODIUMSTAD

wat maakt Groningen Groningen?

Groningen swingt en rockt, popcultuur kan zich bij uitstek ontwikkelen in onze stad. Een volwaardige, totale keten van productie en talentontwikkeling is aanwezig. Vraag en aanbod komen samen in muziekwinkels, evenementen, kroegen, podia, repetitieruimtes en andere plekken. Onze stad neemt als onbetwiste hoofdstad van popmuziek in Noord Nederland een vooraanstaande plek in binnen de noordelijke popwereld. Volgens de atlas der Nederlandse gemeenten 2009 staat Groningen op nummer twee als het gaat om aanbod van popmuziek.¹

Groningen is de jongste stad van Nederland. Door de aanwezigheid van zowel een universiteit, een hogeschool, een internationale school, een kunstacademie en een conservatorium is de helft van de Groninger bevolking jonger dan 35 jaar. Elk jaar komen er nieuwe jonge mensen bij in onze stad, en de totale studentenpopulatie is ruim 50.000. In een stad met zoveel jonge mensen heeft popmuziek een nog grotere culturele betekenis. Voorgaande generaties die met popmuziek is opgegroeid zijn ook goed vertegenwoordigd in Groningen.² We hebben dus een ideaal gemêleerd poppubliek.

Het aanbod in de stad is compleet en Groningen heeft in de rest van Nederland een duidelijk profiel als rock- en bandjesstad. Blues, rock 'n' roll, punk en gitaarmuziek hebben het altijd goed gedaan in onze stad. Groningen kan niet alleen haar eigen inwoners op het gebied van popmuziek alles bieden, maar ook bezoekers, bands, concertorganisatoren en boekers van buiten de stad komen er graag. De intieme 'Groningen sfeer' wordt geroemd in binnen- en buitenland. In alle interviews met spelers buiten de stad wordt Groningen, na Amsterdam, genoemd als popstad nummer twee van Nederland. Dit geldt niet alleen voor concertbezoekers, maar ook voor bands. Dat internationale bands van betekenis in Amsterdam willen spelen is een uitgemaakte zaak. Maar als er uitzonderingen gemaakt worden en er ruimte is voor uitwijken, valt de keuze vaak op Groningen!

Met name de podiuminfrastructuur is de kracht van Groningen. De combinatie van onderstaande eigenschappen, maakt dat deze infrastructuur uniek is en leidt tot een divers en compleet muziekaanbod.

- De podiuminfrastructuur bedient publiek en bands op zowel regionaal, nationaal als internationaal niveau.
- Acts binnen alle muziekgenres kunnen spelen in Groningen.
- De stad heeft podiumplekken met uiteenlopende zaalcapaciteit. Daardoor kunnen bands van alle muziekniveaus spelen in Groningen.
- Het kroegencircuit in Groningen kent een ruim aanbod van livemuziek.
- Groningen heeft nagenoeg geen concurrentie in de rest van Noord Nederland.
- Groningen is compact, alles is op loopafstand.

Kenmerkend voor Groningen is dat artiesten in onze stad kunnen starten en doorgroeien. Simplon en New Attraction bieden plek aan jong talent. Veel bands, zowel nationaal als internationaal, zijn op EuroSonic/Noorderslag of in Vera hun carrière gestart. Historisch gezien is vooral Vera van grote betekenis voor het ontstaan van Groningen als podiumplaats voor de popmuziek. Het is een podium dat internationaal gezien zijn gelijke niet kent. Bands die in Groningen hun carrière starten, zijn bijzondere ambassadeurs voor de stad. Dikwijls komen ze in een later stadium graag terug voor een volle zaal op een groter podium. Kortom, Groningen geeft nieuwkomers in de popmuziek kansen.

In deze nota wordt duidelijk dat we als popstad van het Noorden veel in huis hebben. De huidige situatie komt al voor een groot deel overeen met onze visie. We zullen ons inspannen om deze situatie te behouden. De EBBa's hebben we voor vier jaar aan de stad weten te verbinden. Het concept van

¹ Hier wordt het aanbod gepeild van podia die aangesloten zijn bij de VNPF: Vera, Simplon en De Oosterpoort. Peildatum 01 januari 2008.

² Leeftijdsopbouw gemeente Groningen (bron: DIA)

	6 t/m 12	13 t/m 18	19 t/m 29	30 t/m 49	50+	totaal
1 jan 2009	10.497	10.467	53.269	49.651	50.080	173.964

Eurosonic/Noorderslag is overgenomen door andere steden zoals Rotterdam en Hamburg. Meer steden ontdekken de economische meerwaarde van popfestivals en –evenementen. De economische gevolgen van de recessie worden steeds meer zichtbaar en dat heeft gevolgen voor de financiële positie van de podia in de stad. In de toekomst willen we daarom vooral blijven excelleren waar we al goed in zijn; een divers muziekaanbod dankzij een gedifferentieerde podiuminfrastructuur.

2 GEMEENTE BELANG VAN POPMUZIEK

Van popmuziek word je blij! Een goed popnummer is een lust voor het oor, een concert kan een ware belevenis zijn en heeft invloed op het gemoed. Voor muzikanten is popmuziek een uitingsvorm en een manier om talent te ontwikkelen. Daarbuiten betekent popmuziek nog veel meer voor onze stad. In dit hoofdstuk laten we kort zien wat we met deze bewering bedoelen.

Voor onze stad is het van belang popmuziek om onderstaande redenen te koesteren, te erkennen en te stimuleren.

2.1 economische waarde

Popconcerten en -festivals genereren gemeentebreed economische effecten. Concert- en festivalbezoekers kopen een kaartje en geven geld uit aan eten en drinken. Popmuziek heeft verstrekkender economische betekenis voor haar omgeving. Eén van de duidelijkste voorbeelden in onze stad is het muziekevenement EuroSonic/Noorderslag.

Drie dagen per jaar is Groningen hét toneel en middelpunt van de Europese popmuziek. Jaarlijks bezoeken ongeveer 20.000 mensen uit binnen- en buitenland dit popmuziekspektakel.

EuroSonic/Noorderslag liet in 2008 een onderzoek verrichten naar de economische betekenis van het festival. In de uitkomst hiervan zien we dat popmuziek meer economische effecten teweeg brengt dan de kaartverkoop en baromzet alleen. Bezoekers blijven overnachten, winkelen bij de plaatselijke middenstand, laten zich vervoeren of parkeren hun auto in de parkeergarages van de stad. Dit alles heeft directe economische gevolgen voor de stad en de regio, die bij een festival als EuroSonic/Noorderslag al gauw oplopen tot bijna 2 miljoen euro.³ De laatste jaren is het evenement sterk gegroeid, uitgebreid met de European Border Breakers Awards en veel meer (inter)nationale congresbezoekers. Volgens de rekenmethodes uit het onderzoek zou dit bedrag nu ruim 3 miljoen euro zijn. Dat gaat alleen over de bestedingen van de bezoekers van het evenement. Voor de realisatie van het evenement worden uiteraard ook grote bedragen besteedt in Groningen en omgeving waardoor de totale spinoff op 4 miljoen euro geschat wordt.

Voor de werkgelegenheid werkt popmuziek stimulerend. De directe en indirecte werkgelegenheid voortvloeiend uit de bestedingen van bezoekers van EuroSonic/Noorderslag is bijna 24 FTE.⁴ Ook kleinschalige festivals en podia brengen economische effecten teweeg. Het landelijk bestedingsgemiddelde bij concerten is bijna 30 euro per persoon en bij muziekevenementen is dat bijna 22 euro per persoon.⁵ Daarom is het zo belangrijk om te behouden wat we hebben. Zeker in de komende periode waarin de binnenstad wordt opgebroken willen we de economische waarde van popmuziek benutten. We zorgen voor een prominente plek voor popmuziek in het aanbod en goede afgestemming met de popsector.

Doel:	We maken nog meer gebruik van de potentiële waarde van popmuziek en de economische spin off die popconcerten en –evenementen hebben.
Beleidsvoornemen:	We profileren ons als popstad bij diverse internationale manifestaties en creëren een duidelijk pop-imago in de marketing van de stad. We realiseren een volwaardige popmuziekprogrammering bij evenementenenaanbod in de binnenstad tijdens de verbouw van de binnenstad.

³ Bron: onderzoeksrapport *Economische betekenis EuroSonic/Noorderslag 2008*, ZKA Consultants & Planners

⁴ Bron: idem

⁵ Bron: *Continu Vrije Tijds Onderzoek (CVTO) 2008-2009*, NBTC-NIPO Research

De bedragen zijn berekend op basis van gemiddelde bestedingen aan entree, consumpties, overige bestedingen op locatie, bestedingen in de plaatselijke middenstand en vervoer. Logies zijn dus niet meegenomen in deze berekeningen.

Lange termijn

Popmuziek levert de stad in de toekomst economisch voordeel op, omdat een gevarieerd cultureel aanbod s' avonds de vestigingsaantrekkelijkheid voor bedrijven, hoogopgeleiden en studenten verhoogt. Vooral deze mensen, zo stelt Gerard Marlet in zijn uitgave *Muziek in de stad*, vinden het belangrijk dat er 's avonds in hun eigen stad veel te doen is op cultureel gebied. Hij geeft met grafieken aan dat creatieve, hoogopgeleide mensen over het algemeen wonen in steden met veel cultuur.⁶ Het zijn vaak deze mensen die de stad en omgeving economische verstevigen. Marlet pleit om die reden voor investeringen in podiumkunsten, waaronder popmuziek.

Groningen als Europees middelpunt? Dit is elk jaar het geval tijdens EuroSonic/Noorderslag!

“EuroSonic is met stip het grootste en meest vooruitstrevende showcasefestival van Europa.” Drie dagen lang wemelt het van de professionals en liefhebbers uit de Europese muziekindustrie. Onze stad is dan *the place to be* om te netwerken, op te treden, te recenseren maar vooral om muziek te luisteren natuurlijk! Meer dan 250 nieuwe en opvallende acts uit heel Europa veroveren de Groningse podia en zalen. Het festival krijgt nationale en internationale media aandacht. Een belangrijk deel van het festival is de conferentie. “Met 2.800 muziekprofessionals en meer dan 100 panels, keynote speeches, awardshows, discussies en presentaties over de stand van zaken in de nationale en internationale muziekindustrie biedt de conferentie hét businessplatform voor de Europese muziekmarkt.”

En niet te vergeten Noorderslag natuurlijk. “Noorderslag is de belangrijkste staalkaart van de Nederlandse popmuziek. Ieder jaar treden de beste Nederlandse artiesten in De Oosterpoort op, variërend van snoeihard en overdonderend tot lieflijk en intiem.”

Sinds twee jaar vinden de uitreikingen van de EBBA Awards ook nog eens plaats tijdens EuroSonic/Noorderslag. Dit zijn de Europese muziekprijzen voor beginnende acts die buiten hun eigen landsgrenzen succesvol aan de weg timmeren. De uitreikingen worden vanuit de Oosterpoort uitgezonden in heel Europa!

En Groningen is het decor waar dit alles plaatsvindt. Een beter visitekaartje naar de rest van Europa kunnen we ons als stad niet wensen!

