

EVA HUISMAN

HET KLASSIEKE CONCERT HERZIEN

EEN NIEUWE KLASSIEKE CONCERTPRAKTIJK
THEORIEËN, STRATEGIEËN EN CONCEPTEN
VAN WETENSCHAPPERS EN NEDERLANDSE
MUZIEKPROGRAMMEURS

Eva Huisman | Masterthesis | Universiteit Utrecht
MA Kunstbeleid en -management | student 3462544
eerste lezer: Ph. Lelieveldt | tweede lezer: F. de Glas
april - november 2014

VOORWOORD

Deze thesis is niet alleen een afstudeeropdracht. Het is ook het resultaat van één groot chronologisch geheel: mijn studententijd. Een auditie bij studentenchor Dekoor Close Harmony, een bachelor Theaterwetenschap, een bestuursjaar bij Entrée in het Koninklijk Concertgebouw en een stage bij TivoliVredenburg: alle tussenstappen hebben me naar dit onderwerp geleid. Misschien start de lijn wel bij mijn kleuterpianolessen, de duokinderoptredens met mijn zus, de liedjes van mijn moeder of de blokfluit van mijn vader. Pas bij het schrijven van deze scriptie werd de chronologie me duidelijk. Tijdens het uitvoeren van deze afstudeeropdracht heb ik regelmatig mogen sparren met mijn vriend, collega's, bestuursgenoten en koorgenoten. Mede dankzij hun enthousiasme, aanmoediging en ondersteuning heb ik deze scriptie kunnen voltooien, en zou het heel goed kunnen dat ik me de komende decennia met 'de concertpraktijk', of misschien specifieker nog de klassieke, blijf bezighouden.

Dat vermoedende is het moeilijk afstand te doen van deze scriptie. Ik weet namelijk: hierover raak je niet zomaar uitgepraat. Zeker niet als je een verwoede poging doet over een dusdanig actueel onderwerp een masterthesis te schrijven, en je je daarna (of zelfs al ondertussen) met die kennis op zak in een wel héél gerelateerd vakgebied mag begeven.

Ondanks dat dit onderwerp vrijwel naadloos aansluit mijn culturele en studieloopbaan, heb ik het aan scriptiebegeleider Philomeen Lelieveldt te danken dat het centraal is komen te staan in mijn afstudeertraject. Als ik mijn oorspronkelijke plan had uitgevoerd, was ik lang niet zo breed en diep in dit razend interessante onderwerp gedoken. Let wel - dat had me veel hoofdbrekens bespaard, maar de hoop is nu dat ik u, mijn lezer, diezelfde hoofdbrekens in positieve zin kan bezorgen. Zoals deze scriptie voor mij de brug was tussen wetenschap en praktijk, is die dat hopelijk ook voor anderen.

INHOUDSOPGAVE

Voorwoord.....	3
1. Inleiding	7
1.1 Probleemstelling.....	7
1.2 Doelstelling	7
1.3 Vraagstelling.....	8
1.4 Relevantie	8
1.5 Literatuurverkenning en methode	9
2. De concertpraktijk van klassieke muziek in context	14
2.1 Begripsafbakening	14
2.2 Ontwikkeling van de klassieke concertpraktijk.....	15
3. De samenstelling van het huidige klassieke concertpubliek.....	19
4. Wetenschap over vernieuwing van de klassieke concertpraktijk	24
4.1 Marketingwetenschap	24
4.2 Muziekwetenschap	35
5. Het culturele veld over de klassieke concertpraktijk.....	45
5.1 Klassieke muziek: levensverrijkend en ambigu.....	46
5.2 De ernst van de concertcrisis varieert en is multi-interpretabel.....	48
5.3 Mentaliteitsveranderingen kosten tijd	51
5.4 De pluriforme vraag van het publiek is moeilijk te bepalen.....	54
5.5 Doorbreek de conventie: drie pijlers	57
5.6 Onderzoek: implementatie, evaluatie en verankering.....	65
6. Conclusie en aanbevelingen	70
6.1 Conclusie	70
6.2 Aanbevelingen voor hervormingen	71
6.2 Aanbevelingen voor vervolgonderzoek.....	75
6.3 Evaluatie	77
Literatuurlijst	78
Bijlagen	81
Summary.....	81
Labellijst veldonderzoek	83
Vergelijkingstabel kernbegrippen wetenschappelijk onderzoek	84
Interviewverslagen.....	1

1. INLEIDING

Ik denk dat het symfonieorkest één van de allergrootste en belangrijkste producten is van de westerse beschaving. Ik denk dat het een monumentale status heeft. Dat monument was gefundeerd op de sterkste verdediging die je kunt bedenken: een massapubliek. Dat van de muziek hield, er veel van wist, nieuwsgierig was... Tot voor kort ging dat onverminderd door, maar in de laatste generaties is het zand onder dat monument weggelopen. Dat maakt het wankel. Het gaat er om of de beheerders van dat monument alert genoeg zijn om dat dreigende gevaar te bedwingen. Klassieke muziek is levensverrijkend. Maar ik merk toch dat er een stemmetje is dat zegt: “hoe lang gaat dit duren?”

- Neil Wallace

1.1 Probleemstelling

Steeds minder mensen bezoeken klassieke concerten. De bezoekersaantallen blijven in het gunstigste geval stabiel, en jongerenbezoek wordt steeds schaarser. De gemiddelde leeftijd van bezoekers is langzaam stijgende, en het vergrijzende concertpubliek wordt nauwelijks aangevuld met jonge(re) aanwas. Menig programmeur, musicus of liefhebber van klassieke muziek vreest dat het klassieke-concertpubliek verder slinkt. De noodzaak tot het werven van nieuw publiek voor klassiek wordt in brede kring herkend: enerzijds filosoferen en theoretiseren kunstwetenschappers over een nieuwe concertpraktijk, anderzijds experimenteren concertprogrammeurs om ‘het klassieke concert’ opnieuw uit te vinden. Waar de één te rade gaat bij grote denkers of zich richt op sociologische waardebeoordelingen, gaat de ander af op een marketingstrategie of onderbuikgevoel. De spelers in beide velden zijn niet per definitie op de hoogte van elkaars expertise, werkzaamheden en aanbevelingen.

1.2 Doelstelling

Het is zaak een brug te slaan tussen kunstwetenschap en praktijk door een overzicht te scheppen van de pogingen tot innovatie van de klassieke concertpraktijk, zoals die zijn bepleit, beschreven of ondernomen. Zo kan kennis en ervaring worden gebundeld. Hiertoe worden zowel het wetenschappelijke veld als het praktijkveld besproken. Niet de pogingen zelf, maar de beweegredenen achter de innovatiepogingen zijn het onderzoeksobject. Wetenschappers uit verschillende richtingen filosoferen en schrijven over wenselijke en onwenselijke vernieuwing. De programmeurs en marketeers in het culturele veld - zij die dat schrijven naar concrete projecten kunnen vertalen - lijken echter niet als vanzelf bekend met deze theorieën en aanbevelingen.¹ Wetenschappers zijn op hun plaats niet altijd bekend met de vele vernieuwingspogingen in de praktijk.

¹ Dit vermoeden is ontsproten aan persoonlijke ervaringen in het werkveld en werd bevestigd tijdens het uitvoeren van het veldonderzoek.

Mijn streven is dat deze thesis voor beide ‘fronten’ van nut kan zijn. Het ene veld houdt zich bezig met de vraag *waarom* de klassieke concertpraktijk moet worden geïnnoveerd, het ander met de vraag *hoe* er kan worden geïnnoveerd. In deze thesis ga ik op zoek naar de plek waar de velden samenkomen: door de vraag *waartoe* volgens beide velden moet worden geïnnoveerd te beantwoorden, kan een overzicht van aanbevelingen uit het wetenschappelijke veld en het praktijkveld worden opgesteld. Behalve met aan het onderzoek ontleende aanbevelingen wordt er afgesloten met een onderzoeksagenda, opdat deze eerste aanzet tot het slaan van een brug tussen beide velden in de toekomst kan worden voortgezet.

1.3 Vraagstelling

De hedendaagse klassieke concertpraktijk is met name in het praktijkveld al aan experimenten onderworpen. Zaal- en concertprogrammeurs uit heel Nederland doen al jaren pogingen nieuwe formats te ontwikkelen die een nieuw, zo mogelijk jonger publiek aanspreken. Ook in het buitenland wordt veel initiatief genomen. Er kan op veel fronten aan de concertpraktijk worden gesleuteld: bijvoorbeeld aan de uitvoeringspraktijk zelf, of aan de marketing of het imago ervan. Nog voordat er geëxperimenteerd wordt moet echter inzichtelijk zijn om welke reden dit zou moeten gebeuren, en met welke doelstellingen. Omdat vooral de spelers in het praktijkveld de instrumenten tot het hervormen van de uitvoeringspraktijk in handen hebben, zijn zij zowel de doelgroep als één van de primaire onderzoeksonderwerpen van deze thesis. De hoofdvraag van deze thesis, die inzicht moet bieden in de pogingen tot en beweegredenen achter innovatie, luidt daarom:

Wat zijn de opvattingen en ervaringen van concertzaalprogrammeurs aangaande de vernieuwing van de klassieke concertpraktijk?

De deelvragen zijn erop gericht de hoofdvraag van verdere context te voorzien, of ten dele te beantwoorden:

1. *In welke historische context is de huidige klassieke concertpraktijk geworden tot wat hij is?*
2. *Hoe is het huidige klassieke concertpubliek samengesteld, en welke tendensen zijn zichtbaar?*
3. *Welke wetenschappelijke theorieën zijn er over de herontwikkeling van de klassieke-concertpraktijk, en waartoe?*
4. *Hoe is er in de Nederlandse cultuursector door zaalprogrammeurs geëxperimenteerd met vernieuwende uitvoeringsconcepten, en waartoe?*

1.4 Relevantie

Iemand die goed bekend is met het discours rondom de klassieke muziekpraktijk zou kunnen stellen dat de vierde deelvraag al is beantwoord door Johan Idema, in zijn publicatie *Present! Rethinking Classical Music*.² Uit Idema's inleiding blijkt inderdaad dat de aanleiding tot zijn verkenning vergelijkbaar is met mijn aanleiding tot onderzoek:

² Johan Idema, *Present!: Rethinking Live Classical Music* (Muziek Centrum Nederland, 2012).

Have classical music concerts become too much of a predictable commodity as a result of formulaic programming strategies and practices? Or, even more alarming, is live classical music losing its competitive edge within the abundance of other arts and entertainment choices? One thing is certain, audiences are opting to spend more of their free time away from the concert hall.³

Diezelfde vragen – of zorgen – liggen aan deze thesis ten grondslag. Idema houdt zich als schrijver en adviseur bezig met vernieuwing in de Nederlandse en internationale cultuurwereld. In *Present!* beschrijft hij 45 voorbeelden van vernieuwende concertformats - uiteenlopend van zwembadconcerten tot *primetime* televisieopera's van één minuut - die zijn onderverdeeld in twaalf categorieën.

“[This book] presents and analyzes real cases of how to present classical music in innovative ways. The selected practices (...) all represent promising strategies from performers and presenters worldwide.”⁴ *Present!* is de eerste Nederlandse publicatie van zijn soort. Niet eerder verscheen er een dergelijke bundel van voorbeelden uit de praktijk. De door Idema onderzochte cases zijn inspirerend en hoopgevend, maar zijn publicatie verschaft weinig inzicht in de achterliggende beweegredenen die de projectontwikkelaars drijven. Deze thesis is daarin een aanvulling: door in gesprek te gaan met ervaringsdeskundigen worden die beweegredenen uiteengezet en wordt Idema's veronderstelling dat *classical music professionals* (te) weinig tijd besteden aan het vinden, creëren, analyseren, testen en evalueren van experimenten getoetst.⁵ Idema sluit af met drie overkoepelende strategieën, die volgens hem zouden moeten worden overwogen bij de ontwikkeling van een nieuw concertformat: *illuminate the story* (de muziek spreekt niet altijd meer voor zichzelf), *connect to the here and now* (plaats de muziek in een passende fysieke of mentale context) of *make the music more engrossing* (speel in op méér dan enkel het gehoor).⁶ Deze drie strategieën bieden een handvat voor concrete innovatie in de praktijk, en worden in dit onderzoek daarom dankbaar gebruikt om het onderzoeksmateriaal te categoriseren. In deze thesis wordt de klassieke concertpraktijk van een historische context voorzien en wetenschappelijk beschouwd, ook op het gebied van marketing: zo worden ook de stappen die aan een dergelijke strategie vooraf moeten gaan uiteengezet.

1.5 Literatuurverkenning en methode

De methode en daaruit voortkomende structuur van deze thesis zijn gekoppeld aan de denkstappen die vereist zijn om wetenschap, marketingtheorie en praktijk met elkaar te verenigen. Sommige denkstappen zijn door anderen reeds uitvoerig besproken, andere minder.

Allereerst ligt de focus op literatuuronderzoek. Naarmate de aandacht verschuift van wetenschap naar praktijk, ligt de nadruk op veldonderzoek. De eerste literatuurbespreking (marketingtheorie) wordt door middel van verder literatuuronderzoek (wetenschappelijke theorie) kritisch beschouwd. Om de kritische benadering vast te houden worden vervolgens ervaringsdeskundigen uit de praktijk geïnterviewd: het veld

³ Johan Idema, *Present!: Rethinking Live Classical Music*, 41.

⁴ *Ibid.*, 43.

⁵ *Ibid.*

⁶ *Ibid.*, 185.

vult derhalve de literatuur aan. Hoofdstuk 3 tot en met 6 zijn het resultaat van de onderzoeksmethode *grounded theory*, waarbinnen wordt gecategoriseerd en getheoretiseerd middels constante vergelijking van de vergaarde data. Deze data – in dit geval verkregen uit literatuuronderzoek en empirisch onderzoek – vallen onder het concept (of: *substantive area*) “innovatie van de klassieke concertpraktijk”. In het geval van *grounded theory* wordt er niet onderzocht aan de hand van een vaststaand theoretisch kader, maar worden verschillende perspectieven gelabeld, gecategoriseerd en gecodeerd om te kunnen afsluiten met hypothesen of een resulterende theorie.⁷ Zo kunnen de verschillende werkgebieden worden verenigd, in plaats van afzonderlijk te worden onderzocht binnen hun eigen discours. In dit onderzoek komen de labels en categorieën voort uit het literatuuronderzoek; het veldonderzoek is hiermee vervolgens ingekaderd. Thema’s die niet in het literatuuronderzoek voorkomen, maar wel ter sprake kwamen in het veldonderzoek, zijn als aanvulling aan de labellijst toegevoegd.⁸

Literatuur

De klassieke concertpraktijk in context

Om de huidige situatie te kunnen schetsen, zowel op het gebied van (problematisch weinig) concertbezoek als de actuele concertpraktijk, is gebruik gemaakt van bezoekerscijfers en bestaand publieksonderzoek. In het eerste gedeelte van deze thesis wordt het onderwerp van een historische context voorzien. Socioloog Cas Smithuijsen schrijft in zijn proefschrift *Een verbazende stilte* over het ontstaan van de huidige klassieke concertpraktijk dat deze praktijk het resultaat is van een langlopende verhouding tussen muziek, musicus en publiek.⁹

Wetenschap: status quo, marketing en kunstwetenschap

Het Sociaal Cultureel Planbureau (SCP) publiceert met regelmaat cijfers over cultuurdeelname onder Nederlanders.¹⁰ Hoewel deze niet altijd op klassiek concertbezoek in het bijzonder zijn gespecificeerd, geven deze een indruk van de afnemende bezoekersaantallen voor de Nederlandse podiumkunsten. De Zwitserse onderzoeker Thomas Hamann deed in 2008 onderzoek naar klassiek concertbezoek in verschillende West-Europese landen.¹¹ In zijn publicatie wijst hij, in het bijzonder voor Nederland, op het “generatie-effect” onder concertbezoekers: de huidige generatie concertbezoekers

⁷ Scott, Helen. “What is Grounded Theory”. Grounded Theory Online, <http://www.groundedtheoryonline.com/> (geraadpleegd september 2014).

Grounded Theory Online is een online platform dat wordt geleid door onderzoekers en docenten van de Manchester Metropolitan University, die zijn verbonden aan het Grounded Theory Institute van dr. B. Glazer.

⁸ De labellijsten die zijn opgesteld bij het literatuur- en veldonderzoek zijn opgenomen in de bijlage.

⁹ Cas Smithuijsen, *Een Verbazende Stilte: Klassieke Muziek, Gedragsregels En Sociale Controle in de Concertzaal* (Boekmanstudies, 2001), 1.

¹⁰ Andries van den Broek, Frans Huysmans, and Jos de Haan, *Cultuurminnaars En Cultuurmijders. Trends in de Belangstelling Voor Kunsten En Cultureel Erfgoed*. (Den Haag, 2005);

Andries van den Broek, Frans Huysmans, and Jos de Haan, *Cultuurbewonderaars En Cultuurbeoefenaars. Trends in Cultuurparticipatie En Mediagebruik* (Den Haag, 2009).

¹¹ Thomas K Hamann, “Musikkultur - Einfluss Der Bevölkerungsentwicklung Auf Publikum Und Konzertwesen,” in *Musik Im Alter. Soziokulturelle Rahmenbedingungen Und Individuelle Möglichkeiten.*, ed. Heiner Gembris (Frankfurt am Main: Peter Lang, 2008), 196–210.

wordt niet als vanzelf aangevuld door dertigers en veertigers met vernieuwde interesse. De gemiddelde bezoekersleeftijd blijft niet in stand, maar veroudert mee. Met behulp van de publicaties van het SCP en Hamann wordt onderzocht of vastgestelde tendensen zich in de jaren na deze publicaties hebben voortgezet, en wat dat op lange termijn betekent.

Onder meer Bonita Kolb (marketingwetenschapper) en Tim Baker (marketingdeskundige) bieden een extensieve bespreking van de *do's* en *dont's* aangaande *audience development* voor klassieke muziek.¹² Beide pogen een handzaam overzicht te geven van dat wat al is uitgeprobeerd of ontwikkeld. Kolb en Baker meten het succes van nieuwe initiatieven hoofdzakelijk op commerciële en economische gronden: zij benaderen de klassieke muzieksector als markt. Op basis hiervan bespreken zij wat werkt, en wat niet – Baker met een boekpublicatie, Kolb met kleinere bijdragen in gezaghebbende wetenschappelijke tijdschriften. Alan Brown (marketingwetenschapper en bestuurskundige) bepleit op basis van publieksonderzoeken als dat van Kolb, Melissa Dobson en Stephen Preece een paradigmawisseling op het gebied van projectontwikkeling enerzijds en publieksbenadering anderzijds, en publiceert hierover via de Britse Knight Foundation.¹³

Kunst- en beleidswetenschapper Njordur Sigurjonsson wijst er echter op dat een groeiende markt, stijgende bezoekersaantallen en langduriger publieksbinding niet de enige maatstaven moeten zijn om het 'succes' van nieuwe kunst- of concertvormen te toetsen. In *The Journal of Arts Management, Law, and Society* stelt hij naar aanleiding van zijn onderzoek naar de grenzen van publieks'comfort' bij orkestmuziek: "The issue of orchestra audience development is too important to be left only to marketers."¹⁴ Minder concrete (maar volgens Sigurjonsson minstens zo belangrijke) waarden van klassiek concertbezoek, zoals de positieve kunstbeleving en aansporing tot zelfreflectie, worden door marketeers te eenvoudig buiten beschouwing gelaten.

Componist Julian Johnson houdt in zijn boek *Who needs classical music?* een lofzang op de klassieke muziek en al haar sociale en kunstzinnige waarden.¹⁵ Zijn werk kan binnen dit onderzoek worden gezien als een pleidooi om de minder meetbare waarden van klassieke muziek niet te vergeten binnen een innovatieproces. Lawrence Kramer, componist en musicoloog, presenteert in het essayistische werk *Why classical music still matters* een relativering van Johnsons traditionele houding, door aan te tonen hoe esthetische waarde mede kan ontstaan dankzij connecties met het dagelijks leven, en niet enkel vanuit verheven kunst.¹⁶ Deze invalshoek is echter niet gemakkelijk te implementeren in het populaire marketingdiscours. De Duitse muziekwetenschapper Martin Tröndle wijst op het Duitse containerbegrip *Musikvermittlung*, en toont daarmee

¹² Bonita M Kolb, "The Effect of Generational Change on Classical Music Concert Attendance and Orchestras' Responses in the UK and US," *Cultural Trends* 11, no. 41 (January 2001): 1–35.

Tim Baker, *Stop Re-Inventing The Wheel* (Association of British Orchestras, 2000).

¹³ Alan Brown, "Initiators and Responders. A New Way to View Orchestra Audiences," *Magic of Music Issues - John S. and James L. Knight Foundation*, no. 4 (2004);

Alan Brown, "Smart Concerts: Orchestras in the Age of Edutainment - Knight Foundation," *Magic of Music Issues - John S. and James L. Knight Foundation*, no. 5 (2004).

¹⁴ Njordur Sigurjonsson, "Orchestra Audience Development and the Aesthetics of 'Customer Comfort,'" *The Journal of Arts Management, Law, and Society* 40, no. 4 (November 30, 2010): 276.

¹⁵ Julian Johnson, *Who Needs Classical Music?: Cultural Choice and Musical Value* (Oxford University Press, 2011).

¹⁶ Lawrence Kramer, *Why Classical Music Still Matters* (Berkeley: University of California Press, 2009).

het belang van 'bemiddeling' tussen de muziekwetenschappen, muziekpedagogiek, muziekmarketing, musici en bovenal het publiek aan.¹⁷ Hiermee wordt de implementatie van esthetische waarden in audience-developmentstrategieën iets geconcretiseerd. Door de klassieke concertpraktijk te onderzoeken volgens de principes van de systeemtheorie maakt hij duidelijk op welke fronten vernieuwing niet alleen noodzakelijk is, maar ook vruchtbaar kan zijn – ook met het oog op een kwalitatieve kunstzinnige beleving. Muziekdramaturg Matthias Sträßner bespreekt in het slotwoord van de door Tröndle samengestelde bundel *Das Konzert* de rode lijnen die in de (met name Duitse) ontwikkeling van “Neue Aufführungskonzepte” herkenbaar zijn, en welke kanttekeningen hierbij kunnen worden geplaatst.¹⁸ Door aan te geven waar op musicologisch en wetenschappelijk verantwoorde wijze kan worden gesleuteld aan de klassieke concertpraktijk verenigt zijn uiteenzetting het marketingdiscours met het wetenschappelijke.

Interviews

De publicaties van marketingtheoretici en kunstwetenschappers bieden geen succesgarantie voor de praktijk. Niet alleen omdat het om theorie gaat, maar ook omdat het praktijkveld niet altijd bekend is met de onderzoeksresultaten. Binnen het praktijkveld zijn verschillende spelers actief die zich met innovatie van het klassieke concert bezig houden: niet alleen de zaalprogrammeur, maar ook de zelfstandig ondernemer, orkestprogrammeur en musicus. De meesten hebben hetzelfde doel – klassieke muziek aan de man brengen – maar zij bereiken dat elk via een eigen weg. Ook werken zij elk binnen een eigen demografisch veld, dat zich weer verhoudt tot het Nederlandse, Europese en mondiale.

Zaalprogrammeurs Yvonne van den Berg (Oosterpoort Groningen), Gert Gering (Theaters Tilburg), Frank Veenstra (Muziekgebouw Eindhoven), Aart-Jan van de Pol (Het Koninklijk Concertgebouw Amsterdam) en Neil Wallace (De Doelen Rotterdam) hebben elk een vergelijkbaar takenpakket binnen hun eigen stad of regio. Frank Veenstra omschrijft de context waarbinnen programmeurs werken aan de hand van de ‘driehoek van kwaliteit’:

[E]nerzijds het publiek, ten tweede het aanbod van professionals en het derde punt is de overheid – dat zijn de belangrijkste drie *stakeholders*. Afhankelijk van die opdracht van de overheid heb je een *performance* te leveren die recht doet aan al die drie parameters. Per stad of regio is er een ander optimum binnen die driehoek te vinden.¹⁹

Zaalprogrammeurs zijn het vertrekpunt binnen dit veldonderzoek. Met behulp van drie interviews met spelers die zich zelfstandig in het veld mengen, zoals musici, producenten en freelance marketeers, kunnen de bevindingen van de zaalprogrammeurs van worden aangevuld. Lonneke Regter, contrabassistesse en directeur van Orchestra Musonia en het Nederlands Vioolconcours, poogt via allerlei wegen de klassieke concertpraktijk te vernieuwen. Marjolein van Ruiten is als freelance marketeer betrokken bij muzikale

¹⁷ Martin Tröndle, “Man Muss Das Konzert Verändern, Um Es Zu Erhalten.,” in *Audience Development, Kulturmanagement, Kulturelle Bildung.*, ed. Birgit Mandel (Bobingen: Kessler-Druck + Medien, 2008), 133–142.

¹⁸ Sträßner, Matthias Sträßner, “Sekt. Mozart. Sekt.,” in *Das Konzert: Neue Aufführungskonzepte Für Eine Klassische Form*, ed. Martin Tröndle (Bielefeld: transcript Verlag, 2011).

¹⁹ Frank Veenstra, 1.

initiatieven van uiteenlopende aard. Raaf Hekkema ten slotte heeft als musicus, onder meer bij het eigenzinnige Calefax Rietkwintet, al veel gedaan om het klassieke concert inhoudelijk te hervormen. Binnen dit veldonderzoek is niet met orkestprogrammeurs gesproken. Zeer recentelijk publiceerden de gezamenlijke Nederlandse symfonieorkesten *Orkesten van nu, van waarde voor de toekomst*, waarin de strategieën en ambities van de orkesten uiteen worden gezet.²⁰

In elk van de interviews is met een themalijst gewerkt, en met topics binnen die thema's. Deze zijn niet in een vaststaande volgorde afgewerkt, maar wel stuk voor stuk in elk van de interviews ter sprake gekomen. De interviews zijn benaderd als een open gesprek, waarin voor de respondent ruimte was om veel te vertellen over persoonlijke ervaringen. De complete labellijst is te vinden in de bijlagen. De basisthema's zijn: de definitie van klassieke muziek, de ernst van de (vermeende) concertcrisis, de verhouding met het publiek, de verhouding met musici en ervaringen op het gebied van concertinnovatie. Deze ervaringen zijn gelabeld aan de hand van Idema's parameters setting, inhoud en presentatie, en vergeleken met de kernbegrippen uit het wetenschappelijke discours.

De groep respondenten is opgesteld naar aanleiding van een shortlist van zaalprogrammeurs uit verschillende Nederlandse regio's, en op basis van aanbevelingen van de eerstgesproken personen. De eerste vijf interviews zijn afgesloten met de vraag welke speler in het praktijkveld nog meer zou moeten worden geïnterviewd. De meeste interviews zijn afgenomen op de eigen werkplek van de programmeurs, de overige in een café en een enkeling per telefoon. De gesprekken duurden gemiddeld 1,5 uur en zijn met behulp van een integrale opname op papier vastgelegd.

Leeswijzer

De hoofdstukken kunnen eventueel los van elkaar worden geraadpleegd, wanneer de lezer al bekend is met één van de besproken perspectieven: zo leert de wetenschapper van de marketeer, de programmeur van de wetenschapper, enzovoorts.

²⁰ Commissie Nederlandse Beroepsorkesten, *Orkesten van nu, van waarde voor de toekomst: de gezamenlijke Nederlandse Symfonieorkesten over het huidige orkestenlandschap en de toekomst*. (Eindhoven, 2014).

2. DE CONCERTPRAKTIJK VAN KLASSIEKE MUZIEK IN CONTEXT

Social pressure and far-reaching behavioural control have become inextricably intertwined with the perfect performance. Live performances are overwhelming in their polished perfection and provide the traditional concert halls with the right to exist among the diverse other methods of broadcasting classical music. But they cannot maintain their position in a vacuum. It has become essential to mingle at the more informal scene where classical music is now brought to the millions.²¹

– Cas Smithuijsen

De klassieke uitvoeringspraktijk zoals we die nu kennen is het resultaat van een eeuwenlang samenspel tussen musicus en publiek. In dit hoofdstuk wordt deze ontwikkeling kort uiteengezet.

2.1 Begripsafbakening

De in deze thesis veelgebruikte begrippen “klassiek” en “concert” zijn niet eenduidig. Hoewel de begrippen open blijven voor interpretatie door de lezer, hanteer ik in principe onderstaande definities.

“Klassiek” kan in beginsel eenvoudigweg worden begrepen als ‘tijdloos’ of ‘traditioneel’. Wanneer we het hebben over klassieke muziek, krijgen we echter te maken met het onderscheid tussen klassiek als gedefinieerde muzikale periode, en klassiek als globale stijlaanduiding. In deze thesis wordt het woord klassiek met name als stijlaanduiding gehanteerd, en daarmee ruim gedefinieerd: “klassieke” muziek is die muziek die volgens de (potentiële) luisteraar een klassiek, traditioneel karakter heeft - bijvoorbeeld symfonische gecomponeerde muziek. Het gaat niet zozeer om de inkadering, maar om de associatie bij het begrip. Muziek die vanuit de musicologie in de klassieke wordt gecategoriseerd, globaal genomen tussen 1730 en 1830 (bijvoorbeeld Haydn, Mozart en Beethoven) valt hier als vanzelf onder. Een belangrijk kenmerk van klassieke muziek is het feit dat het doorgaans onversterkt wordt uitgevoerd.

Onder “concert” versta ik: een situatie waarin muziek - in dit geval doorgaans klassieke muziek - live ten gehore wordt gebracht aan de aanwezige luisteraars. De setting van een dergelijk concert is hybride, maar de tegenwoordigheid van musici en luisteraars is een voorwaarde. Daarmee is ook dit begrip breed van aard. Met de intrede van moderne technologie is deze definitie alleen maar rekbaarder geworden. Zo kunnen

²¹ Smithuijsen, *Een Verbazende Stilte: Klassieke Muziek, Gedragsregels En Sociale Controle in de Concertzaal*, 161. Citaat uit Engelstalige synopsis.

we ook van een concert spreken wanneer dit via live streaming in de huiskamer van de luisteraar terecht komt.²²

Wanneer “klassiek” en “concert” samenkomen, kunnen we spreken van een klassieke-concertpraktijk. Deze praktijk betreft de randvoorwaarden die aan het concert verbonden zijn, zoals de duur van het concert, het soort publiek, de etiquette en de setting. Elk van deze vier parameters bespreekt socioloog Cas Smithuijsen uitvoerig in zijn proefschrift *Een verbazende stilte* en in *Stilte!*, de boekbewerking daarvan.²³ Het is van belang het begrip concertpraktijk niet synoniem te stellen aan het begrip uitvoeringspraktijk, dat mijns inziens specifiekere doelt op de praktijk van de muzikale *performance* als zodanig.

De volgende paragraaf dient niet als dwarsdoorsnede van de muziekgeschiedenis, maar als een beknopt ‘wat voorafging’ aangaande de concertpraktijk zoals we die nu kennen.

2.2 Ontwikkeling van de klassieke concertpraktijk

De klassieke concertpraktijk ontwikkelt zich parallel aan klassieke muziek: voor elke uitgevoerde compositie geldt dat deze in een bepaalde context ten gehore is gebracht. In tegenstelling tot moderner genres als pop en rock, is de uitvoeringspraktijk van klassieke muziek in de afgelopen honderd jaar vrijwel onveranderd gebleven. Sterker: musicoloog Martin Tröndle stelt zelfs dat de “uitvoeringscultuur” zoals Richard Wagner die in 1850 introduceerde nu nog steeds onmiskenbaar terug te zien is.²⁴ In het artikel *Von der Ausführungs- zur Aufführungskultur* poogt Tröndle de ontwikkeling van het concert te duiden aan de hand van systeemtheorie. Systeemtheorie richt zich op het grotere geheel in plaats van de delen: subsystemen of onderdelen zijn onlosmakelijk aan elkaar verbonden en bepalen mede de aard van de ander.

Das Konzertwesen – wie wir es gemeinhin verstehen als ein Geflecht aus Veranstaltern, Agenturen, Musikern, Komponisten, Kritikern, Publika, Orent und Verhaltensweisen – ist das sichtbar gewordene Product der strukturellen Koppelung des Publikums und des Konzerts. Diese Symbiose verlief über mehr als drei Jahrhunderte selbstverstärkend (...).²⁵

De eerste stappen tot de concertpraktijk zoals we die nu kennen zijn al in de 16^{de} eeuw gezet. In de Middeleeuwen werd door de adel in huiselijke kring gemusiceerd. In het openbaar klonk muziek met name in de kerken. Elena Ungeheuer, professor aan het Institute for Music Research de Universiteit van Würzburg, spreekt daarom in haar essay *Konzertformate heute: abgeschaffte Liturgie oder versteckte Rituale?* van de klassieke-concertpraktijk als een kerkliturgie, die nu nog steeds herkenbaar is:

Ein Konzert zeigt veile rituelle Komponenten quasi-liturgischen Charakters: es gibt Hohepriester (die Interpreten), den ersten und obersten Zeugen (den Komponisten), es gibt eine heilige Botschaft (die Musik), die durch die Priester eine authentische Exegese

²² Het problematische begrip “klassieke muziek” komt ook aan bod in hoofdstuk 5, waarin de resultaten van het veldonderzoek zijn opgenomen.

²³ Cas B. Smithuijsen, *Stilte!: Het Ontstaan van Concertetiquette* (Amsterdam: Podium, 2001).

²⁴ Martin Tröndle, *Das Konzert: Neue Aufführungskonzepte Für Eine Klassische Form*, ed. Martin Tröndle (Bielefeld: transcript Verlag, 2011), 23, <http://books.google.com/books?id=nPosGrZcRo8C&pgis=1>.

²⁵ *Ibid.*, 26.

erfährt, es gibt Verhaltensasymmetrien zwischen Bühnengeschehen und Publikum (...), [und] ein asymmetrische Kleiderordnung, (...).²⁶

Ungeheuer bepleit dat de concertpraktijk nu nog steeds van een gesecculariseerde liturgische aard is.²⁷ Met de opkomst van het humanisme won de behoefte aan zelfredzaamheid en kritische reflectie aan populariteit.²⁸ Vanaf het begin van de zeventiende eeuw werden kunst en muziek meer en meer beschouwd als iets waarmee men 'het hogere in zichzelf' kon cultiveren. Musiceren en muziek beluisteren werden daarmee een meer gewaardeerde bezigheid: "Die gewollte Abgrenzung vom Adel diktierte dem Bürger einiges: das exklusive analytische Zuhören im bürgerlichen Konzert trägt ebenfalls Züge einer Selbstnobilitierung."²⁹ Volgens Smithuijsen, die als socioloog met name het gedrag en de kenmerken van concertpubliek bestudeert, is dit streven naar het hogere ook tegenwoordig nog herkenbaar in de veelgebruikte termen als 'hoge kunst', cultuurstrijd en beschavingsoffensief.

In verenigingskring, zogeheten *collegia musica*, werd door de gegoede burgerij geconverseerd en gemusiceerd. Vanaf 1600 werden dergelijke collegia ook in Nederland opgericht. In een klein groepsverband van zo'n twintig muzikanten werd in besloten kring gestudeerd en gerepeteerd. De ambitie om in groter verband te musiceren, met uitgebreider repertoire, groeide. Na 1700 werd de aanwezigheid van toehoorders regel.³⁰ Waar publiekelijk optreden eerder uit den boze was (het risico te falen voor zowel minder- als hoogwaardig publiek was te groot), werd de meerwaarde van toehoorders langzaamaan ingezien: "serieus spelen moest worden weerspiegeld in serieus luisteren." "Met de consequente bewaking van het gedrag van de toehoorders trachtten de 'collegianten' vast te houden aan hun collectieve streven naar intellectuele en artistieke vorming, naar vergroting van hun cultureel kapitaal door muziekbeoefening."³¹

De wederzijdse kwaliteitseisen zorgden ervoor dat musiceren of muziek beluisteren niet zozeer een verheffende bezigheid was, maar ook een respectabel vak werd: amateur-musici verloren hun meerderheidspositie uiteindelijk aan de professionals.³² Vanaf 1800 verplaatste de uitvoeringspraktijk van privésetting naar een professioneel georganiseerd concertleven.

Mede dankzij de Franse Revolutie trad de burgercultuur meer op de voorgrond. De gegoede burgerij was nu in staat om, middels extensieve cultuurstudies, een haast aristocratisch niveau van eruditie te behalen. Socioloog Max Weber zag hierin de vicieuze cirkel van professionalisering en verregaande regelgeving: in een poging de burgerij op afstand te houden legde de aristocratie meer en meer gedragsregels op. De verwetenschappelijking en aristocratisering van de concertpraktijk maakten concertbezoek

²⁶ Elena Ungeheuer, "Konzertformate Heute: Abgeschaffte Liturgie Oder Versteckte Rituale?," in *Das Konzert: Neue Aufführungskonzepte Für Eine Klassische Form*, ed. Martin Tröndle (Bielefeld: transcript Verlag, 2011), 127.

²⁷ Ungeheuer, "Konzertformate Heute: Abgeschaffte Liturgie Oder Versteckte Rituale?"

²⁸ Smithuijsen, *Een Verbazende Stilte: Klassieke Muziek, Gedragsregels En Sociale Controle in de Concertzaal*, 19.

²⁹ Ungeheuer, "Konzertformate Heute: Abgeschaffte Liturgie Oder Versteckte Rituale?," 128.

³⁰ Smithuijsen, *Een Verbazende Stilte: Klassieke Muziek, Gedragsregels En Sociale Controle in de Concertzaal*, 62.

³¹ Ibid., 63.

³² Ibid., 61.

‘regel voor regel’ minder toegankelijk voor de gewone burger. “Die Zurückdrängung der Vorherrschaft des Adels, sowieso die Auflösung des Bürgerprivilegs der oberen Schichten, ermöglichte die weitere Entwicklung des öffentlichen Konzertwesens bis zur heutigen Form”.³³ Ondanks, of juist dankzij de volharding van de omhoogstrevende burgerelite, groeide het publiek voor de zo exclusieve klassiek. De collegia traden schoorvoetend buiten hun isolement en vervulden de rol van openbare concertvoorziening. “De toenemende professionalisering van de muzikale uitvoeringspraktijk leidde (...) niet alleen tot de opdracht om fijnzinniger en genuanceerder te componeren en te spelen. Om alle emotionele nuances in de composities te kunnen blijven volgen moesten ook de luisteraars zich intensievere intellectuele inspanning getroosten.”³⁴ In reactie op de immer stijgende kwaliteitseisen werd bij de bouw van nieuwe concertzalen meer waarde gehecht ruimte, architectuur en akoestiek. Bij een grote zaal hoorde een afdoende geluidsterkte: ook de orkesten groeiden.³⁵ Virtuozen maakten hun opmars - vanaf de tweede helft van de twintigste eeuw wordt het onderscheid tussen het kamerconcert, symfonische concert en solistenconcert sterker zichtbaar. De focus op de professionele praktijk maakt dat het publiek geen genoegen meer nam met concerten van amateurorkesten. Ter compensatie ontpopten de gedreven amateurs zich tot kenner: de luisteraar probeerde op zijn eigen manier de excellentie van de musicus te evenaren.

Vanaf 1850 wortelde de concertpraktijk zoals we die nu kennen zich. De rituelen die toen ontstonden zijn in principe vandaag nog steeds de grondslag van het klassieke concertwezen. Smithuijsen spreekt in zelfs van een concert*regime*: “In dat moderne concertregime leefden de verheven aspiraties van zowel de aristocratie als de hogere burgerij voort. Als onderdeel van een meeromvattend beschavingsoffensief richtte het zich met zijn missie op een hoger opgeleid burgerpubliek dat ontvankelijk was voor muziekpedagogische boodschappen.”³⁶ Smithuijsen legt uit dat klassieke muziek haar glorie en bestaansrecht mede te danken heeft aan haar unieke, historische sociale context. Echter, deze context past niet meer naadloos in de huidige culturele situatie: “[The] fixed rules of etiquette that helped people determine their place in society have been fairly rapidly replaced towards the close of the twentieth century by a system of flexible guidelines.”³⁷ Paradoxaal genoeg zijn de culturele conventies rondom klassieke muziek nog strikter en sterker voelbaar geworden in het geheel van versoepelde sociale (muziek)normen: klassieke muziek steekt, zeker wat betreft de concertpraktijk, af tegen het groeiende aantal moderne muziekstijlen.

³³ Weber in Stefan Kleinberger, “Neue Konzertformate Im Bereich Klassischer Musik – Über Die Notwendigkeit Einer Modernisierung Der Aufführungspraxis” (Universität für Musik und darstellende Kunst Wien, 2013), 23.

³⁴ Smithuijsen, *Een Verbazende Stille: Klassieke Muziek, Gedragsregels En Sociale Controle in de Concertzaal*, 65.

³⁵ Martin Tröndle, “Von Der Ausführungs- Zur Aufführungskultur,” in *Das Konzert: Neue Aufführungskonzepte Für Eine Klassische Form*, ed. Martin Tröndle (Bielefeld: transcript Verlag, 2011), 29.

³⁶ Smithuijsen, *Een Verbazende Stille: Klassieke Muziek, Gedragsregels En Sociale Controle in de Concertzaal*, 21–22.

³⁷ *Ibid.*, 158.

Status quo

Tegenwoordig is de oriëntatie op het hogere en betere nog steeds herkenbaar in het concertgedrag. Veel kernwaarden van de klassieke concertpraktijk van 1850 zijn in die van nu nog steeds herkenbaar.

Allereerst is daar de frontaalopstelling, de nu gebruikelijke zaalindeling waarin musici en publiek tegenover elkaar zijn opgesteld. Waar vroeger in kleiner en letterlijk kringverband werd gemusiceerd en geluisterd, is er nu doorgaans sprake van een lineair zicht op de muzikant ten behoeve van een ongehinderde focus. Omwille van diezelfde focus zijn eten en drinken uit de concertzaal verbannen: waar vroeger tijdens een concert kon worden gedineerd en geconverseerd, is nu elke mogelijke afleiding weggenomen. Ungeheuer plaatst deze ontwikkeling in het licht van de ‘sacralisering’ van het concert, waar zowel de toeschouwer als de musicus zich in dienst stellen van het ‘heilige’ concert.³⁸ Het luisteren in absolute stilte, en het uitstellen van applaus tot het bittere einde zijn hier een direct gevolg van. Ondanks al deze normen - of, uitgaande van de aristocratie, drempels voor de gewone burger - zijn concerten openbaar toegankelijk voor hen die een entreebewijs aanschaffen. Er is sprake van een sociaal cultureel samenspel: door te conformeren aan de concertetiquette, en zodoende in de juiste kleding te verschijnen en zich naar behoren te gedragen, probeert de concertganger toegang te verkrijgen tot een ‘hogere’, ‘betere’ of tenminste nastrevenswaardige sociale kring.³⁹

Deze opsomming brengt de verwachtingen voor en door het concertpubliek in kaart, maar gaat nog voorbij aan de verwachtingen voor de musicus. Smithuijsen, en in mindere mate ook Tröndle, stellen immers dat de concertpraktijk het resultaat is van het samenspel tussen musici en toeschouwers. Wanneer het publiek de musicus de ultieme concentratie en sacrale stilte biedt, getuigt dat van hoge verwachtingen. De musicus belooft de luisteraar met ongeëvenaarde virtuositeit en kwaliteit. In ruil biedt de luisteraar voor deze musicus de omstandigheden om te excelleren: “het is een routineuze luistervaardigheid die net zo goed is aangeleerd als de professionele vaardigheden die de optredende musici zich hebben eigengemaakt en waarmee zij het technisch ingewikkelde repertoire met ogenschijnlijk groot fysiek gemak brengen.”⁴⁰ Liefhebbers achten deze hoge graad van perfectie noodzakelijk bij een klassiek concert. Veel potentieel nieuw publiek ervaart deze discipline echter als een drempel, gewend als zij zijn aan de versterkte muziekstijlen die geen verstilde luisterhouding afdwingen. Het publiek anno 2014 is allicht nog steeds op zoek naar het humanistische ideaal van het hogere en betere dat voortkomt uit zelfontplooiing, maar is tot minder bereid. Het ruime muzikale aanbod van de eenentwintigste eeuw, waarin doorgaans de muzikaal-esthetische motieven voor concertbezoek zwaarder wegen dan de intellectuele, en society-gedrag wordt verfoeid, maakt dat klassiek concertbezoek een almaar minder aantrekkelijke bezigheid wordt. “In de zaal zitten nu luisteraars die zich naar de geldende luisterdiscipline schikken, terwijl zij die dat niet willen wegblijven.”⁴¹

³⁸ Ungeheuer, “Konzertformate Heute: Abgeschaffte Liturgie Oder Versteckte Rituale?,” 127.

³⁹ Smithuijsen, *Een Verbazende Stilte: Klassieke Muziek, Gedragsregels En Sociale Controle in de Concertzaal*.

⁴⁰ *Ibid.*, 23.

⁴¹ *Ibid.*

3. DE SAMENSTELLING VAN HET HUIDIGE KLASSIEKE CONCERTPUBLIEK

Binnen kunstbeleid is de zogeheten legitimatieparadox een bekend en gevreesd fenomeen: een gebrek aan belangstelling voor cultuur is zowel een argument vóór als tegen cultuursubsidie.⁴² Diezelfde paradox is van toepassing op de klassieke concertpraktijk: een gebrek aan publiek voor klassiek is zowel een argument vóór als tegen verdere investering in het genre. Maar voordat naar deze paradox kan worden gehandeld, is het van belang vast te stellen of dat gebrek aan publiek daadwerkelijk bestaat.

Het Sociaal Cultureel Planbureau verricht sociaalwetenschappelijk onderzoek en brengt verslag uit aan de Nederlandse overheidsinstellingen. Tussen 1979 en 2009 werd ook klassiek concertbezoek gemonitord binnen het Aanvullend Voorzieningsgebruik Onderzoek (AVO), dat iedere vier jaar werd gepubliceerd. Middels een enquête onder de Nederlandse bevolking worden gegevens vergaard over het gebruik van maatschappelijke en culturele voorzieningen – waaronder klassieke muziek. Opera werd oorspronkelijk onder klassieke muziek geschaard, maar wordt sinds 1987 afzonderlijk onderzocht.