Bron: www.eurosonic-noorderslag.nl

2.2 maatschappelijke waarde

De toegevoegde waarde van popmuziek houdt niet op bij bovengenoemde economische effecten. Wij onderstrepen ook de maatschappelijke waarde ervan. Popmuziek is dé cultuurvorm bij uitstek om vooral jongeren te betrekken bij de maatschappij in het algemeen en hun directe leefomgeving in het bijzonder. Groepen jongeren met problemen onttrekken zich momenteel aan de maatschappij. We willen popmuziek gebruiken om juist deze jongeren weer een plek te bieden in de groninger samenleving. Jongerenparticipatie is belangrijk voor het verbeteren en ontwikkelen van maatschappelijke kansen en maatschappelijke binding. In een ideale stad zijn jongeren betrokken bij hun leefomgeving en voelen ze zich verantwoordelijk voor zichzelf en anderen. Veel popinstellingen vervullen hierbij een belangrijke taak.

verbinding

Om te beginnen verbindt popmuziek mensen met elkaar en stimuleert het de sociale ontwikkeling. Bezoekers komen niet alleen naar een muziekpodium of -evenement om hun favoriete band of act te zien. Ze zijn ook op zoek naar een gezamenlijke beleving, en zo vormen de muziekpodia en -evenementen tegelijkertijd een ontmoetingsplek. Met name bij muziekevenementen met een gevarieerde programmering, en dus een uiteenlopend publiek, ontmoeten mensen met verschillende achtergronden en levensstijlen elkaar. Concerten, festivals en evenementen gestimuleren de sociale

⁶ Bron: *Muziek in de stad*, Gerard Marlet, 2010

ontwikkeling van jongeren. Andere ontwikkelingsmogelijkheden door popmuziek zijn het zelf spelen in een band, optreden en meewerken in een poporganisatie.

leerschool

De popinstellingen leveren direct en indirect een belangrijke bijdrage aan de werkgelegenheid in de sector. Studenten en scholieren krijgen praktijkervaring op hun vakgebied door stage te lopen. Vrijwilligers lopen mee met ervaren krachten en doen ervaring op in uiteenlopende onderdelen van de organisatie: van de horeca tot aan de licht- en geluidstechniek en van bandbegeleiding tot aan communicatie. Op die manier zijn met name jongeren betrokken bij hun omgeving en, minstens even belangrijk, stromen zij soms door naar vakopleidingen of zelfs naar een betaalde baan binnen of buiten de organisatie. De popinstellingen hebben dus een belangrijke functie bij het activeren, opleiden en laten doorstromen van jongeren. Opvallend is het enthousiasme en de saamhorigheid van het team vrijwilligers en betaalde krachten die achter de organisatie van veel popinstellingen schuil gaat.

lange termijn

Popmuziek activeert jongeren en draagt bij aan de jongerenparticipatie in onze stad. Jongerenparticipatie is één van de speerpunten in ons nieuwe Integraal Jeugdbeleid. We willen de rol en de functie van de gemeente zichtbaar maken voor jongeren, zodat zij uiteindelijk meedoen, meedenken, mee beslissen en mee uitvoeren bij gemeentelijk beleid. Dat de gemeente subsidiënt is van talloze instellingen en evenementen, ook in de popsector, is vaak nog onbekend bij jongeren. Popmuziek is een uitstekende manier om jongeren te activeren.

- Doel: We willen de participatie van jongeren stimuleren door gebruik te maken van de mogelijkheden die popmuziek biedt.
- Beleidsvoornemen: We willen daarom dat het nieuwe Integraal Jeugdbeleid en de nieuwe cultuurnota elkaar kunnen aanvullen of versterken.
We willen dat de betrokkenheid van jongeren bij popinstellingen en muziek maken groter wordt.

urban

Popmuziek is niet alleen dé cultuurvorm bij uitstek om jongeren maatschappelijk bewust te maken, maar biedt heel vaak een eerste introductie in de wereld van kunst en cultuur. Het is een startpunt voor veel jongeren om zich op andere kunst- en cultuurvormen te oriënteren. Urban is een genre dat op dit moment veel jongeren interesseert en is dus de ingang voor een bredere kijk op kunst en cultuur. Alle hierboven beschreven waarden van popmuziek gelden ook voor urban. Vanwege het natuurlijke bereik dat urban heeft bij jongeren die we anders moeilijk bereiken met kunst en cultuur, staan we in dit hoofdstuk stil bij de toekomst van urban in ons cultuurbeleid.

hoe is het nu?

Binnen urban zijn hiphop, R&B en rap de meest voorkomende muzieksoorten. Urban bestaat overigens uit meer dan alleen muziek, het heeft bijvoorbeeld ook een duidelijke dans- en sportcomponent. Wij zien urban als onderdeel van ons cultuurbeleid en ook de raad vroeg om meer structurele aandacht hiervoor. In 2008 lieten we onderzoek uitvoeren naar de situatie van urban art in Groningen. Er is een bedrijvige urban scene met veel crews en drie hiphopscholen. Stichting Urban House is de belangrijkste urban instelling in de stad en organiseert onder andere jaarlijks het festival 'New Attraction'. Een stevige urban infrastructuur en doorlopende ontwikkelingsmogelijkheden ontbreken in onze stad nog. Mbo- en Hbo-opleidingen, culturele instellingen en podia bieden wel ruimte voor urban (voor muziek meer dan voor dans), maar slechts als één van de diverse uitingen van popcultuur. In de huidige cultuurnotaperiode is € 10.000 per jaar gereserveerd uit het Fonds voor Cultuurparticipatie voor professionalisering en verbetering van de lokale urban-infrastructuur. Urban House maakt een plan voor de verbetering van de infrastructuur met de inzet van dit budget.

wat willen we?

We willen in de periode 2009-2012 de urban-infrastructuur verstevigen en de fundamenteën leggen voor doorlopende ontwikkelingsmogelijkheden. Beide beleidsvoornemens moeten resulteren in een

gunstig effect op talentontwikkeling, mogelijkheden om podiumervaring op te doen en entree in het beroepsveld. Hoe beter de urban-infrastructuur is ontwikkeld, hoe beter ook een doorlopende leerlijn gerealiseerd kan worden. Het wordt daarmee voor jongeren mogelijk om urban arts te ontdekken, zich verder te ontwikkelen binnen en buiten school en daarna er eventueel hun beroep van te maken. We willen dit op twee manieren bereiken. Ten eerste maakt Urban House een plan voor de verbetering van de urban-infrastructuur en ten tweede realiseren we zogenaamde combinatiefuncties urban.⁷ We voeren inmiddels gesprekken met de belangrijkste Urban-stakeholders in de stad. We willen meer samenhang en samenwerking in het veld creëren.

wat gaan we doen?

Doel: Groningse Urban voorzieningen zijn op de hoogte van elkaars activiteiten, versterken hun positie door verdere samenwerking en dragen bij aan doorlopende leerlijnen.

Beleidsvoornemen: De versteviging van de urban-infrastructuur krijgt vorm door afspraken over informatie-uitwisseling, kennisoverdracht en opleidingsmogelijkheden.

Doel: Jongeren participeren op school aan Urban projecten en kunnen bij interesse of gebleken talent doorstromen naar buitenschoolse Urban activiteiten. We verbinden dus de binnen- en buitenschoolse wereld van jongeren met doorlopende ontwikkelingsmogelijkheden en scholingsaanbod.

Beleidsvoornemen: We realiseren voor het schooljaar 2010/2011 twee combinatiefunctionarissen voor Urban en (Urban)dans.

2.3 promotionele waarde

hoe is het nu?

Groningen heeft allure en dat mag iedereen weten! We zijn een unieke stad met een rijk cultureel leven. Er is elke avond wel wat te beleven op cultureel gebied. De popinstellingen leveren hier een essentiële bijdrage aan. Ze houden Groningen swingend en krijgen publiek uit stad en ommelanden binnen door hun goede programmering en ongedwongen sfeer.

Marketing Groningen heeft als hoofdtak Groningen in Nederland zodanig onder de aandacht te brengen dat mensen een bezoek aan de stad komen brengen. *Er gaat niets boven Groningen* is één van bekendste landelijke campagnes waarin uiteenlopende kwaliteiten van Groningen aan bod komen⁸.

Popmuziek wordt vanzelfsprekend meegenomen in de communicatiemiddelen van Marketing Groningen. Dat geldt met name voor de grotere iconen uit de Groningse popsector. Marketing Groningen speelt de komende jaren een belangrijke rol bij de (culturele) programmering van de binnenstad tijdens de bouwwerkzaamheden rondom de Grote Markt.

wat willen we?

We willen uitblinken in een divers aanbod op alle niveaus. Dat is de kern van onze visie op popmuziek. We willen naar de rest van Nederland en over de grenzen uitstralen dat we op popgebied veel in huis hebben, dat we daar trots op zijn en dat Groningen een bezoek waard is. De zichtbaarheid van popmuziek in de stadscampagnes willen we vergroten. We willen structurele aandacht voor popmuziek in de komende campagnes. Die marketing willen we niet alleen voor de grote iconen, maar ook voor de kleinschalige, speciale initiatieven. Zij zorgen in combinatie met de iconen voor de typische 'Groningen sfeer'. We willen dat ook die kleinere initiatieven zichtbaar worden in de campagnes. We zien kansen voor popmuziek als prominente plek in de programmering van de binnenstad tijdens de bouwwerkzaamheden rondom de Grote Markt.

⁷ Een combinatiefunctie is een professionele kracht die zowel werkzaam is in het onderwijs als binnen cultuur of sport.

⁸ Leisure&Arts consulting group, Toeristisch imago onderzoek, rapport gemeente groningen 2010

wat gaan we doen?

- Doel: Groningen is in de rest van Nederland en over de grenzen bekend om haar uitstekende en gevarieerde popmuziekaanbod, van grote popfestivals en evenementen tot intieme, speciale concerten. Dit aanbod levert veel extra bezoekers op voor de stad.
- Doel: De binnenstad laat een positieve en levendige indruk achter op bezoekers die onze stad aandoen in de periode dat er bouwwerkzaamheden zijn rondom de Grote Markt. Dit gebeurt door een aantrekkelijke popprogrammering als onderdeel van de totale programmering.
- Beleidsvoornemen: Voor beide doelen gaan we samen met de popinstellingen en Marketing Groningen in gesprek. We gaan op zoek naar een manier om ook de kleinschalige initiatieven in het popaanbod zichtbaar te maken in de stadscampagnes en overige communicatiemiddelen van Marketing Groningen. We gaan op zoek naar een manier waarop popmuziek een prominente plek krijgt in de programmering tijdens de bouwwerkzaamheden rondom de Grote Markt. We haken deze onderwerpen aan bij de bijeenkomsten die we voor de popsector organiseren.

3 MUZIEKPODIA⁹ EN -EVENEMENTEN

3.1 hoe is het nu?

muziekpodia

Hoofdstuk 1 laat zien dat de huidige podiuminfrastructuur in onze stad er één is om trots op te zijn; Groningen is breed georiënteerd. Zo zijn er niet alleen podia voor de meer commerciële programmering, maar is er ook een levendige (pop)underground scene. Nieuwe stromingen krijgen een kans en met de smaak van jong publiek wordt rekening gehouden. Ook urban en alternatieve muziek winnen aan ruimte in Groningen. In bijlage 2 zijn onder meer de doelgroepen, missies en bezoekersaantallen van de voornaamste Groningse poppodia te lezen. De *infographic* in bijlage 3 geeft een uitgebreider overzicht van de aanwezigheid van poporganisaties in Groningen, in dit model worden de onderlinge samenwerkingslijnen weergegeven.

muziekevenementen

In de infographic zijn naast de vaste poppodia, ook jaarlijks terugkerende muziekevenementen te zien. Dit zijn onder andere het bevrijdingsfestival op 5 mei, het Take Root festival in de Oosterpoort, 's zomers New Attraction en sinds vier jaar het Gideon Festival. Het Europese paradepaardje onder de Groningse muziekevenementen is natuurlijk EuroSonic/Noorderslag. Er zijn veel kleinschalige muziekfestivals en evenementen waarbij het muziekaanbod een belangrijke plaats heeft zoals op koninginnedag en in de KEI week. Noorderzon biedt naast haar theateraanbod ook volop muziek en bovendien een aanbod dat gratis toegankelijk is op diverse buitenpodia.

Een deel van de Groningse muziekevenementen is opgenomen in de cultuurnota, andere worden incidenteel gesubsidieerd of zijn commercieel. Muziekevenementen zijn onderdeel van de popketen en bieden naast een podium een ontmoetingsplek voor zowel publiek als voor bands onderling. Ze zijn idealiter een afspiegeling van de popcultuur in de stad en zij versterken ons profiel als podiumstad waar ruimte is voor alle muziekgenres en -niveaus. Zij vullen met hun programmering het aanbod van de vaste podia aan. We zien dat terugkerende muziekevenementen in toenemende mate samenwerken met andere popinstellingen. Zij programmeren bijvoorbeeld bij elkaar een podium of lenen apparatuur uit.

Nieuwe ontwikkelingen zijn noodzakelijk om het bestaande op peil te houden en bedreigingen buiten de deur te houden. We willen dat niveau van het popmuziekaanbod in onze stad blijven voeden. Stilstand betekent immers achteruitgang. We beseffen ons dat andere steden onze concepten proberen

⁹ Onder muziekpodia rekenen we in deze nota ook festivals, evenementen en overige popinstellingen, mits zij een podium bieden aan bands en/of muzikanten.

over te nemen en dat er bezuinigingen van de landelijke overheden op ons afkomen. Dat is een extra reden waarom podia steeds weer moeten innoveren, doorontwikkelen en nieuwe concepten aanbieden.

aanvragen evenementenvergunningen

Tijdens gesprekken met betrokkenen kwamen soms de praktische kanten van de organisatie van muziekevenementen ter sprake, en dan met name de vergunningaanvragen. Over het algemeen verlopen aanvragen voor evenementenvergunningen goed. Soms is het van tevoren niet volledig duidelijk waar op gelet moet worden bij een vergunningaanvraag. Daardoor komt het voor dat wij soms onvolledige aanvragen binnen krijgen. De richtlijnen die we op onze website geven voor het schrijven van een vergunningaanvraag blijken vooral voor nieuwe aanvragers niet altijd voldoende duidelijk. Dit leidt soms tot ergernis en extra werk bij zowel organisaties als gemeente. In de nota Feesten in Balans II is het nieuwe evenementenbeleid geformuleerd. In de besluitvorming door het college is gehoor gegeven aan de afstemming met de organisatoren van muziekpodia en – evenementen.

Drafbaan

De drafbaan in het Stadspark is het grootste festivalterrein in Groningen. Dit terrein is in te zetten voor grote concerten van internationale artiesten. Dit gebeurde twee keer eerder bij The Rolling Stones en Tina Turner. Het terrein is incidenteel *concertproof* te maken of structureel na ingrijpende maatregelen en hoge investeringen. Het muziekaanbod op bovengenoemd niveau is er op dit moment niet. Daarom heeft structurele aanpassing in het kader van deze popvisie voor ons op het moment geen prioriteit.

professionalisering

In de gemeentelijke cultuurnota 2009-2012 kreeg de cultuursector in de stad er geld bij. Hiermee is o.a. het budget van de structureel gesubsidieerde poppodia en -evenementen opgehoogd.¹⁰ We willen daarmee de basis op orde houden door middel van een volwaardige culturele infrastructuur in de stad. Bij de meeste structureel gesubsidieerde popinstellingen is één van de belangrijkste ambities op dit moment de professionalisering van de eigen organisatie. Het uitbetalen van medewerkers op CAO niveau heeft daarbij hoge prioriteit.

De popinstellingen werken vaak met een krappe begroting en hebben een gering weerstandsvermogen. Er werken daardoor ook veel vrijwilligers in de popsector. Dat heeft voordelen, maar kan organisaties ook kwetsbaar maken.

We hebben de culturele organisaties ondersteund bij hun professionalisering. Een aantal maatschappelijke banen regulier is de afgelopen jaren regulier gemaakt.

samenwerking

Mede door de compactheid van de stad zijn de meeste popinstellingen op de hoogte van elkaars activiteiten en weten ze elkaar te vinden. Structureel gesubsidieerde podia en evenementen hebben een netwerk van commerciële en incidenteel gesubsidieerde organisaties om zich heen. De bestaande samenwerkingsverbanden zijn vaak van ondersteunende aard. Het gaat om programmering op elkaars podium, zaalverhuur, het uitlenen van apparatuur of soms om agenda overleg op grote lijnen. De popinstellingen zijn enthousiast om te onderzoeken hoe zij intensiever kunnen samenwerken en meer één geheel kunnen vormen als popsector.¹¹ Een vaste overlegvorm tussen de popinstellingen levert voordelen op bij de aanpak van gezamenlijke problematiek en de sector kan bovendien samen opkomen voor collectieve belangen.

structurele jaarsubsidies x € 1.000	2008	2009	2010
EuroSonic/Noorderslag	62	100	154
OPSB (gedeeltelijk pop)	5.778	5.986	5.918
Simplon	382	395	410
Urban House (NA)	30	50	51
Vera	249	369	383

¹¹ In oktober 2009 is reeds een eerste veldbijeenkomst geweest waarin deze vraag centraal stond. Het verslag van deze bijeenkomst is te lezen in bijlage 4.

Een voorbeeld van een vastere samenwerking tussen instellingen is het Productiehuis Popcultuur Groningen (PPG). Het is een initiatief van Vera, de afdeling Popprogrammering van De Oosterpoort en de Stichting Noorderslag. De missie van het PPG is het stimuleren van popcultuur in Groningen in de ruimste zin van het woord. Zij zoekt naar de grenzen van het popdomein. Er is in de popcultuur meer te doen en te produceren dan de traditionele act op het podium. Het PPG zoekt naar nieuwe concepten waarbij ook cross overs met andere kunst disciplines voorkomen. Het PPG is voor financiering afhankelijk van derden. De gemeente wil dit initiatief ondersteunen en stimuleert hiermee het behoud en de vernieuwing van het popklimaat in Groningen.

In de volgende paragrafen beschrijven we op basis van de eerder genoemde kwaliteiten van de Groningse popscene hoe we de toekomst zien, hoe we omgaan met gesignaleerde knelpunten en kristalliseert het antwoord op de motie zich uit.

3.2 wat willen we?

We zijn trots op de huidige podiuminfrastructuur in Groningen en de poppodia en -evenementen die hier deel van uit maken en natuurlijk op het imago en de sfeer van onze stad. Groningen staat bekend om de intieme 'Groningen sfeer'. Popmuziek levert een belangrijke bijdrage aan het culturele profiel van onze stad. We willen dat dit zo blijft. De ontwikkelingen naar aanleiding van de recessie en de concurrentie vanuit andere steden houden we hierbij in gedachten. Daarom richten we ons op kwaliteitsverbetering en het behoud van de bestaande popinstellingen in plaats van te investeren in grote nieuwe zalen of evenementen. Het is wezenlijk voor onze stad dat elke popinstelling zijn eigen gezicht en karakter houdt, diversiteit is immers de essentie van Groningen.

Bij zaken als professionalisering, opvolging en talentontwikkeling in de eigen organisatie is het evident dat de popinstellingen nog hechter samenwerken dan nu al het geval is. De meeste organisaties willen dit omdat ze het belang en de meerwaarde van samenwerking onderkennen.

We vinden het belangrijk dat popinstellingen een gedegen visie en plan hebben voor bovengenoemde zaken. We onderstrepen tegelijkertijd het belang dat we als stad hierbij hebben.

Zaken als marketing en lobby's zouden de popinstellingen samen aan kunnen pakken. We willen de popinstellingen in staat stellen om een overleg- of organisatievorm te vinden waarmee zij hun kennis, ervaring en inzet kunnen gebruiken om deze collectieve ontwikkeling samen aan te pakken.

Een bruisend popklimaat valt of staat per slot van rekening met 'gezonde' instellingen.

3.3 wat gaan we doen?

Voortkomend uit de visie in hoofdstuk 1 en de beschreven kwaliteiten en knelpunten in Groningen, stellen wij de volgende doelen en beleidsvoornemens.

- Doel: De bestaande popinstellingen zijn als één sector verenigd en optimaliseren gezamenlijke mogelijkheden en kansen. Samen onderzoeken zij wat elke individuele popinstelling vanuit haar eigen specialisatie en kwaliteiten kan bijdragen aan de popsector als geheel.
- Beleidsvoornemen: Wij organiseren en faciliteren in 2011 minimaal twee bijeenkomsten voor de popinstellingen met als doel om tot een samenwerkingsvorm te komen. We houden het samenwerkingsproces op gang en gaan in gesprek met de popinstellingen over onze rol in de doelen die zij als sector zullen stellen. Bij de bijeenkomsten streven we naar een brede vertegenwoordiging van het veld, inclusief deelnemers uit de urban en dance.
- Doel: Een Noordelijke samenwerking op het gebied van popmuziek. De keten van talentontwikkeling binnen de Noordelijke overheden is optimaal. De Academie voor Popcultuur en het productiehuis pop 'De Popfabryk' in Leeuwarden in combinatie met de sterk ontwikkelde podiumfunctie in Groningen, de Popschool en het PPG biedt mogelijkheden voor alle Noordelijke overheden en projecten. Bovendien wordt de lobbypositie van het Noorden versterkt als zij één verzorgingsgebied vormt.

- Beleidsvoornemen:** Samen met onze noordelijke partners zetten we popmuziek op de agenda van het Noordelijk Overleg Cultuur. We oriënteren ons op Noordelijke samenwerking. Net als de popinstellingen zoeken ook wij naar de voordelen van samenwerking.
- Doel:** Organisatoren van (muziek)evenementen weten hoe de aanvraagprocedure voor een evenementenvergunning verloopt en dienen duidelijke en complete aanvragen in.
- Beleidsvoornemen:** Het Centraal Meldpunt Evenementen neemt de aanvraagprocedure van A tot Z onder de loep. Hierbij past het motto 'Het CME denkt met u mee'. Dus zorgen we voor goede informatie op de website (zoals een lijst met antwoorden op veelgestelde vragen), een digitale toelichting op het huidige aanvraagformulier, beschikbaarheid van plattegronden en ontwikkelen we de mogelijkheden om een vergunning digitaal aan te vragen. Het nieuwe systeem levert zowel ons als de aanvragende organisatie tijdwinst op. Aanvullende aandacht voor planningsaspecten kan in de toekomst bewerkstelligen dat er een goede programmatische afstemming is.