SCP-onderzoekers Van den Broek, De Haan en Huysmans beschrijven in hun onderzoek *Cultuurminnaars en cultuurmijders* (2005) en *Cultuurbewonderaars en cultuurbeoefenaars* (2009) de belangstelling voor klassieke muziek als “een omgekeerde U-curve, waarbij de piek steeds later in de levensloop ligt.”⁴³ In onderstaande tabel zijn de resultaten in de categorie klassieke muziek die in 2003, 2005 en 2009 zijn gepubliceerd samengevoegd.⁴⁴ Het percentage van de Nederlandse bevolking dat tenminste één keer per jaar een klassiek concert bezoekt is, over de hele duur van het onderzoek genomen, stabiel gebleven. Op een kortere termijn is echter een daling in concertbezoek die na 1991 is ingezet zichtbaar, die nog duidelijker is wanneer het operagenre wordt meegerekend. De leeftijdsopbouw binnen de gehele bezoekersgroep is gedifferentieerd naar ‘levensfase’. In onderstaande tabel zijn de leeftijdscategorieën waarbinnen het vaakst een klassiek concert werd bezocht gearceerd. Zo wordt zichtbaar dat in de afgelopen dertig jaar het zwaartepunt meer en meer bij de oudere leeftijdsgroepen is komen te liggen, en de u-curve schuivende is: de grootste bezoekersgroep is niet alleen één leeftijdscategorie verschoven van 50-64 jaar naar 65-79 jaar, ook is deze grootste groep in omvang gegroeid. Waar in 1979 sprake was van een redelijk evenredige verdeling tussen de verschillende

⁴² De legitimatieparadox werd voor het eerst benoemd door Warna Oosterbaan Martinius in *Schoonheid, welzijn, kwaliteit. Kunstbeleid en verantwoording na 1945* (Den Haag, Gary Schwartz / SDU: 1990).

⁴³ Andries van den Broek and Frank Huysmans en Jos de Haan, *Cultuurminnaars En Cultuurmijders. Trends in de Belangstelling Voor Kunsten En Cultureel Erfgoed* (Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau, 2005); van den Broek, Huysmans, and de Haan, *Cultuurbewonderaars En Cultuurbeoefenaars. Trends in Cultuurparticipatie En Mediagebruik*.

⁴⁴ Broek and Haan, *Cultuurminnaars En Cultuurmijders. Trends in de Belangstelling Voor Kunsten En Cultureel Erfgoed*, 51.

van den Broek, Huysmans, and de Haan, *Cultuurbewonderaars En Cultuurbeoefenaars. Trends in Cultuurparticipatie En Mediagebruik*, 49.

In 2013 is er een onderzoek gedaan naar cultureel draagvlak en interesse onder de nederlandse bevolking. Onderzoekresultaten zijn daarom anders gecategoriseerd dan in de AVO-publicaties. Voor eind 2014 heeft het SCP een aanvullende publicatie met bereikscijfers aangekondigd.

bezoekersgroepen boven de 30 jaar, is het zwaartepunt gaandeweg later in de levensloop komen te liggen: “het publiek van klassieke concerten vergrijst dus”.⁴⁵ Sinds 2007 is de grootste publieksgroep 65 jaar of ouder en is de 35+’groep, die voorheen ook aanzienlijk was, minder zwaarwegend.

Fig. 1⁴⁶

Bezoek aan uitvoeringen van klassieke muziek in het jaar voorafgaand aan de enquête, in procenten

	1979	1983	1987	1991	1995	1999	2003 ⁴⁷	2007 ⁴⁸
Bezoek klassiek algemeen*	12	13	15	16	17	15	14	14
Bezoek klassiek concert	-	-	12	14	13	13	12	12
6-11 jaar	4	5	7	7	6	6	8	6
12-19 jaar	9	7	7	9	10	8	7	7
20-34 jaar	9	12	12	14	14	10	10	10
35-49 jaar	16	16	19	19	21	14	13	10
50-64 jaar	18	19	20	22	27	25	22	22
65-79 jaar	14	18	19	20	20	25	20	26
> 80 jaar	7	10	12	7	12	15	15	11

*incl opera’s, operettes

Het SCP maakt ook onderscheid in het hoogst genoten opleidingsniveau van de bezoekers. In figuur 2 zijn opnieuw de onderzoeksresultaten zoals gepubliceerd in 2005 en 2009 samengevoegd. Duidelijk is dat onder hoogopgeleiden de belangstelling voor klassieke muziek het grootst is, maar dat deze ook vrij sterk terugloopt. Doordat het aantal hogeropgeleiden in de bevolking groeit is het effect hiervan nog weinig zichtbaar in het totale bereik, maar “nu de bevolkingsgroei afneemt zou dat remmende effect op de lange termijn uitgewerkt kunnen raken en de dalende belangstelling onder hoogopgeleiden sterker in de totale belangstelling voor klassieke muziek tot uiting kunnen komen.”⁴⁹ Achter deze hypothese schuilt de aanname dat een hoog opleidingsniveau gekoppeld kan worden aan interesse voor ‘hogere’ kunst; op deze discussie zal ik hier echter niet verder ingaan.

Fig. 2

Opleidingsniveau van bezoekers van klassieke concerten, in procenten

	1979	1983	1987	1991	1995	1999	2003*	2007**
Basisonderwijs	8	8	8	9	11	9	7	9
Vmbo (lbo/mavo)	10	12	13	13	15	14	9	10
Havo, vwo, mbo	20	20	20	19	21	16	14	13
Hbo, universiteit	29	33	35	37	36	31	29	27

⁴⁵ van den Broek, Huysmans, and de Haan, *Cultuurbewonderaars En Cultuurbeoefenaars. Trends in Cultuurparticipatie En Mediagebruik*, 49.

⁴⁶ Wanneer er discrepantie bestond tussen gegevens in de oude en recentere tabel (bijvoorbeeld: in 2005 wordt bij het aandeel bezoekers in 2003 met basisschoolniveau 6% genoteerd, in 2007 op diezelfde plaats 7%), is de meest recentge gepubliceerde informatie overgenomen.

⁴⁷ *van den Broek, Huysmans, and de Haan, *Cultuurminnaars En Cultuurmijders. Trends in de Belangstelling Voor Kunsten En Cultureel Erfgoed.*, 51.

⁴⁸ **van den Broek, Huysmans, and de Haan, *Cultuurbewonderaars En Cultuurbeoefenaars. Trends in Cultuurparticipatie En Mediagebruik*, 49-50.

⁴⁹ van den Broek, Huysmans, and de Haan, *Cultuurminnaars En Cultuurmijders. Trends in de Belangstelling Voor Kunsten En Cultureel Erfgoed.*

Het bereik van klassieke muziek slinkt, en het publiek dat concerten bezoekt wordt steeds ouder. De Zwitserse socioloog Thomas Hamann gebruikte de data achter bovenstaande gegevens om de stagnatie in de aanwas van nieuwe concertbezoekers inzichtelijker te maken. In *Musikkultur – Einfluss der Bevölkerungsentwicklung auf Publikum und Konzertwesen* verwerkt hij de Nederlandse AVO-gegevens tot staafdiagrammen waarin niet alleen leeftijdscohorten zichtbaar zijn, maar ook de generaties gevolgd kunnen worden.⁵⁰ Onderstaande eerste drie grafieken tonen Hamann's resultaten (na de generatielegenda).

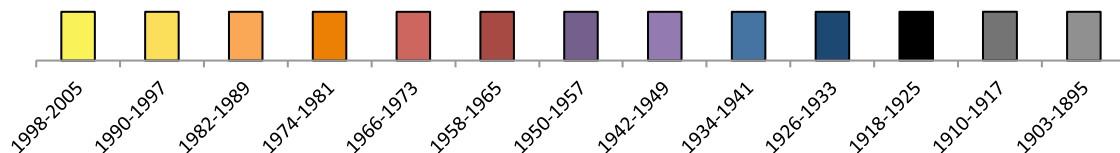
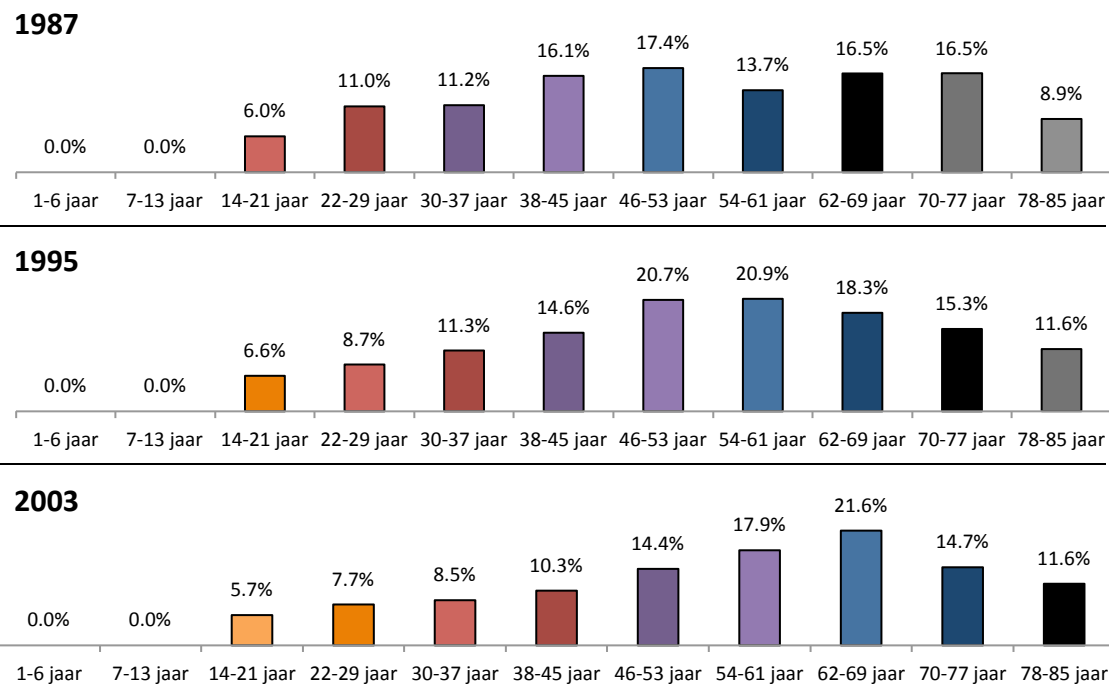


Fig. 3⁵¹
Staafdiagrammen zoals opgesteld door Thomas Hamann
"Anteiler der Besucher von klassischen Konzerten an verschiedenen Alterklassen/-kohorten – Niederlande"



Als belangrijkste conclusie stelt Hamann:

Die im Abstand von acht Jahren erhobenen Daten zeigen, dass der Anteil der Besucher von Konzerten klassischer Musik an den ebenfalls acht Jahre breit gewählten Altersklassen im Zeitverlauf weniger stabil als innerhalb der Kohorten ist.⁵²

Aan de hand van bovenstaande diagrammen toont Hamann aan dat de bestaande cohorten meebewegen met de generaties: de gemiddelde leeftijd van de concertbezoeker

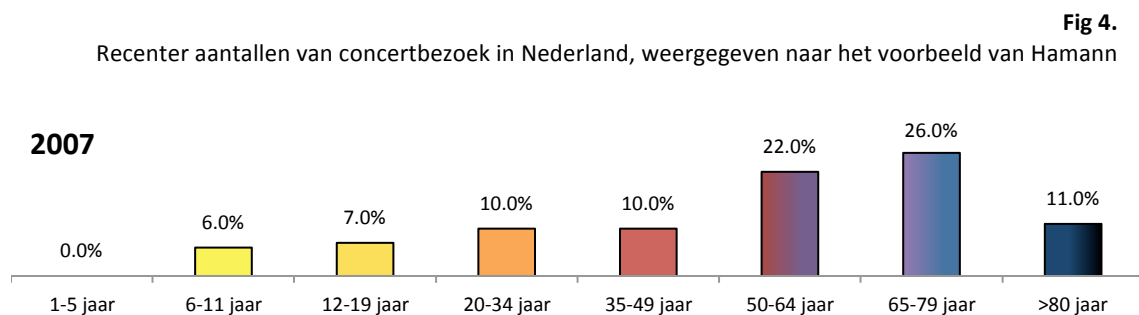
⁵⁰ Hamann, "Musikkultur - Einfluss Der Bevölkerungsentwicklung Auf Publikum Und Konzertwesen."

⁵¹ Ibid., 202.

⁵² Ibid., 201.

stijgt ieder jaar evenredig aan de verstreken tijd. Wanneer we deze lijn doortrekken naar de toekomst, zullen we volgens Hamann zien hoe de hierboven paars- en blauwgekleurde cohorten (geboren tussen 1934 en 1949) de grootste blijven, licht slinken in grootte en langzaam maar zeker rechts van de horizontale as ‘af vallen’. Heiner Gembris, professor Muziekpedagogie aan de universiteit van Paderborn, berekent in 2009 op basis van Hamann’s grafiek dat het klassieke concertpubliek in de volgende dertig jaar verder afneemt met maar liefst 36%.⁵³ Op het moment van schrijven, in 2014, zouden de blauwe en paarse kolommen uiterst rechts op de grafiek liggen, en volgens Hamann’s voorspelling nog steeds de hoogste zijn.

Om te onderzoeken of die tendens zich volgens de intussen gepubliceerde data inderdaad heeft voortgezet, heb ik naar het voorbeeld van Hamann in onderstaande grafiek de SCP-gegevens over het jaar 2007 geplaatst.⁵⁴ De door het SCP gehanteerde leeftijdscategorieën komen niet naadloos overeen met die van Hamann, maar de door Hamann afgebakende generaties zijn ook in onderstaand staafdiagram aangeduid met de eerdergenoemde kleurcodering.



Hierboven is zichtbaar hoe de paars- en blauwgekleurde kolommen opschuiven naar rechts. De betreffende generaties blijven trouw aan het klassieke genre; de jongere generaties blijven echter achter. Het animo onder de dertigers van 2003 daalt zelfs licht. Volgens Gembris is het gebrek aan interesse onder jongeren te verklaren doordat de muzieksmaak die in de generatiespecifieke kinder- en pubertijd wordt ontwikkeld grote invloed heeft op de muzieksmaak op latere leeftijd. Het is daarom, aldus Gembris, onverstandig om aan te nemen dat men vanaf een zekere leeftijd vanzelf affiniteit voor klassieke muziek ontwikkelt.

Op 4 september 2014 kopte een aantal Nederlandse nieuwsmedia met “Theaterbezoek in 2013 iets hoger.”⁵⁵ Naast theaterbezoek bleek ook het concertzaalbezoek te zijn aangetrokken. De Vereniging van Schouwburg- en Concertgebouwdirecties (VSCD) meldt

⁵³ Heiner Gembris, “Entwicklungsperspektiven Zwischen Publikumsschwund Und Publikumsentwicklung,” in *Das Konzert: Neue Aufführungskonzepte Für Eine Klassische Form*, ed. Martin Tröndle (Bielefeld: transcript Verlag, 2011), 66.

⁵⁴ van den Broek, Huysmans, and de Haan, *Cultuurbewonderaars En Cultuurbeoefenaars. Trends in Cultuurparticipatie En Mediagebruik*. De bezoekerscijfers van 2007 zijn door van den Broek et al. anders gedifferentieerd. De leeftijdscategorieën komen niet naadloos overeen met die van 2003, waarbij sprake is van intervallen van zeven jaar. Om de verschillende generaties te kunnen blijven volgen, hebben deze elk een kleur gekregen (zie vorige pagina). Deze kleur is ook in Fig. 4 te herkennen; in drie gevallen is er sprake van een combinatie vanwege verruimde cohorten.

⁵⁵ NOS, “Theaterbezoek in 2013 iets hoger”, 4 september 2014.

dat uit hun jaarlijkse gegevens blijkt dat de dalende trend in het podiumbezoek is gekeerd. Hoewel dit nieuws in het licht van het bovenstaande welkom is, is het van belang zich te realiseren dat ook een stabiel of groeiend publiek niet lang houdbaar is als dit te zeer uit de oudere bezoekersgroepen bestaat. Ook al blijft de blauwpaarse kolom groot; een stabiel publiek vergrijst en verdwijnt als de hierboven zichtbare tendens van stagnerende aanwas zich voortzet binnen afzienbare tijd uit beeld.

Tegen deze achtergrond komt de vraag hoe het tij gekeerd kan worden naar boven. Volgens Hamann en Gembris is de gemiddelde leeftijd van de primaire publieksgroep niet de grootste zorg: het gebrek aan groei onder de jongerenpublieksgroepen is de kern van het probleem. Volgens Gembris is het zaak de jongere op vroege leeftijd voor klassieke muziek te winnen, opdat het genre in diens muzieksmaak wordt verankerd. Middelen hiervoor zijn educatieprogramma's vanuit scholen, muziekpodia of orkesten, maar vooral aangepaste en geavanceerd concertformats: "erweiterte Veranstaltungskonzepte und moderierte Konzerte erzielten eine deutlich höhere Akzeptanz als in reines Klassikprogramm."⁵⁶

⁵⁶ Gembris, "Entwicklungsperspektiven Zwischen Publikumsschwund Und Publikumsentwicklung.", 74.

4. WETENSCHAP OVER VERNIEUWING VAN DE KLASSIEKE CONCERTPRAKTIJK

Classical music presenters need to define the core of what makes classical music distinct, special, vital and essential. The challenge will be to protect and defend that core. In addition, however, there is a need to build bridges and reduce barriers in reaching out to potential audiences; the possibilities are endless.⁵⁷

– Stephen Preece

Om de in hoofdstuk 3 gepresenteerde bezoekersaantallen te kunnen duiden, moet worden gezocht naar de verklaringen van de zichtbare tendensen. Daar waar statistici zich buigen over de cijfers, gaan wetenschappers op zoek naar de motieven achter concertbezoek (en het uitblijven daarvan).

4.1 Marketingwetenschap

Een ‘geavanceerd’ concert – of misschien liever: evenement – wordt niet alleen door musici of programmeurs ontwikkeld. Het is belangrijk uitvoerig kennis te nemen van de wensen van een nieuwe doelgroep als een concertformat hieraan moet voldoen. Marketeers zijn minstens zo bekend met de beoogde doelgroepen als muziekprogrammeurs: zij die de ontwikkelde programma’s aan het publiek moeten verkopen begeven zich op het grensvlak tussen vraag en aanbod. Marketeers spelen daarom een sleutelrol in de vernieuwing van de klassieke concertpraktijk. Het is voor hen echter niet altijd haalbaar om op de hoogte te blijven van het nieuwste marketingonderzoek. Ook publiceren maar weinig marketeers over hun ervaringen. Een aantal publicaties dat zich specifiek richt op concertmarketing wordt hieronder vergeleken. Twee belangrijke paradigmawisselingen worden door de auteurs bepleit: de eerste aangaande projectontwikkeling, de tweede aangaande publieksbenadering.

1. Projectontwikkeling: wat wil het publiek?

In 2000 publiceerde Tim Baker *Stop re-inventing the wheel, a guide to what we already know about developing audiences for classical music*.⁵⁸ Marketingconsultant Baker was eerder marketinghoofd bij The Scottish Chamber Orchestra en The London Symphony Orchestra. Door audience-developmentadvies en marketingcases samen te voegen presenteert Baker een ‘gids’ die voor spelers in het praktijkveld een overzicht geeft van de *do’s* en *dont’s* op het gebied van klassieke-muziekmarketing. Sinds 2000 is er veel ondernomen op het gebied van conceptontwikkeling en concertmarketing, maar Baker’s theorieën en modellen zijn nog steeds actueel: “If we are serious about developing

⁵⁷ Preece, “Commentary: Whither Classical Music?”, 41.

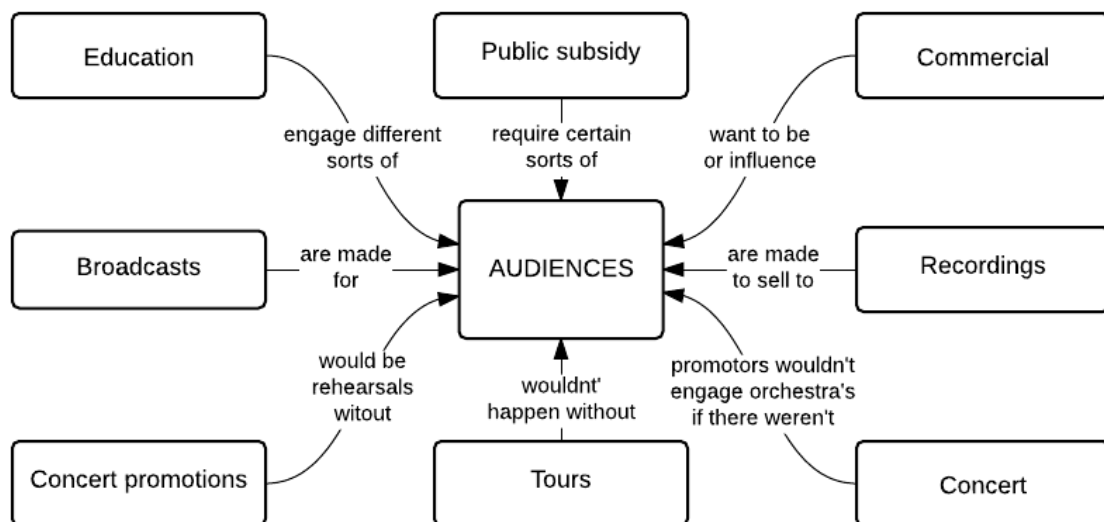
⁵⁸ Baker, *Stop Re-Inventing The Wheel*.

audiences for concerts, we must constantly work to understand the people we want to 'develop' in order to make what we do relevant and attractive to them."⁵⁹

Audience development is één van de kernbegrippen van het marketingdiscours. Baker hanteert in navolging van marketingadviseur en –wetenschapper Rick Rogers als definitie: “effective audience development involves uniting the artistic, educational and marketing elements of the arts organization to achieve a series of short-, medium- and long-term objectives which increase, broaden and enrich targeted groups.”⁶⁰ Het is aan de betreffende organisatie om een passende eigen strategie te ontwikkelen – liefst voor elke afzonderlijke doelgroep één. Volgens Baker moet de behoefte van het (potentiële) publiek centraal staan in elke vorm van audience development. Achter publiekswerving schuilen doelstellingen van artistieke, sociale of financiële aard. Voor elk van deze drie richtingen is publiek van cruciaal belang. Publiek is daarom niet zozeer een doel op zich, maar een middel om bredere doelen te bereiken. Baker toont het belang van publiek aan middels onderstaande illustratie:

Fig. 5

*The importance of audiences volgens Tim Baker*⁶¹



Audience development is noodzakelijk om (bijvoorbeeld) de acht bovengenoemde doelen te behalen: “If the arts sector does not become accountable, and does not genuinely try to include more people from a wider range of backgrounds, it will pay for its inertia.”⁶² Volgens Baker is hiervoor een paradigmawisseling nodig in de werkwijze van medewerkers van kunstinstituten. Er worden regelmatig projecten zoals concerten, tournees of educatieprogramma’s ontwikkeld zonder specifieke publieksgroep in gedachten. Baker bepleit dat allereerst moet worden bepaald welk publiek moet worden bereikt en waaraan dat publiek behoefte heeft, om pas daarna een programma te ontwikkelen – de vraag bepaalt het aanbod, in plaats van het aanbod de vraag. Dit betekent echter niet dat programmeurs of marketeers het publiek simpelweg moeten

⁵⁹ Baker, *Stop Re-Inventing The Wheel*, 12.

⁶⁰ Rick Rogers in *ibid.*, 10.

⁶¹ Baker, *Stop Re-Inventing The Wheel*, 8.

⁶² *Ibid.*

geven ‘wat het wil’, omdat veel nieuwe publieksgroepen dit niet gemakkelijk zelfstandig kunnen formuleren. Met zorgvuldig audience development kan per doelgroep en per programma de juiste combinatie van programma-, marketing- en educatie-elementen worden gevonden, om zo de drempels die dat publiek ervaart te verlagen.

In *The MEIEA Journal* presenteert Bonita Kolb, marketing- en beleidswetenschapper aan onder andere het Pratt Institute in New York, onder de titel *You Call That Fun?* de resultaten van een publieksonderzoek naar de reacties van jonge *first timers* na het bezoeken van een klassiek concert.⁶³ Helder wordt dat veel van de tradities die in de klassieke concertpraktijk zijn verankerd een nieuw en jonger publiek niet per definitie aanspreken. “Since the turn of the century there has been an emphasis on the need to understand classical music before it can be appreciated.”⁶⁴ Het gevoel niet “in the know” te zijn wordt door haar focusgroep als een zeer hoge drempel ervaren.⁶⁵ Dit geldt niet alleen op het gebied van de muzikale of musicologische kennis, maar ook kennis van het concertritueel van applaus, een staande ovatie, het ontbreken van een aankondiging en het gebrek aan verbale communicatie. Dat het overige publiek significant ouder is dan Kolb’s respondenten van 25-35 jaar versterkte het oncomfortabele gevoel niet in de concertzaal thuis te horen.⁶⁶ Het werk van Kolb laat zien dat de klassieke concertpraktijk zoals we die nu kennen niet elke doelgroep of leeftijdscategorie aanspreekt. Op de vraag in welke vorm de respondenten een klassiek concert aantrekkelijker zouden vinden, werd een gesegmenteerde benadering van potentieel publiek geopperd, “with classical music concerts presented differently for different market segments. (...) The same film can be shown in different types of cinemas to different types of audiences; why, therefore, do all concerts have to be the same?”⁶⁷

In navolging van Kolb voerde Melissa Dobson, werkzaam als onderzoeker bij het departement muziek aan de Sheffield University, in 2010 een breder publieksonderzoek uit, waarin nieuwkomers niet één, maar drie klassieke concerten van verschillende aard bezochten.⁶⁸ Haar onderzoek werd gepubliceerd in het *Journal of New Music Research*. De drie onderzochte concerten varieerden van conventioneel-traditioneel tot interactief. De door Kolb beschreven angst voor een gebrek aan kennis werd door Dobson’s focusgroep onderstreept. Met name de vraag “when and how to appreciate” maakte de ervaring bij het traditionele concert ongemakkelijk.⁶⁹ “The participants’ experiences were strongly mediated by a perceived lack of knowledge, which contributed to a feeling of being morally obligated to like the music they were exposed to.”⁷⁰ Dit gevoel werd veel minder sterk ervaren bij de concerten waarin het woord tot het publiek werd gericht. Interactie betekent echter niet per definitie een positiever ervaring: wanneer het gecommuniceerde belerend of nog altijd formeel overkomt, kan het gevoel onvoldoende appreciatie te

⁶³ Bonita M Kolb, “You Call This Fun? Reactions of Young First-Time Attendees to a Classical Concert,” *MEIEA Journal* 1, no. 1 (2000): 13–28.

⁶⁴ *Ibid.*, 17.

⁶⁵ *Ibid.*

⁶⁶ Kolb, “The Effect of Generational Change on Classical Music Concert Attendance and Orchestras’ Responses in the UK and US,” 19.

⁶⁷ Kolb, “You Call This Fun? Reactions of Young First-Time Attendees to a Classical Concert,” 24–25.

⁶⁸ Melissa C. Dobson, “New Audiences for Classical Music: The Experiences of Non-Attendees at Live Orchestral Concerts,” *Journal of New Music Research* 39, no. 2 (June 2010): 111–124.

⁶⁹ *Ibid.*, 117.

⁷⁰ *Ibid.*, 116.

kunnen opbrengen alsnog ontstaan. Een interactie die inspeelt op de brede culturele kennis van het publiek van nu, is daarentegen wel wenselijk. Bij het werven van een jonger publiek is het derhalve zaak drempels, zoals het vermeende stijve karakter van de traditionele concertavond, weg te nemen.

By providing potential audiences with a greater degree of choice over the means by which they consume live classical music - offering a range of educative, entertaining, and 'traditional' performance formats, and by clearly and effectively marketing these products - ensembles are more likely to achieve success in encouraging interested but novice concertgoers to attend classical performances.⁷¹

Dobson en Kolb wijzen ieder ook kort op een andere drempel, die wellicht minder gemakkelijk te verlagen is: "the students thought a major barrier to their future attendance would be finding a companion with whom to attend."⁷² Terry O'Sullivan, (kunst)managementwetenschapper aan de Britse Open Universiteit, bepleit in "All together now: a symphony orchestra as a consuming community", gepubliceerd in het jaarlijkse tijdschrift *Consumption Markets and Culture*, dat deze drempel zelfs de belangrijkste reden tot thuisblijven is. "The communal aspect of audience experience is an important and distinctive feature of arts attendance, that it is more complex and inflected than current notions of consumption communities acknowledge" [cursief in origineel].⁷³ Het principe van concertpubliek als 'consumity' vestigt de aandacht op het concertbezoek als sociale bezigheid in plaats van individuele ervaring. Dat de respondenten van Kolb en Dobson het gedrag en de leeftijd van hun medebezoekers zo zwaar wogen in de waardering van hun beleving laat ook zien dat het gezelschap waarin klassieke muziek wordt 'genoten' een zeer belangrijke rol speelt. Dit geldt niet alleen voor de daadwerkelijke beleving in de concertzaal, maar ook de beleving die potentieel publiek verwacht - een negatief beeld of hoog vermeend risico maakt dat nieuw publiek thuis blijft. Zo wordt duidelijk dat binnen het paradigma van het centraal gestelde publiek, het woord "publiek" als meervoud moet worden gelezen. Volgens O'Sullivan moet bezoekerservaring worden begrepen in termen van verwachte en daadwerkelijke 'community'.⁷⁴ Dit heeft een aantal implicaties voor concertmarketing: de "packaging" en promotie van concertprogramma's kan anders worden ingericht, door de nadruk te leggen op de gezamenlijke in plaats van individuele 'consumptie' van klassieke muziek. Door de sociale aspecten van concertbezoek te benadrukken - en voor bepaalde doelgroepen aan te passen - kan worden ingespeeld op "the leverage of the power of social networks": een bron van audience development die volgens O'Sullivan door menig marketeer nog wordt onderschat.⁷⁵

2. Publieksbenadering: hoe bereik je en activeer je het publiek?

Bonita Kolb schrijft niet alleen over de ervaringen van het concertpubliek, maar ook over de reacties van Amerikaanse en Britse orkesten op de teruglopende bezoekersaantallen.

⁷¹ Melissa C. Dobson, "New Audiences for Classical Music: The Experiences of Non-Attendees at Live Orchestral Concerts", 123.

⁷² Kolb, "You Call This Fun? Reactions of Young First-Time Attendees to a Classical Concert," 23.

⁷³ Terry O'Sullivan, "All Together Now: A Symphony Orchestra Audience as a Consuming Community," *Consumption Markets & Culture* 12, no. 3 (September 2009): 220.

⁷⁴ Ibid.

⁷⁵ Ibid., 221.

In het tijdschrift *Cultural Trends* publiceert ze “The effect of generational change on classical music concert attendance and orchestra’s responses in the UK and US”.⁷⁶ Haar publicatie kan worden gezien als een poging te verklaren waarom concertbezoek terugloopt, ondanks dat publieksonderzoek zoals het hare wordt uitgevoerd en strategieën of ‘gidsen’ als die van Baker voorhanden zijn. Eén van haar belangrijkste bevindingen is, zoals Baker al aangaf, dat orkesten in de ontwikkeling van bijvoorbeeld educatieprogramma’s nog te zeer gericht zijn op hun eigen behoefte, en niet op die van scholen, of in bredere zin het beoogde publiek.⁷⁷ Volgens Baker is het daarom van belang onderscheid te maken tussen audience development met een educatief karakter en audience development voor marketingdoeleinden:

Marketing works best in persuading the ‘available’ market – those already with an interest – to attend (more) concerts, but is far less effective in changing the attitudes and perceptions of the indifferent or even hostile; [w]hile (...) education programmes can really make a difference with the indifferent or socially or culturally excluded: groups of people for whom marketing approaches are less likely to have an impact.⁷⁸

De vraag is vervolgens hoe marketeers zich moeten richten op diegenen met een potentiële interesse in klassieke muziek. Volgens Kolb wordt door veel marketeers verondersteld dat de geringe of zelfs teruglopende (intrinsieke) interesse voor klassieke muziek voornamelijk te wijten is aan praktische factoren als prijs of aanvangstijd, of aan een (gevreesd) gebrek aan kennis van klassieke muziek. Volgens Kolb wegen twee andere factoren echter zwaarder: veranderende muziekmaken en sociaal-demografische veranderingen.⁷⁹ Kolb ziet ook in de VS en Groot-Brittannië bezoekers vergrijzen en slinken in aantal, en stelt dat “the decline in attendance among the young and minorities is not due to an unfamiliarity with or dislike of classical music, but to the concert setting itself.”⁸⁰ Het is dus zaak de setting van het klassieke concert aan te passen op basis van de vraag van de beoogde ‘consument’, en dat op een diepgaander niveau dan enkel het verlagen van prijzen of het bieden van een inleiding. Uit de huidige presentatievorm van klassieke muziek spreken conservatieve waarden. De muziek wordt aangeboden als een object om over te ‘contempleren’ en niet in een sociale context gepresenteerd. Een aantrekkelijke sociale context is voor jong publiek van groter belang dan voor publiek met een grotere kennis van klassiek. De traditionele, intellectuele en verstilde context rondom een klassiek concert is voor nieuw publiek onvoldoende sociaal. Dit onderscheid is volgens Kolb één van de belangrijkste redenen voor nieuw en bovenal jonger publiek om de concertzaal te mijden.⁸¹

Alan Brown, onderzoeker en adviseur in de internationale non-profit cultuursector en vaste contribuant bij de Britse Knight Foundation, noemt in *Smart Concerts: Orchestras in the Age of Edutainment* vier strategieën om de sociale aspecten van het klassieke

⁷⁶ Kolb, “The Effect of Generational Change on Classical Music Concert Attendance and Orchestras’ Responses in the UK and US.”

⁷⁷ Ibid., 23.

⁷⁸ Baker, *Stop Re-Inventing The Wheel*, 10.

⁷⁹ Kolb, “The Effect of Generational Change on Classical Music Concert Attendance and Orchestras’ Responses in the UK and US,” 3.

⁸⁰ Ibid., 2.

⁸¹ Ibid., 4.

concert te versterken.⁸² Deze vier strategieën ontwikkelde hij met de actuele trends van veranderende vrijetijdsbesteding in gedachten. De criteria voor een succesvolle culturele ervaring veranderen mee met waarden, *lifestyles* en consumptiepatronen.

[L]eisure trends are moving people further and further away from fixed, static experiences, and anyone who thinks that classical music concerts are somehow immune to the shifting sands of cultural tastes and consumer behavior is sadly mistaken.⁸³

Om de statische concertervaring te doorbreken bepleit Brown contextuele programmering (1), waarbij de connecties tussen bepaalde programmaonderdelen wordt toegelicht. Dergelijke programma's hebben meer "conceptual glue", en helpen onervaren publiek de waarde van het klassieke concert te begrijpen. Een contextueel programma is volgens Brown niet per definitie thematisch, maar richt zich vooral op datgene dat het programma interessant, aantrekkelijk of "exciting" maakt.⁸⁴ Door de muziek meer te dramatiseren (2) middels verhalende elementen, theater, dans, decor, licht of video kan de emotionele impact van de muziek worden vergroot – mits de muziek de belangrijkste component blijft.⁸⁵ Visuele versterking (3) kan volgens Brown een artistiek element aan het concert toevoegen, en de luisteraar helpen de musici en de muziek te begrijpen. Deze strategie is bovenal een antwoord op de ervaringen die nieuw publiek buiten de concertzaal bij andere cultuurvormen heeft opgedaan: bij menig concert is visuele stimulatie tegenwoordig een gegeven – en daarom een gemis bij het traditionele klassieke concert.

Concertzalen en artiesten moeten zich afvragen welk publiek met welk programma wordt bediend. Het abonnementenpubliek, dat Brown onderzoekt binnen voorbeelden van strategieën 2 en 3, blijkt niet altijd enthousiast over dergelijke moderne aanvullingen – kinderen, jongeren en nieuw publiek echter wel.⁸⁶ "Embedded interpretation" (4), zoals eerder al door Dobson en Kolb besproken, biedt interpretatieve ondersteuning tijdens het concert. Deze ondersteuning kan rondom, tijdens of met de muziek plaatsvinden: sprekende musici of dirigenten zijn voorbeelden, maar ook live programmatoelichting via projectieschermen of persoonlijke elektronische apparaten.

[However], purists argue that the value of a live concert is implicit in the music – that everything you could hope to take away from the performance is obtainable through the act of listening. They believe that embellishment is unnecessary, invasive and even counterproductive.⁸⁷

Het onderzoek van Kolb, Dobson en Baker bewijst het tegendeel. Brown stelt daarom ook dat de rol van de musicus groeiende is. Musici die goed kunnen communiceren over hun kunst en anderen daarvoor kunnen enthousiasmeren hebben volgens Brown de toekomst.⁸⁸

De vraag blijft vervolgens hoe nieuw publiek voor deze concerten, die meer inspelen op het sociale aspect van het beoefenen of beluisteren van muziek, kan worden geënthousiasmeerd. Ook volgens Brown schuilt de oplossing in een sociale benadering.

⁸² Alan Brown, "Smart Concerts: Orchestras in the Age of Edutainment - Knight Foundation," *Magic of Music Issues - John S. and James L. Knight Foundation*, no. 5 (2004).

⁸³ *Ibid.*, 5.

⁸⁴ *Ibid.*, 8.

⁸⁵ *Ibid.*, 9–10.

⁸⁶ Brown, "Smart Concerts: Orchestras in the Age of Edutainment - Knight Foundation," 12.

⁸⁷ *Ibid.*, 13.

⁸⁸ *Ibid.*

Hiertoe doet hij een voorstel in *Initiators and Responders – A New Way to view Orchestra Audiences*.⁸⁹ Niet alleen de vraag “what’s keeping so many classical music lovers at home?” is het beantwoorden waard, maar ook “what got classical music attenders out of the house?”⁹⁰ Naast programma, artiesten of locatie is de persoon die uitnodigt tot het bijwonen van een concert van grote – zo niet de grootste – invloed, aldus Brown. Dit betekent dat menig potentieel concertganger (onbewust) zit te wachten op een uitnodiging van een bekende. Voor deze groep, door Brown *Responders* genoemd, is marketing vanuit de culturele instelling alleen onvoldoende stimulans om tot concertbezoek over te gaan. Hiervoor is een uitnodiging van een *Initiator* nodig. “Initiators are the glue that hold together your audience.”⁹¹

Een Responder herkent zich in deze stelling: “I’m much more likely to attend cultural outings if someone else invites me.” Een Initiator ziet zichzelf eerder als “the kind of person who likes to organize outings to cultural events for my friends.”⁹² Dit onderscheid is fundamenteel anders dan de veelal gebruikelijke categorisatie van de vaste concertbezoeker – de abonneementhouder – en de losse-kaartkoper. Dit nieuwe principe biedt hoop voor een marketingdiscours dat verlegen zit om nieuwe benaderingswijzen. Onder het publiek van vijftien Amerikaanse orkesten waren in 2002 onder abonneementhouders 11% Initiators, en onder losse-kaartkopers 13%. Brown wijst erop dat het abonneementensysteem niet aanmoedigt tot het uitnodigen van vrienden: het vastleggen van concertbezoek voor een heel jaar is in groepsverband niet realistisch. Het hogere aantal Initiators onder losse-kaartkopers ziet Brown als een kans om de focus van abonneementpubliek naar een meer “omnivorous and independent-minded audience” te verplaatsen.⁹³ Wanneer dit onderscheid niet wordt meegenomen in concertmarketing bereiken de marketinguitingen ook diegenen die zich niet geroepen voelen concertbezoek actief te organiseren, wat de marketing weinig rendabel maakt. Marketing moet zich er niet op richten Responders in Initiators te veranderen, maar pogen Initiators als ambassadeurs of als ‘salespeople’ in te zetten.

When an unbiased suggestion comes with an opportunity to spend time with someone you care about, the cost-benefit equation gets a lot more attractive. (...) The personal appeal is much more effective than the absent appeal (or, worse, the digital appeal), because of the social weight attached to the message.⁹⁴

Concertbezoek wordt volgens Browns focusgroepen gezien als een gelegenheid om persoonlijke relaties te versterken. Concertzalen en orkesten pogen programma’s, artiesten en repertoire te verkopen, terwijl consumenten op zoek zijn naar emotionele ervaringen en betere persoonlijke relaties. Naast het centraler stellen van het publiek, is deze tweede paradigmawisseling van publieksbenadering daarom nodig om nieuwe modellen voor consumentgerichte marketingrelaties aan te gaan, “with the goal of

⁸⁹ Brown, “Initiators and Responders. A New Way to View Orchestra Audiences.”

⁹⁰ Brown, “Smart Concerts: Orchestras in the Age of Edutainment - Knight Foundation,” 1.

⁹¹ Brown, “Initiators and Responders. A New Way to View Orchestra Audiences,” 2.

⁹² Ibid.

⁹³ Brown, “Initiators and Responders. A New Way to View Orchestra Audiences,” 3.

⁹⁴ Ibid., 5.

offering consumers a menu of involvement opportunities that fit into their lifestyles and reinforce their self-perceptions” -beginnende bij een systeem voor Initiators.⁹⁵

Voor de benadering van Responders geldt dat ook op die specifieke doelgroep kan worden ingespeeld, maar dan niet met de intentie hen tot herhaaldelijk concertbezoek te verleiden. Stephen Preece, kunstmanagementwetenschapper, schrijft in een reactie op de publicatie van Kolb (gepubliceerd in dezelfde editie van *Cultural Trends*), dat de mogelijkheid tot het bezoeken van een klassiek concert eenvoudigweg niet bij mensen opkomt vanwege de veelheid aan cultuurvormen die tegenwoordig wordt aangeboden.⁹⁶ Ook al gebruikt Preece de benamingen van Brown niet, zijn de principes van Responder en Initiator ook in zijn publicatie indirect herkenbaar. Om een iemand positief te doen reageren op een uitnodiging van een ander, is een positieve of open houding ten opzichte van klassieke muziek van nut, stelt hij. Waar de waarde van klassieke muziek vroeger minder ter discussie stond, en legitimatie van klassiek geen vereiste was, stelt Preece: “the reality is, however, that many people are questioning the legitimacy of classical music institutions – or perhaps even more likely, simply not paying any attention to them.”⁹⁷ Daar staat tegenover dat in de meer en meer gemediatiseerde samenleving (zeker sinds Preece’ publicatie in 2001) de ‘culturele omnivoren’ de ‘snobs’ langzaam maar zeker in aantal overschaduwden. De culturele omnivoor is te vinden in elke leeftijdscategorie, wat betekent dat de doelgroep met een intrinsieke interesse groeiende is.⁹⁸ Kolb wijst erop dat de Britse en Amerikaanse 45+’ers zich makkelijker dan ooit schikken in veranderende omstandigheden en steeds meer op zoek zijn naar sociaal engagement dan traditie of verheffing. De angst van programmeurs en marketeers om het bestaande af te stoten is daarom wellicht onnodig.

Negen basisstappen van Audience Development

De *Guide to Audience Development* van Heather Maitland, consultant op het gebied van *audience development* en kunstmarketing, kan bij het ontwikkelen van marketingstrategieën van grote waarde zijn.⁹⁹ In deze gids presenteert Maitland negen processtappen van audience development, die elk tot in detail worden uitgewerkt. In navolging van Baker (“stop re-inventing the wheel”) worden deze basisstappen hieronder uiteen gezet. Volgens het principe van *Grounded Theory* zijn de inzichten van Maitland aangevuld enkele met een klein aantal aanbevelingen op het gebied van klassieke muziek, die zijn ontleend aan de overige auteurs die in deze paragraaf zijn besproken. Zo vinden hun genre-specifieke aanbevelingen hun weg in deze voorzet tot hervorming van de publieksbenadering.¹⁰⁰ In hoofdstuk 6 is te zien dat deze stappen tevens zijn meegenomen in mijn advies voor audience development en concertvorming in de klassieke muzieksector, en zodoende als categoriserend sjabloon hebben gediend.

⁹⁵ Brown, “Initiators and Responders. A New Way to View Orchestra Audiences.”, 7.

⁹⁶ Stephen B Preece, “Commentary: Whither Classical Music?,” *Cultural Trends* 11, no. 41 (January 2001): 37-42.

⁹⁷ *Ibid.*, 39.

⁹⁸ De “culturele omnivoor” is binnen de cultuurwetenschap een veelbesproken begrip. In deze thesis hanteer ik de globale definitie van de cultuurminnende persoon, die nieuwsgierig is naar een veelvoud aan kunstvormen en zich niet aan één enkele stijl of genre committeert. In dit onderzoek is onvoldoende ruimte dit begrip meer aandacht te geven.

⁹⁹ Heather Maitland, *A Guide to Audience Development* (Arts Council of England, 1997).

¹⁰⁰ *Ibid.*, 34.

1. *Choosing who to work with*
Baker, Maitland, Gembris en Kolb stellen stuk voor stuk dat kunstorganisaties te vaak projecten ontwikkelen die voor hen zelf aantrekkelijk lijken, en deze pas op de tweede plaats aan een mogelijkerwijs passende doelgroep koppelen.
2. *Collecting information about your target group*
Om een doelgroep te helpen bij het maken van keuzes uit concertprogramma's of drempels over te stappen moet worden onderzocht aan welke informatie die bepaalde groep behoefte heeft. Publieksonderzoek als dat van Kolb en Crawford (zie volgende pagina) kan als voorbeeld dienen.¹⁰¹
3. *Making use of the information*
Het is een opgave volledig aan de vraag van de publieksgroep te voldoen. Het is daarom raadzaam daarbinnen de *key facts* aan te wijzen. Op basis van deze sleutelfactoren krijgt een project een basisvorm. Ook kan de vergaarde informatie worden gebruikt om projecten van anderen tegen het licht te houden: hoe hebben zij deze groep benaderd, en was dat succesvol?
4. *Choosing the arts event*
In veel gevallen hoeft voor een bepaalde doelgroep niet een specifiek evenement te worden geproduceerd, maar enkel te worden geprogrammeerd. In het geval van het bestaande publiek voor klassieke muziek zijn er veel programma's die aan de vraag kunnen voldoen. Bij doelgroepen die nog op of achter de drempel staan is dit minder eenvoudig. "Some of the most exciting audience development projects have at their centre taken an imaginative approach to the arts event."¹⁰²
5. *Planning the project*
Volgens Baker en Maitland wordt deze stap regelmatig overgeslagen of te haastig uitgevoerd wegens tijdgebrek. Ook Johan Idema wijst erop dat in dit stadium van projectontwikkeling meer te halen valt.¹⁰³ Duidelijke doelstellingen moeten worden geformuleerd opdat op basis daarvan efficiënt kan worden gepland. "Set clear aims and objectives, and work out beforehand how you are going to evaluate the results."¹⁰⁴
6. *Consultation*
Bij het ene project is deze stap relevanter dan bij het ander, maar bij onbekende groepen moet worden nagegaan wat de kans van slagen van het project is. Navraag bij collega's, andere kunstinstellingen of experts kan helpen de geformuleerde doelen te verscherpen. Consultering van een focusgroep uit de doelgroep is van groot belang om te controleren of deze doelstellingen (stap 5) nog steeds overeenkomen met de vraag (stap 2). In deze stap kunnen de Initiators naar het voorbeeld van Brown worden ingeschakeld.

¹⁰¹ In Maitlands' *Guide* is een extensief overzicht opgenomen van mogelijke vormen van onderzoek om de benodigde informatie te vergaren.

¹⁰² Baker, *Stop Re-Inventing The Wheel*, 56.

Zie ook de voorbeelden in Johan Idema's werk *Present!*, of de voorbeelden uit het veldonderzoek in deze thesis (hoofdstuk 5).

¹⁰³ Idema, *Present!: Rethinking Live Classical Music*, 187.

¹⁰⁴ Heather Maitland, *A Guide to Audience Development* (Arts Council of England, 1997), 102.

7. *Implementing the project*

Maitland bespreekt zeven ‘activiteitsgebieden’, ook wel de “zeven P’s” van de marketing, die moeten worden overwogen om een project goed te verwezenlijken. Product, (in brede zin: de totale beleving van concert tot faciliteiten en catering), prijs (de juiste prijs/kwaliteitverhouding volgens de doelgroep), plaats (waar komt het concert tot zijn recht, waar voelt het publiek zich thuis), promotie (methodes, *tone of voice*, acties), *people* (door wie wordt het publiek ontvangen), proces (welk proces doorloopt het publiek, van werving tot bezoek) en *physical evidence* (overtuig de bezoekers middels tastbare middelen van de kwaliteit van de ontastbare ervaring).¹⁰⁵

8. *Sustaining the relationship*

Het is van belang goed contact te onderhouden met hen die zijn *getarget*. Voor publiek dat regelmatig concerten bezoekt is een andere aanpak vereist dan voor *first timers* of infrequente bezoekers. Sinds de publicaties van Baker en Maitland zijn er grote sprongen gemaakt op het gebied van digitale en sociale media. Er is echter nog weinig onderzoek gedaan naar de consequenties of kansen op het gebied van relatiemanagement in de klassieke-muzieksector. Aan het eind van deze paragraaf wordt hier verder op ingegaan.

9. *Evaluating the project*

Een evaluatie kan meteen na een evenement, maar ook op een later moment worden uitgevoerd. Zo kan direct succes worden vergeleken met de resultaten op de lange termijn. Ook kan het project op die manier beter worden geplaatst in het overkoepelende beleid van de instelling: heeft het project bijgedragen aan de sociale en financiële doelstellingen? En, in navolging van Preece, aan de artistieke?

Concertmarketing in *The Digital Age*

De in de vorige paragraaf besproken bronnen werden in 2000, 2004 en 2010 gepubliceerd. In de afgelopen veertien jaar heeft de opkomst van internet, digitale media en social media een enorme impact gehad op de cultuursector. Onderzoek naar deze impact loopt echter achter op de snelle ontwikkelingen. Zo wijdt Baker in 2000 nog slechts één paragraaf aan zijn visie op internet als medium voor concertmarketing – een paragraaf die met de kennis van nu schraal afsteekt tegen de rest van zijn ‘gids’. Alan Brown gaf al aan dat, wanneer het statische klassieke concert niet meegroeit met veranderende trends, *the gap* tussen concert en publiek alleen maar groter zal worden.

Eén van de weinige recente publieksstudies naar digitale media en klassieke-muziekmarketing, is *Is there an app for that?*, een case study naar de mogelijkheden en beperkingen van de digitale media op het gebied van audience development die in 2014 werd gepubliceerd in het wetenschappelijke tijdschrift *Information, Communication and Society*.¹⁰⁶ Crawford, Gosling, Bagnall en Light onderzoeken het gebruik van nieuwe technologie als middel om het engagement onder het klassieke-muziekpúblic te vergroten. Vanaf 1990 zijn PC’s en mobiele telefoons steeds meer de norm geworden. Ook in de concertsector heeft papieren post voor een groot deel plaats gemaakt voor e-mail,

¹⁰⁵ Maitland, *A Guide to Audience Development*, 48.

¹⁰⁶ Garry Crawford et al., “Is There an App for That? A Case Study of the Potentials and Limitations of the Participatory Turn and Networked Publics for Classical Music Audience Engagement,” *Information, Communication & Society* 17, no. 9 (January 23, 2014).

en zijn websites het belangrijkste communicatiemiddel. In de wetenschap wordt gesproken van *the participatory turn*. “The participatory turn [is] the idea of everyday users engaging much more with technologies associated with the Internet beyond ‘read mode’.”¹⁰⁷ In de case study van Crawford et al. wordt onderzocht hoe een mobiele applicatie of ‘app’ kan bijdragen aan het ontwikkelen van een relatie tussen een orkest en een jonge doelgroep, en dat op een goedkope, efficiënte en interactieve manier. In de betreffende applicatie waren de speeldata van het orkest duidelijk zichtbaar, werd enige achtergrondinformatie per concert geboden, waren luisterfragmenten te vinden en tickets eenvoudig aan te schaffen. Met behulp van ‘share’-knoppen werd aangespoord tot het uitnodigen van vrienden – maar slechts een enkeling van de twintig deelnemers gebruikte deze ook. Hoewel de reacties op de app zeer positief waren, concluderen Crawford et al. dat het bedoelde deel-effect uitbleef. Hierdoor bleek de app vooral een handig middel voor een reeds bestaande, kleine publieksgroep van jonge smartphonegebruikers met affiniteit met klassieke muziek.

It thus appears that UKSO [het onderzochte orkest, red.] would face difficulties in enrolling existing audiences in audience expansion activity, beyond those already cognizant of classical music audience culture, through networked publics. [C]lassical music remains important to elite groups for providing appropriate connections; however, it seems that these connections are most common in-group (bonding) rather than outward facing (bridging).¹⁰⁸

Het voordeel van de app schuilt dus vooral in het verkopen van tickets aan de bestaande markt, en niet in het aanboren van nieuwe publieksnetwerken via social media.

Crawfords onderzoek hoeft niet te betekenen dat de ontwikkeling van een app voor geen enkel orkest of kunstinstituut vruchtbaar is. Zaak is om uiteen te zetten wat er met een dergelijke applicatie moet worden bereikt. Dit onderzoek naar een app voor orkesten loopt wellicht juist vooruit op het onderzoek waar, zo vermoed ik, menig marketeer om verlegen zit: verder onderzoek naar het effect van social media op (klassiek) concertbezoek. Naast het ontwikkelen van vernieuwende concertprogramma’s is menig concertzaal of orkest ook op dit gebied zelfstandig het wiel aan het uitvinden. Bovendien wordt er op televisie regelmatig aandacht besteed aan klassieke muziek, of werpen prominente figuren zich op als liefhebber of kenner. Tegenwoordig is klassieke muziek ook tijdens *prime time* te zien op de Nederlandse televisie: het tweede seizoen van *Maestro* ging in oktober van start op NPO 1 en binnenkort presenteert RTL 4 het programma *Het Orkest van Nederland*. Dergelijke laagdrempelige programma’s pogen klassieke muziek te verlossen van het elitaire imago.¹⁰⁹ De vraag is welk effect dergelijke uitingen hebben op de perceptie van klassiek en op concertbezoek. Onderzoek dat de ontwikkelingen in de tien jaar sinds de ‘gids’ van Baker overbrugt zou een zeer welkome aanvulling zijn op het bestaande concertmarketingdiscours.

¹⁰⁷ Garry Crawford et al., “Is There an App for That? A Case Study of the Potentials and Limitations of the Participatory Turn and Networked Publics for Classical Music Audience Engagement”, 2.

¹⁰⁸ Crawford et al., “Is There an App for That? A Case Study of the Potentials and Limitations of the Participatory Turn and Networked Publics for Classical Music Audience Engagement”, 9.

¹⁰⁹ RTL 4, “Het Orkest van Nederland”. <http://www.rtl.nl/het-orkest-van-nederland---op-weg-naar-het-concertgebouw/> (Geraadpleegd december 2014.)

4.2 Muziekwetenschap¹¹⁰

In de voorgaande paragraaf is duidelijk geworden dat bij de vernieuwing van de klassieke concertpraktijk een grote rol is weggelegd voor marketeers en beleidsmakers. De noodzaak tot het werven van nieuw publiek dwingt een meer economische werkwijze af. In het marketingdiscours is de visie van publiek als consument of klant daarom populair: een klassiek concert kan aan de markt worden ‘aangeboden’ en is vanzelfsprekend onderhevig aan de wisselwerking tussen vraag en aanbod.

In het kunst- en muziekwetenschappelijke discours wordt er echter voor gewaarschuwd dat deze marktvisie, die is ontleend aan de principes van audience development, wellicht voorbij gaat aan de esthetische waarde van muziek en de bijzondere rol van de luisteraar onvoldoende recht doet: “ideas of the listening subject as a consumer who demands more *accessability* and more *comfortable* musical engagements appear to be the main doctrines of the prevailing audience development theory.” [cursief in origineel]¹¹¹ Volgens Njordur Sigurjonsson, kunst- en beleidswetenschapper aan de IJslandse universiteit Bifröst, moet audience development voor klassieke muziek in breder termen dan comfort en risicomangement worden verstaan, en niet alleen met behulp van marketingconcepten worden getheoretiseerd. In *The Journal of Arts Management, Law and Society* stelt Sigurjonsson dat in het pleidooi voor vernieuwende concertvormen zoals de hierboven bepleitte ‘events’ achterliggende vragen over de kwaliteit en esthetiek van de muzikale performance onbeantwoord blijven. De consequenties of voordelen voor de luisterervaring van het publiek worden niet in overweging genomen, of worden niet onderzocht. ‘Succes’ wordt afgemeten aan groeiende bezoekersaantallen of een verhoogde omzet – de kwaliteit van de publiekservaring wordt daarin weinig of niet meegenomen. Sigurjonsson uit zich kritisch over auteurs als Maitland, Baker en Brown: “Although the authors of the arts marketing and arts management literature highlight the need for change and the assumption that arts organizations need to adjust their offerings to cultivate audiences, they seem reluctant to consider the aesthetical or “experience” merits of those changes.”¹¹² Hoewel publieksonderzoek als dat van Kolb helpt de wenselijke aanpassingen aan het licht te brengen, wijst Sigurjonsson erop dat esthetische en artistieke waarden ook in dergelijke onderzoeken weinig aan bod komen. “Without exploring the aesthetical meanings and creative merits changes to presentation and to the “concert experience”, how can changes to the classical concert be a straightforward enterprise?”¹¹³

In hoofdstuk 2 werd duidelijk dat de klassieke concertpraktijk zoals we die nu kennen is ontstaan om de ‘ultieme’ luisterervaring, het ideale artistieke niveau en muzikale excellentie te kunnen faciliteren. Door aan die luisteromstandigheden te tornen kan de hogere beleving in het geding komen. Veranderingen in de klassieke concertpraktijk worden door musicologen, musici of sceptici vaak gezien als een ondermijning van de artistieke kwaliteit. Sigurjonsson stelt daarom:

¹¹⁰ Met dank aan Ph. Lelieveldt voor de inzage in haar ongepubliceerde boekbespreking *Variaties op een concert, wetenschappers over de toekomst van de klassieke muziek* (2010), die heeft geholpen bij het structureren van deze paragraaf.

¹¹¹ Sigurjonsson, “Orchestra Audience Development and the Aesthetics of ‘Customer Comfort,’” 266.

¹¹² *Ibid.*, 268.

¹¹³ *Ibid.*, 273.

The prevailing paradigm for orchestra audience development theory is too reductive to serve as a guiding discourse for shaping the musical event. (...) The issue is too important to be left only to marketers.¹¹⁴

Componist en musicoloog Julian Johnson is één van de eerste auteurs die zich sceptisch en kritisch uitliet over de commodificatie van muziek. In zijn boek *Who needs classical music* stelt Johnson dat veel waarden van muziek verloren dreigen te gaan wanneer een marketing- of businessmodel wordt gehanteerd.¹¹⁵ Een 'tevreden klant' is iets anders dan een luisteraar die zich op een betekenisvolle manier met muziek verbonden heeft gevoeld.¹¹⁶ "There is a clear tendency to view the listening subject as a consumer of a musical product, as a customer of sorts, rather than as an active participant in the making of the music."¹¹⁷ Johnson ziet niet de concertsetting, maar het discursieve karakter van het klassieke concert als de belangrijkste oorzaak voor de ontoegankelijkheid van klassieke muziek. De lange verhaallijn die in bijvoorbeeld een symfonie wordt gepresenteerd vergt een hoge mate van concentratie; de concertpraktijk zoals we die nu kennen maakt de noodzakelijke concentratie mogelijk.

Classical music does not fare well in the context of contemporary technologies and the musical practices they enable. (...) Its sonorous immediacy, the physicality of sound, strikes us with the force of a material object and elicits a reaction that is primarily bodily. Music-as-art insists on being more than that – an aspect that is lost when the primacy of music's temporal unfolding is denied.¹¹⁸

Johnson neemt daarom het muziekstuk als centraal uitgangspunt, in plaats van het publiek. "To gain maximum benefit we must submit to the demands of the object itself."¹¹⁹ Deze stelling staat haaks op het audience-developmentprincipe van vraag en aanbod. "Studies of musical meaning that completely ignore the music itself are clearly inadequate."¹²⁰ Om de esthetische waarde van muziek voor de luisteraar te bevatten moet niet alleen de ervaring van de luisteraar worden onderzocht, maar ook de muziek zelf. Volgens Johnson is klassieke muziek hoge kunst. Gebrekkige (of: laagdrempeliger) representaties van kunst zijn minder waardevol, omdat deze het eigene van het kunstwerk geen recht doen en de luisteraar niet kunnen optillen uit het dagelijkse bestaan. Die bijzondere eigenschap van klassieke muziek maakt dat een overdadige connectie met het dagelijks leven volgens Johnson juist onwenselijk is: het 'optillen' uit dat dagelijks leven kan niet plaatsvinden als de concert- of luistersetting daar te zeer mee vervlochten is.

Desondanks erkent Johnson dat veranderingen nodig zijn om het genre in leven te houden. Volgens het klassieke Bildungsideaal wijst hij op de belang van kunsteducatie om "musical literacy" te bereiken.¹²¹ Door middel van dit muzikale 'alfabetisme' moet het voor elk mens mogelijk zijn een gegronde keuze te maken uit het muzikale aanbod: niet alleen binnen het klassieke genre, maar ook tussen genres onderling. "Just because we can hear,

¹¹⁴ Sigurjonsson, "Orchestra Audience Development and the Aesthetics of 'Customer Comfort,'" 276.

¹¹⁵ Johnson, *Who Needs Classical Music?: Cultural Choice and Musical Value*.

¹¹⁶ *Ibid.*, 44-47.

¹¹⁷ Sigurjonsson, "Orchestra Audience Development and the Aesthetics of 'Customer Comfort,'" 269.

¹¹⁸ Johnson, *Who Needs Classical Music?: Cultural Choice and Musical Value*, 56.

¹¹⁹ *Ibid.*, 37.

¹²⁰ Johnson, *Who Needs Classical Music?: Cultural Choice and Musical Value*, 4.

¹²¹ *Ibid.*, 72-75.

we think that we can listen.”¹²² Johnson stelt dat in de huidige samenleving de keuzevrijheid in smaakontwikkeling dusdanig groot is dat het eenvoudigweg verwerpen van een muziekgenre gangbaar is geworden – ook zonder dat hiertoe een geïnformeerde keuze is gemaakt. In een cultuur van lage eisen en verwachtingen heeft de nadruk op intellectuele ontplooiing langzaam plaats gemaakt voor een toegankelijkheidsagenda. Deze tendens is vooral goed zichtbaar in het marketingdiscours.

Sigurjonsson voegt nog een aanvullende kritische noot toe: door te zeer te conformeren aan de mate van (luister)comfort waaraan de luisteraar van tegenwoordig gewend is, snijdt de muzieksector zichzelf zelfs in de vingers. In navolging van de filosoof Michel Foucault bepleit hij dat de comfortgerichte marketingbenadering een averechts effect kan hebben. Klassieke muziek vereist, wanneer uitgevoerd in de traditionele setting, een actieve luisterhouding. Laagdrempelige concertformats faciliteren een comfortabeler, ‘moeiteloze’ luisterhouding. Door het publiek aan deze houding te laten wennen, zoals buiten het klassieke genre al gebeurt, is de actieve luisterhouding in het vervolg des te hoogdrempeliger en de concerttraditie nog meer rigide. Foucault meent daarom: “I have the impression that many of the elements that are supposed to provide access to music actually impoverish our relationship with it.”¹²³ Het audience-developmentdoel om klassieke muziek toegankelijker te maken blijft staan – de vraag wordt echter in hoeverre het inspelen op gewoonte en gewenning van buiten de klassieke-concertpraktijk voldoende is als structurele aanpak.

De meer behoudende houding van Johnson riep sterke reacties op in het praktijk- en marketingveld, maar werd ook gedeeld door menig musicoloog. Met programma-toelichtingen, scholing en luistercursussen werd en wordt gepoogd muzikaal alfabetisme te vergroten. Deze pogingen bereiken een nieuw publiek echter niet, of werken onvoldoende wervend, zo stelt Lawrence Kramer, componist en musicoloog, in het essayistische boek *Why classical music still matters*.¹²⁴ Kramer wijst aan dat er meer dan één luistervorm is, en zeker niet één juiste. Naast het toegewijde luisteren dat Johnson bepleit, is er het spelende luisteren van musici, het luisteren naar muziek als begeleiding en het sterk opkomende fragmentarische luisteren via radio, CD of playlists. Kramer poogt aan te tonen dat het risico van een minder aandachtige luisterhouding niet zo groot is als Johnson stelt, omdat klassieke muziek veel vaker wordt gehoord dan enkel in de concertzaal. De waarde van klassieke muziek schuilt in het unieke contact tussen de luisteraar en het kunstwerk, en dit contact kan in elke luistervorm worden gelegd. Het hogere contact kan niet bij elke luisterervaring worden afgedwongen, maar dat is volgens Kramer ook niet noodzakelijk. Sterker, door klassieke muziek meer in het dagelijks leven te onthalen, ontstaat de mogelijkheid de kracht van kunst in het alledaagse te verankeren – in plaats van die te sacraliseren en slechts spaarzaam te mogen ervaren.

Partial performances may be the more prevalent. They are the means by which every day life absorbs the power of art. (...) The full performances are set apart. They are like

¹²² Johnson, *Who Needs Classical Music?: Cultural Choice and Musical Value*, 73.

¹²³ Michel Foucault in Sigurjonsson, “Orchestra Audience Development and the Aesthetics of ‘Customer Comfort,’” 266.

¹²⁴ Kramer, *Why Classical Music Still Matters*.

pastoral interludes, contemplative retreats, but their pastoral idea is not an escape from reality; it is a link between one reality and another.¹²⁵

De luisteraar moet volgens Kramer niet worden opgetild uit het alledaagse, maar zich juist bewust worden van de onlosmakelijke connecties tussen het alledaagse en de kernthema's in de klassieke muziek. De luisteraar wordt daarom niet enkel 'geworven' om een concert bij te wonen, maar is een essentieel onderdeel van de muzikale ervaring.

What's needed to recover the value of classical music is a way to refresh listening: to reconnect the listener with a community and culture of listening, and to do so as far as possible without anxiety or defensiveness.¹²⁶

Pragmatisme en *Vermittlung*: de kunstensector als bemiddelaar

Johnson en Kramer stellen beide dat kunstmarketing vaak onvoldoende recht doet aan de waarde van klassieke muziek. Onduidelijk blijft echter welke consequenties het principe van de deelnemende luisteraar in plaats van consument heeft voor eventuele hervormingen van de klassieke concertpraktijk. In *Young Audience Development and Aesthetics: John Dewey's Pragmatist Philosophy and its Implications for Orchestra Management*, dat werd gepubliceerd voor de Internationale Conferentie voor Kunst- en Cultuurmanagement van 2005, doet Sigurjonsson een poging het marketingdiscours te verrijken met behulp van wetenschappelijke theorie.¹²⁷ Aan de hand van de theorieën van filosoof John Dewey onderzoekt hij de esthetische eigenschappen van audience development. Dewey's theorie is pragmatisch, en van instrumentele aard. Door menselijke problemen als vertrekpunt te nemen voor de filosofie hoopte hij deze praktisch te kunnen implementeren in het leven van mensen en menselijke ervaringen te verrijken. Kunst en esthetiek zijn hierbij van groot belang.

"The museum conception of art or music" maakt dat klassieke muziek wordt weggehouden van de gewone mens of wordt gesacraliseerd. "By putting art into temples of quiet, remote contemplation, we have cut it from the very thing it should be a part of: the everyday lives of people."¹²⁸ Sigurjonsson beargumenteert dat de gebruiken en tradities rondom een concert en de sfeer ervan evenveel invloed hebben op de muzikale ervaring als eventuele voorkennis van de luisteraar. Deze factoren mogen niet als bijkomend worden beschouwd: "the rules and customs frame the aesthetic experience and create the means of contact between the audience and the music in the concert situation."¹²⁹ Wanneer deze regels en gebruiken niet relevant zijn in het leven van de luisteraar, of zelfs als onprettig worden ervaren, is de kans zeer gering dat de concertbeleving belangrijk of betekenisvol is.

Rather than storing away and guarding works of art in institutions we should look at arts as a basic human activity. For anything to have human value it must be put in context of

¹²⁵ Kramer, *Why Classical Music Still Matters*, 86.

¹²⁶ *Ibid.*, 16.

¹²⁷ Njordur Sigurjonsson, "Young Audience Development and Aesthetics : John Dewey's Pragmatist Philosophy and Its Implications for Orchestra Management Dewey's Pragmatism," *International Conference on Arts & Cultural Management 1* (2005).

¹²⁸ Sigurjonsson, "Young Audience Development and Aesthetics : John Dewey's Pragmatist Philosophy and Its Implications for Orchestra Management Dewey's Pragmatism." 3.

¹²⁹ *Ibid.*, 3.

human existence, and fundamentally relate to the development and growth of human beings.¹³⁰

Deze theorie lijkt aan te sluiten op de marketingstrategieën van Maitland en Baker: het publiek staat centraal. Echter, in het geval van Johnson, Kramer, Sigurjonsson en Dewey, wordt het publiek als actieve deelnemer aan de muzikale situatie gezien. Volgens Sigurjonsson moet de marketeer niet enkel een consument aan een evenement koppelen, maar moet een programmeur de muziek aan het publiek koppelen. Zo kan de afstand die door de musealisering van klassieke muziek is ontstaan worden overbrugd en kunnen artiest en publiek een gezamenlijke esthetische ervaring genieten. Programmeurs, kunstmanagers en musici moeten zich afvragen welke esthetische ervaring zij het publiek willen meegeven. De intrinsieke behoefte van het publiek staat centraal; de extrinsieke wensen in termen van setting, luisterhouding of andere mogelijke drempelverlagers kunnen vervolgens worden vervuld om deze ervaring te helpen bewerkstelligen.

Dewey en Sigurjonsson begeven zich zo in het middenveld tussen de musicologische benadering (werk, uitvoerder en historie) en de marketingbenadering (consument, vraag en aanbod): daar waar in een gedeelde ervaring de ontmoeting tussen deze actoren plaatsvindt. Afhankelijk van de achtergrond van de actoren kan deze gedeelde ervaring op vele verschillende manieren betekenisvol zijn. De muzikale beleving die Johnson nastreeft, waarin de luisteraar wordt opgetild uit het dagelijks leven, kan plaatsvinden tussen virtuoze musici en luisteraars met een hoog niveau van muzikaal alfabetisme. Bij diegenen bij wie die kennis nog ontbreekt, of andere factoren een drempel vormen, moeten programmeurs, musici en marketeers zich richten op andere ontmoetingen: de hoogst haalbare esthetische beleving moet is voor elke publieksgroep anders van aard. Een inspirerend educatieproject zou Johnsons verheffende idealen wellicht niet waar maken, maar daarom gezien vanuit het perspectief van Kramer niet minder waardevol zijn. Omdat de achtergrond en ervaring van elke luisteraar verschilt, is het volgens Sigurjonsson zaak elke luisteraar waardevolle esthetische ervaringen te bieden. “It is our role to find ways to make the orchestra part of people’s lives. Not by pulling them up, but to provide them with valuable aesthetical experiences that they feel comfortable participating in.”¹³¹ Hier heeft het woord “comfort” toch een weg gevonden in het discours – maar dan het kunstwetenschappelijke. Het gaat er in deze niet om het potentiële publiek het zo gemakkelijk mogelijk te maken, maar om publiek welkom te heten in een inclusieve in plaats van exclusieve setting.

Concrete aanknopingspunten voor vernieuwing van de klassieke concertpraktijk onder deze esthetische voorwaarden leveren bovengenoemde wetenschappers niet. In zijn bijdrage in het vijfde volume van de bundel *Kulturelle Bildung* doet Martin Tröndle, musicoloog en afdelingshoofd Kunstmanagement aan de Zeppelin universiteit van Freidrichshafen, een voorzet.¹³² Centraal staat een begrip dat – allicht vanwege de taalbarrière – zijn weg in het overwegend Amerikaanse marketing- en kunstwetenschappelijke discours nog niet heeft gevonden: *Musikvermittlung*. De vrije

¹³⁰ John Dewey in Sigurjonsson, *ibid.*

¹³¹ *Ibid.*, 10.

¹³² Martin Tröndle, “Man Muss Das Konzert Verändern, Um Es Zu Erhalten.,” in *Audience Development, Kulturmanagement, Kulturelle Bildung.*, ed. Birgit Mandel (Bobingen: Kessler-Druck + Medien, 2008), 133-142.

vertaling naar muziekbemiddeling geeft de term een formeler toon dan terecht is. Musikvermittlung betreft de inspanningen die nodig zijn om enerzijds musici te helpen bij het vinden van publiek, en anderzijds publiek te helpen muziek te vinden, en is daarom een breder begrip dan muziekmarketing.¹³³ Tröndle ziet de ‘opkomst’ van Musikvermittlung als centraal onderwerp in opleidingen, stichtingen en overheidsprogramma’s als een teken dat er in het discours omtrent vernieuwingen van de concertpraktijk langzaam maar zeker weer meer aandacht is voor de inhoud, waar sinds 2000 een meer economische benadering populair was. Ondanks die verschuiving is Kunstvermittlung of Musikvermittlung nog een zeer veelomvattend begrip: het betreft muziekpedagogiek, muziekwetenschap, cultuurmanagement, cultuurpedagogiek en marketing in één.¹³⁴ Deze richtingen ontmoeten elkaar in het grensgebied tussen muziek en publiek. Ook is nog onduidelijk in hoeverre Kunstvermittlung een positieve of negatieve invloed heeft op zaken als bezoekerstaantallen, publieksbereik of juist esthetische ervaringen. Tröndle geeft hierom aan dat meer onderzoek noodzakelijk is. Dat niet alleen: omdat de muziekwetenschap zich voornamelijk bezighoudt met het verleden en het heden, krijgt de toekomst onvoldoende aandacht in de wetenschappen.¹³⁵ Net als Dewey bepleit Tröndle daarom een paradigmawisseling binnen de musicologie (voor zowel muziekwetenschappers als musici): door het werk centraal te blijven stellen ligt de nadruk te zeer op interpretatie, excellentie en exclusiviteit in plaats van op de inclusieve muzikale beleving.

In de publicatie *Das Konzert* (2010) bundelt Tröndle essays over nieuwe uitvoeringsconcepten voor klassieke muziek.¹³⁶ In zijn eigen bijdrage, *Von der Ausführungs- zur Aufführungskultur*, plaatst Tröndle de klassieke concertpraktijk binnen de systeemtheorie. Hierbij wordt ervan uit gegaan dat het geheel groter is dan de som der delen: de klassieke concertpraktijk is ontstaan door parallele ontwikkelingen van factoren die elkaar beïnvloeden, zoals repertoire, historische context, maatschappelijke veranderingen en trends. Als het systeem in een crisis verkeert – zoals de klassieke concertpraktijk nu – betekent dat dat één van de onderdelen onvoldoende aansluit bij het geheel.

Die Systemtheorie nimmt an, dass, wenn die Geschwindigkeit der Umweltveränderungen höher ist, als die des Lernens und Anpassens von Systemen, dies unweigerlich zu deren Niedergang führt. (...) Kulturorganisationen, die also an der Rekonstruktion vergangener Bedingungen arbeiten, arbeiten an ihrem Untergang.¹³⁷

Tröndle stelt dat het klassieke concert te zeer is losgeraakt van de hedendaagse maatschappij, en de evolutie ervan daarom is gestagneerd.¹³⁸ In zijn artikel toont hij aan dat klassieke muziek als zodanig niet zozeer in crisis verkeert, maar vooral de praktijk daaromheen. Om de aansluiting terug te vinden is bemiddeling nodig, die gericht is op de *Anschlussfähigkeit* van klassieke muziek. “Soll die Kunstmusik wieder Anschlussfähigkeit zu ihrer Umwelt gewinnen können, muss sie ihrer eigenen Musealisierung entgegen

¹³³ Martin Tröndle, “Man Muss Das Konzert Verändern, Um Es Zu Erhalten,” 135.

¹³⁴ Ibid., 136.

¹³⁵ Tröndle, “Von Der Ausführungs- Zur Aufführungskultur,” 27.

¹³⁶ Tröndle, *Das Konzert: Neue Aufführungskonzepte Für Eine Klassische Form*.

¹³⁷ Tröndle, “Man Muss Das Konzert Verändern, Um Es Zu Erhalten,” 138.

¹³⁸ Ibid., 140.

wirken, neue Aufführungsformen entwickeln und ihre Rolle in der Gesellschaft zeitgemäß definieren.”¹³⁹

De kunstzinnige inhoud van muziek wordt volgens Tröndle bewaakt door het publiek. Zonder luisteraar komt er immers geen esthetische gedeelde ervaring tot stand. Het publiek moet daarom weer worden verwelkomd in de klassieke muziek, door hen toegangen te bieden die aansluiten bij de tijdgeest. De kernzin “Man muss das Konzert verändern, um es zu erhalten” komt in twee van zijn publicaties terug.¹⁴⁰ Middels Kunstvermittlung kunnen deze ingangen worden gevonden of gecreëerd. Door af te sluiten met een onderzoeksagenda biedt Tröndle een voorzet.¹⁴¹ Hierin weerklinkt de kernvraag die Sigurjonsson stelt vanuit het perspectief van een orkestenbestel:

What is it that the symphony orchestra has to offer? Is it the construction of customs that only those who are already initiated feel comfortable in? Or is it rather access for people to experience some of the most precious works of art mankind has ever known?¹⁴²

Volgens Tröndle evolueert de klassieke concertpraktijk nu onvoldoende, maar wil dat niet zeggen dat de praktijk een vaststaand gegeven is. Het is het hybride resultaat van een jarenlange ontwikkeling waarin *Aufmerksamkeit* steeds belangrijker werd, en steeds meer werd afgedwongen.¹⁴³ In de huidige klassieke concertpraktijk wordt *Aufmerksamkeit* tot in het extreme gefaciliteerd, aangemoedigd of afgedwongen. Door de ontwikkeling van deze praktijk historisch uiteen te zetten wijst Tröndle erop dat dit stramien is ontstaan op basis van invloeden uit de maatschappij. Hierin kan een weerwoord tegen Johnson worden herkend: in de evolutie van de klassieke concertpraktijk als systeem is het alledaagse leven altijd al van essentiële invloed geweest – deze mag daarom nu niet worden geweerd. Door gebieden aan te wijzen waarin de samenleving in de loop der eeuwen de concertpraktijk heeft beïnvloed, poogt Tröndle aan te duiden welke ingangen voor vernieuwing momenteel kunnen worden overwogen. Door aanpassingen in *Raum* (frontale concertopstelling, verbeterde akoestiek), *Programm* en *Dramaturgie* (programma-samenstelling die één discursieve spanningsboog brengt), *Ritual of Identifikation* (rigide etiquette omwille van statusbepaling) is de concertpraktijk geworden zoals die is.¹⁴⁴ Ook het gebied van *Neuering* en *Variation* is de concertpraktijk niet vreemd: door de introductie van het (Wagner)festival hervormde Richard Wagner de praktijk al aanzienlijk.¹⁴⁵ Op elk van de genoemde fronten kunnen volgens Tröndle nieuwe concepten worden ontwikkeld – mits deze goed worden onderzocht en geëvalueerd op wervende en esthetische waarden.

De uniciteit en gevoel van gemeenschappelijkheid in de tegenwoordige atmosfeer van een concert worden belemmerd door het idee van de “ideale” muzikale interpretatie, uitvoering of setting.

¹³⁹ Tröndle, “Man Muss Das Konzert Verändern, Um Es Zu Erhalten.”

¹⁴⁰ Ibid., 143.

¹⁴¹ Tröndle, “Von Der Ausführungs- Zur Aufführungskultur,” 36.

¹⁴² Sigurjonsson, “Young Audience Development and Aesthetics : John Dewey’s Pragmatist Philosophy and Its Implications for Orchestra Management Dewey’s Pragmatism,” 10.

¹⁴³ Tröndle, “Man Muss Das Konzert Verändern, Um Es Zu Erhalten.,” 139.
Tröndle, “Von Der Ausführungs- Zur Aufführungskultur,” 26.

¹⁴⁴ Ibid., 27–33.

¹⁴⁵ Ibid., 28.

Sie [alle onderdelen van het systeem; EH] entwickeln sich gemeinsam, solange die strukturelle Koppelung hält. Schwindet der “Kit” Aufmerksamkeit, weil sich die Besucher von andere Veranstaltungen angezogener fühlen, hat dies gravierende Auswirkungen auf die Entwicklung des Konzerts. Denn das Konzert hat sich immer wieder grundlegend verändert und erneuert, und diese Wandlungen gaben ihm seine Attraktivität.¹⁴⁶

Werkgebieden voor concertvernieuwing in wetenschappelijke context

Matthias Sträßner, (muziek)dramaturg, bespreekt in dezelfde bundel concrete mogelijkheden op Tröndles eerdergenoemde gebieden. In navolging van het theaterwetenschappelijke principe van eenheid van plaats, tijd en handeling¹⁴⁷ en publiek bespreekt hij de alledaagse ingangen in het klassieke genre.

Allereerst is de reguliere concertzaal slechts één van de mogelijke ruimten (*Ort*, of *Raum*) waarin klassieke muziek zich kan manifesteren. Luisterervaringen vinden op allerlei locaties plaats. De klassieke sector, zowel programmeurs en marketeers als wetenschappers, moeten dus niet enkel bezig zijn met het de effecten van klassieke muziek wanneer deze in een concertzaal beluisterd wordt. Sterker, Sträßner wijst op het feit dat er een groot nieuw “boekje” van *ungewöhnliche*, *außergewöhnliche* en *übergewöhnliche* locaties voor klassieke muziek is ontstaan.¹⁴⁸ Het publiek is niet meer afhankelijk van de concertzaal om in aanraking te komen met klassieke muziek. Er is een tweedeling ontstaan: klassiek is hoorbaar in een exclusieve ruimte (de concertzaal) en een inclusieve (de openbare). Dit brengt ook een verdeling teweeg in publiekssamenstelling tussen hen die de reguliere concertzaal verkiezen boven een ongewone of buitengewone locatie (zoals the Sydney opera house), of andersom. Sträßner stelt dat door in plaats te variëren een brug kan worden gebouwd tussen beide kampen, en kruisbestuiving naar weerszijden mogelijk wordt.

Ten tweede is tijd volgens Sträßner een vastgeroest principe geworden: het gemiddelde klassieke concert duurt tweemaal drie kwartier. De festivaltrend laat bijvoorbeeld zien dat dit stramien wel degelijk eenvoudig kan worden doorbroken. Niet alleen concertduur kan worden herzien, ook het moment op de dag waarop de luisterervaring plaatsvindt. Elk concert, elk publiek en elk werk vraagt om een eigen setting, plaats en tijdstip, om op die manier de beste esthetische ervaring teweeg te brengen.¹⁴⁹

Als laatste is daar de handeling en diens inhoud, die kan worden getheatraliseerd, gevisualiseerd, gespiritualiseerd of geënceneerd om het publiek meer houvast te bieden en een verhoogde luisterervaring te faciliteren. Volgens Sträßner moet bovenal worden toegelicht op basis waarvan een concertprogramma wordt samengesteld. Gedrukte programmatoelichtingen gaan doorgaans in op de inhoud van elk onderdeel, maar niet op de onderlinge samenhang. Duidelijk is dat het publiek goed geïnformeerd naar een stuk moet kunnen luisteren, maar aandacht voor de uniciteit van dat specifieke concert, in de

¹⁴⁶ Tröndle, “Von Der Ausführungs- Zur Aufführungskultur,” 34.

¹⁴⁷ Een performance ontstaat daar waar artiest (object) en publiek (subject) zijn verenigd in tijd, plaats en handeling. Tijd: die van de performance of ontmoeting tussen object en subject. Plaats: bijvoorbeeld het theater. Handeling: het gelijktijdig tonen en aanschouwen van de performance.

¹⁴⁸ Sträßner, “Sekt. Mozart. Sekt.,” in *Das Konzert: Neue Aufführungskonzepte Für Eine Klassische Form*, ed. Martin Tröndle (Bielefeld: transcript Verlag, 2011), 274.

¹⁴⁹ *Ibid.*, 276–277.

ruimte, op dat moment is er nauwelijks. Ondertussen herkent Sträßner de marketingtrend het klassieke concert door middel van randprogrammering en drempelverlaging van een andere context te voorzien – in deze gevallen raakt de programmatische inhoud juist ondergesneeuwd, maar dat is volgens Sträßner bij bepaalde jonge of nieuwe doelgroepen geen groot bezwaar.¹⁵⁰

Freilich ist damit das *Rahmenprogramm* selbst das eigentliche Programm geworden und das Konzert nur noch ein teil, wenn ach ein wichtiger, unter anderen. (...) Wahr ist, dass neue Konzerttrends herkömmlich-städtische Abonnementsstrukturen arg gezaust haben. Wahr ist auch, dass eine deutliche Annäherung von Klassik und Pop-Kultur stattgefunden hat.¹⁵¹

Sträßner geeft aan dat menig klassiekiefhebber huivert bij het idee van hervormingen, maar geeft hierbij als weerwoord dat de uitvoeringscultuur altijd hybride is geweest. “Das Eindringen jeweils fremder und außerkünstlicher Strukturen ins Zentrum des bisherigen Konzertlebens gehört zum Muster der Kulturentwicklung.”¹⁵² Omdat dit volgens Sträßner betekent dat de tijd van de puristen voorbij is, is het zaak op zoek te gaan naar nieuwe publieksgroepen. Duidelijk is dat er zonder ‘heroverwinning’ van jong publiek weinig kans is op een doorstart in de klassieke muziek. Daarnaast moet niet worden vergeten dat onder de nu prominente leeftijdsgroep een grote, nog onaangeboorde groep potentiële concertbezoekers van dezelfde leeftijdscategorie bestaat. Inzetten op verjonging alleen is onvoldoende. Binnen die categorieën zijn er de “freiwillig Mobilien”, die zich breed profileren en wellicht kunnen worden geënthousiasmeerd voor het genre. Het Bildungsideaal is bij dergelijke publiekswerving volgens Sträßner niet op zijn plaats, omdat deze groep niet op diepgaande musicologische kennis zit te wachten, maar op zingeving of een smaakverrijkende luisterervaring.¹⁵³

Binnen deze vier werkgebieden (tijd, plaats, handeling; publiek) zijn twee trends te herkennen: de opkomst van de “meedoefactor” en het vervagen van grenzen tussen cultuurvormen.¹⁵⁴ In de gemediatiseerde maatschappij moet klassieke muziek met meer kunstvormen dan ooit concurreren. Het idee een individu voor het genre te ‘winnen’ is achterhaald: in het “Selbstverwirklichungsmilieu” is totale toewijding veel minder gebruikelijk dan vroeger. Nieuw publiek moet niet volgens de regels van het bestaande publiek worden benaderd, omdat er onmiskenbaar sprake is van generatieverschillen. Het belangrijkste is dat bij elke presentatie van klassieke muziek sprake is van ‘luisteren’, niet enkel horen. Door op bovengenoemde vier fronten de juiste uitvoering te ontwikkelen kan een esthetisch waardevolle ervaring worden gefaciliteerd. Sträßner waarschuwt hierbij echter wel voor overmatig gebruik van toelichting of visuele en theatrale effecten om de luisterervaring bij te sturen. De hoop dat een toeschouwer of luisteraar dankzij één concert ‘horend’ (of: ‘luisterend’) zou worden, is te herkennen in de eeuwenlange ontwikkeling van de concertpraktijk. Maar als aan elke opvoering een opvoedkundig patroon ten grondslag moet liggen – zeker wanneer het gaat om *first timers* – wordt de zo belangrijke sfeer van openheid, waarin kunst tot haar recht komt, teniet gedaan.

¹⁵⁰ Sträßner, “Sekt. Mozart. Sekt.,” 278.

¹⁵¹ Ibid.

¹⁵² Ibid., 279.

¹⁵³ Ibid., 280.

¹⁵⁴ Ibid., 281.

Und ob wir mit Champagne und Konfekt oder ohne hörend werden für ein ganzes Leben, wird auch in Zukunft von der Gnade eines besonderen Moments abhängen, den auch die besten Künstler nicht erzwingen, die schlechtesten Manager aber auch nicht verhindern können.¹⁵⁵

De kansen voor vruchtbare praktijkvorming liggen daarom in veelzijdigheid:

Die hier aufgezeigten Entwicklungspotenziale sind vielfältig, und ebenso vielfältig müssen die neuen Aufführungskonzepte sein. In der Pluralität der Aufführungskultur besteht die Chance, einem plural gewordenen Publikum gerecht zu werden. Der Ausdifferenzierung der Lebensstile, der Verschiedenheit der Bildungshintergründe, der Erwartung und der kulturellen Geprägtheit der Besucher und vor allem Noch-Nicht-Besucher müssen ebenso vielseitige und vielschichtige Aufführungskonzepte gegenüberstehen.¹⁵⁶

¹⁵⁵ Sträßner, "Sekt. Mozart. Sekt.," 284.

¹⁵⁶ Martin Tröndle, "Worum Es Gehen Soll," in *Das Konzert: Neue Aufführungskonzepte Für Eine Klassische Form*, ed. Martin Tröndle (Bielefeld: transcript Verlag, 2011), 11.

5. HET CULTURELE VELD OVER DE KLASSIEKE CONCERTPRAKTIJK

Het is geen revolutie, maar een evolutie; iets dat heel langzaam werkt en waar veel mensen een rol in spelen. Wat mijn taak als programmeur, is om mensen bij elkaar te zoeken, en her en der wat te sturen om vooral de creativiteit van mensen een kans te geven - inclusief die van het publiek. Het publiek is namelijk ook een onderdeel van de ervaring. Een concert doe je met elkaar. Het herconceptualiseren van klassieke muziek is niet iets dat je kunt stoppen, maar iets dat gebeurt. Je kan hooguit een beetje sturen, maar je kunt de uitkomst niet alleen bepalen.¹⁵⁷

– Aart-Jan van de Pol

In de voorgaande hoofdstukken is uiteengezet hoe marketing-, en kunstwetenschap zich uitlaten over de crisis waarin ‘het klassieke concert’ verkeert. In onderzoeksrapporten wordt aangetoond dat bezoekersaantallen dalende zijn, in publieksonderzoeken wordt duidelijk dat het traditionele aanbod jongere generaties weinig aanspreekt en kunstwetenschappers tonen aan dat de opkomende marketing- en audiencedevelopmentstrategieën onvoldoende recht doen aan het klassieke muziekgenre als kunstvorm. Ondanks al deze waarschuwingen en constatering biedt dit literatuuronderzoek weinig concrete handvatten voor hervormingen in de praktijk. Uit het onderzoek komen een wel aantal werk- en aandachtsgebieden voort die kunnen helpen bij het structureren van herontwikkeling door de spelers in het praktijkveld: bijvoorbeeld zaalprogrammeurs.

Door in gesprek te gaan met vijf Nederlandse zaalprogrammeurs (Amsterdam, Rotterdam, Eindhoven, Tilburg en Groningen) is onderzocht welke pogingen tot concertvernieuwing door hen al zijn ondernomen. De interviews zijn geanalyseerd en gecodeerd met behulp van categorieën die aan het wetenschappelijke discours zijn ontleend: met de drie pijlers Setting, Inhoud en Presentatie van Johan Idema als vertrekpunt.¹⁵⁸ Tijdens de gesprekken werd al snel duidelijk dat de programmeurs niet uitsluitend binnen die drie gebieden werken, maar ook nog een groot aantal andere zaken in overweging nemen. Zo is klassieke muziek ten eerste een ambigu begrip: die realisatie maakt hervorming ingewikkeld. Het genre brengt een bepaald imago met zich mee, dat in zijn invloed op de ervaring van het publiek niet mag worden onderschat. Ook werkt elke zaalprogrammeur binnen een eigen regio, en zijn zijn werkzaamheden sterk van de lokale demografie afhankelijk. Dat betekent dat ‘de concertcrisis’ voor elke programmeur anders is, en daarom ook wisselend is in urgentie en gewicht. Vervolgens maakt het feit dat het publiek uit vele verschillende doelgroepen bestaat het centraal stellen van de wens van die ‘publieken’ tot een tijdrovende taak. De grootschalige bedrijfsvoering binnen concertzalen,

¹⁵⁷ Aart-Jan van de Pol, 3.

¹⁵⁸ Idema, *Present!: Rethinking Live Classical Music*, 185.

orkesten en conservatoria maakt dat veranderingen in praktijk en mentaliteit niet snel kunnen worden doorgevoerd. Bereidheid om te veranderen moet bij alle betrokkenen langzaam worden bereikt. Ondertussen moet het bestaande publiek worden bediend om verdere krimp onder de reeds geworven publieksgroepen tegen te gaan.

Al deze factoren zijn van invloed op een programmeur die de vraag hoe er aan de setting, inhoud of presentatie van een concert kan worden gesleuteld probeert te beantwoorden. Bovendien is het door een gebrek aan publieksonderzoek, evaluatie en monitoring op de lange termijn moeilijk te bepalen of een nieuw initiatief succesvol is geweest.