3.4 beoordelingskader nieuwe aanvragen podia en evenementen

Logischerwijs vloeit een beoordelingskader voor nieuwe aanvragen van podia en evenementen voort uit onze visie. De kern daarvan is dat we ons profiel als popstad van het Nederland. willen behouden en versterken. We willen met name uitblinken in diversiteit van muziekgenres en -niveaus. We verwachten van nieuwe aanvragen voor podia of evenementen dat zij hieraan bijdragen. We staan open voor nieuwe ontwikkelingen die bijdragen aan het behoud van ons profiel en aan het imago van de stad als popstad. Onderstaande criteria zijn afgeleid van de visie en de kwaliteiten van Groningen en vormen een eerste beoordelingskader voor nieuwe aanvragen.

- Om diversiteit in het muziekaanbod te bevorderen kijken we of de aanvrager een aanvulling biedt op het bestaande aanbod. Het kan gaan om een aanvullend muziekgenre, maar ook om een aanvullend kwaliteitsniveau.
- Om een breed publiek in te trekken kijken we naar de doelgroepen waar de aanvrager zich op richt. Het is van belang dat duidelijk is hoe men deze doelgroepen wil bereiken.
- Om jong talent te ondersteunen kijken we of en hoe de aanvrager jong talent programmeert of inzet in onze stad. Hiermee kijken we of zij dus ook bijdragen aan Groningen als *City of talent*.
- Om ons karakter als jonge stad te versterken kijken we of de aanvraag vernieuwend of zelfs experimenteel is, waarbij discipline overstijgend wordt gewerkt.

Marketing Groningen werkt aan een jaarkalender voor evenementen in onze stad. De jaarkalender zorgt voor een evenwichtige verdeling van evenementen over het hele jaar. Het Top Evenementen Overleg (TEO) dient hierbij als adviesorgaan. De volgende partijen nemen deel aan het TEO: gemeente Groningen, Marketing Groningen, Groningen City Club en provincie Groningen. Als het gaat om muziekevenementen, zal bovenstaand beoordelingskader in de overwegingen mee worden genomen. De criteria moeten concreter worden om als werkbaar instrument te functioneren. Daarvoor is een oordeel nodig over kwaliteit en talent van het aanbod. Hiervoor organiseren wij een overleg tussen in elk geval de Kunstraad, het PPG en eventuele andere relevante partijen. De uitkomst hiervan wordt door Marketing Groningen meegenomen als popmuziekinput voor het bredere evenementenoverleg waarin naar alle evenementen wordt gekeken. Omdat de jaarkalender alleen gericht is op evenementen in de openbare ruimte, wordt in het TEO gekeken of en hoe inspanning muziekevenementen hieraan gekoppeld kunnen worden.

De sfeer in Groningen is intiem en ongedwongen, we ademen iets sympathieks uit! Dat deze waardevolle reputatie ook buiten de landsgrenzen bekend is, blijkt uit de onderstaande anekdote. Hierin besluit Eddie Vedder, zanger van de wereldberoemde band Pearl Jam, op eigen initiatief Vera te bezoeken en zelfs het podium te betreden.

Hedwig Gomer, bandbegeleider in Vera:

“Pearl Jam speelde in Hamburg. De volgende dag hadden ze vrij en de dag daarna moesten ze spelen in Amsterdam. Het voorprogramma van Pearl Jam stond op die vrije dag geboekt in Vera. En toen is Eddie Vedder alleen met de trein vanuit Hamburg naar Groningen gekomen om dat optreden te zien. Er waren heel veel Pearl Jam fans in Vera die tegen elkaar zeiden: “Misschien komt Eddie Vedder wel. Je weet het nooit, die Vedder heeft wel gekkere dingen in zijn leven gedaan.” En daar was Eddie Vedder dus. [...] Hij heeft toen ook nog een nummer meegespeeld.”

Bron: *Rocking on Paper, the Vera club: a history in posters*, 2006

4. VOORZIENINGEN BEGINNEND TALENT

In de vorige hoofdstukken hebben we ons geconcentreerd op muziekpodia en –evenementen en het gemeentelijk belang van popmuziek. Zij vormen de kern van onze podiuminfrastructuur en zijn belangrijke schakels in de keten van de popmuziek. We lezen in hoofdstuk 1 dat de doorstroommogelijkheid van beginnende talentvolle bands en artiesten één van de kwaliteiten is van Groningen. De unieke podiuminfrastructuur maakt dit mogelijk.

Een brede basis is noodzakelijk om aan top te blijven. Dat betekent dat er voldoende repetitieruimtes en laagdrempelige podia voor beginnende bands moeten zijn. In dit hoofdstuk gaan we daar nader op in. Het uitgangspunt is dat we voldoende podiumplek bieden aan beginnend jong talent. Dit is niet alleen een aangelegenheid van het kroegencircuit. Daarom is de lange termijn aanbeveling en het beleidsvoornemen ook relevant voor andere pop of dance initiatieven die beginnend talent (willen) programmeren.

4.1 hoe is het nu?

beginnend talent

We hebben beschreven waarom we een goede startplek zijn voor nieuw talent. Bands kunnen zich in onze stad ontwikkelen en doorgroeien. De structureel gesubsidieerde popinstellingen programmeren geregeld beginnend talent en laten zien dat ze dat belangrijk vinden. Doordat zij talent een kans geven zich te ontwikkelen, dragen zij bij aan Groningen als *City of Talent*. Tot nu toe is het subsidiebudget Groningse Nieuwe, dat bedoeld is voor de ontwikkeling van beginnend talent in de kunsten, nog niet veel gebruikt door popinstellingen. Dat heeft te maken met de criteria. Er wordt namelijk een afgeronde kunstvakopleiding gevraagd. In de muzieksector is de onderwijskant veelal niet zo geïnstitutionaliseerd als bijvoorbeeld in de beeldende kunsten. Dat betekent niet dat er in die sector niet evenveel beginnend talent rondloopt dat ondersteuning in zijn of haar ontwikkeling verdient. Een belangrijke, tot nu toe onbesproken, sector in deze visie is de gaming industrie. Muziek is niet weg te denken een onderdeel van een game. Voor beginnend talent biedt bijvoorbeeld St. Urban house goede mogelijkheden om ervaring op te doen met muziek en interactieve media.

'kroegencircuit'

Popmuziek in Groningen leeft ook buiten de gesubsidieerde poppodia. De stad kent een groot aantal muziekcafés en uitgaansgelegenheden. Ongeveer een tiental kroegen programmeert wekelijks livemuziek en biedt hiermee een laagdrempelig podium aan beginnende bands. Deze podia hebben daarmee een belangrijke functie in de keten van talentontwikkeling. Bovendien dragen ze bij aan een aantrekkelijke en levendige binnenstad.

De meeste café's en uitgaansgelegenheden met live muziek programmeren één à twee keer per week. Het bekendst is Jazzcafé de Spieghele, hier wordt vaker geprogrammeerd en live muziek is in een

wezenlijk onderdeel van hun concept. Bijna alle doorgebroken Groningse talenten traden hier in hun begindagen op.

Het gemeentelijk beleid heeft in het verleden bijgedragen aan de ontwikkeling van Groningen tot bandjesstad. Er is een sterke lokale muzieksce­ne ontstaan doordat kroegen de mogelijkheid kregen langer open te blijven als er live muziek werd geprogrammeerd.¹² Tegenwoordig zijn er vrije sluitingstijden in Groningen en hebben we geen expliciet stimulerend beleid voor live muziek in cafés. Het is voor beginnende bands steeds moeilijker om speelplekken te vinden en voor kroegeigenaren steeds moeilijker om live muziek te programmeren. Dit heeft te maken met stijgende boekingskosten van bands die door het gratis downloaden van muziek hun geld tegenwoordig steeds meer moeten verdienen met optreden in plaats van met cd verkoop. Maar het heeft ook te maken met dalende horeca omzetten. Bovendien is programmering van beginnende bands (en ook DJ's) commercieel gezien een risico.

4.2 wat willen we?

beginnend talent

De bestaande popinstellingen zijn goed in het ontdekken en programmeren van beginnend talent. We willen ze de gelegenheid geven deze kwaliteit te versterken, want we denken dat zij ook een belangrijke rol kunnen spelen bij de actieve begeleiding en coaching van talent. We willen de subsidieregeling die we hebben voor beginnend talent -Groningse Nieuwe- ook in kunnen zetten om talent in de popmuziek te stimuleren. Samenwerking hierin met opleidingen, zoals de Academie voor Popcultuur en de Popschool van de Stedelijke Muziekschool behoren tot de opties. Ontwikkelingen van e-culture en de gaming industrie kunnen meer verbonden worden in projecten met popmuziek en muzikanten. Gaming is een duidelijke combinatie van popcultuur, economie en creative industry.

kroegencircuit

Groningen is een jonge stad met een rijk uitgaansleven. We vinden het belangrijk dat cafés live muziek programmeren en dan met name beginnende talentvolle bands, die op deze laagdrempelige manier podiumervaring op kunnen doen. We willen onderzoeken of er belangstelling is om via een muziekorganisatie beginnend talent te programmeren in het kroegencircuit.

4.3 wat gaan we doen?

beginnend talent

Doel: Popinstellingen hebben een actieve rol bij de coaching van beginnend talent. Het imago van Groningen als *City of Talent* wordt versterkt.

Beleidsvoornemen: Wij nodigen popinstellingen in het bijzonder uit om gebruik te maken van de Groningse Nieuwe regeling voor talentontwikkeling. Waar nodig passen we de regeling aan om deze geschikt te maken voor de popmuzieksector.

kroegencircuit

Doel: Beginnende bandjes en acts zijn nu en in de toekomst volop onderdeel van het uitgaansleven in Groningen. Het kroegencircuit biedt een laagdrempelig podium voor beginnend talent.

Beleidsvoornemen: We onderzoeken de mogelijkheden om bij de nieuwe cultuurnota een gedeelte van het incidentele cultuurgeld te reserveren voor het programmeren van live popmuziek, met name gericht op beginnend talent. We gaan daarvoor op zoek naar muziekorganisaties die een focus hebben op jong talent én willen programmeren in het kroegencircuit. Wellicht is hier een taak weggelegd voor het PPG. Het budget moet ook voor andere kleinschalige pop of *dance* initiatieven beschikbaar zijn als zij een project organiseren voor live

¹² Begin jaren '90 is dit deels teruggedraaid wat geleid heeft tot een grootscheepse door OCSW georganiseerde protestactie met bandjes in huiskamers in de binnenstad.

programmering van jong talent. We willen deelname van jong talent verzekeren en samenwerking tussen commerciële partijen en bestaande popinstellingen stimuleren. Dit gaan we doen door voorwaarden te stellen bij gebruikmaking van dit budget.