De bij het veldonderzoek gehanteerde labellijst laat zien hoe veelomvattend “hervorming van de klassieke-concertpraktijk” is, en welke plaats het wetenschappelijke discours inneemt in de praktische uitvoering ervan.

Gesprekspartners

De volgende zaalprogrammeurs zijn gesproken: Yvonne van den Berg (De Oosterpoort, Groningen), Gert Gering (Theaters Tilburg), Frank Veenstra (Het Muziekgebouw Eindhoven), Aart-Jan van de Pol (Het Koninklijk Concertgebouw Amsterdam) en Neil Wallace¹⁵⁹ (De Doelen, Rotterdam).

Een aanvullend perspectief op de ervaringen van de zaalprogrammeur is afkomstig van Lonneke Regter, contrabassist en directeur van Orchestra Musonia en het Nederlands Vioolconcours, Marjolein van Ruiten, freelance marketeer, en Raaf Hekkema, musicus bij onder meer bij het eigenzinnige Calefax Rietkwintet. Deze drie gesprekspartners begeven zich als zelfstandige in het praktijkveld.¹⁶⁰

5.1 Klassieke muziek: levensverrijkend en ambigu

In de komende paragrafen zal blijken hoe veelomvattend het werkveld van de zaalprogrammeur is. Programmeurs kunnen niet op eigen individuele kracht de klassieke concertpraktijk hervormen. Elk van de gesproken programmeurs is bekend met de actuele tendensen in de nationale bezoekersaantallen, en de bezoekersaantallen van de eigen zaal. Waar de cijfers laten zien dat het klassieke genre wellicht een aflopende zaak is, tonen alle programmeurs de ambitie het tij te keren. Immers, in praktische zin is een gebrek aan publiek problematisch omdat elke concertzaal afhankelijk is van recette om het hoofd boven water te houden. Subsidie biedt dan uitkomst, maar deze niet altijd gemakkelijk te vergaren of legitimeren. Zonder betalend publiek is het uitvoeren van klassieke muziek niet rendabel.

Voor geen van de programmeurs betekenen de teruglopende bezoekersaantallen dat klassieke muziek niet (meer) het beluisteren waard is. Integendeel: het is in de veelheid aan kunstvormen volgens hen één van de mooiste. Elke programmeur werkt enerzijds uit artistiek belang omdat klassieke muziek volgens hen moet worden gehoord, en anderzijds uit commercieel belang: door publiek te werven kan het volgende concert weer worden gerealiseerd. Vanuit passie en overtuiging wordt er aan gewerkt om de zalen vol te krijgen,

¹⁵⁹ Neil Wallace is van Schotse afkomst en gebruikte daarom regelmatig engelstalige woorden, begrippen of zinnen in het interview. Er is in zijn geval van afgezien Engelstalige termen cursief te drukken, omdat er geen sprake is van relevantieverschil tussen Nederlandstalige en Engelstalige gedeeltes.

¹⁶⁰ Elk interviewverslag heeft zijn eigen paginanummering. Hiernaar wordt verwezen in de voetnoten.

en op die manier zo veel mogelijk mensen een positieve kunstbeleving te bezorgen. Juist vanwege de opkomst van de radio, CD of andere luistervormen, achten de programmeurs live concerten van belang:

Als je het live hoort of ziet, is dat zo'n mooie ervaring. (...) Niet de hele wereld heeft er interesse in, en dat zal denk ik ook nooit gebeuren, maar als je het eenmaal ontdekt dan kun je daar echt door gegrepen raken. En dat is wat je als musicus en programmeur wil overbrengen.¹⁶¹ – Lonneke Regter

Ik kan me geen wereld voorstellen zonder klassieke muziek. Ik zou dat een verarming vinden van het leven, van de levenskwaliteit.¹⁶² – Yvonne van den Berg

Ik hou van muziek en kunst, zoveel mogelijk mensen moeten zich daar aan laven - dat is de missie, waarom ik het doe. Ik wil de artiest in de gelegenheid stellen, en tegelijkertijd een publiek bereiken.¹⁶³ - Frank Veenstra

Aart-Jan van de Pol vindt publiek voor klassieke muziek vooral belangrijk omdat de uitvoering van klassieke muziek anders "stopt". Klassieke muziek wordt volgens hem vooral bedreigd door een gebrek aan commercieel draagvlak. Neil Wallace deelt deze mening en spreekt van het klassieke genre als een monument:

Dat monument was gefundeerd op de allersterkste verdediging die je kunt bedenken: een massapubliek. Dat van de muziek hield, er veel van wist, nieuwsgierig was... Tot voor kort ging dat onverminderd door; in de laatste generaties is het zand onder dat monument weggelopen. Dat maakt het wankel. Het gaat er om of de beheerders van dat monument alert genoeg zijn om dat dreigende gevaar te bedwingen.¹⁶⁴ – Neil Wallace

Het bestaan van en uitvoeren van klassieke muziek moet worden gelegitimeerd. "Klassiek" is volgens de programmeurs geen gegeven meer, maar één van de vele kunstvormen die tegenwoordig wordt aangeboden. In de pogingen de waarde van klassieke muziek op publiek over te dragen staat het begrip "klassieke muziek" al in de weg: de definitie is te beperkt of juist te ruim, en heeft voor veel mensen een negatieve connotatie. De purist wijst naar een specifieke stijlperiode, maar de realist weet dat "klassieke muziek" in de volksmond een bredere term is. Over het algemeen wordt klassieke muziek door de geïnterviewden gedefinieerd als akoestische, gecomponeerde en vaak symfonische muziek. Aart-Jan van de Pol acht een dekkende definitie dusdanig problematisch dat hij zich niet aan een definiëring

Yvonne van den Berg - NEXT Oosterpoort Groningen

Een aantal jaren heb ik 'Next'-concerten gedaan, hier in de entreehal. Dat waren concerten van negen tot tien uur 's avonds, een uurtje. De eerste serie was ook met een DJ na afloop, en met jonge musici. Wij vroegen hen een programma te spelen dat echt speciaal voor jongeren is. Er stonden hier banken, kussens - echt een lounge setting. Het eerste jaar ging het redelijk, met heel veel inspanning van ons. Je wil dan toch minstens 80 mensen hebben. Dat haalden we ook wel. De jaren erna werd het wat moeizamer, terwijl we toen juist intensiever met het conservatorium samenwerkten. We merkten dat mensen het leuk vonden, maar dat de stap om hier naartoe te komen groot bleef. Na een tijdje was het extra geld op, en zijn we er mee gestopt. Ook omdat we merkten dat die jongeren die we wilden hebben bij deze experimentele concerten sinds we de wereldsterrenserie hadden geïntroduceerd dáár naartoe gingen! Dat was zeer verrassend. Wij dachten: wat moeten we nu doen voor de jongeren...? Totdat het hoofd marketing zei: de mensen die je wilt hebben zitten gewoon al in de zaal!

Ik denk dat Next in Amsterdam een groot succes geworden zou zijn. Daar ben ik eigenlijk wel van overtuigd.

¹⁶¹ Lonneke Regter, 3.

¹⁶² Yvonne van den Berg, 15.

¹⁶³ Frank Veenstra, 8.

¹⁶⁴ Neil Wallace, 10.

waagt: “Wij houden ons hier vooral bezig met muziek die werkt in deze zalen.”¹⁶⁵ Yvonne van den Berg stelt:

Eigenlijk vind ik het een nare term, of een lastige term, omdat je meteen een bepaalde associatie - zeker bij jongeren tegenwoordig - oproept. En dat vind ik wel eens jammer. Ik heb wel eens gedacht: we moeten het gewoon muziek gaan noemen. Maar dat werkt ook weer niet, je moet het ergens onderbrengen.¹⁶⁶ – Yvonne van den Berg

Dankzij die brede definitie kan veel muziek onder die noemer worden geschaard. Dat levert een groot aanbod op, maar daardoor krijgen al die soorten muziek wel te maken met het “besmette” imago dat het woord “klassiek” met zich meebrengt.

Klassieke muziek heeft een soort imago dat het saai is, en dat het stil moet zijn, en dat je je op een bepaalde manier moet gedragen - mensen weten niet hoe.¹⁶⁷ – Lonneke Regter

Wanneer we onder de overkoepelende term “klassiek” ook de moderne klassieke muziek scharen – nieuwe muziek met een klassieke of symfonische inslag - stelt Frank Veenstra dat dat een verdere distantiëring tussen muziek en publiek kan betekenen. Ook wijzen de meeste gesprekspartners op de opkomst van artiesten als André Rieu, die de massa voor klassiek weet te enthousiasmeren. Als de bezoekersaantallen aan zijn grootschalige concerten worden meegerekend, relateert dat de stelling “er is onvoldoende publiek voor klassiek” aanzienlijk.

In plaats van klassieke muziek te willen inkaderen, is het volgens Veenstra van belang ons te realiseren dat klassieke muziek nog steeds wordt gecomponeerd en één vastgestelde begripsbepaling daarom per definitie te beperkt is. De waarde van klassieke muziek is voor de programmeurs duidelijker en vooral belangrijker dan een dekkende definitie.

5.2 De ernst van de concertcrisis varieert en is multi-interpretabel

In hoofdstuk 3 is inzichtelijk gemaakt dat het publiek voor klassieke muziek vergriest en slinkende is. Op basis hiervan wordt in zowel het wetenschappelijke als in het marketingdiscours gesproken van een crisis in de klassieke concertpraktijk. Uit de gevoerde gesprekken blijkt echter dat er per concertzaal zou kunnen worden gesproken van een eigen concertpraktijk: de crisis is voor de één urgenter en groter dan voor de ander.

Elke stad heeft een eigen versie van hetzelfde probleem. Daarom is het gevaarlijk om te zeggen dat er één verklaring voor het probleem is, en “de oplossing is de volgende”.¹⁶⁸ – Neil Wallace

Bovendien wijst Lonneke Regter aan dat hoofdzakelijk bezoek aan de traditionele concertzalen wordt onderzocht. Buiten de concertzaal vinden met regelmaat ontmoetingen met klassieke muziek plaats, maar de bijbehorende bezoekersaantallen vinden hun weg niet in rapporten als die van het Sociaal Cultureel Planbureau of de Vereniging van Schouwburg- en Concertgebouwdirecties. Concertzalen zien hun

¹⁶⁵ Aart-Jan van de Pol, 7.

¹⁶⁶ Yvonne van den Berg, 2.

¹⁶⁷ Lonneke Regter, 4.

¹⁶⁸ Neil Wallace, 7.

bezoekersaantallen teruglopen, maar dat zou ook kunnen betekenen dat het publiek de klassieke muziek elders opzoekt.

De realisatie dat de concertcrisis situatieafhankelijk is roept twee verschillende reacties op: de één is optimistisch over de eigen situatie, de ander pessimistisch. De mate waarin de zaalprogrammeurs de ernst van de crisis inzien of erkennen, en kans zien het tij te keren, verschilt. Neil Wallace noemt een drietal factoren die een grote invloed hebben op de klassieke concertpraktijk zoals we die kennen.

Om te beginnen: the culture at large. De tendensen in popular culture. De digitale revolutie alleen al: hoe we bijvoorbeeld muziek consumeren. De digitalisering laat niets onaangetast. Twee: demografie. Het is hier [in Nederland; EH] op zich het paradijs. Maar een persoonlijke opvatting van mij is dat we iets structureel aan het verwaarlozen zijn: we voeden kinderen niet op om zelfs maar een keus te kunnen maken voor Bach, Beethoven of Mozart. We laten het allemaal aan de kans over. Ten derde: om die eerdere twee redenen heeft de jongere generatie geen behoefte om een weg naar de concertzaal te vinden. Behalve voor de dingen uit de populaire cultuur. Dat is op zich funest. De Rotterdamse situatie is heel erg.¹⁶⁹ – Neil Wallace

Die muzikale infrastructuur is cruciaal als de ernst van het probleem moet worden bepaald. De positie van de geïnterviewden binnen de landelijke infrastructuur verschilt. Zaalprogrammeurs bedienen hoofdzakelijk een bepaalde regio.

Het heeft ook te maken met de muziekinfrastructuur, want er zijn al heel veel symfonieorkesten, veel goede ensembles die kamermuziek maken, en die op een heel erg hoog niveau musiceren, in concertzalen. Dan denk ik dat ik met mijn groep of platform daar niet zo veel aan toe te voegen heb. Ik vind het juist leuk om te kijken wat er nog niet is, en wat we nog eens kunnen proberen, om te ontwikkelen.¹⁷⁰ – Lonneke Regter

Waar Regter de vrijheid heeft om programma's te ontwikkelen die een aanvulling zijn op het reguliere landelijke aanbod, werkt bijvoorbeeld Wallace altijd binnen de Rotterdamse demografie.

Ik denk dat de Doelen demografisch gezien de grootste uitdaging heeft om te vernieuwen - om langdurig en constructief te vernieuwen. Wij hebben bijvoorbeeld niet de duizenden studenten van Utrecht. We hebben hier de grootste concertzaal van Nederland. Wij hebben hier een uitzonderlijke versie van een meer algemeen probleem.¹⁷¹
– Neil Wallace

In grote steden is het culturele aanbod waaruit potentieel publiek kan kiezen bijzonder groot, en groeiende. Het is daarom volgens alle zaalprogrammeurs een uitdaging dagelijks grote zalen te vullen door het programmeren van klassieke muziek. Niet alleen omdat er elders talloze andere cultuurvormen aangeboden worden, maar ook omdat een concertzaal vaak niet als enige klassieke muziek aanbiedt in een stad met meerdere concurrerende podia.

Yvonne van den Berg heeft dankzij de geografische ligging van De Oosterpoort minder last van concurrentie. Toch zijn ook daar de bezoekersaantallen reden tot zorg. Daarom is met ingang van seizoen 2010-2011 kwaliteit verkozen over kwantiteit, en programmeert van den Berg nu 35 concerten in plaats van 60 concerten, voor hetzelfde totaalbudget. Zo

¹⁶⁹ Neil Wallace, 2.

¹⁷⁰ Lonneke Regter, 9.

¹⁷¹ Neil Wallace, 3

kunnen tegenwoordig ook de grotere artiesten en wereldsterren in De Oosterpoort worden geprogrammeerd. Publiek kan hierdoor minder vaak komen, maar komt wel in grotere getalen. De totale bezoekersaantallen blijven stabiel, maar van den Berg heeft de gemiddelde leeftijd van de bezoekers in haar 14 dienstjaren sinds 2000 toch met bijna 14 jaar zien stijgen. Ondanks dat de halvering van het aanbod vruchtbaar is gebleken, is van den Berg daarom lichtelijk pessimistisch – ook omdat initiatieven om nieuw publiek te werven, zoals Next, minder succesvol bleken dan gehoopt. Neil Wallace, die zichzelf van cynisme beschuldigt, probeert toch met een optimistische houding op zoek te gaan naar oplossingen:

Het zou kunnen zijn dat we nieuwe Dark Ages tegemoet komen. Het zou kunnen zijn, dat het barbarisme het over honderd jaar heeft gewonnen.¹⁷² Dat zal niet snel gebeuren in Parijs, Berlijn of Londen... Misschien klopt het wel met die cyclus van 500 jaar. Ik word betaald om optimist te zijn, en ik werk als optimist, maar ik ben in hart en nieren eigenlijk pessimistisch. Ik zie niet hoe je het tij gaat keren. Misschien heb je over vijftig jaar nog één orkest met een soort levende museale functie.¹⁷³ – Neil Wallace

Zo stellen ook Frank Veenstra en Aart-Jan van de Pol dat een gebrek aan publiek voor klassieke muziek niet het probleem als zodanig is, maar een resultaat is van een achterliggend probleem:

Het probleem is dat er te weinig mensen actief bezig zijn met dergelijke kunst. Dat maakt dat politici als Wilders en Zijlstra kunnen toeslaan - het leeft te weinig onder de mensen. De mensen maken de kunst relevant, niet de kunstenaars. De mensen geven de betekenis - het delen maakt het kunst.¹⁷⁴ – Frank Veenstra

Het is volkomen onzin om te denken dat klassieke muziek uitsterft - dat is niet zo. Het is belangrijk om te kijken naar wie zegt dat het uitsterft, en met welke reden. Dat zijn altijd mensen die eigenlijk bedoelen: “de klassieke muziek zoals ik die graag consumeer, dát verdwijnt” - en daar hebben ze gelijk in. Dat wil niet zeggen dat klassieke muziek verdwijnt, maar dat het op een nadere manier zal worden geserveerd.¹⁷⁵
– Aart-Jan van de Pol

Hiermee laten zij zien dat de (relatieve) concertcrisis meervoudig is en om meerdere oplossingen vraagt. Ondanks vergrijzing en op zijn meest stabiele bezoekersaantallen zijn er ook redenen tot een optimistischer benadering. Raaf Hekkema biedt een frappante relativisering van de angst dat publiek voor klassiek uitsterft:

Het grote voordeel is dat mensen steeds ouder worden! Ik zie zelfs tachtigers in de zaal zitten, die zich nog steeds naar de concertzaal slepen. Het potentiële publiek is in die zin groeiende.¹⁷⁶ - Raaf Hekkema

In hoofdstuk 2 bleek echter al dat dit geen structurele oplossing van het probleem is. Aart-Jan van de Pol bepleit een realistische en kritische houding – niet zozeer een pessimistische. Hij ziet potentie in de marges rondom de bestaande publieksgroepen die al

¹⁷² Neil Wallace en Frank Veenstra verwezen tijdens de interviews met enige regelmaat naar de essaybundel *De Barbaren* door Antonio Barrico. Dit niet-wetenschappelijke werk kan voor concertprogrammeurs inspirerend zijn. *De Barbaren* is, met een aantal andere werken, opgenomen in een korte lijst van leesadviezen in hoofdstuk 6.

¹⁷³ Neil Wallace, 9.

¹⁷⁴ Frank Veenstra, 8.

¹⁷⁵ Aart-Jan van de Pol, 4.

¹⁷⁶ Raaf Hekkema, 3.

met succes worden geworven: in het Concertgebouw is de bezettingsgraad boven de tachtig procent uitgekomen. Van de Pol ontkent niet dat de traditionele concertpraktijk aan populariteit verliest, maar wijst ook op de kleine successen die buiten de primaire publieksgroep worden behaald:

Je hebt hier heel veel studenten die sprinten. Natuurlijk heb je geen zaal vol met jong publiek, maar bij Tracks heb je dat wel. Het zwaartepunt is er wel - de grafiek toont natuurlijk wel een hobbel met het hoogtepunt tussen de 55 en de 65. Het is een mooi en geleidelijk grafiekje.¹⁷⁷ – Aart-Jan van de Pol

Daarnaast stelt Gert Gering dat oud publiek voor klassiek “oké” is. Het feit dat de grootste publieksgroep maar net stabiel blijft of slinkt, maakt het niet fout of ongewenst.¹⁷⁸ Raaf Hekkema vindt de realisatie dat het huidige ‘gemiddelde’ klassieke concertpubliek van een nieuwe modernere generatie is hoopgevend. De gemiddelde concertbezoeker is niet meer per definitie opgegroeid in een tijd waar klassieke muziek overheerste. Het feit dat het gros van het klassieke-concertpubliek uit vijftigers, zestigers en zeventigers bestaat, toont aan dat er in de laatste jaren wel degelijk publiek is geworven dat klassiek niet van kinds af aan mee heeft gekregen:

Vergeet ook niet dat de mensen die nu zestig of zeventig zijn, al met popmuziek zijn opgegroeid. De mensen die tachtig zijn niet. De mensen die nu niet meer naar de concertzaal kunnen komen vormen de laatste generatie die popmuziek als iets verachtelijks hebben meegemaakt.¹⁷⁹ – Raaf Hekkema

5.3 Mentaliteitsveranderingen kosten tijd

Ondanks dat de mate van optimisme onder de programmeurs verschilt, is duidelijk dat geen van hen klassieke muziek als een verloren zaak ziet. Zij zijn ieder gemotiveerd om veranderingen door te voeren in de programmering, als die ertoe kunnen leiden dat een groter publiek van klassieke muziek geniet. De zaalprogrammeurs zijn echter niet de enigen die invloed hebben op de concertpraktijk. Binnen deze veelomvattende praktijk spelen ook musici, critici, zalen met een bepaald imago of overheden een rol. Neil Wallace wijst er op dat de bereidheid tot veranderen niet per definitie bij alle spelers even groot is:

In de Amerikaanse *change management*-literatuur is er een heel leuke uitdrukking: “*if you want one turn of the screw at the bottom, turn it eight times at the top.*” Hoe groter je organisatie - als je aan de onderkant echt resultaat wil boeken, moet je keihard werken aan de bovenkant. (...) The scope for genuine change is heel klein. Hoe erger het in de buitenwereld wordt, hoe defensiever gedrag wordt - it's a law of nature.¹⁸⁰ – Neil Wallace

Binnen de grote concertzalen is sprake van een grote organisatie waarin het doorvoeren van verandering een tijdrovende onderneming is. Veel van de gesproken programmeurs wijzen er op dat zij pogen geen ‘boeker’ te zijn, maar een programmamaker. De ontwikkelde programma's moeten niet alleen inhoudelijk van kwaliteit zijn, maar ook verkoopbaar zijn door de marketeers, aansluiten op de vraag van het publiek, wellicht van randprogrammering worden voorzien en zo mogelijk aansluiten op bijzondere projecten van bijvoorbeeld de educatiemedewerkers. Bij het samenstellen van het zaalprogramma is

¹⁷⁷ Aart-Jan van de Pol, 6.

¹⁷⁸ Gert Gering, 4.

¹⁷⁹ Raaf Hekkema, 5.

¹⁸⁰ Neil Wallace, 1.

de programmeur grotendeels afhankelijk van het door musici bedachte aanbod, dat niet altijd aansluit op de lokale functie van een zaal en het imago ervan, of bij de ambitie van de zaalprogrammeur. Het gros van het aanbod wordt door musici ontwikkeld, terwijl de concertzaal ernaar streeft op de hoogte te zijn van de vraag van het publiek. Hierdoor is er volgens de programmeurs regelmatig sprake van discrepantie tussen vraag en aanbod. Waar kleine ensembles als Calefax pogen hun publiek goed te leren kennen door bijvoorbeeld een communicatieve sfeer te incorporeren in hun programma's, is het in het geval orkesten een grotere klus van binnenuit te veranderen.

Symfonieorkesten zijn bijvoorbeeld toch redelijk hiërarchisch en traditioneel georganiseerd. Daar krijg je veranderingen er niet zo snel doorheen, dat is heel erg lastig. Zowel voor de directie als voor de musici - het moet wel een heel goed idee zijn wil iedereen er achter staan.¹⁸¹ – Lonneke Regter

Volgens Neil Wallace is het Haagse Residentieorkest een lichtend voorbeeld van een orkest waarin een drastische mentaliteitsverandering heeft plaatsgevonden: daar is een a-traditionele werkwijze niet meer uitzonderlijk.

Het is aan ieder orkest om zijn eigen oplossing te vinden. Ik ben er zeer pessimistisch over. Het klinkt gek - maar misschien is een orkest nog eerder een sociaal organisme, dan een muzikaal organisme. (...) Het valt of staat bij de bereidheid van de spelers.¹⁸²
– Neil Wallace

In vrijwel alle interviews kwam dit knelpunt ter sprake: een proactieve houding van de programmeur wordt niet altijd beantwoord door de musici. In de traditionele klassieke muziekwereld is de bereidheid tot veranderen niet altijd groot. Artistieke overwegingen winnen het nog vaak van de commerciële, maar veel van de geïnterviewden geven aan dat deze houding niet houdbaar is. Het commerciële hoeft het artistieke niet te verdringen, maar kan het aanvullen en op die manier kwaliteitsprogramma's helpen bewerkstelligen.

Neil Wallace wijst ook naar de conservatoria, die een dubbelrol vervullen: conservatoriumstudenten worden bovenal opgeleid om te kunnen excelleren binnen hun vakgebied, en zich daarmee te verhouden tot de zo rijke muziekgeschiedenis. Door die nadruk op muzikale en technische excellentie krijgen jonge musici volgens Wallace echter een conservatieve blik mee:

Ik zei laatst bij een gastcollege voor conservatoriumstudenten: als Brahms hier binnen zou lopen, is er bijna niets anders. Aan de ene kant is dat fantastisch - jullie zijn de gatekeepers van de traditie van excellence - maar er zit ook een waanzinnig gevaarlijke kant aan: een deel van die traditie buigt niet mee met de actuele ontwikkelingen.¹⁸³
– Neil Wallace

¹⁸¹ Lonneke Regter, 11.

¹⁸² Neil Wallace, 6.

¹⁸³ Neil Wallace, 11.

In de ontwikkeling van nieuwe formats, die gericht zijn op het ontmoeten van nieuw publiek, is de bereidwilligheid van de musici dus van groot belang. De bezuinigingen en de financiële crisis hebben de ondernemingszin binnen de muzieksector aangewakkerd, maar de uitdaging tot rendabel werken vooral vergroot. Musici kunnen niet rekenen op een vaste plek in een professioneel orkest, en zijn er daardoor vaker op aangewezen om te werken op projectbasis. Niet elke musicus is bereid op die manier te werken: “van de kant van de musici wordt een bepaalde flexibiliteit gevraagd, en niet iedereen kan dat of heeft daar zin in”, ligt Regter verder toe.¹⁸⁴ Toch blijven niet alle muzikanten “hangen in het verleden”:¹⁸⁵ Aart-Jan van de Pol en Marjolein van Ruiten vertellen over Tracks en Splendor als voorbeelden van projecten die zijn ontsproten aan de ideeën van musici zelf.¹⁸⁶ Raaf Hekkema is zo’n ondernemende musicus. De muziekcultuur is volgens hem sterk veranderd: waar vroeger het kamermuziekpubliek met de partituur naar de zaal kwam, gebeurt dat nu steeds minder – dát publiek is volgens Hekkema aan het ‘uitsterven’.¹⁸⁷ Iets anders dat uitsterft, is de uitvoeringspraktijk waarin hij als musicus is opgevoed: de zorg van Wallace jegens de conservatoria kan volgens Hekkema enigszins worden gerelativeerd.

Ik denk dat er een totale omslag is - althans in mijn kring, dat de muzikuiting maatgevend is geworden, en de componist meer instrumenteel. Mensen gaan niet meer puur naar de zaal om een Bachuitvoering te horen: ze gaan ook voor de musicus, het orkest of ensemble. Wij [Calefax Rietkwintet; EH] leggen nu ook minder de nadruk op wat we spelen, maar op wat voor evenement we neerzetten.¹⁸⁸ – Raaf Hekkema

Wil je je orkest handhaven in deze tijd, dan moet je dat [het concert communicatief maken; EH] doen. (...) Als je dat niet vindt, dan blijf je in een snobistische houding terecht die dodelijk is.¹⁸⁹ – Lonneke Regter

Het woord snobisme komt geregeld terug in de interviews: het is iets dat niet alleen musici, maar ook luisteraars kan worden verweten. Toch komt een terughoudende attitude niet altijd voort uit snobisme of onwelwillendheid. Neil Wallace stelt dat de allegorie van de kokende kikker in de klassieke-muzieksector op zijn plaats is:

Frank Veenstra - CROSS-LINX

Tijdens Cross-linx proberen we verschillende werelden naast elkaar zetten, in confrontatie of in verbinding. In onze programma's word je meegenomen door een medewerker, naar een plek in de catacomben van het muziekgebouw - iets ruws - en daar zijn dan de concerten... Daar zet ik jonge mensen neer, waar ik in geloof. Juist de klassieke dingen staan daar. En daar is het mij echt om te doen; dat is kort gezegd de formule. Klassiek en pop komt daar bij elkaar, maar die namen gebruiken we niet meer. Cross-linx is iets dat op zich zelf staat. Het is vooral gericht op de twintigers, dertigers en veertigers - of iedereen die jong van geest is. Die mensen zijn echt op zoek naar mooie dingen in een spectaculaire omgeving, waar het snel gaat - oftewel: korte programmering. Die van alles willen horen. Het zijn vooral mensen die op zoek zijn naar nieuwe ervaringen, nieuwe bijzondere muziek. Dat zijn niet de mensen die naar strijkkwartetten of concertseries gaan.

We proberen wel altijd een lijn te vinden, maar die is meer intuïtief. Het gaat om muziek die nu happening is. Je probeert de tijdsgeest te raken, en dat lukt steeds meer. Er gebeurt ook steeds meer, ook in de klassieke hoek. De headliners moeten een indruk geven van wat het publiek kan verwachten, en de 'geest' van Cross-linx inzichtelijk maken. De angst om er niet bij te horen is bij Cross-linx veel minder aan de orde. Die statusdrempels zijn echt *killing*. Veel mensen komen ook op gevoel af op het evenement.

¹⁸⁴ Lonneke Regter, 7.

¹⁸⁵ Gert Gering, 2.

¹⁸⁶ Aart-Jan van de Pol, 7.

¹⁸⁷ Raaf Hekkema, 5.

¹⁸⁸ Raaf Hekkema, 5.

¹⁸⁹ Yvonne van den Berg, 17.

Je hoort mij niet klagen bij een ‘doorsnee’ concert in de grote zaal, volgens de normale conventies: het is levensverrijkend. Maar ik merk toch dat er een stemmetje is dat zegt: “hoe lang gaat dit duren?”. Ik wil niet zeggen dat het product zelf uitgekauwd is; het is de metafoor van de kokende kikker is op zijn plaats bij de symfonische muziek. Als je een kikker laat vallen in een pot kokend water, springt die eruit. Als je een kikker in een pan koud water zet, en dat langzaam aan de kook brengt, dan gaat de kikker dood. Wij voelen de urgentie - de temperatuur - te laat. We zijn ingehaald door de tsunami aan verandering in cultuur en muziek. Dat gaat zo razendsnel, dat we niet meer weten wat de regels zijn. En een orkest krijg je niet zomaar meer in beweging.¹⁹⁰ – Neil Wallace

Lonneke Regter zegt uit ervaring dat het voor musici erg moeilijk is om los te komen uit te traditionele manier van werken. Gelukkig zijn er, zo stelt onder meer Gert Gering, een aantal boegbeelden onder de uitvoerende musici, die laten zien wat een a-traditionele houding kan opleveren – zoals het eerdergenoemde Calefax Rietkwintet van Hekkema.

Er zijn nu wel meer en meer muzikanten bezig met creatieve, nieuwe dingen, veel minder vanuit de haast museale traditie. Er zijn er wel een paar die iets gaan bereiken, die wat kunnen veranderen. Remy van Kesteren, bijvoorbeeld.¹⁹¹ – Gert Gering

Ook vakinhoudelijk, zo stelt Yvonne van den Berg, is er minder ‘heilig’ en wordt er meer geëxperimenteerd. Hoewel niet iedereen even enthousiast is over Kyteman en zijn hip-hoporkest, beginnen veel van de geïnterviewden over de invloed die zijn ondernemerschap heeft gehad: “Kyteman gebruikt in een nummer gewoon de Bolero van Ravel. Vroeger mocht dat absoluut niet, het was een soort heiligheid waar je dan aan kwam.”¹⁹² Frank Veenstra ziet daarin een verschuiving van “wie de dienst uitmaakt”:

Het is niet meer de recensent die uitmaakt wat goed is, dat maken we met elkaar wel uit, op het internet. Het is zo transparant tegenwoordig. Wat *hip and happening* is wordt met elkaar bepaald, en minder door recensenten en connaisseurs - die rol wordt steeds kleiner.¹⁹³ – Frank Veenstra

Een aantal knelpunten – de invloed van de kenner, de heiligheid van muzikale voorschriften – zijn dus minder prangend dan voorheen. Dat biedt perspectief voor de resterende knelpunten, die verandering in de concertpraktijk nu belemmeren. Daar staat volgens elke programmeur tegenover dat het zonde kan zijn tradities en conventies te zeer uit het oog te verliezen, ook omdat het bestaande publiek deze waardeert.

5.4 De pluriforme vraag van het publiek is moeilijk te bepalen

Volgens Wallace gaat het bij programmeren om het plaatsen van muziek en musici voor publiek, en vice versa. De artistieke wensen van de musicus en die van de programmeur zijn derhalve twee hoeken in de driehoek. De wens van het publiek is volgens de programmeurs moeilijk vast te stellen. De vraag ‘wie’ het publiek is, of zou moeten zijn, staat steeds hoger op de agenda van de programmeurs. Waar voorheen een abonnement met een serie concerten nog vanzelfsprekend uitverkocht raakte, kan daar nu niet meer op worden gerekend. Voorheen werd het gros van de kaarten al ruim een half jaar voor de start van het seizoen in pakketten verkocht; nu moeten de programmeur, de marketeer en

¹⁹⁰ Neil Wallace, 10.

¹⁹¹ Gert Gering, 3.

¹⁹² Yvonne van den Berg, 15.

¹⁹³ Frank Veenstra, 10.

de musicus steeds vaker proberen een concert ook afzonderlijk te verkopen. Hoewel de vaste achterban van abonneementhouders nog steeds van ongekend belang is, is de incidentele kaartkoper steeds relevanter in de zoektocht naar nieuw publiek. Moderne kassasystemen maken het koopgedrag van alle bezoekers steeds inzichtelijker, en maken het mogelijk specifieke subgroepen gericht aanbod te bieden. Hierdoor wordt het aanbod minder door de musici of programmeurs 'opgelegd', maar kan het meer en meer in samenspraak met het publiek worden ontwikkeld.

Zolang de abonneementenstructuur lonend is leggen programmeurs de seizoenenprogramma's al ruim van tevoren vast. Orkesten bepalen al drie jaar van tevoren welk repertoire er in een seizoen op het programma staat. Concertzalen programmeren doorgaans tenminste één jaar vooruit. Het is daarom zaak er tijdig achter te komen waar welke publieksgroep behoefte aan heeft, opdat ook concertseries daar op in kunnen spelen. Veel van de programmeurs kiezen er voornamelijk voor het vaste publiek met de serieprogramma's te bedienen, en nieuw publiek te werven met speciale incidentele concerten en randprogramma's.

Marjolein van Ruiten probeert met de ogen van de *first-time* bezoeker de concertzaal en het programma kritisch te bekijken:

Voor een concertzaal is het gevaarlijk om bepaalde dingen als bekend te veronderstellen, omdat je dat zelf allemaal wel weet. Je moet bedenken wat een onwetende bezoeker nodig heeft aan informatie zodra die over de drempel stapt. Als er een vraag is, moet je die herkennen, en er antwoord opgeven. Dus je moet bereikbaar zijn als zaal, door je daarin commercieel op te stellen.¹⁹⁴ – Marjolein van Ruiten

Van Ruiten vraagt zich af of het publiek voldoende in de gelegenheid wordt gesteld een vraag te stellen, of feedback te geven.

Je moet je ook afvragen, als ze er eenmaal zitten: wie is het publiek, wat vindt het publiek? Hoe ga je dat polsen? Ga je enquêteren, of een goed publieksonderzoek laten uitvoeren? (...) De grote vraag voor de toekomst is of de bewering 'het concert staat op zichzelf houdbaar is - ben je klaar zodra het concert afgelopen is? De vraag is of de relatie is afgelopen na de staande ovatie - ik denk het niet. Dat is een punt voor de toekomst: die relatie kan je op een creatieve manier faciliteren.¹⁹⁵ – Marjolein van Ruiten

De vijf zaalprogrammeurs spreken met enige regelmaat met focusgroepen om nieuwe ideeën te toetsen. Zo wordt voornamelijk voorafgaand aan

Raaf Hekkema - programma TRANCE Calefax Rietkwintet

Het programma Calefax in Trance bestond uit negen verschillende stukken. We vonden het toch belangrijk om maar twee applausmomenten in te lassen: halverwege en aan het eind. Dat moet je dan even toelichten. Het publiek is snel in verwarring, omdat ze vastzitten aan conventies. Bij Calefax weten ze wel dat ze iets anders kunnen verwachten dan gebruikelijk. Toch, als je het even toelicht, stelt dat gerust en kan het publiek zich openstellen voor wat er geboden wordt. Onze concertvormen verschillen nogal. Wij staan te boek als een groep die het leuk vindt het woord te richten tot het publiek, en het leuk vindt als het publiek echt reageert. In sommige zalen gebeurt dat heel actief. Daar beginnen ze gewoon tegen je aan te kletsen als je even niet oplet! En dan praten we ook gewoon terug. Dat is een gezellige en communicatieve sfeer. In andere zalen hangt toch meer een gewijde concertsfeer. Voor ons is muziek maken in beginsel iets gezelligs! Je mag je publiek best belonen door ze echt aan te spreken. Daarmee wordt een concert ook een unieke ervaring - doordat je contact kunt hebben met naar wie je luistert.

We openen met een representatief muziekstuk. Dan richt een van ons het woord tot het publiek. In sommige gevallen leidt dat tot een soort gesprek, en soms blijft het meer een monoloog. Ik merk wel dat je daardoor de barrière na afloop van het concert erg verkleint.

¹⁹⁴ Marjolein van Ruiten, 5.

¹⁹⁵ Marjolein van Ruiten, 7.

concerten met het potentiële publiek gesproken. Aart-Jan van de Pol ontwikkelde *Tracks* na inspraak van een panel; onder meer het ontbreken van de pauze in de korte concerten is daarvan een direct gevolg.¹⁹⁶ Een dergelijk panel heeft misschien onvoldoende kennis om concrete programmavoorstellen te doen, maar kan met de juiste handvatten wegwijs worden gemaakt en zo wel degelijk bruikbaar advies geven.

Het leggen van contact met publiek is niet altijd eenvoudig. Yvonne van den Berg vertelt bijvoorbeeld over de toegangsprijs voor jongeren van tien euro die de Oosterpoort voor vrijwel het gehele klassieke programma: “Het is heel apart dat heel veel jongeren het gewoon niet weten! Dat geeft misschien ook wel aan dat ze geen interesse voor klassieke muziek hebben - dan hoeven ze die prijs ook niet.”¹⁹⁷ De kans bestaat dat de jongerenprijs inderdaad niet wordt gewaardeerd, maar de mogelijkheid dat de regeling onder te weinig jongeren bekend is is reëler. In samenspraak met diegenen die het jongerentarief wel ontdekt hebben zou een marketingcampagne kunnen worden ontwikkeld om de gebruikersgroep te vergroten. Van den Berg zegt met enige regelmaat met klankbordgroepen in gesprek te gaan, zo ook bij de ontwikkeling van jongerenprogramma *Next*. “Het blijft me nog steeds verbazen waarom het niet gelukt is [om voor *Next* voldoende publiek te werven; EH]. Ik denk dat de programma’s inhoudelijk toch te moeilijk waren.”¹⁹⁸ Dat deze vragen bij de Oosterpoort zijn blijven liggen, wijst erop dat er wel tijdens de ontwikkelingsfase contact wordt gezocht met het publiek om de vraag “wat wil je?” te kunnen beantwoorden, maar dat de vraag “was het wat je wilde?” naderhand echter weinig wordt gesteld. Ook in het geval van Casual Classics, dat volgens Frank Veenstra wel degelijk nieuw publiek oplevert voor het reguliere programma, is niet geheel duidelijk wat het publiek vindt: dat ze terugkomen is duidelijk, maar niet op basis van welke positieve ervaringen.

EH Denk je dat het publiek van Casual Classics op de traditionele klassieke concertpraktijk is voorbereid als ze naar Casual Classics zijn geweest, of dat ze toch schrikken van het verschil?

FV Dat hebben we niet onderzocht, maar dat moet haast wel. Anderzijds heeft het toch de drempel doen slechten om toch een volgend kaartje kopen. We zitten nog aan het begin van het proces; eigenlijk zou je dat ook willen monitoren. “U heeft een kaartje gekocht en was eerst bij Casual Classics...” Dat zijn de zeer arbeidsintensieve processen, die je zou willen volgen, maar waarvoor het moeilijk is de ruimte te vinden in de organisatie.¹⁹⁹

Door het publiek zwaarder te wegen in de driehoeksverhouding publiek – muziek – musicus, ontstaat de noodzaak nieuwe en intensieve processen te starten. Door tijdens de projectontwikkelingsfase met het publiek in gesprek te gaan – volgens Maitlands’ *Guide to audience development* (zie paragraaf 4.1) – kunnen vruchtbare programma’s worden ontwikkeld. Uit het veldonderzoek blijkt dat de spelers in het praktijkveld inderdaad Maitlands vervolgstappen vaak maar summier of niet uitvoeren, en kwalitatieve evaluatie daarom ontbreekt. De programmeurs zijn zich hier allen bewust van en spreken ieder de ambitie uit de bezoekers langer te monitoren. Een gebrek aan tijd, geld en mankracht is dit echter voor hen niet altijd haalbaar.

¹⁹⁶ Aart-Jan van de Pol, 2.

¹⁹⁷ Yvonne van den Berg, 8.

¹⁹⁸ Yvonne van den Berg, 8.

¹⁹⁹ Frank Veenstra, 7.

5.5 Doorbreek de conventie: drie pijlers

Uit de voorgaande paragrafen is gebleken dat de klassieke concertpraktijk pas daadwerkelijk kan worden hervormd als de knelpunten van probleemdefinitie, tijdrovende paradigmawisselingen en de vraag van het beoogde publiek het hoofd zijn geboden.

In feite is het [de klassieke concertpraktijk, red.] natuurlijk de hele gedragscultuur rondom een concert, zoals die zich vooral heeft ontwikkeld sinds het begin van de 20^{ste} eeuw. De bourgeoisie heeft een aantal statusdrempels opgeworpen; een aantal conventies zoals het niet klappen tussen de delen. Dat is iets waar een bepaalde goegemeenschap zich nog steeds aan houdt.²⁰⁰ - Frank Veenstra

De vraag is vervolgens of deze tradities ten behoeve van de goegemeente in stand moeten worden gehouden, of dat conventies kunnen worden doorbroken om publiek buiten die goegemeente te kunnen werven. Dat laatste is geen doel op zich: alle gesprekspartners zijn het erover eens dat het gaat om twee aanvullende tactieken die elkaar versterken. De traditie kan worden aangevuld met aangepaste concertvormen die een ander publiek aanspreken. Gert Gering, naar eigen zeggen *late adaptor* in de klassieke muziek, houdt niet van “revolutie om revolutie”. Hoewel dat hervormingen misschien noodzakelijk zijn vanwege een gebrek aan publiek, moet hervorming volgens Gering vooral voortkomen uit eigen ondernemingszin en nieuwsgierigheid.²⁰¹

Een slinkend concertpubliek wil niet zeggen dat er geen vraag meer is naar de traditionele programma's en uitvoeringsvormen van klassieke muziek. De concerten die door een constante groep liefhebbers van bijvoorbeeld abonneerders worden bezocht moeten worden voortgezet om de bestaande bezoekersaantallen te stabiliseren. In de categorie 'traditioneel publiek' is de groep potentiële liefhebbers die hun weg naar de zaal nog niet hebben gevonden bovendien groot. Het proces van hervorming betreft in die zin niet zozeer een herziening of integrale vervanging van de bestaande uitvoeringsvormen, maar een aanvulling of verrijking daarvan:

Ik denk dat je wel canonisch moet blijven werken voor mensen die dat willen hebben: voor een deel is het *give the people what they want*. Daar is niks mis mee, voor zover er vraag naar is. Die muziek kan je daarnaast op een iets andere manier te presenteren, voor een meer conventioneel publiek dat daar ook in geïnteresseerd is, dat nu bijvoorbeeld wordt gehinderd door alle statusdrempels, of door de vorm waarin het wordt gepresenteerd.²⁰² - Frank Veenstra

De traditionele praktijk kan dus voorzichtig worden aangepast: het bestaande publiek moet niet voor het hoofd worden gestoten, maar het kan door kleine handreikingen worden aangevuld met latent-geïnteresseerden met een vergelijkbaar profiel (dezelfde interesse, leeftijdscategorie, regio en dergelijke). Daarnaast kunnen radicaal andere formats worden ontwikkeld voor een publiek dat verder van de drempel af staat. De wisselwerking tussen vraag en aanbod is ook in de markt van de klassieke muziek essentieel: in die zin is klassieke muziek “gewoon” een commerciële aangelegenheid, aldus Aart-Jan van de Pol en Marjolein van Ruiten. Als de bestaande publieksgroep blijft slinken, moet deze ondertussen worden aangevuld met publiek dat op andere, speciale concerten

²⁰⁰ Frank Veenstra, 2.

²⁰¹ Gert Gering, 2.

²⁰² Frank Veenstra, 4.

afkomt. Of dat publiek later zijn weg vindt naar diezelfde traditionele concertzaal is niet duidelijk, maar vooralsnog is het volgens veel programmeurs al zeer waardevol dat zij hun weg naar de zaal eens hebben gevonden, zij het via een ontraditionele route.

Hoe je een programma maakt is echt super belangrijk. Ik ken genoeg voorbeelden waar je ineens een totaal ander soort publiek in de concertzaal zag - bij Henrik Schwarz bijvoorbeeld, allemaal hippe gebreide truien! De programmeurs moeten net even anders gaan denken over wat interessant is voor het publiek, en hoe je ze bereikt.²⁰³
- Marjolein van Ruiten

Wanneer nieuw publiek voor klassiek moet worden geworven, is het zaak te onderzoeken welke drempels potentieel publiek ervaart als het concertbezoek overweegt. De spanningsboog is er daar één van: hoeveel concentratie kan en wil nieuw of potentieel publiek opbrengen? Praktische zaken als tijd en geld spelen altijd een rol, maar sociale factoren zijn misschien nog wel belangrijker: “ik hoor er niet bij”, “ik heb niet genoeg voorkennis”, “ik wil niet alleen”, “ik voel me underdressed” - enzovoorts.²⁰⁴ Sommige drempels, zoals een onhandige aanvangstijd, kunnen relatief eenvoudig worden aangepast en daarmee verlaagd. Andere hebben meer te maken met een imago-kwestie, en vragen om een structurelere aanpak. Toch zijn er drempels, of in deze liever conventies, die het behouden waard zijn. Hier komen de drie pijlers die door Johan Idema al werden gepresenteerd (setting, inhoud, presentatie) weer naar boven. Aan de hand daarvan is de programmeurs en de andere deskundigen gevraagd binnen welke van deze drie pijlers aan het klassieke concert kan, mag en moet worden gesleuteld – of juist niet.

In plaats van een lange lijst aan mogelijkheden te presenteren, is er in de volgende paragraaf voor gekozen de verschillende werkvelden te differentiëren, en de uit de interviews voortkomende bijbehorende overwegingen uiteen te zetten. Deze paragraaf bestaat – met uitzondering van de afzonderlijk geplaatste tekstvakken – dus niet uit een voorbeeldenreeks zoals die van Idema (zie paragraaf 1.4), maar biedt inzicht in de denkstappen die volgens de respondenten moeten worden gezet in het proces van hervorming.

Setting

Koester de stilte

Eén van de meest kenmerkende eigenschappen van klassieke muziek, is dat deze doorgaans onversterkt wordt uitgevoerd. In zalen met een zeer goede akoestiek is versterking overbodig, mits er geen ander geluid klinkt dat de muziek verstoort. Aan elk van de respondenten is gevraagd de klassieke concertpraktijk te karakteriseren door een aantal gebruikelijke conventies op te noemen. Vervolgens is gevraagd welke conventies herzien kunnen worden. Hoewel ieder stelt dat de praktijk aan vernieuwing toe is, blijft één voorwaarde overeind: de stilte.

De geconcentreerde luisterhouding vind ik alleen maar goed, dat toont respect voor muziek en musicus. Anderzijds vind ik het overgeconditioneerd. Er zijn mensen zó in

²⁰³ Marjolein van Ruiten, 3.

²⁰⁴ Gert Gering, 6.

doorgesloten dat grote groepen potentiële muzikliefhebbers zich er niet senang bij voelen, om zich zo te moeten gedragen.²⁰⁵ - Frank Veenstra

Je ervaart de muziek het beste al het gewoon stil is - daar vraagt de muziek om.²⁰⁶ - Yvonne van den Berg

Die stilte en concentratie vind ik fantastisch, die hoeft van mij niet weg. Maar je moet mensen ertoe uitnodigen, je moet het niet opleggen.²⁰⁷ - Gert Gering

Hoewel de stilte zou moeten worden bewaard, kan er worden nagedacht over de manier waarop deze wordt afgedwongen. Volgens Gering is het gevoel er niet bij te horen “*killing*” als het gaat om het enthousiasmeren van nieuw publiek dat het heeft aangedurfd een klassiek concert te bezoeken. Op het krampachtig afdwingen van stilte gaan ook andere geïnterviewden in. Over het algemeen geldt: als de muziek er uit zichzelf om vraagt, zal het publiek de stilte niet als opgelegd, maar als logisch ervaren. Raaf Hekkema spreekt in een vergelijking van klassieke muziek met popmuziek bijvoorbeeld van ‘luistermuziek’. Populaire muziek kan worden gehoord en ondergaan, en lieflijk worden ervaren; klassieke muziek vraagt om een luisterhouding, niet een ‘hoor’houding, die luistergenot faciliteert.

Ik zie toch vooral mensen die wat ouder zijn in de concertzaal. Dat heeft een reden, denk ik: de muziek die wij [Calefax, red.] maken, hoe leuk en flitsend en hip we het ook kunnen maken, blijft luistermuziek. Eén voorwaarde is dat iedereen een soort van stil is. Je hoeft niet muisstil te zijn, je hoeft geen heilige of devote houding in acht te nemen. Maar als je niet stil bent, dan heeft de ander daar echt last van - dan ga je dingen missen die misschien wel essentieel zijn voor het luistergenot. (...)

De meerlagigheid van klassieke muziek kun je niet waarnemen als je niet echt luistert, maar het alleen maar ondergaat. Er is wat mij betreft een flink verschil tussen horen en luisteren. Bij een popconcert - ik ben echt opgegroeid met popmuziek - ben je toch meer onderdeel van de muziek: je voelt het. De fantasie die geprikkeld wordt door de complexiteit van klassieke muziek, is over het algemeen niet het doel van de popmuziek. Het is echt een verschil tussen hoofd en lijf.²⁰⁸ - Raaf Hekkema

Gert Gering stelt: “Het is het gevoel van verplichting dat het onaantrekkelijk maakt, en het idee dat je ingewijd moet zijn.”²⁰⁹ Als de stilteconventie moet worden gewaarborgd, is het zaak die vanuit de muziek op te roepen, in plaats van deze op voorhand af te dwingen. De grens hiertussen is niet altijd zichtbaar, maar allicht wel voelbaar.

Dat vind ik een grote opdracht aan concertzalen: wij moeten zorgen dat die drempel zo laag mogelijk blijft. Die muziek moet zijn eigen werk doen, maar wij moeten zorgen voor dat ook de ambiance goed is, dat het getapte biertje goed is, dat de koffie goed smaakt, dat je hier goed kan zitten - dat je je gewoon thuis voelt, het prettig vindt. Dan blijft gewoon een klassiek concert, drie kwartier voor de pauze, in stilte ervaren, het mooiste.²¹⁰
- Yvonne van den Berg

²⁰⁵ Frank Veenstra, 3.

²⁰⁶ Yvonne van den Berg, 9.

²⁰⁷ Gert Gering, 5.

²⁰⁸ Raaf Hekkema, 3.

²⁰⁹ Gert Gering, 6.

²¹⁰ Yvonne van den Berg, 11.

Locatieparadox

Eén ingrijpende manier om de (angst voor) stilte in de tempel-achtige concertzaal te vermijden, is het vermijden van die zaal zelf: klassieke muziek op locatie. Volgens het principe ‘als het publiek niet naar de concertzaal komt, dan het concert maar naar het publiek’, worden regelmatig concerten buiten de zaal georganiseerd. Het eerder besproken initiatief Club Classique is daarvan een voorbeeld, maar ook grootschaliger concerten als het Prinsengrachtconcert of Opera in het Park. Bij concerten op locatie vallen allerlei drempels, zoals een vermeende dresscode, etiquette en absolute stilte weg. Toch ervaren de geïnterviewden concerten buiten de zaal als een paradoxale kwestie: leveren dergelijke concerten – of ‘evenementen’ – publiek op voor die ontweken concertzalen? Sterker: versterken dergelijke evenementen de notie van de hoogdrempelige concertzaal niet des te meer?

Naast deze twijfels over de effectiviteit van dergelijke pogingen de drempel te vermijden in plaats van te verlagen, weegt de overweging of de muziek in een andere setting wel tot zijn recht komt zwaar.

Voor die luistermuziek zijn er fantastische instituten in het leven geroepen die concertzalen heten. Het is ontzettend leuk als je een fantastische locatie middenin een stad vindt, en hofje waar het stil is, maar toch af en toe een vogel kwettert - dat zijn de gouden gelegenheden. Maar in beginsel heb je daar concertzalen voor, waar de muziek ideaal klinkt. Voor de speciaaltjes kan je wel uitwijken, maar de concertzaal blijft ideaal.²¹¹

- Raaf Hekkema

Het zou zonde zijn van die mooie concertzalen. Het is altijd leuk om publiek daar naar toe te trekken.²¹²

- Lonneke Regter

Met het vermijden van de concertzaal wordt niet alleen de stilte doorbroken, maar ook de mogelijkheid tot excellentie van de musicus. Regter en Hekkema wijzen er beide op dat een concert in de buitenlucht misschien aantrekkelijk oogt, maar over het algemeen consessies in kwaliteit betekent. Veel musici geven daarom tot de voorkeur aan de concertzaal:

Het is vooral dat het niet zo lekker speelt. Het klinkt dan vaak anders, als je in de open lucht speelt bijvoorbeeld. Voor je gevoel kan je dan niet op het niveau presteren waarop je gewend bent te presteren, zoals in een concertzaal onder de ideale omstandigheden.²¹³ - Lonneke Regter

²¹¹ Raaf Hekkema, 8.

²¹² Lonneke Regter, 8.

²¹³ Lonneke Regter, 7.

Lonneke Regter - CLUB CLASSIQUE

Wat ik bij Club Classique heb geprobeerd, is dat je mensen echt welkom heet - dat ze zich op hun gemak voelen. Ze kunnen zitten of staan, ze kunnen naar de bar. We hebben dat geprobeerd door heel open te zijn. In al onze publiciteitsuitingen hebben we geprobeerd de drempel laag te houden - het is bijvoorbeeld gratis toegankelijk. Je kunt in en uit lopen, en dus om acht uur komen, maar ook om negen uur. Ik heb mensen wel heel veel persoonlijk moeten aanspreken om ze te trekken. Dan waren ze wel benieuwd wat ik daar eigenlijk uitspook. De combinatie met andere kunstvormen wilden we ook expliciet doen, om het ook wat breder toegankelijk te maken, en zo een breder draagvlak te creëren. De presentaties waren vooral van ondernemers uit de buurt, om ook echt de buurt erbij te betrekken. Zo proberen we altijd per thema wat verschillende dingen te programmeren, en dat ook op die manier te communiceren.

De club, de locatie, is overgenomen door iemand anders. Het was daardoor niet meer mogelijk om verder te gaan, dat was wel heel jammer. Ik denk dat het zijn voorbeeldfunctie ook wel gehad heeft. Er zijn heel veel mensen mee in aanraking gekomen, natuurlijk ook musici en andere artiesten. Wie weet komt er nog wel iets anders uit voort. Club Classique is sowieso goed geweest als initiatief en experiment, of gegeven.

Het vermijden van de zo hoogdrempelige traditionele concertzaal is daarmee volgens alle acht gesprekspartners niet de juiste oplossing voor de lange termijn. Dat betekent dat die drempels toch ook in de concertgebouwen zelf zullen moeten worden verlaagd. Op basis van de wensen van het publiek kunnen randvoorwaarden als prijs, aanvangstijd en lengte van het concert worden aangepast.

Inhoud

Concertduur

Gemiddeld genomen heeft een klassiek concert, bijvoorbeeld dat van een symfonieorkest, een indeling van tweemaal tenminste drie kwartier, onderbroken door een pauze. De spanningsboog die een symfonisch concert vereist is in vergelijking met bijvoorbeeld popconcerten niet uitzonderlijk in lengte, maar wel in spanning: de opperste concentratie steekt af tegen de meer belevingsgerichte populaire muziekwereld.

Bij popconcerten denk ik: was het maar zoals bij klassiek; kom ik bij klassiek, dan denk ik: was het maar zoals bij pop. Een klassiek concert is vrij voorspelbaar, het hele ritueel kan je gewoon uitschrijven - het is volstrekt inwisselbaar. Je hebt geen unieke ervaring, tenzij er een goede dirigent of solist staat - ultrasaaï, eigenlijk. Ik snap niet wat er op tegen is daar eens in te gaan schuiven of aan te sleutelen.²¹⁴ - Gert Gering

De maatschappij is heel individueel geworden, maar publiek in een concertzaal mag zich eigenlijk nog niet individueel gedragen.²¹⁵ - Lonneke Regter

Om die reden presenteert bijvoorbeeld Aart-Jan van de Pol met Tracks – “korte concerten, lange nachten” – programma’s van één uur. Het grote nadeel daarvan is het feit dat een deel van het klassieke repertoire daardoor simpelweg niet in zijn volledigheid kan worden gespeeld: menig klassiek werk duurt immers langer dan een uur. Bij het bespreken van de stilteconventie werd duidelijk dat de klassieke muziek in de juiste, onverstoorde akoestiek tot zijn recht komt. Komt dat het ook als er in die muziek geknipt wordt? Langzaam maar zeker wordt de heiligheid van ‘de muziek zoals die door de componist bedoeld is’ doorbroken ten behoeve van het publiek. Zoals bijvoorbeeld fluitsonates tegenwoordig ook op andere instrumenten mogen worden gespeeld, is ‘knippen’ niet meer per definitie heiligschennis volgens de programmeurs. Toch mag dat niet roekeloos gebeuren: het ene stuk leent zich er beter voor dan het ander:

²¹⁴ Gert Gering, 1.

²¹⁵ Lonneke Regter, 17.

Aart-Jan van de Pol - TRACKS Het Concertgebouw Amsterdam

Tracks bestaat vijf jaar, het zijn concerten van een uur die beginnen om negen uur 's avonds, er is een borrel na afloop en zijn voornamelijk Nederlandse musici. We verkopen het op het concept - de avond uit - dus niet op de naam van de musici, zeker niet op wat ze gaan spelen. We hebben een heel team van mensen dat er aan werkt: een regisseur, een lichtdesigner, een videoartiest, een programmeur... Er zijn vijf edities per jaar. Vorig jaar hadden we voor het eerst dubbele edities, op woensdag en donderdag. Tracks heeft twee verschillende publieksdoelgroepen. De jonge hipsters uit Amsterdam die kaartjes kopen, en Young Professionals uit de business club vanuit onze sponsors. Het is een mix tussen een goede avond uit met vrienden en een netwerkbijeenkomst.

Vroeger ging het wat meer alle kanten op, en konden ideeën door tijd- en geldgebrek minder goed uitgevoerd worden. Met dat team hebben we nu juist wel de middelen om het beter uit te werken. Technisch of kwalitatief werkt het beter. De doelstellingen zijn hetzelfde gebleven. We proberen ervoor te zorgen dat het niet te theateraal wordt, het gaat om de muziek - alles moet in dienst staan. Het was ooit wel het idee dat het Trackspubliek daarna ook naar de reguliere concerten zou gaan, maar dat hebben we opgegeven, want dat doen ze niet. Dat is niet erg: het reguliere verandert.

Het is natuurlijk niet altijd zo dat je niet aan de stukken mag zitten - vind ik. Maar wel dat je dat zo goed mogelijk moet overbrengen, op een manier die past bij het publiek. Dat is denk ik wel heel erg belangrijk, dat je die interactie echt hebt. Dan kan je voor jezelf op een zo hoog mogelijk niveau spelen.²¹⁶ - Lonneke Regter

[Op de vraag of knippen mag:] Ja! Ik denk dat niemand flauwvalt als je dat doet. Misschien een musicoloog. Het gaat mij om het publiek: hoe zitten ze in de zaal, en wat horen ze? Bach was de grootste knipper en plakker van zijn tijd!²¹⁷ – Gert Gering

Dankzij deze ontwikkeling staan niet alleen randvoorwaarden op de lijst van aanpasbare conventies, maar ook het repertoire zelf. Natuurlijk pleiten de respondenten ervoor dat er niet roekeloos geknipt wordt, dat het werk gerespecteerd wordt en enige context wordt geboden. Bovendien kan een integrale Wagner-opera volgens Lonneke Regter wel degelijk aantrekkelijk zijn voor de liefhebber: in deze gaat het puur om de verhouding tussen vraag en aanbod. Het ene publiek zal steigeren bij een ingekort concert, het andere voelt zich er juist sneller door geroepen eens een klassiek concert te bezoeken.

Voorkennis

Een veelvoorkomende aanname die ook drempelverhogend kan werken, is het idee dat voorkennis of luisterervaring noodzakelijk is om van klassieke muziek te kunnen genieten. De angst 'er niet bij te horen', waar Gert Gering eerder over sprak, wordt gevoed door de vrees bleu of onervaren over te komen ten opzichte van het overige, waarschijnlijk meer ervaren publiek. Het eerder besproken publieksonderzoek van Bonita Kolb wijst ook op deze drempel. Op de vraag of luisterervaring daadwerkelijk noodzakelijk is, verschillen de antwoorden van de respondenten. De één bepleit dat voorkennis helpt bij het luistergenot, de ander stelt dat de angst de muziek niet te begrijpen onterecht en bovenal zonde is. In ieder geval verschilt de hoeveelheid vereiste kennis sterk per concert. Met name de hypermoderne, vaak atonale muziek vergt wat voorbereiding, stelt Yvonne van den Berg:

Ik denk wel dat je een bepaalde luisterervaring moet hebben. Die ervaring is dan ook kennis, op een zekere manier. (...) Als je daar in één keer ingegooid wordt, denk je: wat overkomt me nu? Als je het vaker beluistert ga je wel weer structuren herkennen, of zelfs een melodie, of harmonieën.²¹⁸ – Yvonne van den Berg

Lonneke Regter vindt echter dat er alles aan moet worden gedaan de angst te doorbreken, opdat deze potentieel publiek niet meer tegenhoudt het klassieke genre op te zoeken:

Doe niet te ingewikkeld: "het is moeilijk, je moet veel moeite doen, je moet jaren studeren om er iets van te begrijpen". Nee, je vindt het mooi of niet, je vindt er iets van of je wordt geraakt - kom er gewoon bij en onderga het. Het is een beetje het weghalen van dat imago: "daar moet je echt verstand van hebben". Ik vind dat dat niet waar is. Iedereen kan genieten van iets, soms kijk ik ook naar iets waar ik geen verstand van heb. Dat doet toch ieder mens?²¹⁹ – Lonneke Regter

²¹⁶ Lonneke Regter, 11.

²¹⁷ Gert Gering, 5.

²¹⁸ Yvonne van den Berg, 3.

²¹⁹ Lonneke Regter, 6.

Het principe van ‘ingewikkeld doen’ is in veel interviews ter sprake gekomen. De voorspelbare indeling van een concert - het “ritueel”, in de woorden van Gert Gering – faciliteert volgens veel geïnterviewden een afstandelijke houding die het klassieke concert veelal kenmerkt. Jonger publiek heeft, aldus Frank Veenstra, meer behoefte aan ervaarmuziek dan luistermuziek. Hoewel de actieve luisterhouding wenselijk blijft, is het vervangen van de afstandelijke sfeer voor een communicatieve een belangrijke stap in de goede richting. Zoals Calefax het gesprek aangaat met het publiek, kan de dirigent van een symfonie-orkest dat ook.

Je kunt ook uitleggen waarom je iets speelt, waarom je die combinatie maakt, waarom je iets mooi vindt. Het publiek moet het nu allemaal maar uitvogelen - daarom denkt iedereen dat ie verstand moet hebben van klassieke muziek.²²⁰ – Gert Gering

Presentatie

Communicatieve sfeer

Menig concert begint nog altijd in stilte: wanneer de dirigent opkomt klinkt er applaus, maar geen gesproken of persoonlijk toelichting over wie hij is, waarom hij daar die avond staat en wat het publiek te wachten staat. Bij de bespreking van de conventie van voorkennis bepleitte Lonneke Regter al de ‘lossere’ luisterhouding: “onderga het gewoon”. Voor de luisteraar die wel meteen wat van de muziek wil kunnen ‘vinden’, zijn er de vertrouwde, facultatieve en veelal gratis inleidingen. (“Wij doen nu bijna bij alle concerten een gratis inleiding van te voren. Door een musicoloog, of ik geef nu zelf al een snuffelcursus aan het begin van het seizoen.”²²¹ - Yvonne van den Berg) Toch bepleiten de meeste programmeurs en alle drie de ‘externe’ deskundigen een communicatieve sfeer tijdens het concert - niet alleen daarvóór.

Ik heb niet graag dat een professor me vertelt wat ik ervan moet vinden. Die hele musicologische benadering moet je doen met mensen die het leuk zouden vinden, luistercursussen enzo. Dat zou ik ook wel willen doen, maar voor gewoon publiek en toekomstig publiek moet je andere vormen verzinnen. (...) Ik maak zelf wel uit wat ik leuk vind. Je moet je uitgenodigd voelen, in plaats van dat er gepreikt wordt. Vanuit eigen enthousiasme, bevlogenheid en passie. Bij Casual Classics, waar ik de vaste DJ ben, merkte ik dat je het daar gewoon over je heen kunt laten komen.²²² - Gert Gering

Frank Veenstra - CASUAL CLASSICS

Muziekgebouw Eindhoven

Daar zijn we een jaar of twee, drie aan begonnen, puur als experiment. We hebben een paar dingen handig aan elkaar geknoopt. Enerzijds de behoefte van de conservatoriumorkesten om concerten te kunnen spelen in goede zalen. Ik heb ze gevraagd flexibel te zijn en programma’s te ontwikkelen van ongeveer een uur. Daarin wordt niet per se een symfonie van A tot Z gespeeld, maar in delen. Het begint om 21.00 uur, mensen mogen hun biertje mee naar binnen nemen, er draait een DJ. En dat alles voor een zeer schappelijke prijs: alleen de servicekosten van €1.

Je moet er voor waken dat dezelfde mensen alléén naar Casual Classics komen - want dan houd je alleen de *usual suspects* over. We schrijven ook altijd mensen aan die naar ons pop-, jazz- en wereldmuziekaanbod komen, waarvan we vermoeden dat ze geïnteresseerd zijn in deze muziek. Je hoeft ze maar net even te prikkelen. We presenteren het wel eens als klassieke muziek in je spijkerbroek. Die broek staat voorop, het stuk boeit weinig. Ook is er een inleider bij, die het ook tijdens het programma tussendoor toelicht. Niet zo musicologisch, meer anekdotisch. We zien nu dat het goed werkt. Mensen kopen daarna ook echt kaarten voor het reguliere programma! We dachten eerst dat we nog een soort tussenaanbod moesten maken, maar dat blijkt nu niet eens nodig. Dat is echt te gek.

²²⁰ Gert Gering, 4.

²²¹ Yvonne van den Berg, 14.

²²² Gert Gering, 7.

‘De preek’ is het ene uiterste, popularisering het andere. Hoewel Gering vol overtuiging een communicatieve houding - voor alle betrokkenen, dus musici, dirigent, publiek, programmeurs en markteteers - bepleit, waarschuwt hij daarbij ook voor het gevaar te zeer ‘door de knieën’ te gaan:

Laatst was ik nog bij een concert waarbij gezegd werd: tussendoor wel klappen hoor, dat geouwehoer hoeft bij ons niet! Dat was echt veel leuker. (...) Je moet ook niet door de knieën voor het publiek, of populariseren, maar wel uitleggen waarom je dingen doet, voelt en vindt. Maar je moet niet belerend zijn.²²³ - Gert Gering

Aart-Jan van de Pol biedt een verklaring voor deze behoefte aan communicatie: door de opkomst van andere muziekstijlen, die in veel mindere mate als ‘luister’muziek kunnen worden gedefinieerd, is nieuw publiek aan een andere luisterhouding gewend geraakt.

Wat je in de popmuziek veel ziet, is dat er meer met het publiek wordt gecommuniceerd. Er wordt veel gesproken, soms is er echt een dialoog mogelijk. Misschien meer in symbolische taal, maar er is communicatie op een niet-muzikaal vlak. In de klassieke muziek is dat veel minder zo, maar het is wel iets dat mensen van jouw en mijn generatie heel normaal vinden. Sterker nog: veel mensen uit onze generaties kunnen helemaal niet alleen maar muzikaal communiceren - dat is niet genoeg. Daar moet je dan ook iets aan doen.²²⁴ - Aart-Jan van de Pol

Van de Pol stelt hierbij niet dat het publiek die luistervaardigheid moet worden aangeleerd, maar dat deze communicatieve sfeer in de zaal moet worden gewaarborgd. Daarnaast is het de kunst nieuw publiek er op voorhand van te overtuigen dat er in de zaal een sfeer hangt die hen niet te vreemd is:

Door bijvoorbeeld verbanden te leggen tussen stukken of elementen daarvan, iets te vertellen tijdens het concert. Je kunt het ook in je publiciteit meenemen - “daar moet ik bij zijn!”. En het zó te maken dat je het moet meemaken. Dat is natuurlijk iets van live muziek: het vervliegt zo, dat je het concert moet brengen als een unieke beleving - je enige kans.²²⁵ - Lonneke Regter

Om in theatertermen te spreken: de vierde wand moet worden doorbroken. De vrees er niet bij te horen is één van de meest invloedrijke drempels. Door het publiek aan te spreken, kan de musicus, dirigent, inleider of ‘host’ publiek en musicus aan elkaar voorstellen, om de onderlinge vervreemding tegen te gaan.

Eén bijkomend voordeel van een communicatieve houding, is het feit dat deze ook na afloop van het concert in stand kan worden gehouden. Als de musici op een benaderbare manier worden gepresenteerd, zal de stap om na afloop met hen in gesprek te gaan minder groot zijn. Op die manier kan het contact met het publiek worden versterkt - niet alleen voorafgaand of tijdens het concert. Gert Gering bepleit dat dit nagesprek ook concreet wordt gefaciliteerd: nagesprekken zouden net zo gebruikelijk kunnen worden als inleidingen. Het liefst worden de nagesprekken geleid door de musici, dirigent of zelfs de componist zelf: “de mensen die er echt toe doen.”²²⁶

²²³ Gert Gering, 5.

²²⁴ Aart-Jan van de Pol, 3.

²²⁵ Lonneke Regter, 16.

²²⁶ Gert Gering, 6.

5.6 Onderzoek: implementatie, evaluatie en verankering

In de inleiding van dit hoofdstuk werd al gesteld: het voorbeeldenboek van Johan Idema is inspirerend, maar veel van de voorbeelden kunnen als *one hit wonder* worden bestempeld.²²⁷ Het is moeilijk na te gaan, maar veel van de respondenten betwijfelen of dergelijke projecten publiek voor klassieke muziek opleveren. Ja, er wordt publiek geworven voor incidentele, laagdrempelige projecten, maar de brug naar de concertzaal is daarmee nog niet gebouwd:

Ik weet niet of daar zo'n direct verband tussen bestaat. Ik geloof daar eerlijk gezegd niet zo heel erg in. Het is meer dat mensen dan wel naar een bepaald ding willen.²²⁸

- Lonneke Regter

Je zet dan erg in op het evenement, terwijl het product volgens mij dan onder de situatie lijdt.²²⁹ - Raaf Hekkema

Doordat het succes van de ondernomen initiatieven moeilijk meetbaar is, zijn er geen onmiskenbare succesverhalen of flops herkenbaar. Daarnaast geven de programmeurs aan dat informatie en opgedane kennis onderling weinig wordt uitgewisseld. Zo vinden zaalprogrammeurs, marketeers en musici elk afzonderlijk een nieuw wiel uit. Uit de besproken voorbeelden blijkt dat één succesvol project of concert nog geen structurele publieksaanwas oplevert. Het is daarom zaak de projecten te implementeren en te verankeren, opdat het succes op de lange termijn kan worden voortgezet in het eigen werkveld en daarbuiten.

Incidentele projecten of structureel programmeren

Tijdens de interviews werd het onderscheid tussen structureel en incidenteel programma duidelijk gemaakt. Onder structureel (ookwel traditioneel, abonnementen- of serieprogramma) worden voornamelijk de concerten die in het abonnementenaanbod worden opgenomen geschaard; onder incidenteel programma de concerten die buiten het reguliere programma vallen en veelal 'op maat' gemaakt zijn. De meningen verschillen over op welk gebied het meest moet worden hervormd. Zo laat Wallace het abonnementenprogramma voor wat het is, en poogt hij met aanvullende programmering nieuwe publieksgroepen aan te boren. Marjolein van Ruiten stelt dat juist door het reguliere programma laagdrempeliger te maken de overgang van 'instaprogramma' naar traditioneel programma kan worden verkleind. Het zou kunnen dat de unieke ervaring die door incidentele projecten wordt geboden ervoor zorgt dat de klassieke concertpraktijk des te conventioneeler overkomt: een beroemde pop-artiest deelt maar zelden het podium met een symfonieorkest. Voor dergelijke cross-overs is in de laatste jaren veel publiek gevonden, maar dit publiek vindt zijn weg niet gegarandeerd terug naar datzelfde symfonieorkest - het reguliere programma is minder uniek.

Als je zoiets onderneemt, moet het passen binnen wat je nog meer doet. *Walk the talk*, zeg maar. Het moet passen in het verhaal. Eenmalig is het misschien leuk, maar daarna heeft het publiek alsnog geen idee.²³⁰ - Marjolein van Ruiten

²²⁷ Frank Veenstra, 5.

²²⁸ Lonneke Regter, 8.

²²⁹ Raaf Hekkema, 10.

²³⁰ Marjolein van Ruiten, 6.

De conventionele praktijk en de meer ‘populaire’ praktijk staan volgens veel programmeurs in beginsel los van elkaar. Om een onderlinge brug te slechten moet zeer specifiek aanbod worden ontwikkeld. Het is naïef om te hopen dat een laagdrempelig en populair concert rechtstreeks publiek oplevert voor de conventionele concerten.

De conventionele praktijk is ook goed voor veel mensen. Ik zou persoonlijk graag zien dat het was lossier is, maar zo zitten mensen niet in elkaar. Voor de mensen die dat anders zien, probeer ik wat anders te verzinnen, zodat ook zij die klassieke muziek op een voor hen prettiger manier te zien krijgen.²³¹ - Frank Veenstra

Een voorbeeld van een serie concerten die inhoudelijk op een andere manier geprogrammeerd is, is Casual Classics in Muziekgebouw Eindhoven. Zowel Frank Veenstra als Gert Gering (in mindere mate) is hier bij betrokken. Jonge musici brengen jong publiek naar de zaal. Aangevuld met randvoorwaarden die voor een ruime doelgroep - iedereen behalve het traditionele, oudere publiek - aantrekkelijk zijn, wordt een grote nieuwe groep nieuwsgierige luisteraars aangeboord. Voor dit publiek geldt dat het nog moet worden overtuigd van het feit dat het bezoeken van een klassiek concert leuk kan zijn. Daarna kan het wellicht worden verleid tot het bezoeken van een concert dat minder laagdrempelig is. Volgens Veenstra en Gering is Casual Classics een succes omdat het een grote groep mensen enthousiasmeert voor klassiek, en hen zo het gevoel geeft er wel degelijk bij te horen. Bij Casual Classics is het niet zozeer de beroemde solist of componist die het publiek naar de zaal trekt: de setting en algehele laagdrempeligheid zijn daarin belangrijker.

De programmeurs zijn allemaal bezig met internationale top. Dat is allemaal leuk en aardig, maar ik denk dat het gebeurt aan de onderkant, daar brokkelt het nu juist af. Je moet steeds beter, nog groter, nog beroemder programmeren om publiek te krijgen - wat gebeurt er dan aan de onderkant? Daar moet je juist weer beginnen. Waarom was het ook al weer leuk om naar een concert te gaan?²³² - Gert Gering

We proberen hier altijd op de lange termijn te denken, zodat het *sustainable* wordt en zichzelf kan bedruipen. Attractieve projecten zijn makkelijk te verzinnen, daar krijg je dan ook wel subsidie voor, maar het zijn *one hit wonders*. Het moet in elkaar

²³¹ Frank Veenstra, 9.

²³² Gert Gering, 8.

Neil Wallace - POWERHOUSE

De Doelen Rotterdam

We gaan een totaal nieuwe visie op het presenteren van symfonische muziek opstarten.

Voor vijf of zes jaar hebben wij hele mooie projecten gedaan met Codarts en het Koninklijk Conservatorium. Eens in de twee jaar doen we gezamenlijke projecten. Dat zijn niet zomaar aabare studentenprojecten - het ambitieniveau is veel, veel hoger.

Wat je merkt, surprise surprise, als je zo'n project hier in de grote zaal presenteert, zit het heel erg vol - met veel, en jonge mensen. Familie, vrienden, leeftijdsgenoten, studiegenoten, achterban - de hele sociale matrix is ineens aan de orde. Jonge mensen komen naar de zaal omdat ze jonge musici willen zien die ze kennen.

We gaan een serie samenstellen die Powerhouse heet, die alleen bestaat uit conservatoriumorkesten, heel goede studentenorkesten, en misschien af en toe een echt fantastische jeugdorkesten. Er is geen enkel Nederlands orkest dat ook maar in de buurt komt van de energie en de jeugdigheid en de gedreven passie voor muziek die van het podium afspat. That's another thing that the orchestras don't give us. Hoe goed ze ook zijn. Bij een jeugdorkest twijfel je geen moment over hoeveel die mensen van muziek houden. We've lost this.

Dit is een cruciale oplossing voor de lange termijn: jonge mensen in de zaal, die naar huis gaan en denken: dat zou ik ook wel willen doen. Dan komt het niet eens in je op om te denken dat het saai is! Jonge spelers, jonge energie, onvoorwaardelijke energie voor het spel, en een tikkeltje naïviteit.

Wij denken dat dat op den duur, op een periode van 10, misschien 20 jaar de manier is om die zaal langzamerhand vol te krijgen met mensen die zeggen: "I like this."

We hebben geen idee of het gaat werken.

haken, zodat het als een culturele ecologie gaat werken, en dingen levensvatbaar zijn op de lange termijn. Dan ben je rendabel aan het werk.²³³ - Frank Veenstra

In plaats van dergelijke 'leuke' concerten incidenteel aan te bieden, kan het volgens Veenstra baten deze met enige regelmaat te programmeren. Het is 'gevaarlijk' een vast publiek te werven, dat enkel naar concerten als Casual Classics komt, omdat dat publiek dan verzadigd raakt en niet nieuwsgierig hoeft te worden naar ander programma. Enige gewenning aan de gang van zaken in een concertgebouw is toch zeker een stap in de goede richting. Nieuwe toeschouwers bouwen wat luisterervaring op en kunnen er achter komen dat sommige drempels minder hoog zijn dan gedacht. Incidentele cross-overs bieden op de betreffende avond een prachtige ervaring, die op zichzelf veel waard is. Een iets ingetogener en minder hoogdravend concept - conservatorium- of jonge orkesten vervullend deze rol volgens Veenstra, Gering en Wallace buitengewoon goed - levert meer op op de lange termijn.

Je moet een format dat goed bevalt aanhouden, en herkenbaar maken. En ervoor zorgen dat je altijd iets brengt dat mensen aantrekt. Dat kan de artiest zijn, of de locatie, of de combinatie van elementen als eten en muziek. En maak ze nieuwsgierig naar meer: dat ze zelf thuis gaan zoeken, kijken, luisteren, of dat ze de volgende keer terug willen komen omdat ze nieuwsgierig zijn gemaakt.²³⁴ - Lonneke Regter

Veel dingen zijn eenmalig succesvol, en kosten klauwen met geld. Wat is het effect op de lange termijn? Het is niet geschakeerd in het bredere perspectief van de andere activiteiten die bijvoorbeeld een podium biedt.²³⁵ - Frank Veenstra

In de afweging incidenteel of meer structureel te werk te gaan komen we opnieuw terug bij de vraag of de doelstellingen gericht zijn op resultaat op korte, of op lange termijn. De eerder besproken voor- en nadelen van concerten op locatie zijn hier volgens Raaf Hekkema een helder voorbeeld van:

Ze geven een vertekend beeld van wat klassieke muziek zo bijzonder maakt. Alsof liggen in een zwembad de perfecte manier is om klassieke muziek te consumeren - dat is gewoon niet het geval. Ik heb heel veel van dit soort maffigheden zelf gedaan, en daar altijd erg van genoten, maar de praktijk laat zien dat het niet ideaal is. Je kunt het eens doen, voor de lol, daar is heel veel voor te zeggen, maar als je er publiek mee wilt winnen - nee.²³⁶
- Raaf Hekkema

Samenwerking en schaalvergroting

Tot dusver is helder geworden dat elke zaal, en ook veel zelfstandigen, zelf aan de slag gaat om nieuw, ander of breder publiek te vinden. Veel initiatieven vertonen overeenkomsten, maar elk heeft een eigen signatuur. In sommige interviews kwam terug dat het zonde is dat de ervaringen onderling niet of nauwelijks worden uitgewisseld. Met name Marjolein van Ruiten, als zelfstandig marketeer onafhankelijk van instituten, locatie of overheidsopdrachten, pleit voor een verregaander samenwerking. Ensembles kunnen de banden versterken, zalen kunnen ervaring uitwisselen. De bezuinigingen op kunst en cultuur hebben samenwerking al noodzakelijker gemaakt:

²³³ Frank Veenstra, 10.

²³⁴ Lonneke Regter, 16.

²³⁵ Frank Veenstra, 10.

²³⁶ Raaf Hekkema, 10.

Er is nog steeds een enorme drive om door te gaan: heel veel mensen vinden het belangrijk dat het er is. Veel ensembles zijn gesneuveld of getroffen door de culturele kaalslag. Je ziet al veel samenwerkingen, maar het kan nog veel sterker. Die samenwerking kan ook door de sectoren heen. (...) Hoewel ik het echt een open deur vind, komen nog maar weinig mensen op het idee. Er is nog zoveel nieuw publiek te winnen. Zoek naar slimme samenwerkingen, kijk met een open blik, en zie waar je elkaar versterkt. Er wordt ook vaak gezegd: “we hebben het al zo druk met ons eigen programma, dat is al veel...” Dat is ook wel zo, maar de samenwerking buiten heeft de toekomst.²³⁷ - Marjolein van Ruiten

In sommige van de besproken voorbeelden zijn wel sporen van samenwerking te vinden: met name de samenwerking met conservatoria wordt als vruchtbaar aangemerkt. In het geval van Concertgebouw Tracks worden sponsorrelaties benut om jong publiek te verwelkomen. Neil Wallace spreekt over een grootschaliger ambitie: behalve met het programmeren van nationale en internationale jeugdorkesten in het Powerhouseproject, hoopt hij door internationale uitwisseling het grensoverschrijdende probleem op te lossen. Via het EU-programma Creative Europe zoekt Wallace collega's op in maar liefst zeven landen, van wiens expertise hij hoopt te leren.

De droom is dat we samen gaan werken alleen voor jongere doelgroepen enerzijds, anderzijds voor projecten die totaal vernieuwend aan de man gebracht zullen worden, volgens de nieuwste digitale techniek. Een paar van die projecten zullen we onderling delen. Dat is een megaklus. Het is een logisch vervolg op waar we al mee bezig zijn in de eigen stad.²³⁸ - Neil Wallace

Het 'succes' van een project: evaluatie

In de vorige paragrafen zijn de ideeën, initiatieven en benaderingswijzen die zijn ontsproten aan vijf programmeursbreinen van de Nederlandse concertzalen uiteengezet. De beweegredenen achter bepaalde initiatieven verschillen per persoon: als het probleem anders is, dan ook de oplossing. Een belangwekkende kwestie is het feit dat erg weinig initiatieven onsuccesvol zijn bevonden. Van de besproken projecten zijn alleen Club Classique (Lonneke Regter, Amsterdam) en Next (Yvonne van den Berg / Oosterpoort, Groningen) niet voortgezet. Het wegvallen van de locatie deed Club Classique de das om, maar de doelstellingen werden tot dan toe wel degelijk behaald; Next trok onvoldoende publiek, maar datzelfde publiek bleek ondertussen de weg naar de concertzaal al op eigen initiatief te vinden. Bovendien vermoedt Yvonne van den Berg dat Next in Amsterdam wel succesvol zou zijn geweest.

Die constatering maakt dat we ons moeten afvragen of, en bovenal hoe, het 'succes' van de besproken initiatieven wordt gemeten, en wat er onder succes wordt verstaan. Een mogelijke conclusie op basis van de vorige twee paragrafen zou namelijk kunnen zijn dat elk van de besproken concepten succesvol was, of nog steeds is. Hoe komt het dat het 'probleem' nog steeds aanwezig is, in een zeer actuele discussie wordt besproken, met veel zorg wordt beschouwd door vele betrokkenen - en niemand het antwoord er op denkt te kennen?

Het grootste knelpunt in deze kwestie lijkt een gebrek aan evaluatie. Er wordt veel tijd en geld besteed aan een concert of project en de aanloop daar naartoe, maar na afloop zijn de ogen al snel gericht op het volgende serieconcert, evenement of vernieuwende initiatief.

²³⁷ Marjolein van Ruiten, 4-5.

²³⁸ Neil Wallace, 7.

Het broodnodige contact met het publiek is niet altijd sterk genoeg om het publiek dat klassieke muziek zou moeten ontdekken daadwerkelijk en adequaat te bereiken. Daarnaast houdt de productieboog – door een begrijpelijk tijdgebrek – veelal op na het slotapplaus.

Volle zalen maken dat een concert als een succes wordt bestempeld. De vraag moet echter zijn of in die volle zaal het publiek zat dat oorspronkelijk werd beoogd, en of dit de gewenste artistieke ervaring heeft meegemaakt. Door die vergelijking te maken kan ‘succes’ op artistiek en commercieel gebied worden gewogen. Zo zien Neil Wallace en Gert Gering grootschalige symfonische filmconcerten bijvoorbeeld als een succes: producties die op korte termijn veel, nieuw en jonger publiek naar de concertzaal halen.

Ze hebben wel een volwaardig orkest gezien. Ik heb mijn doelstelling dan behaald. Misschien komen ze nog eens terug, misschien niet, is ook niet erg. Als je dat alleen maar doet om mensen binnen te halen naar de reguliere dingen, dat is niet authentiek. Dan krijg je dat ‘moeten’ weer.²³⁹ - Gert Gering

Ondanks dat deze concerten *an sich* succesvol zouden kunnen worden bevonden – immers, de zaal zit vol – geeft Wallace zelf al aan dat hiermee geen lange termijnoplossing is gevonden voor het bredere klassieke genre. Er is publiek geworven voor een incidenteel project, niet voor klassieke muziek in brede zin. Aart-Jan van de Pol zegt de hoop op publiksaanwas voor het reguliere programma via Concertgebouw Tracks te hebben opgegeven.²⁴⁰ Door ‘het publiek’ niet als één homogene groep te benaderen, maar als een deelbaar geheel met verschillende wensen, achtergronden en behoeften, kan een goed lopend format ook los van het traditionelere programma commercieel rendabel en ook van artistieke waarde zijn.

“Het is niet een *trial and error* gebeuren”, stelt Lonneke Regter.²⁴¹ Menig initiatief wordt als experiment ontwikkeld, uitgevoerd en geëvalueerd. Er kan meer vooruitgang worden geboekt door doelstellingen op de lange termijn te verankeren, en deze op voorhand met een kritische en realistische blik te definiëren. Die kritische blik kan bijvoorbeeld worden ontleend aan de wetenschap: terwijl programmeurs naar hartenlust experimenteren, is ‘op de achtergrond’ een wetenschappelijke discussie gaande over wat wel en niet nastrevenswaardig is als het gaat om hervorming van de klassieke concertpraktijk.

Frank Veenstra - hoe ver moet je gaan?

Als programmeur en als zaal wil je toch overleven, en de functie die je hebt behouden. De overheid, en de gemeente in dit geval, wil dat ook. Dus als je weet dat het publiek verandert, en daarmee de praktijk ook - dan moet je daar iets aan doen. Als het zo hard gaat als sommige suggereren heb je nog maar de helft van het aanbod van wat je nu hebt, en de helft lege zalen. Dat is niet goed voor de stad, voor de functie en voor het financiële verhaal. Je kunt altijd nog zeggen ‘so be it’, daar kan ik eigenlijk best wel mee leven. Dingen veranderen gewoon. Anderzijds is de muziek zo bijzonder en mooi, dat ik het zeer de moeite waard vind om mensen er toch voor te enthousiasmeren - ondanks alles wat er gebeurt. Het moet natuurlijk niet een Don Quichote-achtige toestand worden. Het is de moeite waard om te kijken hoe we in de toekomst zo veel mogelijk publiek laten genieten van prachtige muziek. Laten we voor dat deel van de mensen dat geïnteresseerd is in kwalitatieve en waarachtige muziek iets te ontwikkelen dat de juiste kwaliteit - dat is een moeilijk begrip - heeft. Een belangrijke taak voor een programmeur is om aanbod te ontwikkelen dat dezelfde kwaliteit heeft als een Mahlersymfonie, maar dat wel fit is voor een nieuw publiek - ook al heeft het publiek nog niet het referentiekader om dat op dezelfde manier te waarderen.

²³⁹ Gert Gering, 10.

²⁴⁰ Aart-Jan van de Pol, 8.

²⁴¹ Lonneke Regter, 16.

6. CONCLUSIE EN AANBEVELINGEN

We hebben geen idee of het gaat werken.

– Neil Wallace

Het blijft me verbazen dat het niet gelukt is.

– Yvonne van den Berg

Voor elke programmering geldt dat je moet weten voor wie je het doet. Zolang je daar een goed idee over hebt kan er niet zo veel mis gaan.

– Frank Veenstra

De opvattingen en ervaringen van concertzaalprogrammeurs aangaande de vernieuwing van de klassieke concertpraktijk zijn in Hoofdstuk 5 uiteengezet. Nu is het zaak deze, met behulp van de inzichten die zijn ontleend aan het literatuuronderzoek van hoofdstuk 3 en 4, te duiden. In de volgende paragraaf poog ik de doelstelling van deze thesis te volbrengen: het verenigen van het praktijk- en wetenschappelijke discours, om aan de hand daarvan aanbevelingen voor praktische hervorming en onderzoek te doen.

6.1 Conclusie

Zoals in hoofdstuk 2 bleek, is het klassieke concert een veelzijdig en veelbetekenend fenomeen. De tradities en conventies binnen deze praktijk komen voort uit een lange lijn van historische ontwikkelingen. Uit een eeuwenoud samenspel tussen vraag en aanbod, en de programmeur als ‘bemiddelaar’, is een praktijk ontstaan die zich enigszins heeft afgezonderd van de alledaagse samenleving. In ditzelfde samenspel is nu een discrepantie ontstaan, waardoor bezoekersaantallen dalende zijn en volle zalen geenszins vanzelfsprekend. In hoofdstuk 3 is gebleken dat klassieke concerten in binnen- en buitenland door een slinkend en vergrijzend publiek worden bezocht (Hamann, 2008; van den Broek et. al, 2009). Natuurlijk verschilt de situatie per land, stad of concertzaal, maar statistici stellen dat het traditionele klassieke concert over het algemeen in een crisis verkeert. Klassieke muziek als zodanig is niet zozeer in het geding; de uitvoering ervan wel.