4.4 repetitieruimtes

Omdat we het in dit hoofdstuk hebben over de brede basis, noemen we hier ook de stand van zaken bij de repetitieruimtes in onze stad. Repetitieruimtes zijn een basale schakel in de keten van popmuziek. Dit is waar veel artiesten repeteren en zich muzikaal ontwikkelen. Er ontstaan nieuwe formaties, ideeën en natuurlijk muziek. Bands ontmoeten elkaar en er is vaak ook een podium. In 2005 hebben wij onderzoek gedaan naar de repetitieruimtes en studio's in Groningen. Met name de uitbreiding van Het Viadukt zorgde ervoor dat het aanbod op niveau kwam. In april 2004 besloot de raad een bedrag van € 50.000,- als borgstelling te verlenen aan het Muziek Organisatie Noord (MONoord). Hiermee is veel extra ruimte beschikbaar gekomen. Wij concluderen dat de repetitieruimtes in onze stad op orde zijn.

BIJLAGE 1

Consultatie

De klankbordgroep bestond uit:

Naam	Organisatie
Robert Bangma	Vera
Hubert Nauta	Simplon
Peter Sikkema	De Oosterpoort & de Stadsschouwburg, EuroSonic Noorderslag
Ingeborg Struyk	Stichting Urban House/New Attraction

Daarnaast spraken we over het huidige profiel en de toekomst van Groningen als popstad in losse interviews en tijdens twee bijeenkomsten¹³ met de volgende personen:

Naam	Organisatie
Bojan Aleksander	Kant en Klaar
Pierre Ballings	Paradiso, Stichting Noorderslag
Marco Bentz van den Berg	Kunstraad Groningen
Roland de Bes	Gemeente Den Haag
Harry Broekman	Stedelijke Muziekschool Groningen
Maarten Burger	Buckshot Café, Groningse afdeling Koninklijke Horeca Nederland (KHN)
Appie Clermonts	Plato
Sebastian Davidson	Club Pepper
Egbert Dunselman	Break-fast
Walter Flapper	Noisia
Floris (Davlov)	Technootjes
Michiel Fokkens	Technootjes
Chris Garrit	Gideon Muziek Festival
Jacob Haagsma	Leeuwarder Courant, OOR
Marieke de Haan	Break-fast
Peter van der Heide	Dagblad van het Noorden
Ellen Hinten	Gemeente Groningen Onderwijs en Jeugd
Harmen van der Hoek	Productiehuis Popcultuur Groningen
Dick Hollander	Gemeente Leeuwarden
Sieto Kiewiet	Het Viadukt
Jan Kijlstra	Café de Spieghele
Pieter Kleinhout	Stichting Urban House/New Attraction
Pim van Klink	zelfstandig adviseur op gebied van kunst en cultuur
Dennis Kok	Stichting Urban House/New Attraction
Albert van der Kooij	Academie voor Popcultuur
Jan Muller	Gemeente Groningen Evenementencoördinatie
Rigt Oostenbrug	onderzoekopzet en eerste verkenning voor popvisie
Gert Plas	Groninger (pop)Archieven
Edwin Pot	Het Viadukt
Barbara Risselada	Marketing Groningen
Berend Schans	Vereniging Nederlandse Poppodia en –Festivals
Peter Smidt	Buma Cultuur, Stichting Noorderslag
Ron Torenbosch	Gemeente Groningen dienst RO/EZ

¹³ De eerste bijeenkomst ging over *dance* en vond plaats met Groningse hoofdrolspelers op dit gebied. De tweede bijeenkomst was een integrale bijeenkomst met hoofdrolspelers en vertegenwoordigers van de hele popketen in Groningen.

Tessa Valentien	Provincie Groningen
Willem Venema	Double Vee Concerts, voorheen Mojo Concerts
Erik Visser	Simplon
Margreeth Visser	Gemeente Groningen Milieudienst
Ruud de Vries	Muziek Organisatie Noord
Frans Vreeke	Fries Productiehuis Popcultuur, Frans Vreeke Advies & Management BV, voorheen EuroSonic/Noorderslag
Maty de Vreeze	Serum Events
Gerard Walhof	VPRO Radio, 3voor12, Stichting Noorderslag
Peter Weening	Vera
Johanz Westerman	zelfstandig DJ, Academie voor Popcultuur, 3voor12 Groningen
Robert Wiersum	ZAP Club

De inhoud van deze nota is niet per se het persoonlijke standpunt van de individuele betrokkenen.

BIJLAGE 2

Fysieke infrastructuur Gronings popdomein

legenda

- geel: structurele gemeentelijke subsidie
- oranje: incidentele gemeentelijke subsidie (via Kunstraad)
- roze: gemeentelijke projectsubsidie
- rood: geen gemeentelijke subsidie

A. Poppodia

Vera - Club for the international pop underground

Vera werkt aan het bevorderen en in stand houden van de erkenning van- en de belangstelling voor de internationale pop-underground in het algemeen en die van popmuziek in het bijzonder. Vera programmeert veel concerten en daarnaast wekelijks een film- en een swingavond. Vera Zienema toont experimentele film; het zogenaamde C-circuit. Voor concerten heeft Vera een grote zaal en een kelderbar. Vera programmeert jaarlijks circa 130 concertavonden in de grote zaal met Nederlandse en internationale bands. De Kelderbar geeft lokale bands een podium. Vera's Art Division verzorgt de concertaffiches in de grote tweewekelijks verschijnende Verakrant. Hiermee geeft Vera ook jonge kunstenaars en ontwerpers gelegenheid een publiek te vinden. De eigen offset afdeling drukt de Verakrant die gratis in de stad wordt verspreid in een oplage van 2500.

Situatie 2009

Vera

Artistiek en zakelijke leiding

Missie

Peter Weening en Robert Bangma

Alg: Het bevorderen én in stand houden van de erkenning en belangstelling voor de internationale Pop Underground en de e popmuziek in het algemeen en de popmuziek in het bijzonder. Dit d.m.v. 1. Het bieden van een podium/locatie waar culturelen kunstzinnige activiteiten op het terrein van de internationale Pop Underground ontplooid worden. 2. Het onder de aandacht brengen en toegankelijk maken van de internationale Pop Underground bij een zo breed mogelijk publiek.

1899

Vereniging

(pop)muziek liefhebbers

120 concerten, 55 filmavonden, 46 swingavonden, 46 downstageavonden.
Oosterstraat

maximaal 510

9,1

230

Bestaat sinds

Bestuursvorm

Doelgroep

Aantal activiteiten

Locatie/huisvesting

Zaalcapaciteit (indien van toepassing)

Aantal medewerkers (fte's)

Aantal vrijwilligers

Aantal bezoekers 29.000 (concerten), Dance/swing 31.350, Zienema 1275, zomercafe's 700x= 60.652
Verhouding subsidie/eigen inkomsten % 33/67
Structurele subsidie gemeente 369.000 gemeente
Incidenteel gemeentelijke subsidie geen
Begrotingsomvang 1.117.783

Simplon

Poppodium Simplon programmeert, faciliteert, organiseert en ontwikkelt activiteiten op het gebied van popcultuur voor jongeren van 16 tot 27 jaar. Simplon richt zich op verschillende subculturen en programmeert daarom vier uiteenlopende muziekgenres; dance, hiphop/urban, pop/rock, en metal/punk/hardcore. Nieuwe stromingen als dubstep en Balkan beats krijgen een plek in de programmering. Daarnaast Naast fungeert Simplon als kweekvijver door een podium te bieden aan beginnend Gronings talent. Elke week worden beginnende regionale bands geprogrammeerd en programmeert Simplon lokaal talent als voorprogramma van (inter)nationale artiesten.

Situatie 2009

Simplon

Artistiek en zakelijke leiding

Missie

Hoofdprogrammeur Erik Visser, directeur Hubert Nauta
 Simplon biedt als poppodium een veelzijdige en grensverleggende programmering op gebied van (populaire) muziek, cultuur en lifestyle voor jongeren uit stad Groningen en omstreken. Hierbij zijn wij voor onze vaste en vrijwillige medewerkers een boeiende en inspirerende werkomgeving en bieden wij een podium voor jong talent, om zo een stevige positie en een voortrekkersrol te verkrijgen binnen het popcircuit van Noord Nederland.

Bestaat sinds

Bestuursvorm

Doelgroep

Aantal activiteiten

1976
 Stichting
 Jongeren van 12 tot 27
 41 concerten, 42 danceparty's, 36 lokaal talent, 8 stand-up comedy, 91 verhuur, 8 overig, 3 festivals

Locatie/huisvesting

Zaalcapaciteit (indien van toepassing)

Aantal medewerkers (fte's)

Aantal vrijwilligers

Aantal bezoekers

Verhouding subsidie/eigen inkomsten %

Structurele subsidie gemeente

Incidenteel gemeentelijke subsidie

Begrotingsomvang

Boterdiep
 maximaal 400
 8,2
 77
 37.095 (waarvan 7.288 concerten en 13.971 danceparty's)
 45/55
 394.900
 x
 830.000

De Oosterpoort

De Oosterpoort is als De Oosterpoort & de Stadsschouwburg een werkmaatschappij van de gemeente. Binnen de podiuminfrastructuur het grootste podium met de meest commerciële namen. De Oosterpoort heeft een grote zaal en een kleine zaal in één huis, ze biedt jaarlijks circa 130 concerten pop, jazz en blues en niet-westerse muziek en circa 50 muziektheatervoorstellingen, festivals, familie- en kinderconcerten aan.

Situatie 2009

De Oosterpoort & de Stadsschouwburg

Artistiek en zakelijke leiding

Missie

Programmeerteam en Nynke Stellingsma

De Oosterpoort & de Stadsschouwburg willen in het hart van de samenleving een inspirerend, actueel, gastvrij en technisch optimaal podium bieden aan belangwekkende kunstenaars en daar zoveel mogelijk, maar vooral het juiste publiek bij zoeken, dat van aanbod in een comfortabele en passende sfeer kennis kan nemen.

Bestaat sinds

Schouwburg sinds 1883, Oosterpoort +/- sinds 1973

Bestuursvorm

Gemeentelijke werkmaatschappij

Doelgroep

Breed, van groen tot grijs

Aantal activiteiten

88 popevenementen (naast de rest van de programmering natuurlijk)

Locatie/huisvesting

Trompsingel 27

Zaalcapaciteit (indien van toepassing)

kleine zaal maximaal 750, grote zaal maximaal 1900

Aantal medewerkers (fte's)

67,6

Aantal vrijwilligers

geen

Aantal bezoekers

popevenementen: 64.652 (totaal 236.803)

Verhouding subsidie/eigen inkomsten %

50/50 *

Structurele subsidie gemeente

5.993.000

Incidenteel gemeentelijke subsidie

x

Begrotingsomvang

12.000.000 **

B. Festivals

EuroSonic/Noorderslag

EuroSonic/Noorderslag wil hét platform zijn voor de ontwikkeling en promotie van de Europese popmuzieksector en biedt optredende acts, die vaak aan het begin van hun carrière staan, uit Nederland en de rest van Europa een kans op een internationale carrière.