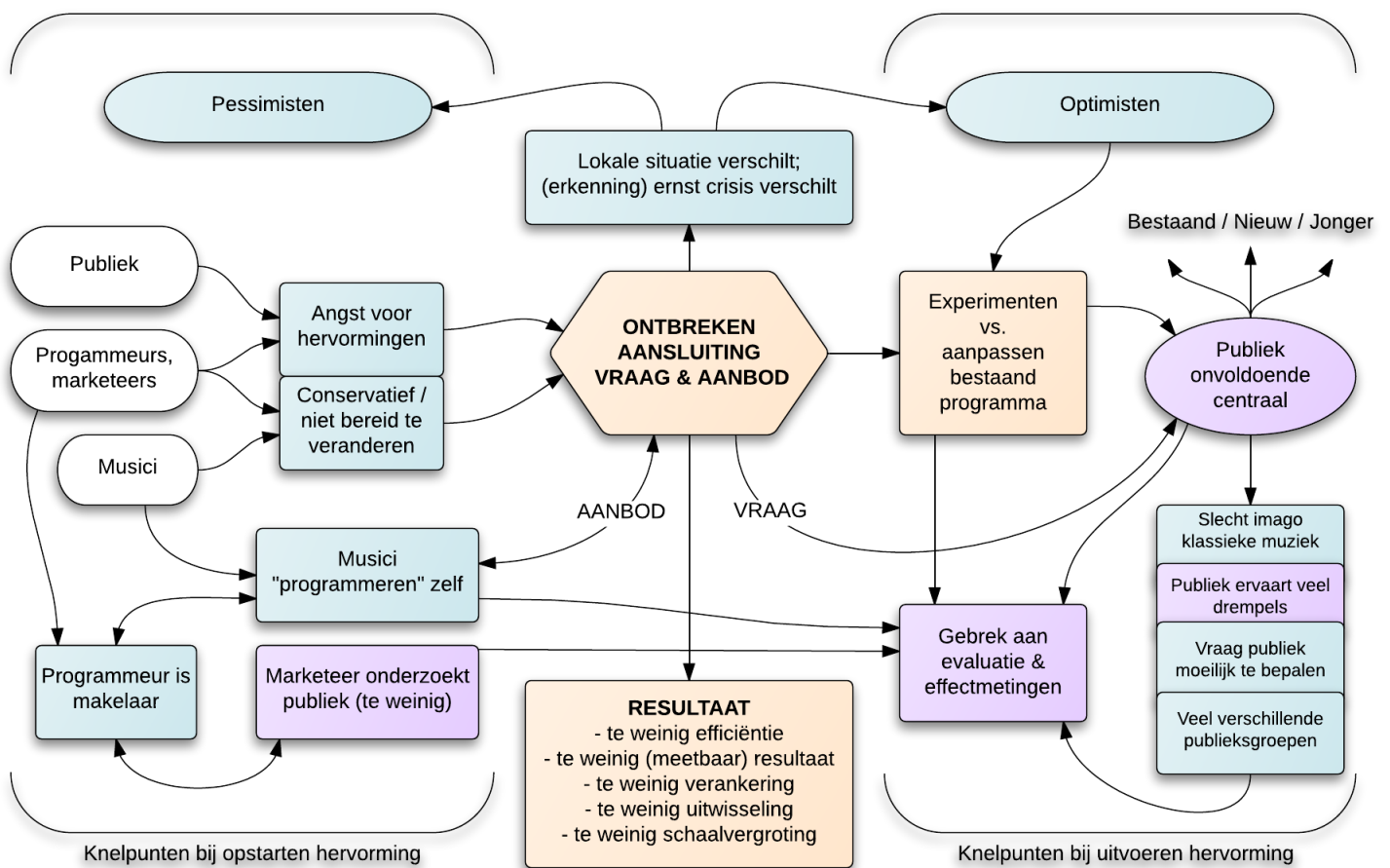
In een zoektocht naar de opvattingen ervaringen van concertzaalprogrammeurs aangaande de vernieuwing van de klassieke-concertpraktijk is zowel literatuur- als veldonderzoek uitgevoerd. Uit het literatuuronderzoek is gebleken dat “de wetenschap” zich op uiteenlopende manieren bezighoudt met de toekomst van klassieke muziek. De marketingwetenschap biedt handvatten voor hervorming door het ontwerpen van gidsen en stappenplannen; de sociologische en kunstwetenschappen wijzen daarbij op het belang van een positieve en betekenisvolle kunstbeleving. Duidelijk is dat aan het wetenschappelijke discours geen direct adopteerbare oplossing voor de concertcrisis kan worden ontleend. Wel kunnen de door wetenschappers aangeduide stappenplannen en werkgebieden van concerthervorming worden gebruikt om adequate audience-developmentstrategieën te ontwikkelen, esthetisch betekenisvolle concertprogramma’s te creëren of de klassieke concertpraktijk ‘op maat’ te herontwikkelen voor een bepaalde doelgroep. Zaak is deze diverse methodes te verenigen om de aanbevelingen uit alle hoeken van het discours ter harte te kunnen nemen, en te kunnen implementeren in de

praktijk. Feit is echter dat de wetenschap enigszins achterloopt op de ontwikkelingen in die praktijk, omdat wetenschappelijk onderzoek doorgaans na of op zijn meest gelijktijdig aan een praktijkontwikkeling wordt uitgevoerd. Derhalve staat in de wetenschap het verleden centraal. Marketeers en concertzaalprogrammeurs blijken op hun beurt niet altijd volledig op de hoogte van het wetenschappelijk onderzoek dat wordt uitgevoerd; zij zijn druk met het realiseren van ambities voor de toekomst. Behalve dat de voor het veldonderzoek geïnterviewde zaalprogrammeurs en ervaringsdeskundigen zich niet actief bezighouden met de ontwikkelingen in de wetenschap, blijkt uit het veldonderzoek ook dat hervorming van de klassieke concertpraktijk een veel grotere opgave is dan de wetenschappelijke literatuur doet vermoeden. Naast afwegingen op het gebied van audience development, esthetiek en te hervormen conventies, die ook in het wetenschappelijke discours aan bod komen, stuiten de spelers in het praktijkveld op vele andere knelpunten, zoals tegenstrijdige belangen van betrokken partijen, stroperige bedrijfsvoering, onwelwillende partners of onbekende doelgroepen bij het sleutelen aan de traditionele conventies.

6.2 Aanbevelingen voor hervormingen

Knelpunten in het hervormingsproces van het klassieke concert

Met behulp van de in deze thesis besproken bronnen kunnen zowel de knelpunten als de kansen op het gebied van hervorming van de klassieke concertpraktijk worden aangegeven.

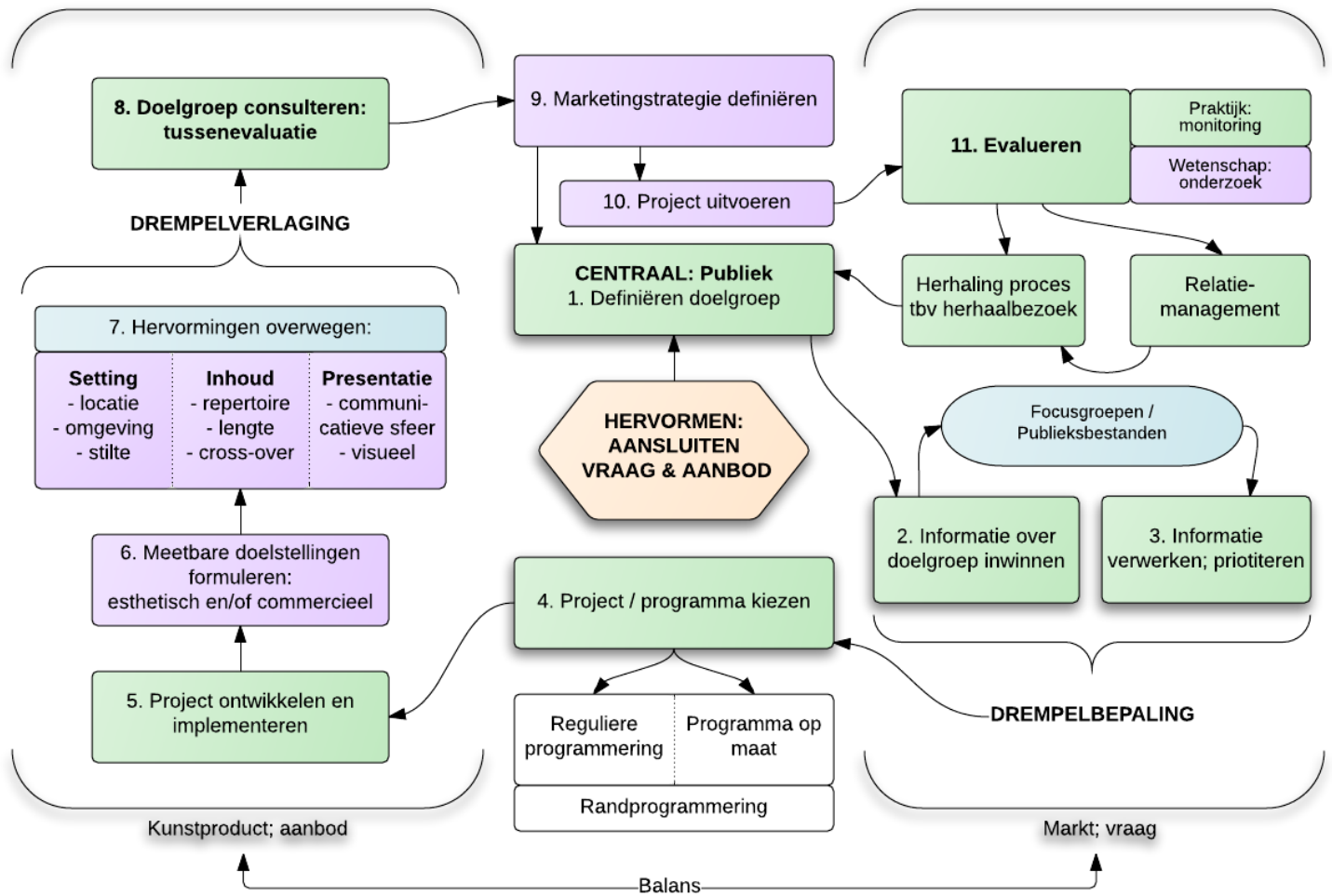


In bovenstaand schema zijn de in Hoofdstuk 2 gepresenteerde feiten (oranje), een aantal constatering van de kunstwetenschap zoals genoemd in Hoofdstuk 4 (paars) en de in Hoofdstuk 5 besproken bevindingen van zaalprogrammeurs (blauw) met elkaar verenigd. Zo wordt zichtbaar dat de wetenschap zich veelal uitlaat over reeds voltooide pogingen, terwijl de zaalprogrammeurs aangeven nog vaak te worstelen met het in gang zetten van vernieuwende programma's en het ontwikkelen van passend aanbod. Helder is dat de aansluiting tussen vraag en aanbod onvoldoende is: bezoekersaantallen laten nog steeds een dalende trend zien. De ernst van de situatie en vraag naar klassieke muziek verschilt per lokale context, wat maakt dat verschillende betrokkenen op hun eigen manier 'de concertcrisis' het hoofd bieden. Uit het literatuur- en veldonderzoek blijkt dat er op verschillende gebieden wordt geëxperimenteerd: de één ontwikkelt nieuwe formats op maat, de ander sleutelt aan de randvoorwaarden van het reguliere programma in de hoop een betere aansluiting op de publieksvraag te creëren. Wetenschappers, met name marketingwetenschappers, stellen dat bij deze experimenten het publiek onvoldoende centraal staat. De vraag van het publiek – dat in talloze doelgroepen te differentiëren valt – is moeilijk te bepalen. Bovendien gaat van de klassieke concertpraktijk een selecterende waarde uit, die als drempel wordt ervaren.

Aan de kant van het aanbod, die in balans zou moeten zijn met de vraag, is zichtbaar dat de verhoudingen tussen publiek, programmeur, marketeer en musicus problematisch kunnen zijn bij het ontwikkelen van nieuw aanbod of het in gang zetten van hervormingen. Zo wordt uit mijn veldonderzoek duidelijk dat er in het stadium van projectontwikkeling nog veel hordes moeten worden genomen.

Processtappen in het hervormingsproces van het klassieke concert

In een tweede schema zijn de verschillende denkstappen opgenomen die door marketingwetenschappers (groen) en kunstwetenschappers (paars) worden bepleit. Opnieuw staat links het aanbod aangeduid, en rechts de vraag. Uit het vorige schema werd duidelijk dat de Nederlandse concertprogrammeurs zich veelal bezighouden met de linker helft van dit spectrum. Wel erkennen alle programmeurs, en de bestudeerde wetenschappers, hoe belangrijk het is om een balans te bewerkstelligen tussen vraag en aanbod, en deze vervolgens te bewaren. Daarom is in onderstaand schema een oneindige cirkel te herkennen. Beginnende bij een centraal gestelde specifieke publieksgroep kan de concertpraktijk worden hervormd; ongeacht of dit gebeurt binnen de randvoorwaarden van het reguliere programma of door een format op maat te ontwikkelen.



In plaats van te veronderstellen welke drempels een brede publieksgroep ervaart, is het zaak hier kennis van te nemen. Alleen zo kan, volgens marketingwetenschappers, een passend aanbod worden ontwikkeld. De eerste vijf denkstappen zijn ontleend aan de theorieën over audience development. Echter, in de bespreken van de kunstwetenschappelijke literatuur werd duidelijk dat het onwenselijk is esthetische of belevingsoverwegingen te zeer buiten beschouwing te laten – een gevaar dat schuilt in de marketing- en commercie-gerichte strategieën. In het paars zijn daarom een aantal aandachtsgebieden die door muziek-, kunst- en beleidswetenschappers en de geïnterviewden opgeworpen aandachtsgebieden weergegeven. Het is voor de programmeurs zaak duidelijk te formuleren welke esthetische ervaring zij het publiek willen bieden. In de uitwerking van het veldonderzoek werd duidelijk dat de ideeën en opvattingen van de zaalprogrammeurs grotendeels rijmen met die van de wetenschappers: het klassieke concert kan op vrijwel alle fronten worden herzien – mits de kwaliteit van de muziek hier niet te zeer onder lijdt en de aanpassingen voortkomen uit de vraag van het publiek. Om het veldonderzoek te kunnen inkaderen zijn de drie pijlers van Johan Idema (setting, inhoud en presentatie) gebruikt om de experimenten en ambities uit de praktijk te categoriseren. Door commerciële doeleinden met esthetische doelstellingen te verbinden kan een concertpraktijk worden ontwikkeld die niet alleen een plezierige concertbeleving faciliteert, maar ook een betekenisvolle – en dat voor elke publieksgroep

afzonderlijk. Om na te gaan of de doelstellingen zijn behaald is tussentijdse consultatie met de doelgroep, en kwantitatieve en kwalitatieve evaluatie achteraf van groot belang. Zonder terugkoppeling zal nooit duidelijk worden welke resultaten zijn geboekt.

Mijns inziens ligt hier de grootste uitdaging voor het praktijkveld. Het feit dat bezoekersaantallen niet stijgen ondanks de vele ondernomen initiatieven, betekent niet dat er niet meer moet worden geëxperimenteerd. Dit betekent echter wel dat er, voordat er nieuwe pogingen worden ondernomen, goed moet worden gekeken naar de reeds voltooide projecten en de resultaten daarvan. Hoewel de meeste besproken projecten an sich vruchtbaar, inspirerend en succesvol lijken, zijn er vooralsnog weinig tot geen publicaties om dit te onderstrepen. Bezoekersaantallen en *-targets*, artistieke doelstellingen of publiekservaringen worden niet in de onderzoeken gevangen. Zonder die controle of bevestiging kan er alleen blind worden geschoten op een structurele oplossing voor de klassieke concertcrisis. Het is zaak de rechter helft van de cirkel, die waar het contact met het publiek sterk plaatsvindt, te verankeren in het programmeerproces.

Uit het veldonderzoek is gebleken dat het in de praktijk niet altijd haalbaar is op de hoogte te blijven van de laatste wetenschappelijke ontwikkelingen. Niet alleen omdat daar niet altijd tijd voor is, maar ook omdat het lastig kan zijn een keuze te maken uit de bestaande publicaties. Een blik op de literatuurlijst van deze thesis kan baten. In ieder geval raad ik aan de publicaties van Baker (*Stop Re-inventing the Wheel*, 2000; online beschikbaar) en Idema (*Present! Rethinking Classical Music*) te lezen. Bakers publicatie is op het gebied van 21^{ste}-eeuwse technologie wat verouderd, maar biedt een schat aan voorbeelden uit het Britse en Amerikaanse orkestenbestel. Succesfactoren en verbeterpunten worden per case helder uiteen gezet. Idema gaat bij het bespreken van zijn veertig voorbeelden enigszins aan een dergelijke evaluatie voorbij, maar zijn conclusie legt de vinger op de zere plek als het gaat om actiepunten voor marketeers en programmeur in de praktijk: creatieve innovatie is van groot belang als meer en meer potentiële bezoekers ervoor kiezen weg te blijven. In een aantal interviews is ook het werk *De Barbaren* van Antonio Baricco ter sprake gekomen. Omdat het een essayistische bundel is van de Italiaanse columnist Baricco, zou het ongebruikelijk zijn het op te voeren als bron in een wetenschappelijke thesis. Na het doornemen van dit werk kan ik wel beamen dat Baricco's overwegingen kunnen helpen de ontwikkelingen in de kunstminnende samenleving te begrijpen.

Behalve bestaand materiaal is het wijselijk de publicaties van het Sociaal Cultureel Planbureau of andere onderzoeksbureaus goed te bestuderen. Door de daarin gepresenteerde cijfers en tendensen te spiegelen aan de lokale en demografische situatie, kan beter op de actuele trends worden ingespeeld. De wetenschap kan een rol spelen in het duiden en verklaren van bezoekerstrends. Die persoonlijke situatie kan in kaart worden gebracht door eigen onderzoek uit te voeren, op projectbasis of overkoepelend. Als concertzalen de eigen bevindingen delen met collega's uit het veld kunnen samenwerkingen worden aangegaan die positieve resultaten kunnen verankeren. De tijd die hiervoor nodig is kan kostbaar zijn – het niet vinden van een structurele oplossing nog meer.

6.2 Aanbevelingen voor vervolgonderzoek

Naast dat het uitvoeren van onderzoek voor het praktijkveld van groot belang is, is er in de zoektocht naar een nieuwe aansluiting met het publiek een grote rol weggelegd voor de toegepaste wetenschap. Daar waar marketeers en programmeurs zich tenminste moeten richten op de resultaten van hun eigen pogingen tot hervormingen, kan de wetenschap op een breder niveau onderzoek naar tendensen, trends, en bovenal de toekomst. Het is voor kunstwetenschappers zaak om, wellicht in navolging van de marketingwetenschap, zich meer te concentreren op toekomstgericht- en scenario-onderzoek, in plaats van conclusies te trekken uit reeds verlopen bezoekerscijfers. Opvallend is het feit dat in engelstalige publicaties de duitse of duitstalige wetenschap, allicht wegens de taalbarrière, buiten beschouwing wordt gelaten. Dat is jammer: de Duitse wetenschap gaat tenminste gelijk op met de Britse en Amerikaanse. Begrippen als Musikvermittlung moeten in de gaten worden gehouden om belangrijke bijdragen aan het internationale discours niet over het hoofd te zien.

In het in Hoofdstuk 4 gepresenteerde literatuuronderzoek zijn een aantal hiaten in dit discours gevonden. Behalve overwegingen op het gebied van concertinhoud, -setting en presentatie en het werven van publiek, gaan wetenschappers nauwelijks in op de knelpunten bij het doorvoeren van hervormingen, mogelijk evaluatievormen, en het feit dat 'de concertcrisis' per lokale situatie van andere aard is. Als deze 'witte vlekken' kunnen worden gedicht, kunnen diegenen die in de praktijk de middelen tot hervorming in handen hebben op basis van een sterker fundament te werk gaan. Dankzij de methode van Grounded Theory is uit dit onderzoek dus niet zozeer een nieuwe, kant-en-klare theorie aangaande concertvernieuwing ontstaan, maar zijn bovenal de gebreken van het bestaande discours aan het licht gebracht. De twee stroomdiagrammen maken het Grounded Theory-principe van constante vergelijking in één oogopslag mogelijk.

Tijdens het uitvoeren en uitwerken van alle facetten van dit onderzoek is een lange lijst van noodzakelijk vervolgonderzoek opgesteld. Op vele verschillende gebieden liggen vragen die het beantwoorden waard zijn: de resulterende onderzoekagenda is even breed als het klassieke vak- of onderzoeksgebied. Wellicht kunnen deze thesis en de hier genoemde onderwerpen als inspiratie dienen voor een nieuwe generatie onderzoekers, masterstudenten, stagiairs bij kunstinstellingen of ambitieuze programmeurs of marketeers – zo kan die in deze thesis gepresenteerd de dwarsdoorsnede van de klassieke concertpraktijk en zijn onderzoekers worden uitgebreid en aangevuld.

Onderzoeksagenda

Op onderstaande onderzoeksgebieden is naar mijn zin onvoldoende materiaal beschikbaar. Voor sommige punten geldt dat een dergelijk onderzoek bijzonder grootschalig zal zijn, of misschien zelfs onhaalbaar. Dat betekent wat mij betreft niet dat de vraag niet kan worden gesteld: misschien kan een gedeelte van het antwoord tot nieuwe inzichten leiden.

Het ontstaan en de verdere ontwikkeling van actuele klassieke concertpraktijk

- De reacties van *first-timers* op de hedendaagse (Nederlandse concertpraktijk).
- De opvoeringscultuur van andere kunstvormen en muzikale genres, en de voorbeelden die daaraan kunnen worden ontleend.

- De invloed van technische ontwikkelingen op de klassieke concertbeleving (licht, versterking, projectie, etc.), en de daaruit voortkomende kansen voor de klassieke concertpraktijk.
- Het effect van de concertlocatie op de beleving van het klassieke concert.
- De betekenis van stilte voor de beleving van het klassieke, jazz- of popconcert, zoals geformuleerd door verschillende publieksgroepen.

Jong publiek

- Het belang van kunsteducatie in de ontwikkeling van (intrinsieke) interesse in klassieke muziek.
- Het effect van kunsteducatie op concertbezoek op jonge en latere leeftijd.
- De rol van muziekkopleidingen in het in stand houden of hervormen van de traditionele concertpraktijk.
- De rol van amateurmusici en -gezelschappen in het in stand houden of hervormen van de traditionele concertpraktijk.

Bestaand of ouder publiek

- Analyse van de bestaande bezoekersgegevens van de Nederlandse concertpodia.
- Potentiële nog onaangeboorde publieksgroepen binnen de voornaamste leeftijdscategorieën en de mogelijkheden deze te werven.

De aanpak van overige spelers in het Nederlandse praktijkveld

- Opvattingen van marketeers, programmeurs en musici aangaande de klassieke concertpraktijk.
- Onderzoek naar en effectmeting van zelfstandige initiatieven als Splendor.

Marketing

- Verdere uitwerking of case study van Browns principe van *Initiators* en *Respondents*.
- Kwantitatief en kwalitatief onderzoek onder bezoekers van geselecteerde vernieuwende concertformats.
- Lange-termijnmonitoring van *first-timers* tijdens hun verdere concertbezoek.
- De impact van de opkomst van sociale media op klassieke-muziekmarketing, en eventuele daar uit voortkomende kansen.

Randvoorwaarden en inhoudelijke aspecten van het klassieke concert

- Het belang van solisten, dirigenten, musici en repertoirekeuze voor het bezoek en de waardering van een klassiek concert (voor gedifferentieerde publieksgroepen).
 - Extra aandachtspunt: de publiekswaardering van jeugd- of studentenorkesten, conservatoriumorkesten, regio-orkesten en toporkesten.
- Effectmetingen van vernieuwende concertformats van verschillende aard.

Technologische ontwikkelingen

- De impact van de opkomst van muziekstreaming services op de consumptie van klassieke muziek, en eventuele daar uit voortkomende kansen.
- De impact van de opkomst van intelligente kassasystemen voor het volgen van (bestaande en nieuwe) publieksgroepen, hun gedrag en hun wensen.

6.3 Evaluatie

In deze scriptie ben ik de uitdaging aangegaan de opvattingen over de klassieke concertpraktijk vanuit wetenschap en praktijk te verenigen. Inmiddels weet ik dat dat idee als naïef en tegelijk als ambitieus kan worden bestempeld. Zoals ik in het voorwoord benoemde dat mijn studententijd op zowel wetenschappelijk als praktisch vlak in deze scriptie samen komt, kan ik in dit nawoord deze thesis als mijn definitieve persoonlijke overgang van wetenschap naar praktijk aanwijzen.

Door me tijdens dit onderzoek continu op dit grensgebied te begeven, was het verleidelijk me al snel te zeer in de praktijk te verliezen. Tijdens mijn stage bij TivoliVredenburg, en niet veel later zelfs tijdens mijn werk bij TivoliVredenburg, merkte ik hoe het onderzoek per direct weerslag vond in mijn bezigheden. Het is een uitdaging geweest het literatuuronderzoek uit te voeren zonder direct naar praktische toepassingen op zoek te gaan. Tijdens het uitvoeren van het veldonderzoek kon dat wel, en heb ik behalve mijn netwerk ook mijn blik op de praktijk kunnen verruimen. Ondertussen merk ik nu ook zelf hoe gemakkelijk het is het contact met de wetenschap te verliezen tijdens alledaagse werkzaamheden en het ontwikkelen van nieuwe ideeën in de praktijk.

Zoals vaker bij afstudeeropdrachten kwam hierdoor de inkadering van mijn onderzoeksgebied laat. In mijn ambitie een dwarsdoorsnede van het veld te maken voelde het onterecht bepaalde gedeelten van de praktijk – zoals de minstens zo invloedrijke orkestprogrammeurs – buiten beschouwing te laten. Ondanks dat het resultaat van een onderzoek naar zaalprogrammeurs in het bijzonder alsnog een extensief verslag heeft opgeleverd, blijft het gevoel knagen dat dit onderzoek naar de immer veranderlijke concertpraktijk bij lange na niet af is. Dat mag het ook niet zijn: als de aandacht voor dit onderwerp groeit, groeit het aantal meningen, theorieën, publicaties, ambities en ideeën. Zo kan het tij worden gekeerd.

LITERATUURLIJST

Literatuur

- Abbing, Hans. *Van Hoge Naar Nieuwe Kunst*. Groningen: Historische Uitgeverij, 2009.
- Baker, Tim. *Stop Re-Inventing The Wheel*. Association of British Orchestras, 2000.
- Barlow, Maxine, and Simon Shibli. "Audience Development in the Arts: A Case Study of Chamber Music." *Managing Leisure* 12, no. 2-3 (July 2007): 102-119.
- Boyle, Stephen. "Single Serve or Package Deal? A Study of Regular Attendees to Symphony Orchestra Concerts." *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing* 12 (2007): 127-134.
- Broek, Andries van den, Frank Huysmans en Jos de Haan. *Cultuurbewonderaars en cultuurbeoefenaars. Trends in cultuurparticipatie en mediagebruik*. Sociaal en Cultureel Planbureau. Den Haag, 2009.
- Broek, Andries van den, Frank Huysmans en Jos de Haan. *Cultuurminnaars En Cultuurmijders. Trends in de belangstelling voor kunsten en cultureel erfgoed*. Sociaal en Cultureel Planbureau. Den Haag, 2005.
- Broek, Andries van den. *Kunstminnend Nederland. Interesse en bezoek, drempels en ervaringen*. Sociaal en Cultureel Planbureau. Den Haag, 2013.
- Brown, Alan. "Initiators and Responders. A New Way to View Orchestra Audiences." *Magic of Music Issues - John S. and James L. Knight Foundation*, no. 4 (Juli, 2004).
- Brown, Alan. "Smart Concerts: Orchestras in the Age of Edutainment - Knight Foundation." *Magic of Music Issues - John S. and James L. Knight Foundation*, no. 5 (December, 2004).
- Crawford, Garry, Victoria Gosling, Gaynor Bagnall, and Ben Light. "Is There an App for That? A Case Study of the Potentials and Limitations of the Participatory Turn and Networked Publics for Classical Music Audience Engagement." *Information, Communication & Society* 17, no. 9 (January, 2014): 172-185.
- Dobson, Melissa C. "New Audiences for Classical Music: The Experiences of Non-Attendees at Live Orchestral Concerts." *Journal of New Music Research* 39, no. 2 (June 2010): 111-124.
- Gembris, Heiner. 'Entwicklungsperspektiven zwischen Publikumsschwund und Publikumsentwicklung'. Tröndle, Martin (Red.) *Das Konzert. Neue Aufführungskonzepte für eine klassische Form*. Bielefeld Bielefeld: Transcript Verlag, 2009.
- Hamann, Thomas K. 'Musikkultur. Einfluss der Bevölkerungsentwicklung auf Publikum und Konzertwesen'. Gembris, Heiner. *Musik im Alter. Soziokulturelle Rahmenbedingungen und individuelle Möglichkeiten*. Frankfurt am Main: Peter Lang, 2008.
- Idema, Johan. *Present! Rethinking Live Classical Music*. Muziek Centrum Nederland, 2012.
- Johnson, Julian. *Who Needs Classical Music?: Cultural Choice and Musical Value*. Oxford University Press, 2011.
- Kolb, Bonita M. "The Decline of the Subscriber Base: A Study of the Philharmonia Orchestra Audience." *International Journal of Arts Management* 3 (2001): 51-59.

- Kolb, Bonita M. "The Effect of Generational Change on Classical Music Concert Attendance and Orchestras' Responses in the UK and US." *Cultural Trends* 11, no. 41 (January 2001): 1–35.
- Kolb, Bonita M. "You Call This Fun? Reactions of Young First-Time Attendees to a Classical Concert." *MEIEA Journal* 1, no. 1 (2000): 13–28.
- Kramer, Lawrence. *Why Classical Music Still Matters*. Berkeley: University of California Press, 2009.
- Maitland, Heather. *A Guide to Audience Development*. London: Arts Council of England, 2000.
- Mandel, Birgit. *Kulturmanagement, Audience Development, Kulturelle Bildung: Konzeptionen und Handlungsfelder der Kulturvermittlung*. München: Kopad, 2008.
- Mandel, Birgit. *Kulturvermittlung - Zwischen Kultureller Bildung Und Kulturmarketing: Eine Profession Mit Zukunft*. Bielefeld: transcript Verlag, 2005.
- O'Sullivan, Terry. "All Together Now: A Symphony Orchestra Audience as a Consuming Community." *Consumption Markets & Culture* 12, no. 3 (September 2009): 209–223.
- Preece, Stephen B. "Commentary: Whither Classical Music?" *Cultural Trends* 11, no. 41 (January 2001): 37–42.
- Rebstock, Matthias. 'Strategien zur Produktion von Präsenz'. Tröndle, Martin (Red.) *Das Konzert. Neue Aufführungskonzepte für eine klassische Form*. Bielefeld Bielefeld: Transcript Verlag, 2009.
- Sigurjonsson, Njordur. "Orchestra Audience Development and the Aesthetics of 'Customer Comfort.'" *The Journal of Arts Management, Law, and Society* 40, no. 4 (November 30, 2010): 266–278.
- Sigurjonsson, Njordur. "Young Audience Development and Aesthetics : John Dewey's Pragmatist Philosophy and Its Implications for Orchestra Management." *International Conference on Arts & Cultural Management* 1 (2005). Geraardpleegd apr – nov 2014 via http://neumann.hec.ca/aimac2005/PDF_Text/Sigurjonsson_Njordur.pdf.
- Smithuijsen, Cas B. *Stilte!: Het Ontstaan van Concertetiquette*. Amsterdam: Podium, 2001.
- Smithuijsen, Caspar Boudewijn. *Een Verbazende Stilte: Klassieke Muziek, Gedragsregels En Sociale Controle in de Concertzaal*. Boekmanstudies, 2001.
- Sträßner, Matthias. 'Sekt. Mozart. Sekt'. Tröndle, Martin (Red.) *Das Konzert. Neue Aufführungskonzepte für eine klassische Form*. Bielefeld Bielefeld: Transcript Verlag, 2009.
- Tröndle, Martin. 'Von der Ausführungs- zur Aufführungskultur'. Tröndle, Martin (Red.) *Das Konzert. Neue Aufführungskonzepte für eine klassische Form*. Bielefeld: Transcript Verlag, 2009.
- Tröndle, Martin. 'Warum es gehen soll'. Tröndle, Martin (Red.) *Das Konzert. Neue Aufführungskonzepte für eine klassische Form*. Bielefeld: Transcript Verlag, 2009.
- Tröndle, Martin. "Man Muss Das Konzert Verändern, Um Es Zu Erhalten." In *Audience Development, Kulturmanagement, Kulturelle Bildung.*, edited by Birgit Mandel, 133–142. Bobingen: Kessler-Druck + Medien, 2008.
- Ungeheuer, Elena. 'Konzertformate heute: abgeschaffte liturgie oder versteckte Rituale?'. Tröndle, Martin (Red.) *Das Konzert. Neue Aufführungskonzepte für eine klassische Form*. Bielefeld: Transcript Verlag, 2009.

Interviews

- Regter, Lonneke, interview door Eva Huisman. Amsterdam, 2 juni 2014.
- van den Berg, Yvonne, interview door Eva Huisman. Groningen, 3 juni 2014.
- Gering, Gert, interview door Eva Huisman. Tilburg, 4 juni 2014.
- Veenstra, Frank, interview door Eva Huisman. Eindhoven, 4 juni 2014.
- van de Pol, Aart-Jan, interview door Eva Huisman. Amsterdam, 10 juni 2014.
- van Ruiten, Marjolein, interview door Eva Huisman. Utrecht, 11 juni 2014.
- Wallace, Neil, interview door Eva Huisman. Rotterdam, 13 juni 2014.
- Hekkema, Raaf, interview door Eva Huisman. Telefonisch interview, 24 juni 2014.

BIJLAGEN

Summary

This thesis presents an account of the theories and strategies that can be used to redevelop the classical concert and its customs. The current and alarming trends in concert attendance are what motivated this study. Fewer and fewer people attend classical concerts: the number of visitors to concert halls is stable at most, attendance among youngsters is becoming increasingly scarce and the existing audience is aging. The need to find new audiences is not only recognized in the professional field, but also in the academic field. By conducting both literary research and field research, this thesis bridges the gap between academic theories on the classical concert crisis and strategies from professionals.

This research shows that on the one hand potential audiences are open to classical music and that on the other hand concert halls are succeeding to launch new concert formats. We need to connect these two areas, in order to align supply and demand both qualitatively and sustainably. To achieve this, a lot of research must be carried out and implemented in numerous corners of the classical music field. The professional field can achieve great things if monitoring, evaluation and exchange are given more priority. The academic field can provide much needed support through broad and additional research of trends, scenarios and development in the classical music industry.

The academic theories, strategies and insights presented in this thesis can be translated into specific alterations to the traditional classical concert, and can be grouped into three categories: the setting of the concert, the content of the concert and the presentation of the concert. Within these areas the opportunities for change are numerous. However, the results of the conducted field research show that before those three options can be considered, a number of other factors complicate the rejuvenation of the classical concert practice. From eight discussions with Dutch concert hall programmers and other professionals it has become clear that classical music, partly because of its ambiguous definition, has a negative connotation. The specific demographic of a concert hall is even more important: the "crisis" has a different nature and importance for every individual involved. This means that there is no single solution to the crisis. Players in the professional field rarely work alone, and initiating change takes time. The motivation and willingness to change of the stakeholders is essential in implementing and embedding innovative concert formats. Only when all those involved are willing to change, possible adjustments to setting, content or presentation can be considered further. Also, the question is whether the existing range of programs must be adjusted, or that additions to an otherwise unchanged program could be sufficient to recruit additional concert attenders. The main crux or problem is the lack of evaluation, impact assessment and collaboration between professionals in the field. Although many projects have already been successfully executed, it remains unclear if a new and sustainable trend has been started. Because of this, upscaling is rare and development stays on an experimental level.

In order to implement change in a qualitative and durable way, the experiments conducted in the field should be linked to statistics and marketing and arts studies, so that a concert experience that is both enjoyable and meaningful can be facilitated. To define what the current concert practice should or should not be, and to explain the

increase of discrepancy between the classical concert and the needs of its present-day (potential) audience, it is important to understand the classical music practice in its historical context. The traditional classical performance is the result of centuries of development, in which an active listening attitude has become increasingly significant. This development is visible in terms of architecture: changes in lay-out and acoustics of the concert hall facilitate the excellence of the musician on the one hand, and enforce dedicated listening by the concert attendant on the other. In a social sense the classical concert has become a traditional and conventional event that was and may still be used by the aristocracy as a means of civilization. The current concert practice is the outcome of a constantly evolving interplay between musical and social trends, but has undergone less development in the last century than the 'outside world', especially when compared to modern-day music genres. The strict conventions for both the musician and the listener have turned the classical concert into an exclusive occasion (Smithuijsen, 2001).

Studies from the UK, US and Germany discuss this exclusivity from various academic perspectives. As a response to the decrease in concert attendance the marketing field in particular voices a strong attitude for innovation (Maitland, 1997; Baker, 2000). Following general marketing strategies, marketing researchers advocate that the potential audience and its demands should be given a much more central role in the development of 'supply'. Audience Development theories are designed in an attempt to help create programs that do meet the audience's demand. Based on public surveys, policy and development researchers note that the will to discover classical music does exist among those who remain in doubt, but that the number of thresholds to the concert hall of classical concert is simply too high. The two main barriers to attend a concert are the (supposed) need for knowledge of classical music and the social context of the classical concert (Bonita Kolb, 2001; Baker, 2000; Crawford et al, 2014). Both thresholds can be lowered according to the researchers, provided they are regularly studied on the specific level of a certain target group. Opportunities lie in new and appropriate approaches to both the existing and potential audiences, and the application of modern technology in the concert itself and its marketing. Formerly, the legitimacy and quality of classical music was rarely discussed, but classical music must now sustain itself amidst the multitude of other musical genres. Not by dissociating itself from those other genres, but by demonstrating the value of classical music in a broader context and connecting with present-day world views. Yet, musicologists and sociologists argue that music marketing and audience-development strategies could possibly commodify classical music too much (Johnson, 2011; Kramer, 2009). In the development of a new classical concert format the artistic product must not be harmed by the increased focus on commercial considerations.

If the current trends in concert attendance last, fewer and fewer people will find the way to the concert hall. Figures from the Dutch Social and Cultural Planning Bureau point to a generation effect: the largest group of concertgoers remains stable as far as numbers go, but the average age is increasing. Furthermore, this group is not supplemented with accretion from younger groups. For this reason, researchers predict that without intervention the classical music audience will rapidly decrease in the next thirty years, or will ultimately cease to exist without being complemented by younger audience groups (Hamann, 2008; Tröndle, 2011; Gembris, 2011). The projections of these researchers were extended in this thesis, by adding more recent data. These additional charts offer no insight into significant change in the declining trends, which is why finding new ways to connect classical music with listeners is so important.

Labellijst veldonderzoek

Definitie klassieke muziek	Probleemdefinitie concertcrisis	Knelpunten bij doorvoeren hervormingen	Onbekendheid met publiek	Programma-ontwikkeling: conventie vs. vernieuwing			Onderzoek, duurzaamheid formats
				1 Inhoud	2 Setting	3 Presentatie	

Binnen de categorie *conventie* zijn drie subcategorieën gedefinieerd, die zijn ontleend aan de door Johan Idema gedefinieerde pijlers van concertvormingen. Deze categorieën zijn in het literatuuronderzoek gebruikt om de verschillende wetenschappelijke publicaties met elkaar te kunnen vergelijken. Op de volgende pagina staat de resulterende vergelijkingstabel.

Bij het verwerken en analyseren van de interviews zijn de volgende begrippen als label gehanteerd, en per geval met een verder codewoord (bijvoorbeeld goed, slecht, juist, moeilijk) gewaardeerd:

Abonnementenverkoop	Definitie klassieke muziek	Locatieparadox	Representatiecultuur
Ambitieniveau	Drempels / conventies	Lokale situatie / functie	Sacraliteit / Conventie
Anekdotisch / musicologisch	Durven veranderen	Meerwaarde concertzaal	Samenwerken sectoren
Applaus / protocol	Eenmalig / structureel	Museale traditie	Setting vs. programma
Associatie / imago klassieke muziek	Etiquette	Muzikale infrastructuur	Snobisme / Belerend
Barbarisme	Evaluëren	Ondernemen	Structureel vs. projectbasis
Behoefte publiek	Evenement / product	Onderzoek	Subsidie / inkomsten
Belang van publiek	Excelleren musici	Orkesten	Tornen aan muziek
Combinatie kunstvormen	Experiment tot format	Overgeconditioneerd	Trial & error
Comfort publiek / maximumgrens	Gedragcultuur / Statusdrempels	Pessimistisch / optimistisch	Uitnodigen vs. opleggen
Commercieel draagvlak	Generatie-effect	Popmuziekgeneratie	Verandering mentaliteit musici
Communicatie binnen veld	Horen vs. luisteren	Presentatie- vs. productinnovatie	Verankeren format
Concentratie	Internationale samenwerking	Prikkelen / nieuwsgierig	Voor-/nadelen praktijk
Conservatisme	Invloed zaalprogrammeurs	Probleemdefinitie	Voorkennis / Luisterervaring
Conservatorium	Kwaliteit vs. kwantiteit	Publieksfeedback	Wankel monument
Definitie concertpraktijk	Liefhebber vs. nieuweling	Publieksgericht werken	Wie is het publiek?

Vergelijkingstabel kernbegrippen wetenschappelijk onderzoek

Auteur	Thema 1 - inhoud			Thema 2 - setting		Thema 3 - presentatie		
Idema	Illuminate the story (communicate)			Connect to the here and now (place/setting)		Make the music more engrossing (appeal to more senses)		
Baker	Participation	Social	Listening	Uniqueness	Occasion	The Sound	Spectacle	
Brown	Contextual Programming		Embedded interpretation	-		Dramatization of music	Visual enhancements	
Kolb	Experience as an additional reason for attending			Segmentation approach	Connect to what's happening	Visual aspect	Social event	
Preece	Maintain artistic integrity		Get comfortable with marketing	Experiment with space		Multimedial	Appeal to basic needs	
Dobson	Embedded information			-		-		
O'Sullivan	-			Communal aspects / community		-		
Sigurjonsson	Vs. commodification of music			Comfortable? / Risk management		Vs. museum concept		
Johnson	Music-as-art		Musical literacy	Submit to the demands of the object		Bildung		
Kramer	Art; but can be segmented			Connect to daily life		-		
Tröndle	Ritual	Identifikation	Immediacy	Raum / Präsenz	Aufmerksamkeit	Programm	Dramaturgie	Anschlussfähigkeit
Sträßner	Inhalt		Publikum	Ort	Zeit	Mitmachen		

INTERVIEW 1

LONNEKE REGTER

(o.a.) Musonia Orchestra & Ensemble – directeur

Eva Huisman – 3462544 | Masterthesis | Kunstbeleid en -management – UU | 2 juni 2014

Lonneke Regter; LR

Eva Huisman; EH

EH [Legt uit: master, stage, achtergrond, etc.]

LR Ik ben Lonneke, en ik heb conservatorium (in Den Haag) gedaan, contrabas, en muziekwetenschap en kunstbeleid en -management in Utrecht. Mijn conservatoriummaster heb ik ook in Utrecht gedaan. Ik heb heel lang allemaal leuke dingen gestudeerd! Tijdens mijn studie was ik al freelance musicus, dat ben ik eigenlijk nog steeds. Ik heb een eigen groep waar ik projecten mee doe, maar ik speel ook in orkesten, barok-ensembles, muziektheater, noem maar op. Daarnaast ben ik freelance projectmanager - het is heel breed. Ik werk voor culturele instellingen, maar ook voor andere non-profit instellingen. Voornamelijk in projecten. Op dit moment ben ik directeur van het Nederlands Violconours - een lang project, want dat duurt al twee jaar - en ik ben senior communicatieadviseur bij de Koninklijke Nederlandse Academie van de Wetenschappen.

Mijn carrière is eigenlijk begonnen met mijn eerste baan bij het Concertgebouw, daar was ik redacteur. Een paar maanden na mijn studie werd ik gevraagd om daar te komen werken - hartstikke leuk, ik had het niet verwacht: “ik ga muziekwetenschappen studeren dus ik word werkloos”, maar dat viel mee. Toen ik daar wegging na twee jaar ben ik breder in het veld van redactie, communicatie en website-ontwikkeling gaan werken. Na een paar jaar ben ik weer wat smaller gegaan, en was ik journalist bij de Volkskrant, voornamelijk over muziek. Ik heb ook bij de Raad voor Cultuur gewerkt, nu ben ik dus wat meer met beleid bezig. Ik heb eigenlijk heel veel verschillende kanten van het muziekleven gezien. Nu zit ik meer aan de artistieke creatieve kant, die ik toch uiteindelijk de leukste vind.

- EH Puur uit nieuwsgierigheid - hoe kom je nou in de Raad voor Cultuur terecht?
- LR Ik heb toen gewoon gesolliciteerd. Ze hadden een secretaris voor muziek en muziektheater nodig. Er was toen een beweging gaande dat er één groep Podiumkunsten kwam. Het werd wat breder, dat vond ik wel interessant. Ik ben het toen geworden, dus heb ik dat gedaan voor een jaar. Ze wilden heel graag iemand die een wetenschappelijke beleidsachtergrond had, en die uit het veld kwam, en die goed kon oordelen - doordat ik journalist was had ik al heel veel gezien en gehoord. Blijkbaar was dat de juiste combinatie.
- EH Oké! Is je functie bij Musonia je belangrijkste, of hoe ziet je gemiddelde week eruit?
- LR Ik werk echt voor mezelf. Toen ik bij het Concertgebouw wegging dacht ik dat het veel beter bij me zou passen om veel verschillende dingen te doen: "laat ik het maar onderbrengen in een bedrijfje, dan kan ik lekker m'n gang gaan". De verhouding spelen en andere projecten is - door de bezuinigingen loopt het spelen wat terug - ik denk zo'n 30 procent tegen 70. Maar dat wisselt ook wel hoor.
- EH Gaaf om te horen dat het ook samen kan!
- LR Ja, gelukkig wel!
- EH En in die zeventig procent, waar is die bijvoorbeeld uit opgebouwd?
- LR Even kijken... Het wisselt heel erg. Nu is er een groot project bij het KNAW, maar dat loopt deze maand ook af. Daarna is het weer heel anders. Ik zou zeggen 35% 'interim'projecten zeg maar, en nu 30% vioolconcours. En de rest zijn dingen die ik zelf bedenk, oppak, creatieve projecten en kleine dingen zoals lezingen.
- EH Heeft dat altijd met klassieke muziek te maken?
- LR Nee, ook met andere dingen. Ik heb vorig jaar bijvoorbeeld een improvisatieworkshop georganiseerd. Die was wel voor musici, maar niet zozeer op klassieke muziek georiënteerd. Ik kijk gewoon wat ik leuk vind, of waarvan ik denk 'dit moet nu gebeuren', of 'ik heb zin om dit nu te doen'. Ik kijk altijd of de tijd er rijp voor is.
- EH Ik richt me vooral op klassieke muziek, en daarom zit je nu ook als 'expert' op dat gebied tegenover me. Waar ik benieuwd naar ben - het is een hele brede vraag - is of je klassieke muziek voor me wil definiëren: dan weten we waar we het over hebben.
- LR Ah, ja! Ik zou zeggen: muziek die uitgeschreven is, dus die je in principe van blad speelt, eventueel uit het hoofd, die voorgeschreven is. Die vooral akoestisch wordt gespeeld - maar niet per se. Er is natuurlijk ook moderne

klassieke muziek die versterkt wordt verspeeld, maar voornamelijk akoestisch.

EH Je ziet “klassiek” dus meer als een stijlwoord, dan een periode?