Het jaarlijks terugkerende evenement Noorderslag in De Oosterpoort geeft met meer dan 40 acts op 9 podia een overzicht van de stand van zaken van de Nederlandse popmuziek. De uitreiking van de Popprijs is een van de vaste hoogtepunten op deze avond. EuroSonic is de showcase van jong Europees talent aan professionals en publiek. Het festival is op de woensdag, donderdag en vrijdag vóór Noorderslag. Op circa 30 podia staan 220 acts uit 30 landen.

Onlosmakelijk verbonden met deze showcase is de EuroSonic Noorderslag conferentie: drie dagen discussie, panels en workshops met 3000 professionals uit de (inter)nationale muziekindustrie. Sinds 2008 worden bovendien aan de vooravond van EuroSonic/Noorderslag de EBBA awards uitgereikt, dit evenement wordt in een fors gedeelte van Europa op de publieke televisie zenders uitgezonden.

Situatie 2009

EuroSonic Noorderslag

Artistiek en zakelijke leiding

Missie

Peter Smidt en Dago Houben

EuroSonic Noorderslag wil hét platform zijn voor de ontwikkeling en promotie van de Europese popmuzieksector en daarmee de optredende acts uit Nederland en de rest van Europa een optimale kans bieden op een internationale carrière.

Bestaat sinds

1986

Bestuursvorm

Stichting

Doelgroep

Primair: mensen die een bijdrage kunnen leveren aan het succes van Europese acts. Secundair: liefhebbers.

Aantal activiteiten

1 vierdaagse conferentie en showcasefestival per jaar

Locatie/huisvesting

Groningen

Zaalcapaciteit (indien van toepassing)

Het hele jaar door 8.0 In de tijd rond het festival 329

Aantal medewerkers (fte's)

geen

Aantal vrijwilligers

18.000

Aantal bezoekers

40/60

Verhouding subsidie/eigen inkomsten %

100.000 (van OCSW) 50.000 (van RO/EZ)

Structurele subsidie gemeente

48.000 (Ebba's)

Incidenteel gemeentelijke subsidie

2.000.000

Begrotingsomvang

New Attraction

Jaarlijks urban arts /urban lifestyle festival met deejays, acts, sport, dans, mode en media. De opbouw in alle programmaonderdelen verloopt van 'straatallent' tot internationale topartiesten. 7500 bezoekers, meer dan 150 acts.

Het festivalpubliek is jong en cultureel divers.

Situatie 2009

New Attraction

Artistiek en zakelijke leiding

Programmeerteam met Dennis Kok en Pieter Kleinhout, projectleiding Ingeborg Struyk

Missie Festival: recht doen aan diversiteit in cultuurbeleving van jongeren; aansluiten bij actuele trends; presentatie en inspiratieplek.

Bestaat sinds 2003

Bestuursvorm Stichting

Doelgroep Jongeren tussen 15-28; waarvan 50% tussen de 15-19 is en 50% allochtoon is.

Aantal activiteiten 1 festival per jaar

Locatie/huisvesting Kantoor Boterdiep, festival Kardingeplass

Zaalcapaciteit (indien van toepassing)

Aantal medewerkers (fte's) 0,5 (directie projectleidersniveau) 1 op stafniveau

Aantal vrijwilligers 110

Aantal bezoekers 6.000

Verhouding subsidie/eigen inkomsten % 50/50

Structurele subsidie gemeente 40.000

Incidenteel gemeentelijke subsidie x

Begrotingsomvang 274.000

Gideon Muziek Festival

Het Gideon Muziek Festival is een alternatief festival met dance, wereldmuziek, punk, hiphop, rock, punk etc. De acts zijn vaak minder commercieel en bekend. Het driedaagse festival werd in 2010 voor de vierde maal georganiseerd en groeit ieder jaar. Er zijn negen podia waar ongeveer 125 verschillende acts optreden. Naast het muziekterrein is er een campingruimte waar bezoekers kunnen overnachten.

Situatie 2009



Artistiek en zakelijke leiding

Artistiek leider/productie; Chris Garrit. Penningmeester; Remko Wind. Voorzitter; Diederik Idema

Missie

Samenbrengen van verschillende muziekstijlen ter bevordering van innovatie en culturele integratie. Ook het promoten van duurzame energie en kunst in de breedste vorm.

Bestaat sinds

2009 Daarvoor vanaf 2007 vanuit stichting Ons Belang.

Bestuursvorm

Stichting MOG (Muziek over Groningen)

Doelgroep

Breed publiek, van groen tot grijs uit de stad en ommelanden

Aantal activiteiten

1 driedaags festival en 1 previewparty in Simplon.

Locatie/huisvesting

Grote Markt 26

Zaalcapaciteit (indien van toepassing)

0.5

Aantal medewerkers (fte's)

120

Aantal vrijwilligers

1715 betalende bezoekers, 1100 via de gastenlijst

Aantal bezoekers

24/76

Verhouding subsidie/eigen inkomsten %

geen

Structurele subsidie gemeente

15.000

Incidenteel gemeentelijke subsidie

118.300

Begrotingsomvang

Bevrijdingsfestival

Jaarlijks organiseert de stichting Vier 5 mei op 5 mei het Bevrijdingsfestival op de Draf- en Renbaan in Groningen. In 2009 bezochten 55.000 mensen dit festival. Daarnaast ontwikkelt de stichting extra activiteiten gericht op basisschooljeugd, 35-plussers en ouderen. Dit gebeurt niet alleen op 5 mei maar ook in de aanloop naar bevrijdingsdag.

Situatie 2009

Bevrijdingsfestival

Artistiek en zakelijke leiding

Missie Programmeerteam en Diederik van der Meide
Betrokkenheid van de stedelijke en provinciale bevolking bij het gedachtegoed van 5 mei
vergrooten d.m.v. muziek

Bestaat sinds 1991

Bestuursvorm Stichting Vier 5 mei

Doelgroep Breed publiek, van groen tot grijs uit de stad en ommelanden

Aantal activiteiten 1 jaarlijks festival

Locatie/huisvesting Oliemulderstraat 51

Zaalcapaciteit (indien van toepassing)

Aantal medewerkers (fte's) 0 alleen maar freelancers zij vormen bij elkaar 1 fte

Aantal vrijwilligers 200 medewerkers

Aantal bezoekers 60.000

Verhouding subsidie/eigen inkomsten % alle subsidies/ eigen inkomsten 1 : 2

Structurele subsidie gemeente 48.800

Incidenteel gemeentelijke subsidie 20.000 via Evenementengeld

Begrotingsomvang 388.000 euro

TakeRoot

Past, Present and Upcoming (North) American Music.

Aanvankelijk gehouden in Assen sinds 2007 in De Oosterpoort in Groningen. Is inmiddels het enige Americana festival in Nederland. Wordt de afgelopen jaren steevast door de publieke omroepen opgenomen en uitgezonden op radio (NPS, KRO).

Op het -eendaagse- festival een spannende mix van singer-songwriters en bands die vanuit de traditie het huidige popklimaat vernieuwen. Er spelen 18 internationale acts gedurende 8 uren op 4 podia.

Situatie 2009

Artistiek en zakelijke leiding
Missie

Bestaat sinds

Bestuursvorm

Doelgroep

Aantal activiteiten

Locatie/huisvesting

Zaalcapaciteit (indien van toepassing)

Aantal medewerkers (fte's)

Aantal vrijwilligers

Aantal bezoekers

Verhouding subsidie/eigen inkomsten %

Structurele subsidie gemeente

Incidenteel gemeentelijke subsidie

Begrotingsomvang

TakeRoot

Johan Kleine (Buro-M) en Peter Sikkema (De Oosterpoort)

Festival: een overzicht geven van Americana en Roots muziek waarbij de nadruk ligt op die acts die vanuit de traditie het popklimaat een nieuwe impuls geven.

1998 (eerst in Assen en vanaf 2007 in Groningen)

Co-productie tussen Buro-M (eenmanszaak) en De Oosterpoort (Gemeentelijke dienst) (inter)nationale muziekliefhebbers

1 festival per jaar

De Oosterpoort

Alleen free-lance

40

3.000

10/90

X

15.000

150.000

C. Oefenruimtes en de exploitanten van studio's

Het Viadukt

Viadukt verhuurt sinds 1989 oefenruimtes aan bands en heeft zich dankzij inspanningen van beheerders, bestuur en vrijwilligers ontwikkeld tot een centrum waar Groninger muzikanten repeteren en elkaar ontmoeten. Het pand heeft 17 repetitieruimtes, opslagruimtes voor bands en een concertzaal waar cd presentaties plaatsvinden en waar maandelijks bands geprogrammeerd worden in samenwerking met HAM radio. Wekelijks maken ongeveer 120 bands gebruik van het pand.

Situatie 2009



Artistiek en zakelijke leiding	Beheer en bestuur
Missie	Verhuren van goede en betaalbare oefenruimtes, ook wekelijks een podium bieden aan Groningse bands
Bestaat sinds	1980
Bestuursvorm	Stichting
Doelgroep	Muzikanten uit alle muziekgenres uit Groningen en omstreken.
Aantal activiteiten	Oefenruimtes elke dag, en wekelijks een concert
Locatie/huisvesting	H.L. Wichersstraat 2
Zaalcapaciteit (indien van toepassing)	ca 300
Aantal medewerkers (fte's)	2
Aantal vrijwilligers	10
Aantal bezoekers	500 per week voor de repetitieruimtes, 1500 per jaar voor de concerten
Verhouding subsidie/eigen inkomsten %	0/100
Structurele subsidie gemeente	geen
Incidenteel gemeentelijke subsidie	geen
Begrotingsomvang	geen

Muziek Organisatie Noord

Sinds 2008 is Muziek Organisatie Noord (MON) in de stad gevestigd. Het concept van MON gaat uit van 'alles onder één dak'. Het centrum heeft 12 oefenruimtes voor bands, 4 lesruimtes voor muziekdocenten en 1 ruimte voor koren, orkesten en workshops en 2 geluidscabines. MON biedt ook muzieklessen aan en heeft contact met particuliere zorginstellingen om muziekles voor specifieke doelgroepen te organiseren. Op dit moment zijn er 7 muziekdocenten; zang, toetsen, bas, gitaar, drums, blaas en compositie. Het gebouw blijkt goed geschikt voor workshops. MON faciliteert daarnaast voorspeelavonden, jamsessies en try-outs.

Situatie 2009



Artistiek en zakelijke leiding

Missie

Ruud de Vries

MON is een commercieel bedrijf met een maatschappelijke inslag. Multifunctioneel voor muziekbeoefening en beleving.

Bestaat sinds

2008

Bestuursvorm

Eenmanszaak

Doelgroep

Breed van groen tot grijs, alle stromingen muziek van 8-88, + mensen met handicap, + scholen, kerkgemeenschappen

Aantal activiteiten

Oefenruimtes elke dag, bijna wekelijks evenementen (workshops, try-outs, voorspeelavonden, jamsessies)

Locatie/huisvesting

Bieslookstraat 23

Zaalcapaciteit (indien van toepassing)

Aantal medewerkers (fte's)

3,5

Aantal vrijwilligers

Geen

Aantal bezoekers

23.400 (terugkerend)

Verhouding subsidie/eigen inkomsten %

n.v.t.