LR Ja, precies. Het kan oud werk zijn, dat overgeleverd is. En dat loopt eigenlijk helemaal tot en met nu: componisten die dingen maken, en daarbij zijn de grenzen veel vager, dan dat je uitsluitend van een stuk van Mozart zegt dat het klassieke muziek is.

EH En heeft het ook te maken met door wie het wordt uitgevoerd?

LR Nee, dat vind ik niet. Ik zeg maar wat - als een jazzpianist een stuk van Bach speelt, is het voor mij evengoed klassieke muziek.

EH Ik speel even advocaat van de duivel: stel dat een stuk van Mozart wordt gearrangeerd tot iets dat door een bigband kan worden gespeeld. Waar zitten we dan?

LR Ook als je iets tot iets anders arrangeert, blijft het voor mij in de basis klassieke muziek. Als er echt andere noten of timing bijkomen, spreek ik van een mixvorm.

EH Vroeger werd nog wel eens gezegd dat de gemiddelde leeftijd van klassieke-muziekbezoekers hoog ligt, maar dat deze stabiel zou blijven, dat deze als vanzelf wel zou worden aangevuld ‘van onderaf’, zodat die gemiddelde leeftijd ook over de jaren constant blijft. Nu zijn er echter onderzoeken die uitwijzen dat dat niet helemaal opgaat, dat noemt Thomas Hamann het generatie-effect. [voorbeeldje]. Tot een paar jaar geleden werd dat verondersteld, maar dat blijkt dus een beetje *wishful thinking* te zijn. Sinds die publicatie is wel duidelijker geworden dat het echt urgent is geworden op nieuw publiek te werven - ook in Nederland. Maar eigenlijk wil ik even terug naar de vraag: “waarom zou je?” Waarom is het belangrijk dat er publiek is voor klassieke muziek? Dat is ook een vraag die ik aan jou zou willen stellen.

LR Ik denk - dat merk ik ook in mijn omgeving - dat er een groot verschil tussen de ervaring van klassieke muziek horen op CD of radio, of live. Als je het live hoort of ziet, is dat zo’n mooie ervaring. Een tijdje geleden speelden we met Holland Symfonia de *Sacre*; toen had ik iemand meegenomen die eerst zei “ja, rare muziek, ik begrijp er niets van”. Maar die zag het toen live, met de dans erbij, en opeens begreep hij ‘dit is waar het om gaat, en dat is fantastisch’. Ik denk dat dat een hele mooie ervaring is, zeker als je het zelf doet als musicus - dat is dan een volgende stap. Zo is ook mijn interesse ervoor begonnen. Toen ik eenmaal ging spelen dacht ik wauw! Ik denk dat het toch uit jezelf moet komen. Niet de hele wereld heeft er interesse in, en

dat zal denk ik ook nooit gebeuren, maar als je het eenmaal ontdekt dan kun je daar echt door gegrepen raken. En dat is wat je als musicus wil overbrengen.

EH Is het erg dat het niet voor iedereen is?

LR Nee, dat denk ik niet. Tenminste - er zijn veel mensen die houden van de muziek van André Rieu. Als je dat ook onder klassieke muziek schaaft, hebben we ineens geen probleem meer. Het is maar hoe je het definieert. Ik denk dat het probleem vooral zit in de bezoekers van de traditionele concertzalen. Of "probleem"... Die zien hun publiek teruglopen, en dáár worden dan conclusies uit getrokken. Maar er zijn natuurlijk nog veel meer plekken waar mensen klassieke muziek te horen krijgen.

EH Is daar het probleem van te weinig of te oud publiek minder aan de orde?

LR Nou, niet zozeer. Soms kom ik wel eens een zaaltjes waarbij ik het jammer vind dat er maar twintig mensen in zitten. Maar twee jaar geleden was ik op Lowlands en zag ik Kytteman met zijn orkest - dat vinden mensen óók leuk. Maar ja, klassieke muziek heeft een soort imago dat het saai is, en dat het stil moet zijn, en dat je je op een bepaalde manier moet gedragen - mensen weten niet hoe. Dat maakt de drempel naar concertzalen zeker heel hoog - voor jongeren zeker.

EH Dat is een mooie bruggetje: ik doe vooral onderzoek naar wat ik de "klassieke concertpraktijk" noem. Dat is niet alleen de ervaring voor het publiek, maar ook die van de musicus: ik ben er van overtuigd dat het een samenspel is, en het resultaat van jaren - eeuwen - aan ontwikkeling in de interactie tussen musicus en publiek. Cas Smithuijsen heeft hier bijvoorbeeld veel over geschreven. Hij stelt dat musici en publiek bijvoorbeeld die stilteconventie samen in stand houden, maar met de jaren ook erger maken, waardoor je er haast niet meer van af komt. Ik ben benieuwd hoe jij de traditionele klassieke praktijk zou omschrijven.

LR Dan zou ik vooral ingaan op de conventies die er zijn, bijvoorbeeld dat het concert in een concertzaal plaatsvindt. Dat het stil is als er gespeeld wordt, en er netjes na elk stuk geklapt wordt, en niet tussen delen door. Dat er een programmaboekje is - dat vind ik vrij traditioneel. En dat mensen meestal gaan staan na afloop! En dat kan een grote of een kleine zaal zijn, dat kan kamermuziek zijn of solorecitals - van alles.

EH Zou je over deze eigenschappen van de klassieke concertpraktijk ook kunnen zeggen dat ze elk een drempel kunnen zijn?

LR Ja, ik denk dat deze conventies dat wel zijn, maar dat die er ook zijn bij sommige pop- of jazzconcerten. Ik was eens bij een concert, dat was ter herdenking van Chet Baker. Ik zei iets tegen degene die naast me stond, en hoorde meteen "sst!". Het is dus niet zo dat het alleen bij klassieke muziek geldt. Bepaalde muziek vereist een zekere concentratie - en dat is fijn. Als er dan echt wordt geluisterd. Ik weet ook van vrienden die vooral jazz spelen dat ze het soms heel vervelend vinden dat iedereen er maar doorheen zit te praten - en zeker de contrabassisten, als ze vertellen over hun bassolo's. Die muziek zou dus juist weer baat hebben bij een iets stiller publiek - een publiek dat echt luistert. In popzalen wordt soms ook wel rekening mee gehouden, bij zitconcerten bijvoorbeeld. Maar ja, vaak wordt er ook zo ontzettend versterkt dat je de muziek toch wel hoort. Dat is met klassieke muziek natuurlijk niet zo - dat is het verschil. Je kunt er niet omheen: als je met een strijkkwartet speelt, en er zit iemand doorheen te praten, dat hoor je gewoon meteen.

EH Dus er zijn wel conventies waar we niet aan moeten tornen?

LR Ja en nee: het ligt aan de setting. Stel, je speelt de vijfde symfonie van Tsjajkovski, het laatste stuk van het eerste deel gaat vijf minuten zo door - dan denk ik: hier kan ik wel even een biertje halen! Maar dat gebeurt nog niet echt in de concertzalen, behalve op festivals of openluchtconcerten. Maar sommige muziek zou zich wat beter lenen om een luchtiger setting gespeeld te worden, denk ik.

EH En voor welke muziek geldt dat dan bijvoorbeeld juist niet?

LR Ik vind dat muziek met veel stiltes, die zacht en afwisselend is, of veel wisselt van sfeer - muziek die beweegbaar is, zich daar niet zo goed voor leent. Maar het verschilt ook erg door de context waarin je het speelt. Van de zomer heb ik een tournee georganiseerd, toen gingen we naar Frankrijk, en het eerste jaar dat we daar kwamen - die mensen hadden nog nooit een akoestisch instrument gezien. In een boerendorpje in midden-Frankrijk speelden we muziek die niet per se goed in het gehoor lag. Ze vonden het vooral interessant en leuk. Maar ja, als we dan toch wat uit Carmen deden, dan kwamen ze wel wat meer los.

EH Waar zag je dat aan?

LR Ze gingen meebewegen, je zag die ogen glunderen - hee dat ken ik! - en sommige mensen klaptten zelfs wat mee. We speelden sommige concerten ook in de open lucht. Mensen vinden het leuk om iets herkenbaars te hebben als ze nog niet zo vertrouwd zijn met klassieke muziek. Of dat je heel

erg uitlegt hoe het stuk in elkaar zit, of hoe het bedoeld is: dat je het een bepaalde context meegeeft zodat ze weten waar ze op kunnen letten. Of dat het een soort theatrale setting heeft, waarin een verhaal van belang is dat ze kunnen volgen - iets van houvast geven voor nieuw publiek is zeker handig. Anders denk ik dat ze snel de aandacht verliezen.

EH Ook hier zie ik weer een mooie brug: mijn veldonderzoek is er vooral op gericht om op zoek te gaan naar de *do's* en *dont's* volgens experts uit de praktijk - juist diegenen die al pogingen hebben gewaagd om het anders te doen. Daar ben jij er één van. Dit zijn al een aantal *do's* - geef houvast, bijvoorbeeld - zijn er nog meer, die je aan dit lijstje zou willen toevoegen?

LR Ja, wat ik ook wel bij Club Classique heb geprobeerd is dat je mensen echt welkom heet - dat ze zich op hun gemak voelen. Ze kunnen zitten of staan, ze kunnen naar de bar. Dat zeiden we dan wel eens tijdens het programma: je hoeft niet te wachten - je mag gewoon naar de bar lopen! Er was een mix van kenners en ook wel nieuw publiek, dat moet je dan af en toe even zeggen.

EH Juist tegen de kenners misschien!

LR Ja, precies! En doe ook niet te ingewikkeld: "het is moeilijk, je moet veel moeite doen, je moet jaren studeren om er iets van te begrijpen". Nee, je vindt het mooi of niet, je vindt er iets van of je wordt geraakt - kom er gewoon bij en onderga het. Het is een beetje het weghalen van dat imago: "daar moet je echt verstand van hebben". Ik vind dat dat niet waar is. Iedereen kan genieten van iets, soms kijk ik ook naar iets waar ik geen verstand van heb. Dat doet toch ieder mens? Waarom zou je met klassieke muziek zo ingewikkeld doen?

EH Hoe maak je dat vooraf duidelijk? Bij Club Classique zal iemand die er is op zo'n avond wel merken dat het laagdrempelig is en merken "ik kan het hier gewoon 'ondergaan'", zoals je net zei, maar hoe zorg je er voor dat mensen zich al gerust gesteld voelen nog voordat ze overwegen te komen? Dat is natuurlijk de uitdaging.

LR We hebben dat geprobeerd door heel open te zijn. In al onze publiciteitsuitingen hebben we geprobeerd de drempel laag te houden - het is bijvoorbeeld gratis toegankelijk. Je kunt in en uit lopen, en dus om acht uur komen, maar ook om negen uur. Ik heb mensen wel heel veel persoonlijk moeten aanspreken om ze te trekken. Dan waren ze wel benieuwd wat ik daar eigenlijk uitspook. "Ik neem die-en-die mee, want die houdt van muziek, of die, want die houdt van poëzie..." De combinatie met

andere kunstvormen en presentaties wilden we ook expliciet doen, om het ook wat breder toegankelijk te maken, en zo een breder draagvlak te creëren. De presentaties waren dan vooral van ondernemers uit de buurt, om ook echt de buurt erbij te betrekken. [voorbeeld notenproeverij]. Zo proberen we altijd per thema wat verschillende dingen te programmeren, en dat ook op die manier te communiceren.

EH Die thema's, waar kwamen die vandaan?

LR Die bedacht ik meestal zelf, samen met Tjeerd Bruinja, een dichter. Hem had ik gevraagd om mee te doen, zodat hij de poëzie- en literatuurkant kon doen. Ik deed dan de muziek- en theaterkant. We gingen dan van te voren bij elkaar zitten, meestal na afloop van de vorige editie. Dan zaten we nog even wat te drinken: wat gaan we volgende maand doen? Zo kwamen we wel op een thema. Meestal had het iets met seizoenen te maken, of de dag waarom het plaatsvond. Of juist dat we toe waren aan een andere invalshoek dan de keren daarvoor - het had allemaal wel verband met elkaar. Dat vonden we ook wel heel leuk: je kunt dan heel gericht nadenken, ook over wie je wil vragen.

EH Een thema was dus vooral een richtlijn voor de programmering?

LR Ja, we hadden ook een keer een thema "versieren". Die was een groot succes. [voorbeeld thematische invulling].

EH En dit was altijd in een café-achtige setting, toch?

LR Ja, in een nachtclub. Daar hadden ze nog nooit klassieke muziek gehad, dus dat was wel heel leuk.

EH En werkt dat dan akoestisch, kwam het tot zijn recht?

LR Ja, dat viel best wel mee! Dat is inderdaad altijd een volgend punt, dat had ik met de tournees ook. Sommige musici kunnen er helemaal niet tegen als ze in een slechtere zaal spelen dan een echte concertzaal. Ook van de kant van de musici wordt een bepaalde flexibiliteit gevraagd, en niet iedereen kan dat of heeft daar zin in. Niet iedereen kan zich aanpassen. De één zegt "we spelen gewoon zo", maar anderen zeggen "het klinkt niet!". Ik zoek altijd de mensen die gewoon wel in zijn voor iets anders. Na zoveel jaren heb ik echt wel een goede club mensen gevonden, en ik weet ook per project wie ik wel of niet moet vragen.

EH Waar komt die terughoudendheid van de musici vandaan, denk je?

LR Het is vooral dat het niet zo lekker speelt. Het klinkt dan vaak anders, als je in de openlucht speelt bijvoorbeeld. Voor je gevoel kan je dan niet op het niveau presteren waarop je gewend bent te presteren, zoals in een

concertzaal onder de ideale omstandigheden. En aangezien de meeste musici toch wel een hoge mate van perfectionisme nastreven is dat voor sommigen gewoon heel moeilijk, want die hebben altijd in hun hoofd “zo moet het klinken, zo moet mijn instrument, zo moet ik mengen; ik kan je niet horen” - paniek!

EH Denk je dat we daar van af moeten? Dat musici moeten worden opgeleid om meer aan te kunnen?

LR Ik vind dat wel een paradox. Want er zijn een heleboel mooie concertzalen in Nederland, en die zijn er voor gebouwd om muziek heel mooi te laten klinken. Maar dat zijn nu niet per definitie de plekken waar mensen heel graag naartoe gaan om een leuke avond te hebben - jongere mensen tenminste. Ik denk dat dat iets is dat nu heel erg speelt.

EH Dus eigenlijk de vraag: breng je het concert naar het publiek, of haal je het publiek naar de zaal?

LR Ja. Ik denk dat je beide wel kunt doen: er zijn een heleboel leuke locaties waar je echt kunt spelen, waar dat geen enkel probleem is. Theaterzalen zijn vaak droog, maar soms is dat toch ook een leuke setting. Of een foyer van een bepaald gebouw. Dat kan allemaal, maar het zou zonde zijn van die mooie concertzalen. Het is altijd leuk om publiek daar naar toe te trekken.

EH Ben je van mening dat projecten buiten de concertzaal - die vaak wat minder structureel zijn dan een heel seizoenprogramma - dat die er voor kunnen zorgen dat dat publiek wel degelijk een keer naar een concertzaal komt?

LR Ik weet niet of daar zo'n direct verband tussen bestaat. Ik geloof daar eerlijk gezegd niet zo heel erg in. Het is meer dat mensen dan wel naar een bepaald ding willen. Een vriendin van mij bijvoorbeeld, die werkt bij de televisie, is een paar jaar jonger dan ik en niet opgegroeid met klassieke muziek. Ik had haar een keer uitgenodigd voor een voorstelling in het M-Lab. Dat vond ze hartstikke leuk, ze was helemaal enthousiast. Toen was de op de Uitmarkt, en had ze begrepen dat Holland Symfonia daar altijd speelt. Ze was even komen kijken en had ook meer mensen meegenomen. Doordat ze dus iemand kent die dat doet, weet ze er mee van. Toen kreeg ze via haar werk kaartjes voor Maestro in de Philharmonie in Haarlem. Daar ging ze wel naartoe, omdat ze inmiddels wist hoe en wat. Maar ze zou niet zo snel uit zichzelf naar het Concertgebouw gaan. Ze zou ten eerste niet weten wat ze zou moeten kiezen - wat dan leuk is - en ten tweede: met wie ga je dan? Ik merk heel vaak dat mensen die incidenteel komen dat die of voor een bepaalde iemand komen die meedoet, of dat ze komen voor een stuk dat ze

al kennen - dat er toch een soort van link moet zijn. Ze komen niet na één keer iets te hebben bezocht, de Yellow Lounge ofzo, meteen naar het Concertgebouw ofzo.

EH Dat is inderdaad wel een onderscheid dat ik nog wil maken: ik ben op zoek naar het verschil tussen vernieuwende projecten op projectbasis en structureler initiatieven. Alleen die laatste soort is er op gericht op langer te kunnen doorstromen. We weten eigenlijk niet wat er gebeurt met het publiek dat naar een eenmalig project is geweest - voelen die zich geroepen om vaker te komen? Mijn indruk tot dusver is dat er in de praktijk wel gehoopt wordt dat dat wel gebeurt. De realiteit is, vermoed ik, dat dat toch weinig gebeurt.

LR Ja, je moet je niet te veel illusies maken. Maar laatst kreeg ik een hele mooie rondleiding in TivoliVredenburg, van Peter Tra, dat was heel leuk. Daar heb je al die verschillende zalen, en een programmering die zich ook op de grensgebieden tussen jazz en pop bevindt. Ze hebben natuurlijk ook traditionele concerten, maar ik denk dat je dáár wel de kans hebt om - als je bijvoorbeeld artiesten goed bij elkaar zet - af en toe eens iets anders te brengen. Omdat er mensen zijn die er vanzelf al vaker zijn en het een gave plek vinden, "en wat hier is is ook altijd leuk": "laten we het maar eens proberen".

EH Dat je de drempel fysiek al over bent.

LR Ja, precies. Een jaar of drie geleden gaf ik een lezing in het Holland Festival. Dat was een stuk van Bério, supermodern. Ze hadden Mike Patton gevraagd om de stem te doen - daardoor was de helft van de zaal gevuld met jongens met lange haren en rock-T-shirts. Ik vond dat echt heel leuk: ik kwam die lezing binnen en dacht "ohja", ik moest wel even aanpassen hoe ik dat ging doen. Ze kwamen met een biertje binnen, wat je in veel concertzalen ook weer niet mag. Het concert was gewoon in een grote zaal, en er waren echt opvallend veel jonge jongens, een beetje van die IT-figuren - heel leuk! In de pauze zeiden ze ook dat ze het te gek vonden, terwijl het echt hardcore klassieke muziek was, jaren '60, heel ingewikkeld. En ze vonden het hartstikke leuk! Wat dat betreft denk ik wel dat het erg afhankelijk is van het repertoire en wie dat presenteert of het ook jongere mensen aanspreekt.

EH Er is ook wel veel discussie over dergelijke cross-overprojecten. Als entréebestuurslid heb ik me ook tegen het Koninginnenconcert aan bemoeid: het KCO met een grote pop- of jazzartiest. Vorig jaar was dat José James, een grote jazzzanger. Op zichzelf is dat een prachtig concert, maar ik

zei “als het onze doelstelling is om daarna die jonge zaal ook naar het Concertgebouworkest te krijgen, dan lukt dat hiermee niet”. Het publiek komt voornamelijk voor die zanger, en het is prachtig dat daar een orkest achter zit, dat zullen ze zeker waarderen, maar ze gaan daarna nog eens naar José James, en niet nog eens naar het (of een) orkest. En dat is wel het knelpunt in de vele cross-overprojecten die al zijn ondernomen: ze worden ook wat minder populair.

LR Ja, als je er echt herhalingsbezoek uit wil halen moet je elke keer een grote artiest uitnodigen, en dat is niet haalbaar. Afgelopen zomer was ik bij het Nederlands Symfonieorkest. Zij hadden een programma met filmmuziek - op zich niet een heel briljant programma, maar de setting was heel leuk. Het was in de open lucht, en er was een presentator bij die zo nu en dan een verhaaltje of vraaggesprekje deed. Het was allemaal niet héél goed, maar het format was heel leuk. Volgens mij had iedereen het wel naar de zin. En het orkest werd wel de hele tijd genoemd en gepromoot. Er werd echt aandacht aan gegeven; mensen waren stil en vonden het leuk. Ze hebben gewoon het goede repertoire en format gekozen voor de setting. Als ze nog een keer zo'n programma doen, met filmmuziek of iets wat voor een wat breder publiek is, dat er dan wel mensen gaan komen “want het was zo leuk toen.”

EH En wat is jouw mening over de grootschalige filmmuziek, zoals bijvoorbeeld de Doelen Rotterdam nu regelmatig programmeert, met bijvoorbeeld The Lord of The Rings in Concert?

LR Prima, toch? Ja, ‘tuurlijk! Een orkest krijgt natuurlijk flink wat subsidie, maar als ze meer eigen inkomsten kunnen generen, en winstgevende projecten kunnen maken, dan kunnen ze daarmee weer - dat is mijn filosofie tenminste, zo heb ik het ook altijd gedaan - andere projecten doen, die je heel graag wil doen voor het artistieke belang. Daar kan je dan wat geld in investeren. Zo doe ik ook wel eens koorbegeleiding met mijn eigen groep, niet omdat we dat het allerliefst willen doen, maar het levert wel wat geld op, dat ik weer in een ander project kan stoppen.

EH Er zijn wel orkesten die zeggen dat ze dat kwaliteitsverlaging vinden: dat is niet iets waar wij ons mee profileren, dat is te commercieel.

LR Succes! Dat zou ik dan zeggen. Als zij dat niet nodig hebben, of denken dat niet nodig te hebben... Bijvoorbeeld het Orkest van de 18^e eeuw vind ik ook geweldig. Die zijn natuurlijk heel erg gefocust op die oude muziek, en dan ook nog specifiek de Bach, Mozart, Beethoven, Schubert, die *range*. Op een gegeven moment - dat duurde even - speelden ze ook Chopin. Maar daar

hebben ze toen voor gekozen om dat toch te doen. Ze doen geweldige projecten en blijven zó bij hun leest, en dat trekt toch ook altijd wel een publiek, want ze zijn zo ontzettend goed in wat ze doen. Dan denk ik: dat kan ook. Het is een keuze die je maakt.

EH Denk je dat die houdbaar is?

LR Zij hebben natuurlijk altijd gezegd als Frans Brüggen er mee ophoudt, dan wij ook. Maar nu hebben ze laatst nog een project gedaan met een andere dirigent, die ook piano speelde. Misschien gaan ze dan toch wel door, op een andere manier? Het heeft gewerkt. Ze hebben het volgens mij ook wel moeilijk gehad, maar ik denk dat elk ensemble of elke groep dat dan wel heeft. Je kunt er op een gegeven moment ook voor kiezen om te stoppen, zoals Maarten Altena Ensemble heeft gedaan: het is nu klaar, tijd voor iets anders. Ik denk dat dat ook voor heel veel musici heel erg moeilijk is, om te zeggen dat ze hun goede tijd hebben gehad en iets anders te verzinnen en op iets anders te richten qua repertoire of ensemble. Maar dat geldt natuurlijk ook voor heel veel andere sectoren. Mensen vinden het altijd moeilijk om iets dat ze erg lief hebben los te laten. Ik ben meer van het type dat zich afvraagt wat er nog meer mogelijk is, en waar de uitdaging ligt. Maar dat heeft niet iedereen. Symfonieorkesten zijn bijvoorbeeld toch redelijk hiërarchisch en traditioneel georganiseerd. Daar krijg je veranderingen er niet zo snel doorheen, dat is heel erg lastig. Zowel voor de directie als voor de musici - het moet wel een heel goed idee zijn wil iedereen er achter staan.

EH Dat vind ik wel een interessante kwestie: de grootste overeenkomst tussen beleidswetenschap of sociologie, en het veld, is dat de muziek altijd in zijn waarde moet blijven - ongeacht de context moet er wel op topniveau gespeeld worden. Daarin mag geen compromis met het publiek gesloten worden. Maar dat maakt het voor de symfonieorkesten lastig: je kunt alleen de randvoorwaarden aanpassen. Het tornen aan de muziek wordt door velen dus als een *don't* omschreven. Ben je het daar mee eens?

LR Grotendeels wel. Als musicus wil je natuurlijk altijd zo goed mogelijk presteren. En het zo goed mogelijk overbrengen, op een manier die past bij het publiek wat je voor je hebt. En dat betekent, denk ik, dat je als je voor bijvoorbeeld kinderen speelt, kleuters, dat je niet een stuk van een kwartier achter elkaar gaat spelen. Dan zijn ze echt afgeleid. Dan speel je toch kleine stukjes, of fragmenten. Het is natuurlijk niet altijd zo dat je niet aan de stukken mag zitten - vind ik. Maar wel dat je dat zo goed mogelijk moet overbrengen, op een manier die past bij het publiek. Dat is denk ik wel heel

erg belangrijk, dat je die interactie echt hebt. Dan kan je voor jezelf op een zo hoog mogelijk niveau spelen. Ik vind bijvoorbeeld sommige opera's heel erg lang. Ik begrijp gewoon niet dat er in Nederland zo'n taboe is op inkorten of het veranderen van tekst; dan wordt het meteen 'experimenteel muziektheater' en wil er niemand meer naar toe. Ik ga niet meer naar sommige opera's toe omdat ik het gewoon te lang vind: ik ga niet vijf uur achter elkaar naar dezelfde herhaling zitten luisteren. Dan is het zonde dat er soms niet wat meer geknipt wordt, of er een iets moderne setting wordt gemaakt. Het gebeurt natuurlijk wel, maar vooral dat knippen is volgens mij nog wel een taboe in Nederland. Dat vind ik eigenlijk vreemd, want bij toneelstukken gebeurt dat natuurlijk aan de lopende band: iemand die de teksten herschrijft, een regisseur die het helemaal hervormt. Dan wordt daar juist heel positief over gesproken - wat interessant! Waarom bij opera dan niet?

EH En geldt dat alleen bij opera, of mag dat ook bij een concert?

LR Als er nog steeds behoefte is aan het hele werk, dan moet je dat vooral spelen. Maar ik zou zeggen: ga ook gewoon experimenteren met gedeeltes - waarom niet? Als dat voor dat publiek beter is.

EH Waar ligt dan de grens? Er is een mooie discussie die ik gevonden heb tussen marketingwetenschappers: Bonita Kolb zegt bijvoorbeeld "ga eens knippen". Maak het comfortabel voor het publiek, geef ze de juiste setting om er van te genieten. Alleen zó vang je ze, en kan je ze misschien voorbereiden op een traditioneler aanpak. Daar staat dan weer een publicatie tegenover, die stelt dat je het publiek niet te zeer moet pampieren - moet ze er wel aan wennen dat het ze zo makkelijk gemaakt wordt? Want dat is het helemaal niet altijd. Sommig repertoire is in zichzelf al te hoogdrempelig.

LR Ik denk dan: door het niet te doen, kom je ook niet te weten hoe het zou gaan. Waarom zou je het niet gewoon proberen? Er is zo ontzettend veel repertoire. Sommige stukken zijn heel erg populair, bijvoorbeeld de nieuwe wereld van Dvorák. Elke nieuwe concertbezoeker kan dat volgens mij prima in z'n geheel beluisteren - dan moet je er niet nog een heel vioolconcert voorprogrammeren, maar met iets leuks vooraf en achteraf zit je oké. Met heel veel stukken kan dat wel. Van sommige stukken kan je ook weer niet zomaar maar één deel spelen: er is een bepaalde spanningsboog, en die houdt dan ineens op, bijvoorbeeld. Sommige stukken begrijp je dan niet zo goed, of klinken dan niet af. Maar er zijn ook heel veel stukken wel geschikt. [voorbeeld huiverige musici tournee Frankrijk].

- EH Waarom werf je liever jong en breed, nieuw publiek, dan het publiek dat al bestaat voor klassieke muziek?
- LR Dat heeft denk ik twee redenen. Het heeft ook te maken met de muziekinfrastructuur, want er zijn al heel veel symfonieorkesten, veel goede ensembles die kamermuziek maken, en die op een heel erg hoog niveau musiceren, in concertzalen. Dan denk ik dat ik met mijn groep of platform daar niet zo veel aan toe te voegen heb. Ik vind het juist leuk om te kijken wat er nog niet is, en wat we nog eens kunnen proberen, om te ontwikkelen. Ook om die musici die ook in die diverse orkesten en ensembles al spelen ook nog iets anders te bieden dan dat spelen in bijvoorbeeld die concertzalen. En ook voor mezelf: ik speel ook in die meer traditionele concertpraktijk, en ik vind het leuk om dingen te ontwikkelen die anders zijn dan wat er al is.
- EH En dat spreekt dan als vanzelf een ander publiek aan.
- LR Ja! En soms overlapt het publiek elkaar ook, er zijn ook mensen die naar het concertgebouw gaan, maar die het ook leuk vinden om even iets nieuw te proberen, Het is ook niet zo dat het het één is of het ander. Dan zien ze vanzelf meer. Dat is wel een reden om door te gaan met zulke projecten en met bijvoorbeeld de Puccini-voorstelling die ik met Musonia heb gemaakt. [voorbeeld Puccini, arrangementen / later uitwerken].
- EH ... dus het is ook maar net of het podium geboden wordt, om dergelijk projecten te doen?
- LR Ja. Op festivals is dat vaak nog wel te doen. Maar je zit natuurlijk ook met professionals, en een voorstelling met regie en licht. Daar loop je tegenaan als je gaat experimenteren met nieuwe formats. Je moet wel de bereidheid van de musici vinden om er aan mee te werken: er is vaak weinig geld mee te verdienen. Tegenwoordig is het - het klinkt wat cru - makkelijker om musici te vinden, omdat er minder werk is. Dat was een paar jaar geleden wel anders, toen bedankten ze er vaker voor. Musici zijn nu meer bereid om andere projecten te doen.
- EH Eigenlijk is dat een positieve ontwikkeling, toch? Ondanks dat ze er zelf misschien nog even aan moeten wennen.
- LR Ja, niet iedereen zal dat ook zelf organiseren. Dat hoeft ook niet. Er zijn genoeg mensen die het leuk vinden om dat soort dingen te doen. Maar ik vind het soms ook wel lastig. Bij Club Classique betaalden we de musici bijvoorbeeld ook niet, daarvoor was geen project. Dat was meer op basis van

de goodwill van de meewerkende artiesten dat die avond tot stand kwam. Maar voor de Puccinivoorstelling wilde ik iedereen wel betalen, en heb ik me helemaal te pletter moeten werken om het geld binnen te krijgen. Dat was een hele klus. Dat is natuurlijk prima als het lukt, maar ik kan niet tien van zulke projecten doen in een jaar.

EH Als het kon, zou je het doen?

LR Ja, ik zou dat wel vaker willen doen. Zoveel ideeën! [Vervolgje Puccini]. Maar je ziet het ook elders, bijvoorbeeld de mensen van het Ludwigorkest, die geloof ik vrijwillig zijn begonnen. Dat geldt voor veel ensembles, pas als het echt gaat lopen komen de inkomsten. Maar dat geldt voor elke ondernemer, eigenlijk. Toch is het jammer dat het zo moet gaan.

EH Is dat een van de redenen dat Club Classique niet meer loopt?

LR De club, de locatie, is overgenomen door iemand anders. Het was daardoor niet meer mogelijk om verder te gaan, dat was wel heel jammer.

EH Anders had je dat gedaan?

LR Ja, dat denk ik wel. We zijn ook wel aan het kijken naar een nieuwe plek, of misschien ook een nieuw format. Ik denk dat laatste.

EH Ja?

LR Ja, ik dacht eerst dat het wel ergens terecht zou komen. Maar nu denk ik dat het zijn voorbeeldfunctie ook wel gehad heeft. Er zijn heel veel mensen mee in aanraking gekomen, natuurlijk ook musici en andere artiesten. Wie weet komt er nog wel iets anders uit voort.

EH Maar het is dus niet zo dat jullie gestopt zijn omdat jullie doelstellingen niet werden behaald.

LR Nee, helemaal niet! Op die plek was het ideaal, daar hadden we goede afspraken en mocht alles. Er zijn niet zo heel veel plekken waar alles kan en alles mag, of waar je je vrij en welkom voelt.

EH Hoeveel publiek heb je met Club Classique kunnen bereiken?

LR Uiteindelijk hebben we 11 edities gehad. Het verschilde een beetje, maar het lag zo rond de vijftig bezoekers per avond.

EH En wat voor soort publiek was dat? Van het soort dat je wilde verwelkomen?

LR Ja, sowieso was natuurlijk iedereen welkom. Een mix van mensen uit de buurt, vrienden van de artiesten, en ook wel eens mensen die zomaar langskwamen, die het via het UITburo bijvoorbeeld hadden gezien. Die wilden dan vaak nog eens komen. Maar doordat we steeds andere thema's en andere artiesten hadden, was het natuurlijk wat lastiger om echt een vast

publiek op te bouwen. Maar daardoor is er eigenlijk wel een grotere groep bereikt, liever dan vijftig dezelfde!

EH Misschien ken je wel het kleine boekje van Johan Idema? (Ja.) Op het eerste gezicht ziet dat er erg inspirerend uit, maar je realiseert je ook dat dat allemaal eenmalige projecten zijn die allemaal erg rooskleurig werden omschreven: veel publiek, iedereen lyrisch!

LR Ja, maar heb je dat dan ook zelf geprobeerd, denk ik dan!

EH Precies: wat komt hier nou van? Dat is precies waar ik naar op zoek ben. Daarom was ik benieuwd waarom Club Classique niet meer loopt. Het gekke is eigenlijk dat ik nog nergens een project heb gevonden dat volgens de bedenkers niet succesvol was. Sommige dingen worden ook niet voortgezet omdat de makers toe zijn aan iets anders.

LR Denk je dat dat een soort kapitaalvernietiging is?

EH Dat weet ik niet, ik vond het vooral interessant om te zien hoe veel er op projectbasis wordt gewerkt. Ik ben een beetje bang, misschien is dat onterecht hoor, dat dergelijke eenmalige projecten worden bedacht om mensen te enthousiasmeren voor klassieke muziek. Dat lukt misschien wel, maar vervolgens win je ze niet als structurele liefhebber, daar is veel meer voor nodig. Jij hebt het natuurlijk kleinschalig en breed gedaan, maar het is natuurlijk ook interessant om te zien hoe een groter podium een eenmalig project te kunnen vertalen naar (het liefst nog) abonenthouders.

LR Ik zou inderdaad heel graag zo'n serie juist in bijvoorbeeld Vredenburg of mooie locaties in Amsterdam organiseren, waar je iets meer verbinding hebt. Dat je daar in de foyers dat doet, op een bepaalde avond. Bijvoorbeeld eens in de maand. Daar heb ik ook wel naar gekeken hoor. Club Classique is sowieso goed geweest als initiatief en experiment, of gegeven. Het Amsterdams Fonds voor de Kunst was ook heel enthousiast en wilde ook graag dat het elders in Amsterdam opgepakt zou worden - het heeft wel potentie. Het is hard werken: je moet het wel verkopen.

EH Ja, maar het is leuk om van je te horen dat het ook "oké" is als je iemand één keer bereikt, zolang dat een positieve ervaring was. Dat is misschien het verschil tussen diegenen die graag op projectbasis werken, met een kunstzinniger doel, en minder op lange termijn marketing. Dat is ook wel charmant.

LR Ja, dat is waar. Ik heb ook altijd wel doelstellingen voor projecten. Voor Puccini bijvoorbeeld: een paar voorstellingen, zoveel keer, en een CD

opnemen. Met Club Classique ook. En als het goed loopt gaan we verder, evalueren en kijken waar je dan komt.

EH Dus wel altijd de ambitie om de juiste schaal te behalen.

LR Ja, want waar doe je het anders voor. Het niet een trial and error gebeuren.

[Kort gesprekje over Musonia: producties in eigen beheer en maatwerk op vraag].

EH Hoe is bij Musonia de verhouding tussen eigen producties, en maatwerk op vraag?

EH Zijn er ook dingen die je juist *niet* zou doen, als iemand met een nogal vernieuwend idee komt?

LR Het valt me nog tegen hoe veel mensen met wilde ideeën komen. We krijgen eerder te vaak suffe aanvragen, die ik niet vernieuwend genoeg vind. Vaak is er niet zo heel goed nagedacht over de setting of het doel. Dan is het leuk om samen verder te denken, dan kom je ook wel ergens uiteindelijk. Het is vooral niet zo'n goed idee om alleen maar buitenconcerten te doen, terwijl je geen alternatief hebt.

[serveerster onderbreekt]

EH Stel, je bent wel van plan om via een eenmalig project 'duurzaam' publiek te werven. Wat zijn dan wat jou betreft dingen die wel verstandig zijn?

LR Als je bijvoorbeeld van een serie uitgaat?

EH Ja, bijvoorbeeld.

LR Je moet een format dat goed bevalt aanhouden, en herkenbaar maken. En ervoor zorgen dat je altijd iets brengt dat mensen aantrekt. Dat kan de artiest zijn, of de locatie, of de combinatie van elementen als eten en muziek. En maak ze nieuwsgierig naar meer: dat ze zelf thuis gaan zoeken, kijken, luisteren, of dat ze de volgende keer terug willen komen omdat ze nieuwsgierig zijn gemaakt.

EH Hoe zou je dat kunnen doen?

LR Door bijvoorbeeld verbanden te leggen tussen stukken of elementen daarvan, iets te vertellen tijdens het concert. Je kunt het ook in je publiciteit meenemen - "daar moet ik bij zijn!". En het zó te maken dat je het moet meemaken. Dat is natuurlijk iets van live muziek: het vervliegt zo, dat je het concert moet brengen als een unieke beleving - je enige kans.

EH Een traditioneel programmaboekje met toelichting, heeft dat nog meerwaarde?

- LR Nou ja, ik heb bij het Concertgebouw toen heel veel geschreven, en daar gemerkt dat mensen gewoon niet zo heel goed lezen.
- EH Dus zelfs als de toelichting aantrekkelijk is, bereik je lang niet wat je ermee zou willen.
- LR Ja, het verschilt erg wie een programmatoelichting op prijs stelt. Ik vind het soms wel prettig om wat te lezen, als het een saai stukje in het concert is... In Nederland vinden mensen het ook vaak heel erg storend als iemand tijdens een concert met zijn telefoon bezig is. Vorig jaar tijdens het Violconcourts zat ik in de zaal door te werken en allemaal dingen te doen, en kreeg ik een opmerking van een vrouw naast me dat dat echt niet kon. Ik dacht: waarom niet? Als mensen naar de film gaat, daar kan het wel. Soms is de spanningsboog van een stuk een uur...
- EH Dat lijkt me een mooi voorbeeld van die lange lange ontwikkeling van de concertpraktijk, dat zo'n recente ontwikkeling daar ineens helemaal niet in past. Dan moet je op zoek naar hoe dat past.
- LR Ja, misschien moet ik wel smartphoneconcerten gaan organiseren!
- EH Ja! Precies zo kan je proberen de concertpraktijk te hertalen naar de actualiteit. Het is ook iets van de - als vanzelf - laatste 200 jaar dat een Bach en een Beethoven zo enorm geëerd worden, en tot structureel repertoire zijn geworden. Waardoor het haast lijkt of er weinig nieuws geschreven wordt. Het aantal nieuwe composities dat gespeeld wordt is laag, die komen in de verdrukking door het traditionele repertoire dat jaarlijks en in series wordt gespeeld. Wat denk je, moeten daar van af?
- LR Tsja, volgens mij kan je dat niet afdwingen. Kijk bijvoorbeeld naar de topzoveel van Radio 4 aan het eind van het jaar. Een paar stukken blijven altijd op één staan, net zoals met de Top2000. Héél af en toe komen daar weer eens nieuwe liedjes in. Volgens mij is dat bij klassieke muziek niet anders. Als er toevallig eens een fil mis geweest met bepaalde muziek, dan wordt dat misschien gespeeld. Als dat stuk even in de schijnwerpers staat. Deels kan je het sturen, maar deels ook niet. Mensen vinden gewoon mooi wat ze mooi vinden - dat is niet voor niets, het zijn niet voor niets standaard klassiekers. De maatschappij is heel individueel geworden, maar publiek in een concertzaal mag zich eigenlijk nog niet individueel gedragen. Tenminste, niet echt. In Azië is dat bijvoorbeeld heel anders. In een concertzaal zit daar 70% met zijn telefoon te friemelen. Omdat ze daar veel minder conventies hebben - een klassiek concert is relatief nieuw. Wel hebben ze er bordjes en

medewerkers die mensen tot stilte manen. Dat moet er echt in gesleten worden: aan het begin is het één en al geklik en geflitst.

EH Moet dat er inderdaad ingesleten worden, omdat dat 'hoort'?

LR Ja, blijkbaar!

EH Ze zijn een inhaalslag aan het maken op de westerse traditie, in plaats van een eigen concertpraktijk te ontwikkelen.

LR Ja. Het is ook niet per se wenselijk om het anders te doen, maar ik zeg: foto's maken zonder flits - ga je gang.

EH In de popcultuur is dat wel anders! Je ziet daar juist vaak dat het publiek het concert via een eigen schermpje staat te bekijken. Dat is wel een frappant verschil.

EH vertelt wie ze nog meer spreekt. LR doet nog een aantal suggesties voor aanvullende cases / contactpersonen.

Als afsluitende opmerking deelt LR:

We moeten niet vasthouden aan de traditie, maar muziek en publiek meer openingen bieden om te integreren; een mooie combinatie maken van vernieuwende projecten en traditionele concerten. De kracht van de muziek moet centraal staan, daarna pas hoe het evenement moet verlopen. Publiek en locatie zijn dan juist de belangrijkste bepalers van de juiste setting - zo komt de muziek voor publiek, musicus en op zichzelf tot zijn recht.

INTERVIEW 2

YVONNE VAN DEN BERG

De Oosterpoort – programmeur klassiek

Eva Huisman – 3462544 | Masterthesis | Kunstbeleid en -management – UU | 3 juni 2014

Yvonne van den Berg; YB

Eva Huisman; EH

EH [Legt uit: master, stage, achtergrond, wie nog meer gesproken, etc.]

YB Wat is je precieze onderzoeksopdracht?

EH Vooralsnog luidt m'n ondertitel ongeveer: "over de herconceptualisering van de klassieke concertpraktijk volgens zowel het wetenschappelijke als het praktijkveld". Dat betekent eigenlijk dat is opgebouwd in 1) 'waar hebben we het eigenlijk over? Wat is klassieke muziek, wat is de klassieke concertpraktijk, en waarom is die zoals die is?' en 2) waarom moet die eigenlijk anders? Daarvoor heb ik literatuuronderzoek gedaan, naar wat wetenschappers maar ook marketingstrategen daarover gezegd hebben, maar interessanter nog - en daarom spreek ik nu ook met jou - vind ik wat het veld daarover te zeggen heeft, want dat zijn de ervaringsdeskundigen. Op die manier hoop ik een dwarsdoorsnede te maken van alles wat er al eens over gezegd is, of wat er al geprobeerd is, zodat niet iedereen tegelijkertijd hetzelfde wiel aan het uitvinden is.

YB Nou, leuk!

EH Ja! Ik heb wel het idee dat dat uitvinden van het wiel een beetje gaande is. Dat is ook logisch, want iedereen wil graag zijn eigen ideeën uitproberen, maar ja, vaak los van elkaar.

YB Met wie heb je nog meer gesproken of ga je nog praten?

EH [noemt lijstje]. ... ook Marjolein van Ruiten, over Radio Kootwijk.

YB Oh, dat bestaat nog?

EH Ja, maar als ik het goed begrijp voor nu 'slapend'. Dat is juist ook wat ik interessant vind: er zijn natuurlijk een aantal initiatieven die begonnen zijn, maar ook weer afgelopen zijn. Dat is natuurlijk juist voor mij interessant: waarom gebeurt het niet meer? Is het niet gelukt, niet geslaagd, of gewoon niet voortgezet? Dat is niet altijd hetzelfde. Gisteren sprak ik met Lonneke

Regter bijvoorbeeld over Club Classique, dat zij een hele tijd georganiseerd heeft, maar wat nu niet meer loopt.

YB Waarom loopt het niet meer?

EH Omdat de club waarin het altijd plaatsvond een nieuwe eigenaar heeft. Zo simpel is het. Ze hadden het anders zeker voortgezet, maar het was praktisch niet meer haalbaar. Dus dat is eigenlijk 'in hiatus' nu, maar niet onsuccesvol eigenlijk.

YB Gaan ze een nieuwe club zoeken?

EH Ja, ze twijfelen nu tussen een nieuwe locatie of een nieuw concept dat op meerdere plekken geschikt is. Als je merkt dat je zo afhankelijk bent van je locatie is dat ook niet wenselijk.

Gisteren heb ik het dus veel gehad over initiatieven op projectbasis, die dus eenmalig of kleinschalig zijn. Maar ik vind het ook interessant om, zoals hier, de grotere concertpodia mee te nemen. Die zijn natuurlijk met net weer andere doelstellingen bezig als het gaat om het werven van nieuw publiek. Fijn dat ik je spreken mag - dus! Ik spring maar meteen in het diepe: ik ben namelijk benieuwd of we het met elkaar eens zijn over wat klassieke muziek nu eigenlijk is. Dat is mijn onderwerp, dus het is belangrijk van elkaar te weten wat we er mee bedoelen. Ik ben dus benieuwd naar jouw definitie.

YB Haha - ik mag eerst? Ja, klassieke muziek is een verzamelnaam, in feite, van eeuwen muziek bij elkaar. Het begint eigenlijk bij de gregoriaanse muziek tot aan de hedendaagse 'moeilijke' muziek - dat verstaat men onder klassieke muziek. Het is altijd een verzamelnaam waar zóveel in zit. De echte klassieken zijn Mozart en Haydn, de romantici vallen dan toch ook weer onder klassieke muziek. Eigenlijk vind ik het een nare term, of een lastige term, omdat je meteen een bepaalde associatie - zeker bij jongeren tegenwoordig - oproept. En dat vind ik wel eens jammer. Ik heb wel eens gedacht: we moeten het gewoon muziek gaan noemen. Maar dat werkt ook weer niet, je moet het ergens onderbrengen. Klassiek is voor mij vanaf gregoriaans tot aan hedendaags - en dan niet het lichte genre.

EH En je had het net over 'moeilijke' hedendaagse muziek - wat maakt het moeilijk?