Structurele subsidie gemeente

n.v.t.

Incidenteel gemeentelijke subsidie

n.v.t.

Begrotingsomvang

100.000

De stad kent een aantal kleinere studio- en repetitieplekken zoals Hundread Sound Accompany, Music and Lyrics en Bumrush the Building. En uiteraard wordt er in talloze garages en huiskamers in de stad gerepeteerd.

D. Educatieve instellingen

Stedelijke Muziekschool

De kerntaak van de Muziekschool is muziekeducatie. Er zijn reguliere muzieklessen, vervolgcursussen voor talenten, individuele lessen voor talenten en een educatiepakket voor scholen. Ongeveer 1750 leerlingen volgen les bij de Muziekschool. Er zijn ook repetitiemogelijkheden; drummers en bands kunnen terecht in een van de 4 kelderruimtes. De school heeft 1 slagwerkstudio en 20 leslokalen voor onder meer pianisten, andere instrumentalist en zangers. Daarnaast is er een concertzaal met vleugel en orgel. Voor de repetitieruimtes zijn geen wachtlijsten, bands moeten wel een afspraak maken. Een onderdeel van de Muziekschool is de Popschool. Het is een initiatief van de Muziekschool en een samenwerking met poppodium Simplon. In de Popschool vormen jongeren een band die uiteindelijk ook gaat optreden. Jongeren kunnen maximaal drie jaar deelnemen.

Situatie 2009

Muziekschool

Artistiek en zakelijke leiding

Directeur: Jan Roemeling Onderwijs inhoud: Harry Broekman

De Stedelijke Muziekschool Groningen is de toonaangevende partij op het gebied van muziekeducatie en de beoefening van amateurmuziek in de stad Groningen. Ons motto is:

Muziek maken doe je samen! De Stedelijke Muziekschool wil een sleutelrol vervullen in het veld van muziekonderwijs en amateurmuziek. Wij zijn zichtbaar en toegankelijk zodat de burgers optimaal van ons aanbod, onze kwaliteiten en faciliteiten gebruik kunnen maken.

Bestaat sinds

1859

Bestuursvorm

Gemeentelijke werkmatschappij

Doelgroep

Wij richten ons vooral op beginners maar zijn er ook voor gevorderden en talenten.

Aantal activiteiten

Popschool 1 okt-1 juni 15 keer per jaar les in ondersteuning wekelijks bandcoaching

Locatie/huisvesting

St. Jansstraat

Zaalcapaciteit (indien van toepassing)

33 (excl. freelancers)

Aantal medewerkers (fte's)

0

Aantal bezoekers

Op scholen 11.000 kinderen per jaar (oriëntatielessen op scholen) + 2000 kinderen op

hoofdlocatie, Leerlingenpresentaties per keer 110 mensen 60 x per jaar

1/3 inkomsten, 2/3 subsidie (bij de lessen) bij workshops ligt aandeel eigen inkomsten hoger

2.773.000

Verhouding subsidie/eigen inkomsten %

geen

1.852.000 (exclusief exploitatie)

Structurele subsidie gemeente

Incidenteel gemeentelijke subsidie

Begroefingsomvang

Academie voor Popcultuur

De Academie voor Popcultuur is één van de 18 *schools* van Hanzehogeschool Groningen en gevestigd in Leeuwarden. Met een curriculum gericht op muziek, vormgeving en nieuwe media is de Popacademie aantrekkelijk voor studenten die als creatieve ondernemers in de popindustrie aan de slag willen. De opleiding biedt studenten de mogelijkheid om artistieke vaardigheden op te doen bij Academie Minerva, het Prins Claus Conservatorium of een van de andere opleidingsinstellingen van de Hanzehogeschool Groningen en is daarmee onlosmakelijk met de stad verbonden.

Poparchieef Groningen

Het Poparchieef Groningen (<http://www.poparchieefgroningen.nl>) is een initiatief van het Gronings AudioVisueel Archief (GAVA) en het RHC Groninger Archieven in samenwerking met Dossier Popmuziek Groningen van Koen van Krimpen.

GAVA beheert het AV-materiaal, RHC Groninger Archieven gaat over de foto's, flyers en affiches. Koen van Krimpen verzamelt al jaren informatie over popmuziek in Groningen en stelt deze informatie beschikbaar aan dit poparchieef.

E. Overig

Productiehuis Popcultuur

De Stichting Productiehuis Popcultuur Groningen is een initiatief van Vera, de afdeling Popprogrammering van de Oosterpoort en de Stichting Noorderslag. De missie van het Productiehuis Popcultuur Groningen is het stimuleren van de popcultuur in Groningen in de ruimste zin van het woord. De doelstelling van de organisatie is het initiëren, uitvoeren, werven, ondersteunen en faciliteren van interessante projecten op het gebied van popcultuur. Het Productiehuis Popcultuur zoekt naar de grenzen van het popdomein. Vaak resulteert dit in nieuwe samenwerkingsvormen tussen popmuzikanten en kunstenaars uit andere disciplines.

Situatie 2009



Artistiek en zakelijke leiding

Bestuur: Peter Sikkema, Robert Bangma, Frans Vreeke, Dago Houben. Dagelijkse bedrijfsvoering: Harmen van der Hoek

Missie

Het stimuleren van de popcultuur in Groningen in de ruimste zin van het woord. 2007

Bestaat sinds

Stichting met een 'bestuur + directie model' uit de Code Cultural Governance

Bestuursvorm

Per project wordt een verschillende doelgroep bereikt. Generaliserend kan gezegd worden dat wij ons richten op publiek dat affiniteit heeft met popcultuur. De gemiddelde leeftijd bevindt zich binnen de bandbreedte van 15 jaar en 45 jaar.

Doelgroep

Per jaar verschillend, dit hangt af van de mogelijkheden tot projectfinanciering per project. Het productiehuis heeft geen eigen middelen, het kan hierdoor alleen die projecten uitvoeren wanneer het financiële risico 0% is. In 2009 richtten zij zich op 4 activiteiten.

Aantal activiteiten

Locatie/huisvesting

Oosterpoort, afdeling Pop

Zaalcapaciteit

Niet van toepassing

Aantal medewerkers (fte's)

0. De stichting kan alleen met freelancers werken. Er zijn geen eigen middelen voor het aannemen van medewerkers.

Aantal vrijwilligers

Dit verschilt per project.

Aantal bezoekers

1500 bezoekers verwacht in 2009

Verhouding subsidie/eigen inkomsten %

n.v.t.

Structurele subsidie gemeente

geen

Incidenteel gemeentelijke subsidie

75.000 in 2009. Deze begroting is volledig door projectfinanciering bij elkaar gebracht.

Begrotingsomvang

Hoewel popmuziek voor de volgende podia niet de *core business* is, vormen zij wel een schakel als podium in de popketen. Hetzij op een meer commercieel vlak, op het vlak van *cross over* pop producties of om een laagdrempelig podium te bieden voor (beginnende) bands.

Overige zalen/podia

Stichting Platform

Grand Theatre

Martiniplaza

Maize Maas

Kroegcircuit

Wat is de capaciteit van de zaal?

Maximaal 450

135/125

Maximaal 5000

Maximaal 700

Van 80 tot 180

Hoeveel pop/dance evenementen worden per jaar georganiseerd?

73

2 dagen per jaar tijdens EuroSonic

ca. 25

Elke week livemuziek

Hoeveel bezoekers komen gemiddeld per evenement/concert?

180

2000

600

90 (gemiddelde over alle gesproken kroegen)

Hoeveel bezoekers komen gemiddeld per jaar voor de pop/dance evenementen?

13.000

n.v.t.

7800

4500 (gemiddelde over alle gesproken kroegen)

¹⁴ Café de Spieghele, Café Koster, Kroeg van Klaas, Crowbar, Café Marleen, Buckshot Café

BIJLAGE 3

Infographic apart toegevoegd in pdf bestand

BIJLAGE 4

Verslag Werkbijeenkomst popvisie gemeente Groningen, Simplon, 7 oktober 2009, 10.00 – 13.00

aanwezig

Rigt Oostenbrug (projectleider), Pim van Klink (gespreksleider) Jacob Haagsma (Leeuwarder Courant, OOR), Peter van der Heide (Dagblad van het Noorden), Maarten Burger (Buckshot, Koninklijke Horeca Nederland), Harry Broekman (Stedelijke Muziekschool), Barbara Risselada (Marketing Groningen), Hester Diender (Gemeente Groningen, cultuur), Tessa Valentien (Provincie Groningen), Maaïke Wechgelaer (Gemeente Groningen, cultuur), Hubert Nauta (Simplon), Ron Torenbosch (Gemeente Groningen, EZ) Pieter Kleinhout (New Attraction), Ingeborg Struyk (New Attraction / Urban House), Dennis Kok (New Attraction), Chris Garrit (Gideon Music Festival), Marco Bentz van den Berg (Kunstraad), Harmen van der Hoek (Productiehuis Popcultuur), Appie Clermonts (Plato), Sieto Kiewiet (Viadukt), Erik Visser (Simplon), Robert Bangma (Vera), Peter Weening (Vera), Gert Plas (Groninger (pop)Archieven), Richard de Vries (notulist)
Tijdelijk: wethouder Jaap Dijkstra

Opening van de ochtend door Rigt Oostenbrug

Voor de gemeentelijke popvisie is een ruim aantal interviews afgenomen bij belanghebbenden en spelers in (de omgeving van) de Groningse popsector. De powerpoint presentatie (zie bijlage 5) vat de bevindingen van de interviews samen in een sterke zwakte analyse waarmee de huidige stand van zaken in de Groningse popsector weergegeven wordt.

Aanvullend hierop: popmuziek is de sector die, ook landelijk, de minste subsidie aanvraagt, en is tegelijkertijd de meest ondernemende vorm van cultuur.

Er volgen twee aanvullingen vanuit de zaal:

- De focus is nu gericht op podia. Opleiding en talentontwikkeling moeten ook niet vergeten worden.
- Er wordt benadrukt dat professionalisering belangrijk is. Het motto van de huidige cultuurnota is 'De basis op orde', laten we dit motto vooral niet uit het oog verliezen.

Samenwerking?

In de analyse staat New Attraction (NA) onder kansen. Dit is opmerkelijk omdat het festival immers al tien jaar bestaat, waarom is het stadium van 'kans' niet reeds gepasseerd? Dit is een gebrek aan erkenning en daardoor aan subsidie-, netwerk-, podium- en educatiemogelijkheden. Nieuwe initiatieven zoals NA moeten de kans krijgen onderdeel te worden van het bestaande popcircuit, daarvoor is meer openheid in het circuit nodig.

Het blijkt voor alle instellingen, maar vooral voor nieuwkomers moeilijk te zijn om de eerste verantwoordelijkheid als organisatie te verenigen met de verantwoordelijkheid die de organisatie heeft als onderdeel van het grotere popnetwerk. Instellingen denken teveel risico te lopen hun eigen kenmerkende 'smoel' te verliezen als zij teveel opgaan in het grotere geheel. De vraag is hoe met verschillen binnen de sector omgegaan kan worden. Zijn ze een bedreiging of juist een kans voor samenwerking?

Geld

De popsector neemt in de natuurlijke volgorde van subsidieverstrekking een lage plaats in. De subsidie verhouding popsector en andere kunstsectoren zou door de diverse overheden meer in verhouding moeten worden getrokken. Los van de recessie is het in het Noorden van het land lastig sponsormogelijkheden te vinden in het bedrijfsleven. Veel grote bedrijven of multinationals hebben we hier niet. Maar toch is er ook hier meer mogelijk dan nu het geval is.

Een voorbeeld is de toeristenbelasting waarvan een gedeelte naar het Groninger Museum gaat. Hier zou bijvoorbeeld Eurosonic/Noorderslag ook aanspraak op moeten kunnen maken.

Een ander moeilijk punt aangaande geld en subsidieverstrekking is de reactiesnelheid op aanvragen vanuit de popsector. Pop is een dynamische sector en huidige reactietermijnen bij overheden en fondsen sluiten hier niet op aan.

Het sleutelwoord is hier samenwerking. Als de Groningse popinstellingen zich verenigen om één lobby te voeren, staat de sector sterker.

Onderzoek naar consumenten?

Concertbezoek krijgt steeds meer concurrentie binnen de bestedingspatronen van jongeren. Mobiele telefoons, kleding etc. krijgen prioriteit bij besteding. Daarbij binden jongeren zich steeds minder vaak voor langere tijd aan één bepaald(e) genre of band. Concertbezoek gebeurt vaker op incidentele basis en er wordt 'gesnuffeld' bij verschillende genres. Er is behoefte aan een breed onderzoek, niet alleen onder concert- en festivalbezoekers. Hierbij zou aangesloten kunnen worden bij onderzoeken die jaarlijks uitgevoerd worden door Marketing Groningen of RO/EZ.

Samenvatting tot dusver door Pim van Klink

- 1) Er zijn problemen op het gebied van kansen voor talenten / nieuwe toetreders tot het popcircuit; nieuwkomers hebben het zwaar. De mate van samenwerking is ook een punt: iedereen neemt allereerst verantwoordelijkheid voor zichzelf. Er is twijfel over de bijdrage aan het collectief en hoe dit moet/kan.
- 2) Een ander probleem is de verhouding tussen de (subsidiërende) overheid en de popsector, onder andere door een ontbrekende lobbykracht van de laatste.

Over het grotere organisme, doelstellingen en voetbal

De deelnemers wordt gevraagd welke concrete dingen de afzonderlijke instellingen (vanuit hun expertise) kunnen doen om de sector als geheel te versterken. M.a.w. wat zijn de doelstellingen van de instellingen als het gaat om het versterken van het Groningse popklimaat? Waar moet het 'grotere organisme' naartoe?

Doelstellingen en voetbal

Simplon geeft n.a.v. de vorige vraag een voorzet en noemt haar Mission Statement: "Simplon moet een gezond platform zijn met een brede programmering en een aantrekkelijke plek om te werken en te komen. Het wil een positieve bijdrage leveren aan het popklimaat. In de programmering probeert Simplon een balans te vinden tussen 'cash cows' en nieuwe initiatieven. Om jong publiek te bedienen worden entreekosten niet boven een bepaald niveau getrokken."

De doelstelling van De Oosterpoort is een compleet popaanbod voor de stad. Grote namen én nieuw talent (EuroSonic, Take Root, Rhythm & Blues, maar ook Bevrijdingsfestival). Het belang van het hebben van een eigen smoel wordt hierbij onderstreept.

Pim van Klink geeft denkrichtingen aan. Wat is bijvoorbeeld de rol van repetitieruimtes (Het Viadukt) in de keten van popinstellingen? Of wat zou je als sector kunnen doen met het krediet dat Vera heeft opgebouwd?

Robert Bangma trekt een parallel met FC Groningen. Kampioen van Nederland worden is niet realistisch maar we willen wel meedoen in de subtop, dit zou ook kunnen gelden voor Groningen als popstad. De vraag is hoe het tactisch plan om dit te bereiken/behouden, eruit zou moeten zien.

Een betere samenwerking tussen de afzonderlijke spelers in de keten lijkt de basis te zijn hiervoor. Een voorbeeld van de werking van de popketen is de gang die beginnende muzikanten binnen de keten maken. Ze komen bij de Muziekschool in aanraking met het zelf maken van muziek, worden geïnspireerd door concertbezoek bij Vera en komen terecht bij het Viadukt om te repeteren. (daarna doorstroom naar optredens in kroegencircuit, Simplon en....) Een ander voorbeeld van de werking van de keten is het één-tweetje tussen scouting en jeugdopleiding (net als bij voetbal). Vera is bij uitstek een scoutingplek en De Oosterpoort de zogenaamde Champions League. Geef elkaar de ruimte, maar blijf in overleg over de invulling van deze ruimte.

Deelnemers zijn het er over eens dat het teamwork binnen de popsector niet optimaal is momenteel. Het is nog teveel ieder voor zich, terwijl meer bereikt zou kunnen worden als de neuzen dezelfde kant op staan.

Een andere bedreiging is het kleiner wordende instapcircuit voor de Groningse bandjes. Voor muziekcafés als de Spieghele wordt het steeds moeilijker om live muziek te programmeren. Dit wordt

deels opgevangen door de instellingen, zo heeft Simplon een avond voor jong talent. Toch is dit geen sluitende oplossing omdat het voor publiek niet laagdrempelig genoeg is.

NA formuleert haar visie op het doel van de Groningse popsector als geheel als volgt: Talent moet in Groningen groot kunnen worden, en andersom moeten grote acts naar Groningen kunnen komen. Dit zou een heldere doelstelling zijn die SMART gemaakt zou moeten worden.

Vera benadrukt dat een groeiende popsector gericht moet zijn op groei van de bestaande instellingen, niet op het organiseren van grootschalige nieuwe festivals etc. (consolideren). De bestaande structuur moet verstevigd worden, verwezen wordt naar de basis op orde. Groei is ook voor Noorderslag en De Oosterpoort absoluut een doel.

Pim van Klink vraagt de deelnemers wat er nodig is in Groningen om in de popsector de samenwerking te verbeteren; zelfsturing of moet er een trainer a la Ron Jans komen?

Programmeuroverleg zou geïnstitutionaliseerd kunnen worden. Het is voor de stad van belang dat er grote namen optreden. Kleinere podia merken op dat zij weinig terugzien voor de rol die zij spelen bij het naar Groningen halen van talentvolle bands die later uitgroeien naar grote kaskrakers en in De Oosterpoort terecht komen. Om dit op te lossen kunnen zogenaamde percentage afspraken gemaakt worden. Bijvoorbeeld: als Vera heeft geïnvesteerd in een band die groot wordt, zou De Oosterpoort Vera een percentage kunnen betalen op het moment dat deze geboekt wordt door De Oosterpoort. Peter Sikkema geeft aan hiervoor open te staan. (Het Robben effect: als er een transfer plaatsvindt van Arjen Robben naar een nieuwe club vangt de voetbalclub in Bedum een % daarvan.)

Samenwerking tussen de instellingen zou ook een de imago versterking van Groningen als popstad ten goede kunnen komen. Wat doen de instellingen op dit moment aan stads promotie (gezamenlijke lobby bij Marketing Groningen die geen gebruik maakt in haar campagnes van het imago dat Groningen op dat gebied heeft)?

Er zouden bijvoorbeeld zalen 'ingekocht' kunnen worden bij festivals in het buitenland voor de promotie van Groninger talent.

Pim van Klink daagt de deelnemers ten slotte uit de komende tijd na te denken over wat groei is of zou moeten zijn in de Groningse popsector als geheel. Hierbij kunnen alle schakels in de keten een rol spelen, van podium tot kroeg en van Muziekschool tot platenzaak. Vergeet hierbij ook niet de rol van de (Noordelijke) media en Marketing Groningen, de band hiermee kan beter en zij zouden andersom beter gebruik moeten en kunnen maken van het imago dat Groningen heeft als popstad.

Conclusies

- Groningen als popstad is kansrijk, een goede compacte infrastructuur en alles wat hier is bieden voldoende kansen.
- De basis in de Groningse popsector is nog niet helemaal op orde. Instellingen staan aan de vooravond van een professionaliseringsslag.
- Instellingen hebben hun eigen doelstellingen helder omschreven, er ontbreekt echter een doelstelling voor de Groningse popsector als geheel: wat kunnen instellingen doen vanuit hun expertise als bijdrage voor de popsector als geheel. Dit is iets waar instellingen de komende tijd over na moeten denken.
- Groningen beschikt over een complete popketen, waarbij de nadruk ligt op de podia. Echter een keten werkt pas als alle schakels benut worden. Dus ook educatieve instellingen, repetitieruimtes en speelplekken voor beginnende bands zijn als 'humuslaag' voor een goed popklimaat.
- De Groningse popinstellingen kennen elkaar goed maar trekken niet op als eenheid. Juist het opereren als eenheid naar buiten toe kan afzonderlijke posities en de sector als geheel versterken.
- Niet alleen onderlinge relaties kunnen versterkt worden, maar ook die met de pers, de overheid, commerciële partijen en het kroegencircuit.

- De popsector moet nadenken over de vorm waarin een stevige samenwerking tot stand komt zodat de doorstroming binnen de gehele keten optimaal verloopt.

BIJLAGE 5

Samenvattende SWOT analyse van de interviews met vertegenwoordigers van binnen en buiten het Groningse popveld. De analyse geeft de huidige stand van zaken in de Groningse popsector weer.

Sterkte <ul style="list-style-type: none">• Fysieke infrastructuur podia sterk ontwikkeld• (Inter)nationaal sterk geprofileerd podium (Vera) en festival (Eurosonic)• Duidelijk inhoudelijk (herkenbaar) profiel• Aanwezigheid en ruimte voor alle genres en niveaus• Compact stad, alles op loopafstand• Goede lokale scène, niet alleen gericht op student• Groningen bandjesstad• Oefenruimtes op orde• Geen concurrentie in naaste omgeving• kroegencircuit/sfeer• Het uitgangspunt voor samenwerking is goed• Bevolkingssamenstelling	Zwakte <ul style="list-style-type: none">• Beleidsmatige versnippering gemeente• Gemeentelijke processen en procedures sluiten niet aan op de processen die zich afspelen in de pop (podiumkunsten)• Professionalisering/opvolging• Marketing/marktaandeel• Structuur van werkmaatschappijen (?)• Erkenning economische belang popmuziek
Kans <ul style="list-style-type: none">• Noordelijke samenwerking• Ontwikkeling van evenementenbeleid• Studenten (bevolkingssamenstelling)• Erkenning economisch belang• Unieke Groninger structuur (één grote gemeente en provincie)• Academie voor Popcultuur• Er gaat niets boven Groningen• Ontwikkelingen cross-over producties• Creatieve stad• Optredens steeds belangrijker• Gideon, New Attraction	Bedreiging <ul style="list-style-type: none">• Economische crisis• Rookverbod• Toenemende concurrentie• Regelgeving (overheid)• Financiële positie en bedrijfsvoering podia• 'Veilige' keuzes in programmering• Toename incidenteel concertbezoek jongeren (voorheen meer structureel)• Vinden van sponsors