YB Ja... De schrijfwijze natuurlijk. Je hebt in de vorige eeuw de hele twaalftoonssysteem van Schönberg waar mensen mee aan de gang zijn gegaan. Het is steeds meer van de mensen af komen te staan. Je vraagt heel veel van muziekluisteraars: die moeten veel kennis en veel luisterervaring hebben om bepaalde muziek mooi te vinden of er iets mee te kunnen. Ik ben

sinds 2000 programmeur. Toen ik begon hadden we nog het Asko|Schönberg ensemble. Op een bepaald moment nam het publiek zo zeer af dat er meer musici op het podium stonden dan in de zaal zaten. Ik ben er mee gestopt. Het Grand Theater hier in de stad programmeert nu die moeilijk toegankelijke muziek. Dat is in feite de afspraak: ik krijg er geen kaart meer voor verkocht eigenlijk. Nouja, Philip Glass valt er ook onder, en die verkoopt dan wel.

EH En die staat dan daar?

YB Nee, die staat dan weer hier! Gelukkig. Het is gewoon de vorm van hoe men componeert. Het harmonische zit niet meer in de constructies. Dat maakt het moeilijk, daarom is het gaan vervreemden van mensen.

Ben je het daarmee eens?

EH Eh, eigenlijk wel! Ik ben ook benieuwd naar wat je zei - en dat is denk ik tot op zekere hoogte terecht hoor - over dat je bepaalde kennis nodig hebt om klassiek mooi te kunnen vinden of tenminste te waarderen. Maar wat ik me wel eens afvraag: is dat echt zo? Stel: ik dénk dat ik onvoldoende kennis heb, maakt dát dan dat ik het niet waardeer? Terwijl het misschien prima was geweest als ik dat niet zo zou ervaren.

YB Nou, ik denk wel dat je een bepaalde luisterervaring moet hebben. Die ervaring is dan ook kennis, op een zekere manier. Dat is met wereldmuziek net zo. [Voorbeeld India - waar ben je aan gewend? Wat is toegankelijk?] Andersom ook: als ik Chinese traditionele muziek hoor, sta ik toch even met mijn oren te klapperen. Dat geldt denk ik zeker voor de muziek van Schönberg. Als je daar in één keer ingegooid wordt, denk je: wat overkomt me nu? Als je het vaker beluistert ga je wel weer structuren herkennen, of zelfs een melodie, of harmonieën. Het kost meer moeite om er iets bij te ervaren dat je prettig vindt, denk ik - laat ik het zo zeggen.

EH Meer moeite dan...?

YB Sowieso meer moeite dan het gros van de lichte muziek, die zeer toegankelijk is door de harmonische structuren die heel simpel zijn. Het korte, het herhalen van schema's, maar ook veel moeilijker dan Mozart die gewoon heel harmonisch werkte.

EH Als ik het durf samen te vatten - je ziet klassiek meer als een stijlwoord dan een periode?

YB Ja. Binnen de klassieke muziek is de klassieke periode een periode - en die heet dan ook klassiek. Het is daardoor ook verwarrend. Vind jij dat ook?

EH Ja. Ik denk dat er - als we het hebben over de zoektocht naar nieuw publiek - dat er bepaalde muziek is die niet een goede eerste ervaring met klassiek muziek kan of zal zijn. Tenzij je daar goed op voorbereid wordt, maar die voorbereiding alleen al kan hoogdrempelig voelen - waarom moet ik bijgeschoold worden om dat te kunnen waarderen? Ja, er is een enorm spectrum waar je mee kunt werken. Dat is ook wat het ingewikkeld maakt. Fijn dat we het daar over eens zijn!

Ik ben ook benieuwd hoe je hier terecht bent gekomen, en hoe je je met klassieke muziek bezig houdt.

YB Ik heb zelf conservatorium gedaan: dwarsfluit en piano als hoofdvak. Ik speel al van jongs af aan. Klassieke muziek was bij ons thuis ook overal - mijn moeder draaide heel veel platen. Muziek was voor mij echt eten en drinken. Toen ik een vervolgopleiding moest gaan doen... als het conservatorium niet was gelukt had ik het echt niet geweten! Dat was voor mij zo logisch. Daarna ben ik een aantal jaren ook actief geweest als docent: ik heb 14 jaar les gegeven aan conservatoria en muziekscholen. Toen kwamen daar bezuinigingen. Ik was de jongste, dus mijn banen verdwenen. Ik ben niet iemand om op een muziekschool les te geven. Ik ben om me heen gaan kijken, en heb een vervolgopleiding Kunst en Kunstbeleid hier in Groningen gedaan aan de universiteit. Toen ben ik hier als vrijwilliger in de Oosterpoort terecht gekomen. Er was daar toen een directiewissel. Ik had toen al allerlei dingen gedaan, en schreef ook open sollicitaties. Iemand kende mijn naam, en zei: die is op zoek, en heeft kennis van klassieke muziek. Toen werd ik gevraagd die nieuwe directeur te ondersteunen tijdens het inwerken: 'we zoeken iemand die hem inhoudelijk op het gebied van klassiek kan helpen'. Dat heb ik toen een aantal jaren als vrijwilliger gedaan. Ik heb toen ook lunchconcerten opgezet. Op een bepaald moment was er weer een directiewisseling. Die directeur wilde gewoon programmeurs in dienst hebben. Toen kreeg ik de functie als programmeur.

EH Zo - ineens!

YB Ja, in het jaar 2000. Ik ben nu met mijn veertiende seizoen bezig. Het is gewoon heel erg leuk. Die studie Kunstbeleid was ook erg leuk om te doen, omdat je dan de managementvakken ook hebt. Ik wist nog niks van begrotingen of marketing. Die kennis krijg je dan wel via je studie. Maar ik vind het nog steeds ontzettend fijn dat ik ook zelf de praktische muziekervaring heb. Dat zit zó in mij. Ik voel me nog steeds wel muzikant, ook al speel ik helemaal niet meer.

- EH Nee, überhaupt niet?
- YB Nee. Maar ik weet gewoon waar ik het over heb, en dat vinden de musici die ik spreek ook merkbaar prettig. En om op dit niveau met klassieke muziek bezig te zijn - ik kan me geen mooiere baan voorstellen dan deze.
- EH Gaaf. Kan je wat vertellen over ontwikkelingen die je in die veertien jaar hebt gezien?
- YB Ja, wat ik net al zei over die hedendaagse muziek: dat wordt steeds moeilijker. Dat wordt alleen maar moeilijker. Terwijl er nu gelukkig - ja, toch wel gelukkig - ook weer componisten zijn die toegankelijker gaan schrijven. En die trekken ook wel weer publiek. Wij hebben wel vanaf het jaar dat ik programmeer gemiddeld ieder seizoen 20.000 kaarten verkocht voor de klassieke concerten. Daarnaast nog het Noord-Nederlands Orkest, die doet zijn eigen programmering ook zo'n 20.000. Daarnaast nog de amateurkoren en studentenorkesten, nog zo'n 10.000. Je hebt dus eigenlijk 50.000 bezoekers voor klassiek, per seizoen. Dat is gek genoeg min of meer stabiel gebleven. Er is wel ander koopgedrag - we merken dat er een kleine groep *diehards* is die echt tien keer gaat, of vijf, bijvoorbeeld. We hadden toch ook wel een grotere groep die drie of twee keer kwam. Maar nu wordt de groep eenmalige bezoekers steeds groter, de laatste jaren. Men komt een keer, vindt het kennelijk wel leuk, maar komt niet terug, om wat voor reden dan ook. We kunnen steeds meer volgen in ons kassasysteem. Als jij een kaartje zou kopen zien we al waar je nog meer heen bent gegaan.
- EH Dat geldt voor de hele Oosterpoort?
- YB Ja, we kunnen precies zien wat iemand doet en wat iemand leuk vindt. In het kassasysteem kunnen we mensen volgen: 'eerst ging deze persoon naar klassieke muziek, nu gaat 'ie naar toneel'! Zo kunnen we die mensen via nieuwsbrieven gericht aanbod sturen. Dat is fijn. Toen ik begon had ik zo'n 80 concerten in de grote en kleine zaal samen, en nog 20 lunchconcerten. Op een bepaald moment werd dat 60. Drie jaar geleden heeft de directeur een beleidsommezwaai gemaakt, want ze wilde in aantal terug. Ik kreeg toen in plaats van 60-65 concerten te programmeren de opdracht er voortaan 35 te doen - maar met hetzelfde budget: koop duurdere groepen in. De opdracht was wel om gemiddeld op hetzelfde bezoekersaantal te blijven. Dus dat was nogal wat! Maar bijvoorbeeld Janine Jansen die hier als debutante is geweest, die kon ik me niet meer veroorloven. Vanaf het moment dat mijn opdracht veranderde kon ik haar weer benaderen, en ook andere wereldsterren: daar hebben we nu een serie van. Je ziet dan wel een hoger

bezoekersaantal. We bleven mooi op die 20.000. Mijn directeur zegt wel eens: het maakt niet uit wat je boekt - je komt toch wel op die 20.000. Dat is een grapje natuurlijk, het maakt wel degelijk uit. Het is aan de ene kant dus heel risicovol.

EH Is het bij die 35 gebleven?

YB Ja, dat is dus grote en kleine zaal samen. Daarnaast zijn er 35 'laboratorium'concerten. Bijvoorbeeld de lunchconcerten die vrij toegankelijk zijn, of experimenten met concerten speciaal voor jongeren. Volgend jaar gaan we klassieke muziek met yoga doen. Daar heb ik de vrije hand om gewoon eens wat uit te proberen. Dat is fijn. De hoofdmoot van die 35 samen, en dan die andere kan ik een beetje mee spelen.

EH Zie je groot verschil tussen wat voor publiek er naar die hoofdmoot komt, en wie naar de overige programmering?

YB Ja, de overdag-concerten hier, de lunchconcerten, daar zitten heel veel ouderen die 's avonds niet meer de deur uit durven, of mensen die werkloos zijn. De concerten zijn gratis, en korter. Er zijn ook veel mensen die in de buurt werken, en hier even hun boterham komen opeten. Dat voor een groot deel toch wel ander publiek dan dat 's avonds naar de 'echte' concerten komt.

EH En in die ontwikkeling van die stabiele 20.000 - of ik moet dus eigenlijk zeggen 50.000... Laat ik het zo zeggen: ik heb inmiddels veel gelezen over publiekscijfers en of die al dan niet stabiel blijven. In onderzoeken wordt geschreven dat voorheen werd verondersteld dat de gemiddelde leeftijd wel stabiel zou blijven, en er van onderaf wel aanwas zou komen. Dat blijkt niet helemaal op te gaan.

YB Nee, dat is niet helemaal waar.

EH Ja, dus ik ben benieuwd: 14 jaar 20.000 man - zijn ze nu allemaal 14 jaar ouder dan toen je begon?

YB Er is een grote groep 14 jaar ouder, inderdaad, die echt meegroeit. We zijn wel altijd heel actief bezig geweest om toch ook jongeren te benaderen, en om te kijken of we jonger publiek kunnen trekken. Als ik kijk naar - we verhuren de zaal ook wel eens aan de muziekvereniging, dat is een vereniging die echt voor ouderen is. Die doen zes concerten in de kleine zaal. Dáár zie je echt dat er geen aanwas van onderaf meer bij komt. Die hebben echt een probleem, die proberen nu samen te werken met ons, opdat ons publiek ook naar hun concerten gaat. Zeker in de kamermuziek is dat moeilijk - ik zie het echt minder worden.

- EH En als we het nu over jongeren hebben, betekent dat 'jonger dan gemiddeld' of echt 'jeugdig'?
- YB Nou, wij zijn natuurlijk een studentenstad. Wij hebben 200.000 inwoners, waarvan 50.000 student is. We hebben dus ook wel speciale programma's voor studenten geprobeerd te maken; wisselend in succes. En ook wel educatieprogramma's voor middelbare scholieren. Als je daar heel hard aan trekt, dan zie je dat het wel gebeurt. Toevallig toen je net binnenkwam ging er een groep weg van het kinderconcert van het Noord-Nederlands Orkest. Zij spelen één week per jaar voor kinderen van de lagere school. We hopen dan maar dat ze terug komen - ooit.
- Wat heel opvallend is, is dat we zien - een aantal jaren heb ik 'Next'-concerten gedaan, hier in de entreehal. Je kunt er op onze site vast nog wel wat over terug vinden. Dat waren concerten van negen tot tien uur 's avonds, een uurtje. De eerste serie was ook met een DJ na afloop, en met jonge musici [aantal voorbeelden]. Wij vroegen hen een programma te spelen dat echt speciaal voor jongeren is. Er stonden hier banken, kussens - echt een lounge setting. Het eerste jaar ging het redelijk, met heel veel inspanning van ons.
- EH En wat is dan redelijk, wat waren de doelstellingen?
- YB Nou, er kunnen hier 150 mensen in. Je wil dan toch minstens 80 mensen hebben. Dat haalden we ook wel. De jaren erna werd het wat moeizamer, terwijl we toen juist intensiever met het conservatorium samenwerkten. Als hier een cellist speelde, dan gingen we overdag met cellostudenten van het conservatorium de stad in, naar plekken van de universiteit of de hogeschool, om daar een soort voorconcertje te geven, en daar aan de studenten te zeggen dat ze het 's avonds nog beter konden beleven in de Oosterpoort. Voor dat project heb ik ook geld gekregen van het Fonds voor de Podiumkunsten en het Bernhardfonds. We merkten dat mensen het leuk vonden, maar dat de stap om hier naartoe te komen groot bleef. Na een tijdje was het extra geld op, en zijn we er mee gestopt. Ook omdat we merkten dat die jongeren die we wilden hebben bij deze experimentele concerten, sinds we de wereldsterren hadden geïntroduceerd ze dáár naartoe gingen!
- EH En dat zag je rechtstreeks in het kassasysteem?
- YB Ja, daar geeft men ook de leeftijd op. Dat was zeer verrassend. Wij dachten: wat moeten we nu doen voor de jongeren..? Totdat het hoofd marketing zei: de mensen die je wilt hebben zitten gewoon al in de zaal!

Ik wilde iets met die conventies doen, en het laagdrempelig maken, juist in de sfeer van jongeren - 'dat vinden ze leuk!'. Maar nee hoor - gewoon de zaal in, en keurig naar een concert van Janine Jansen luisteren. Heel bijzonder.

EH En waren dat er dan ook 80 per avond?

YB Zo'n 15% van de bezoekers, dus als we 800 kaarten verkopen, dan ja, bijna.

EH Die 15% was jonger dan...?

YB Jonger dan 29!

EH Waren het schandalig goedkope kaartjes?

YB Ja! We hebben al jaren de jongerenprijs. We zijn begonnen met €7,50, ongeacht welk concert: ongeacht welk concert mogen alle jongeren onder de 29 daarvoor naar binnen. Sinds twee jaar is het €10,-. Het is heel apart dat ook heel veel jongeren het gewoon niet weten!

EH Wordt de korting goed gebruikt?

YB Ja, door de mensen die het weten zeker. Maar ik gaf laatst een college aan studenten kunst en kunstbeleid hier - of nu heet het Kunst, Cultuur en Media, eerstejaars studenten. Toen vroeg ik wie de jongerenprijs kende: nou, een handjevol!

EH Terwijl zij het toch zouden moeten weten.

YB Ja, zij zijn de doelgroep. Dat is heel apart, dat blijft me verbazen. Dat geeft misschien ook wel aan dat ze geen interesse voor klassieke muziek hebben - dan hoeven ze die prijs ook niet.

EH En als je nu terugdenkt aan Next. Als je advies zou geven aan iemand die zo'n zelfde format zou organiseren: wat zou je afraden?

YB Afraden... Aánraden vooral: vraag wat de jongeren zelf willen. Dat hebben wij ook wel gedaan. Wat wil je nou horen? Wat moeten we doen om jou naar de concertzaal te trekken? Ik ben langzamerhand toch best wel oud, bij wijze van spreken. Ik moet niet voor jongeren gaan zitten denken. Dat kon ik twintig jaar geleden nog wel, maar dat moet ik nu niet meer willen. Je moet veel met groepen praten, klankbordgroepen in feite, van studenten bijvoorbeeld. Dat doen we ook wel regelmatig.

EH Had je dat destijds niet gedaan bij het opzetten van Next?

YB Ja, jawel! Het blijft me nog steeds verbazen waarom het niet gelukt is. Ik denk dat de programma's inhoudelijk toch te moeilijk waren. Dat de musici mijn vraag wel hadden gehoord, maar het programma inhoudelijk toch te ingewikkeld hebben gemaakt. Ze hadden op het podium toch wat meer moeten vertellen erover, en niet te moeilijke muziek moeten maken. Misschien geen hele sonate, maar maar één deel ervan - daar hadden ze

meer mee moeten spelen. Daar zou ik nu weer mee aan de gang gaan, als ik het zou hervatten.

EH Om het dus niet aan de musicus over te laten, maar concrete programma-opdrachten te geven.

YB Ja, speel dat-en-dat, en zo niet, dan kies ik een ander.

EH Ik probeer het onderscheid te maken tussen projecten zoals Next die vaker gebeuren. Zijn die bedoeld om jongeren een positieve ervaring mee te geven, of stiekem vooral om ze toch naar de reguliere programmering te trekken?

YB Dat stiekeme wel hoor - ja! Dat zat er wel in.

EH Lukte dat?

YB Gek genoeg dus wel, maar ook al zonder die Next-ervaring. Maar die link die ik wilde leggen bleek niet nodig... Ik had ook een seizoen waar een paar Next-concerten hier waren, en een paar in de kleine zaal, met een toegankelijk werk, bijvoorbeeld de Canto Ostinato van van Holst. Dat was wel redelijk vol. Ook publiek dat naar een concert van Einaudi gaat - wat ik echt verschrikkelijke muziek vind, geef ik toe - is voor een deel toch ook wel publiek waarvan ik hoop dat ze soms toch ook wel eens naar een ander klassiek concert gaan, omdat Einaudi toch ook een beetje onder klassiek valt, of in elk geval klassieke harmonieën gebruikt. Ik luister liever naar Chopin. Ik weet niet wat je er van vindt?

EH Nou, op zich ben ik dat wel met je eens. Ik denk vooral: als je dáár eenmaal van houdt, dan is de stap naar echt- of 'zwaar' klassiek niet meer zo groot. Denk je dat het qua locatie meerwaarde had om wel degelijk in de concertzaal te zijn? Je bent hier [in de foyer] de drempel eigenlijk nog niet ver genoeg over.

YB Ja, maar daarom wilde ik het juist hier doen, met de bar open: er is geen drempel die je over moet. Je kent vast het boek van Hans Abbing. Daar heb ik wel leuke discussies met hem over gehad.

EH Ja, vertel?

YB Hij zegt bijvoorbeeld dat je de bar altijd open moet doen. Ik denk dat je 'm vooral tussen de delen door open moet stellen, maar tijdens het concert toch liever niet. Omdat je muziek toch moet... Je ervaart de muziek het beste al het gewoon stil is - daar vraagt de muziek om. Dat merk je gewoon: zodra de muziek minder sterk wordt, dan komt er ook geroezemoes. Dan vraagt het niet die intrinsieke luisterhouding.

Ik ben ook ooit begonnen trouwens met Smithuijsen-concerten, ik had het boekje van Smithuijsen gelezen...

- EH *Stilte?*
- YB Ja, met uitroepteken. Ik had vier concerten die ik de Smithuysen-concerten noemde, waarbij ik tegen de musici zei dat ze mochten doen en laten wat ze wilden. Ik had daarbij ook studenten van het conservatorium gevraagd om publiek te spelen, en hen geïnstrueerd om gewoon te gaan praten, een appeltje te eten of wat dan ook. Ander publiek stoorde zich daar erg aan - terwijl zij ook naar een concert waren gekomen waarbij alle geoorloofd zou zijn. Dat zal ik nooit vergeten: er was een strijkkwartet dat voor de pauze heel makkelijke muziek, heel toegankelijk. Daar was ook wel wat geroezemoes bij. Na de pauze speelden ze het achtste strijkkwartet van Sjostakovitsj: doodstil. Omdat die muziek dat gewoon opriep, en iedereen die daar zat te luisteren - niemand peinsde erover te gaan praten. Dat vond ik echt: zie je wel! Ik kan het wel opleuken, maar dat moet ik helemaal niet doen. Waarom zou ik dat doen - de muziek vraagt om heel iets anders. Aan de ene kant is het natuurlijk zo gegroeid, en ook wel overtrokken geraakt - het sssst, en dat je niet mag kuchen - maar je ervaart het toch het mooist als het echt stil is.
- EH Waren die Smithuysen-concerten bedoeld om zijn conclusie te toetsen?
- YB Ja!
- EH Grappig!
- YB Ja, ik heb hem ook uitgenodigd voor het eerste concert, hij is ook gekomen. Hij vond het wel een mooi experiment.
- EH Leuk! Ik heb net zijn proefschrift-versie - het boekje is het lopende verhaal - gelezen. Zeker interessant. Ik zie een mooi bruggetje: het onderwerp van mijn thesis is die klassieke concertpraktijk. Ook daarbij ben ik benieuwd hoe je die precies zou omschrijven.
- YB Het is gegroeid. Als je naar het Concertgebouw kijkt, waar de dirigenten toen het publiek de zaal uitstuurden met hun tafeltjes en diners, omdat de mensen toen te veel door de muziek heen praatten. Muziek was alleen maar achtergrond, dus dat is op zich een goede ontwikkeling geweest. Je komt voor de muziek, niet voor achtergrondmuziek in een café - dat is ook leuk, maar echt klassieke muziek beleef je alleen maar als je er zo veel mogelijk van hoort en ervaart. Als je kijkt naar een Brucknersymfonie van een uur; die stukken hebben niet voor niets die lengte gekregen. In de tijd dat het geschreven werd luisterde men er ook op die manier naar. Het heeft nu dat label gekregen dat het saai is, of je dat je echt stil moet zijn of dat je niet mag bewegen. Ik vind dat heel jammer, maar het is natuurlijk wel zo, eigenlijk. Ik

vind het een hele lastige - ik probeer aan alle kanten dat toch te doorbreken. Terwijl ik me ook stoort, juist als ene stuk is afgelopen - de stilte vlak daarna is het mooiste. Als iemand dan gaat kuchen erger ik me ook.

YB Ik kan er niet omheen dat klassieke muziek dat zelf oproept. En daar hebben we het mee te doen. Onze kunst blijft om zoveel informatie ook van te voren, met inleidingen of een *meet & greet* met de musici na afloop, wat dan ook, om het op die manier toegankelijk te maken. Dat vind ik een grote opdracht aan concertzalen. Wij moeten dus zorgen dat die drempel zo laag mogelijk blijft. Die muziek moet zijn eigen werk doen, maar mij moeten zorgen voor dat ook de ambiance goed is, dat het getapte biertje goed is, dat de koffie goed smaakt, dat je hier goed kan zitten - dat je je gewoon thuis voelt, het prettig vindt. Dan blijft gewoon een klassiek concert, drie kwartier voor de pauze, in stilte ervaren, het mooiste, ja.

EH Is het zo dat klassieke muziek die stilte ook afdwingt, niet zozeer oproept? Is dat terecht, denk je?

YB Ja, het gebeurt gewoon. Dat strijkkwartet dat ik net noemde, dat dwingt het af. Anders ervaar je het niet. Niet alle klassieke muziek doet dat, daar zijn gradaties in. Maar voor mensen die openstaan voor de beleving van klassieke muziek, daar dwingt het stilte af. Dan beleef je het optimaal.

Als ik thuis wel eens naar een CD luister, dat doe ik ook wel eens als achtergrond. Ik houd het niet vol om dan ook een boek te lezen. Ik zet of de muziek uit, of ik lees het boek niet goed. Ik ervaar dat misschien heel extreem, maar ja. Terwijl muziek natuurlijk heel vaak, of steeds meer, als achtergrond gebruikt wordt. Niks kan meer zonder muziek. [voorbeeld volleybaltoernooi Ameland]. Waarom is dat nou nodig, kan er niets meer zonder muziek?

EH Maar ja, jij bent ook fulltime met muziek bezig.

YB Ja... Je kunt nergens meer komen zonder dat er harde disco of wat dan ook aan staat.

EH Als ik je goed begrijp is het volgens jou best een positief iets om stil te zijn bij een klassiek concert, maar dat het verschil met alle soorten muziek die we daarbuiten ervaren des te groter wordt naarmate het in de rest van de wereld zo luidruchtig en hard wordt.

YB Ja, precies. We doen hier veel popconcerten, collega's van mij. Ik praat er nu niet meer met hen over, een aantal jaar geleden hebben we dat al wel gedaan, maar zij zeggen: mensen komen voor een heel andere ervaring dan

bij jou. Zij willen die bassen voelen in hun lijf, dat lijfelijke ervaring. Dat snap ik ook - ik wil dat ook wel eens. Bij klassiek is dat gewoon niet zo.

EH Kan dat niet met klassieke muziek?

YB André Rieu, wat hij kiest, daar is niets mis mee. Dat is wel anders, dat is voor het publiek al lijfliker. Maarja, dat niet-lijfelijke is ook drempelverhoging. Wij moeten kijken hoe we daar mee omgaan.

EH Van welke punten die Hans Abbing noemt - waar was je het mee eens, waarmee oneens?

YB Wel dat je moet blijven experimenteren. Het is een tijd geleden dat ik het gelezen heb hoor. Ik weet wel nog dat zijn strekking was dat de beleving hetzelfde zou zijn als je het zou doorbreken, dat denk ik echt niet, dat heb ik ook wel zo ervaren. Dat het allemaal lossier moet, en dat je het toegankelijk moet houden - ja, zeker. De Yellow Lounge is ook een succes, dat soort experimenten. Dat zag ik ook als een soort uitgangspunt voor Next hier, maar Groningen is ook al wel weer anders dan Amsterdam of Berlijn - we hebben ander publiek. Daar moet ik ook reëel in zijn. Ik denk dat Next in Amsterdam een groot succes geworden zou zijn. Daar ben ik eigenlijk wel van overtuigd.

EH Ken je het entrée late night café? Dat lijkt er wel een beetje op.

YB Ja! Entree vind ik erg leuk! Leuk dat je daar gewerkt hebt ook. Ik heb er een aantal keer naar gekeken - kan het niet hier ook? Samen met het Noord-Nederlands Orkest. Maar we krijgen het hier niet van grond.

[EH vertelt over ervaringen entrée en TivoliVredenburg. YB vertelt over rondleiding in TivoliVredenburg]

EH Ik grijp nog even terug. Bijvoorbeeld de Smithuysen-concerten. Naar aanleiding daarvan zei je dat je een aantal dingen niet wil opengooien. Maar sommige drempels wil je wel blijven verlagen, of sommige conventies wegnemen. Welke zijn dat?

YB Ja. Ik zou heel graag willen dat de musici wat vrijer wat op het podium zitten. Daar praat ik ook wel met studenten van het conservatorium ook over, die dan concerten gaan spelen. 'Jongens, kom alsjeblieft niet in het zwart. Doe gewoon wat leuks aan, wat vrolijks.' Zangeressen komen altijd dan weer in een hele sjieke jurk, maar die komen tenminste met wat kleur. Het orkest hier ook, komen altijd in het zwart. Je moet het ook niet te kleurig maken, of te slordig, want dan kijkt het weer onrustig. Dat soort conventies, volgens mij moet je daar mee bezig zijn, ook als jonge muzikant.

Als je nu naar het conservatorium gaat, of beroepsmuzikant wil worden. Dat zijn punten waar je over na moet denken, dat best anders kan.

EH Lukt dat ook in de bestaande symfonieorkesten?

YB Nee, dat is moeilijk. Dat is voor mij natuurlijk ook moeilijk, omdat ik daarover alleen m'n mening kan geven aan een paar orkestleden, maar ik ga er niet over. Ach, ik ventileer m'n mening wel. Een paar jaar geleden heb ik het Amstel Saxofoonorkest zien spelen. Die hadden prachtige pakken laten maken, met allemaal kleuren. En Calefax is ook zo'n groep die echt goed bezig is, daar heb ik veel respect voor, voor hun aanpak in zowel de programmering als de vormgeving van de concerten.

Dus gewoon de houding op het podium. Soms lijkt het wel - vooral bij gerenommeerde strijkkwartetten - alsof ze het niet plezierig vinden dat er publiek bij zit. Zo van - dat publiek is maar lastig, dat leidt af van waar we mee bezig zijn. Je mag ook wel een beetje lachen hoor! Het hoeft niet zo streng. Ze buigen nog net, en zijn blij als ze een toegift mogen spelen.

EH Nu noem je veel dingen die vanuit de musicus veranderd zouden kunnen worden. Ik kan me ook voorstellen - wat Smithuijsen ook wel zegt, dat de concertpraktijk het resultaat is van een gezamenlijke ontwikkeling, die wisselwerking van stilte en excellentie - dat die vicieuze cirkel het steeds moeilijker en krampachtiger maakt.

YB Ja, het is een hele lastige. Er komt ook nog bij dat je bezig bent met een historisch iets. Wat ik heel vaak zie in het aanbod dat ik krijg - om maar weer bij zo'n strijkkwartet te blijven - dat alle strijkkwartetten *Der Tot und das Mädchen* van Schubert willen spelen. Plus dat het publiek daar al drie CD's van in huis heeft - ze weten precies wat ze willen. Doordat we zulke goede opnames hebben, wordt ook die drempel daardoor steeds hoger. Want als je *Der Tot und das Mädchen* opzoekt, op internet, ik ben benieuwd hoeveel opnames je vindt. De beethovenonates: hoe vaak zijn ze wel niet opgenomen? En toch willen die jonge musici ze ook weer spelen. EN toch terecht, want het is prachtige muziek. Maar door die luisterervaring van klassieke muziek die gewend is naar concertzalen te gaan, of veel luister, hebben ze zo'n hoog verwachtingsniveau, dat is ook wel een punt. En daar kunnen we niks meer aan doen - het is heel mooi werk.

EH Sluiten de ensembles nieuw publiek daarmee een beetje buiten? Of de luisteraars?

YB Misschien wel door de spanning, en door hun eigen hoge verwachting, of de hoge eisen die klassieke muziek aan mensen stelt, heb je al een bepaalde

atmosfeer in de zaal. Als je alleen maar gewend bent naar popmuziek te gaan, en je komt ineens in zo'n setting, dan schrik je je rot, denk ik. Dan moet er wel heel veel moois zijn, dan moet je wel heel erg geraakt worden door wat er dan gespeeld wordt. Dat heb ik wel gezien bij mensen die hier kwamen werken, die begonnen klassieke concerten te bezoeken. Na een halfjaartje kwamen ze ineens naar me toe - goh, ik vind het eigenlijk toch wel mooi! Het duurde wel nog even.

EH En zij zijn fysiek al over de drempel, en mogen gratis komen neem ik aan? Algehele drempelverlaging!

YB Ja!

EH Hoe kunnen we er voor zorgen dat het publiek ook aan die hoge eisen wil conformeren... Stel, de kwartetten willen dit ook echt blijven spelen, en ze doen dat ook - het is ook zonde omdat niet meer te programmeren, het is prachtige muziek - hoe zorgen we ervoor dat de zaal er qua publiek nog mee door kan?

YB Heel veel aan educatie doen denk ik. Goede programmatoelichtingen maken, en niet met alleen maar vaktermen daarin. Je moet van te voren - wij doen nu bijna bij alle concerten en gratis inleiding van te voren. Door een musicoloog, of ik doe nu zelf al een snuffelcursus aan het begin van het seizoen. Wie was nou Mozart, wie was nou Beethoven - heel kort, met heel veel YouTube filmpjes.

EH Wordt dat goed bezocht? De inleidingen ook?

YB Ja, heel goed. Ik denk dat we het daar vandaan moet halen.

EH Dan hebben we het over publiek dat er al wel toe overtuigd is te komen, en die dan nog aan de hand worden genomen. En de stap daarvóór?

YB Zorgen dat je ook met nieuwe media goed bezig bent, een goede website, en musici echt op het hart drukken dat ze toegankelijke foto's moeten maken... Dan staat er weer een violist met de bekende blik naar binnen in een houding die nergens op slaat. Ik chargeer, het wordt wel steeds beter. Als je ziet wat de popmensen voor foto's maken: die zijn veel meer gericht op communicatie. Er zijn wel klassieke artiesten, die een goed team achter zich hebben zoals Janine Jansen. We krijgen ook wel verschrikkelijke foto's - hoe kunnen we dat nou communiceren?

In het begin hadden we ook alleen facebookpagina voor de popmuziek, maar nu ook voor klassiek. We twitteren nu ook, geloof ik.

EH Is de facebookpagina los van pop, of is het alles-in-één?

- YB Ik geloof dat alles bij elkaar zit, dat weet ik niet zeker. Dat kan je op facebook wel zien. Maar goed, dus meegaan met alle vormen van communicatie die we nu hebben. Onze seizoensgids is nu net uit, dat is ons eerste medium. We zijn ook steeds bezig om de website weer mooier en toegankelijker te maken. Nieuwsbrieven, enzovoorts.
Tsj... als je het wondermiddel kent - zeg het me!
- EH Wat ik me als wetenschapper wel moet afvragen: "waarom zou je?" Waarom is het belangrijk dat er publiek is voor klassieke muziek?
- YB Omdat het zo'n meerwaarde aan je leven geeft! Als je er open voor staat. Dat is met alle kunsten zo, natuurlijk, vind ik. Ik kan me geen wereld voorstellen zonder klassieke muziek. Ik zou dat een verarming vinden van het leven, van de levenskwaliteit. Ik vind het ook verschrikkelijk als ik politici hoor die het kunstonderwijs willen afschaffen, of daar niets van willen hebben. Halbe Zijlstra bijvoorbeeld, zo verschrikkelijk, zo denigrerend. Die niet snappen waar mensen mee bezig zijn.
- EH Die had wel een snuffelcursus kunnen gebruiken?
- YB Nou en of! Ik vind het een essentieel ding ook voor een opvoeding. Kunst is gewoon nodig, je gaat er ook beter van rekenen en lezen. En beter in het leven staan! Ik vind dit wel een goede ontwikkeling: toen ik op het conservatorium zat, mocht een fluitsonate alleen op fluit gespeeld worden, en alleen zoals de componist het had voorgeschreven. Terwijl er nu ook wat meer gespeeld wordt met thema's van klassieke muziek, Kytteman gebruikt in een nummer gewoon de Bolero van Ravel. Vroeger mocht dat absoluut niet, het was een soort heiligheid waar je dan aan kwam.
- EH Dat is interessant - ik heb veel gelezen over wat marketingstrategen en kunstwetenschappers zeggen. Over het algemeen zeggen ze: verlaag de drempels, en verander de randvoorwaarden, maar zit niet aan de muziek zelf. Terwijl ik me wel afvraag: we zijn er nog steeds niet, ondanks dat er aan alle randvoorwaarden volgens mij wel eens geknutseld is. Op mijn leeftijd is het al ongebruikelijk dat ik van klassieke muziek houd, maar ik voel me zeker niet echt geroepen om naar een Wagner-opera van vier uur te gaan, omdat ik weet dat ik dan de helft van de tijd naar een herhaling van het vorige stuk zit te luisteren. Daar vraag ik me af: waarom durven we niet te knippen, wat is daar op tegen?
- YB Ja, dat is een goede vraag, vind ik ook. In theaterstukken gebeurt het wel: daar worden gewoon hele stukken tekst geschrapt. Ik denk dat het wel gaat komen.

- EH Juich je dat toe?
- YB Voor Wagner-liefhebbers is het goed om het geheel te horen, maar daarnaast mag je best op een andere manier de klassieke muziek brengen. Als je daar duidelijk in bent. Ik vind het dan wel leuk om toch 'thuis' te komen bij hoe het echt bedoeld is door een componist. Ik zou me best kunnen voorstellen dat je een concert hebt waarbij voor de pauze Bach op een synthesizer gespeeld wordt, en na de pauze op het klavecimbel. Maar ja, ik weet niet of ik daar veel publiek mee werf. Je mag best met die heiligheid van 'hij bedoelde het zo' aan de haal gaan. Plus: als iets een mooi thema heeft, kijk dan of je daar in de tegenwoordige tijd ook wat mee kan doen. Ik vind dat niet erg.
- EH Waar ligt wat jou betreft de grens in et comfort voor het publiek? We kunnen het ze heel makkelijk maken met een goedkoop, ingekort concert waarbij het pilsje naar binnen mag - hoe ver moeten we gaan?
- YB Ik denk dat je dan iets anders gaat doen. Ik denk niet dat dat stand houdt. De cross-over is ook zo iets geweest, dat iedereen ineens wou doen. Toen had ik een concert hier, met Gidon Kremer, één van de beste violisten op dit moment. Hij had een programma samengesteld met twee komieken. Die kwamen samen een concert gegeven. We combineerden dus een concert en cabaret: dubbel publiek, dachten we. De zaal zat goed vol, maar het publiek was in de was. Het publiek dat voor de Mozart kwam, had totaal geen behoefte aan die komieken, en de mensen die voor het cabaret kwamen hadden helemaal geen zin in Gidon Kremer. We voegden twee dingen bij elkaar, die eigenlijk wezensvreemd van elkaar waren. Dat is ook een probleem als je aan de muziek zelf komt: je gaat iets mixen wat niet gemixt wil worden. Dan moet je in de communicatie heel duidelijk in zijn, zodat men weet waar je op af komt.
- EH [Voorbeeld Koninginnennachtconcert /entrée]. Ik zei: het is heel gaaf, op zichzelf is het een prachtig concert, en het is heel leuk dat het orkest er achter zit, maar het publiek komt voor één van beide, maar op basis van dit concert komen ze niet nog een keer naar het orkest alleen. Als het onze doelstelling was daar herhaalbezoek uit te krijgen, lukte het daar niet mee.
- YB Ja, dat lijkt mij ook. Wij merken dat hier met het Noord-Nederland Orkest. Die doen ieder jaar ook iets met populaire muziek. Vorig jaar hebben ze iets met The Beatles gedaan, ABBA doen ze komend jaar. Ze hebben wel eens in de veronderstelling geleefd dat het publiek dan ook naar andere concerten zou komen. Maar dat doen ze niet, het publiek dat naar ABBA komt komt

daarvoor. Het publiek hoort dan wel een symfonieorkest, maar ze gaan echt niet naar Beethoven hoor.

EH Wat denk ik een logische reactie is op bezuinigingen en subsidiekortingen is, zijn de grote filmavonden die nu bijvoorbeeld in De Doelen worden geprogrammeerd. Lord of The Rings in concert: dure kaartjes, toch stuk voor stuk uitverkocht. Er zijn orkesten die zeggen: wij doen dat niet, dat is kwaliteitsverlaging. Maar het orkest in Rotterdam doet het wel.

YB Ja, je moet goed bekijken welke filmmuziek je speelt. Er is veel goede filmmuziek, denk ik.

EH Programmeer jij het ook?

YB Ik niet, het orkest doet dat zelf. Dat heeft volgend seizoen ook weer een concert met alleen filmmuziek, van John Williams bijvoorbeeld. Dat is echt goede muziek, daar kan je ook goed naar luisteren zonder de beelden. Als ik het orkest zelf zo programmeren zou ik het zeker doen. Die film De Nieuwe Wildernis, met die natuurbeelden en de muziek live erbij - dat vind ik wel een goede cross-over, en ook een goede aanvulling. Dan heb je een goede vorm. Het werkt alleen als je een goede filmcomponist hebt. Als die slechte muziek heeft geschreven werkt het niet.

EH Staat het in verhouding tot een Mahler 5? Begrijp je hoe sommige orkesten erover denken?

YB Ik vind: wil je je orkest handhaven in deze tijd, dan moet je dat doen. En ja, dan staat het in verhouding tot elkaar. Als je dat niet vindt, dan blijf je in een snobistische houding terecht die dodelijk is.

[EH bladert even terug: zijn alle gespreksonderwerpen behandeld?]

EH We hebben het gehad over: 'we willen graag vernieuwen, dat is noodzakelijk, maar ook leuk'. En hoe we dat zouden kunnen doen. Ik ben natuurlijk ook benieuwd naar hoe we dat vooral *niet* moeten doen.

YB Niet te veel vasthouden aan 'zo deden we het altijd al'. Ik kom dan toch snel op dat snobistische uit, van het in een glazen kastje neerzetten van de hoge kunst waar je niet aan mag komen. Dat moeten we vooral niet doen. We moeten de heiligheid vooral niet nog meer in stand houden. Het heeft een bepaalde heiligheid, hoe vreselijk het woord ook is, maar dat moeten we niet cultiveren. We moeten ook niet prekerig worden - je *moet* nooit komen. Niet belerend zijn! Dan jaag je sowieso al veel mensen tegen je in het harnas. We moeten de kaartprijs niet te hoog maken, dat ook. We moeten goed weten waar we staan. Ook niet programmeren op onmogelijke tijden, ook niet in de

zomer - er komt dan gewoon geen hond op af. Je moet vooral realistisch blijven kijken naar alles, en niet vasthouden 'ja maar vroeger'. En ook niet denken dat een concept verplaatsbaar is van de ene naar de andere stad. Je hebt een andere populatie hier dan in Amsterdam, hoe graag ik het misschien anders zou willen. Ik kan niet een concert dat het daar goed doet met gegarandeerd succes hierheen halen.

EH Heb je het idee dat er genoeg onderling gedeeld wordt? Wij hebben het zo aangepakt, dit zijn de resultaten...

YB Nee, volgens mij zijn er nog veel mensen heel bang voor het vrijgeven van hun eigen concepten. En ik vind dat zo'n flauwekul. Ik kan dat misschien heel makkelijk zeggen omdat de dichtstbijzijnde andere concertzaal een uur verderop ligt - ik heb gewoon geen concurrentie. Maar ik erger me er wel eens aan - doe nou niet zo moeilijk. Je bent niet met je eigen hobby bezig, je bent bezig met een kunstvorm die je onder de aandacht van het publiek wil hebben. Natuurlijk is het je eigen hobby, en bedenk je wat leuks. Probeer het uit, en zeg dan tegen je collega's hoe het moet. Maar niet iedereen denkt er zo over, weet ik. Dat vind ik ook van het 'exclusief' hebben van die-en-die artiest. Nou leuk, jammer, denk ik dan. Ik denk echt niet dat er publiek van hier naar Zuid-Limburg gaat, omdat daar die artiest staat. In de pop geldt dat misschien voor een deel, maar in de klassieke muziek echt niet.

EH Ik denk dat het ook vergelijkbaar is met het feit - dat heel begrijpelijk is - dat veel programmeurs of marketingmedewerkers niet de tijd hebben of nemen om zich te verdiepen in wat bijvoorbeeld de kunstwetenschap momenteel onderzoekt. [voorbeeld Stuart Baker]. Toch is het heel begrijpelijk dat het elkaar niet altijd bereikt - daar komt de doelstelling van mijn scriptie uit voort.

INTERVIEW 3

GERT GERING

Muzieklab Brabant - producent / Theaters Tilburg - programmeur

Eva Huisman – 3462544 | Masterthesis | Kunstbeleid en -management – UU | 4 juni 2014

Gert Gering; GG

Eva Huisman; EH

EH [Legt uit: master, stage, achtergrond; problematiek die wordt onderzocht voor thesis, etc.]

GG De veronderstelling dat oud publiek ‘fout’ is vind ik krankzinnig. Het is heel waardevol publiek en trouw publiek, met kennis van zaken, die zou je juist moeten gebruiken als poort naar nieuw of ander publiek. [voorbeeldje familieconcerten].

Muziek is vooral leuk, en mooi, en dat wordt heel vaak vergeten. Het wordt voortdurend geponereerd als probleem. Klassieke muziek is een probleem in Nederland, en ik vind het helemaal geen probleem! Ik ben een *late adaptor*, het is een grote speeltuin.

EH Hoe hou je je precies met klassieke muziek bezig?

GG Ik maak programma's met klassieke muziek, samen met een collega, sinds december. Ze vroegen me te programmeren, maar ook om na te denken over nieuwe vormen van klassieke muziek. Daar ben ik nu mijn weg in aan het vinden. Je kunt de hippe kant op, zoals de Yellow Lounge in Berlijn, of Tracks in het Concertgebouw. Je kunt ook werken zoals Casual Classics in Eindhoven. Iets later beginnen, van te voren alvast wat muziek draaien - allemaal informeel. Een introductie vanaf het podium, je mag in en uit lopen, een drankje meenemen - een beetje zoals het vroeger was, voordat die conventie werd ingevoerd, dat sacrale. Dat vind ik op zich ook waardevol, er is niks mis mee - ik vind het ook fijn om te gaan zitten en die muziek gewoon te ondergaan. Bij popconcerten denk ik: was het maar zoals bij klassiek; kom ik bij klassiek, dan denk ik: was het maar zoals bij pop. Een klassiek concert is vrij voorspelbaar, het hele ritueel kan je gewoon uitschrijven - het is volstrekt inwisselbaar. Je hebt geen unieke ervaring, tenzij er een goede dirigent of solist staat - ultrasaai, eigenlijk. Ik snap niet wat er op tegen is daar eens in te gaan schuiven of aan te sleutelen. Maar ja,

je moet ook dingen bewaren die gewoon goed zijn. Revolutie om revolutie geloof ik niet, en dat is toch een beetje wat er aan de hand is - geloof ik. Het is allemaal fout, niet goed, het moet anders. Kan het niet anders?

EH Bij jou komt de ambitie te vernieuwen vooral uit de nieuwsgierigheid naar hoe het anders kán, niet hoe het anders moet?

GG Ja! Niks moet, alles mag - dat is een heel andere houding. [Voorbeeld Metropole met soundtrack Nieuwe Wildernis]. De meeste muziek komt tot ons via telefoons of iPods... Akoestische muziek is veel mooier live dan op plaat - dat is ook de intrinsieke kwaliteit van klassieke symfonische muziek. Een plaat legt het af tegen de concertzaal. Terwijl dat bij popmuziek is dat vaak andersom.

EH Is dat ook waarom je publiek voor klassiek belangrijk vindt?

GG Ja, ik vind het gewoon mooi! Met de muziek is niks mis. Ik denk alleen dat er iets mis is met de krampachtigheid hoe we er mee om gaan. Mensen wringen zich in allerlei bochten om nieuw publiek te werven, maar wat je moet vinden, is geïnteresseerd publiek! Of latent-geïnteresseerd.

EH Wie is er dan precies krampachtig?

GG Je kent de opdracht wel die de orkesten krijgen: het moet nieuw, met educatie, nieuwe vormen... Het is ook allemaal waar, maar laten we het in godsnaam in tempo doen. En wat is nou klassieke muziek? Ik vind het gek dat we nooit John Adams horen, of bijna nooit Steve Reich - alleen in het minimal festival. Dan moet ik ineens vijf dagen vrij nemen om naar die muziek te gaan luisteren. Je kunt toch ook gewoon een Ravel naast een Reich zetten?

EH Zou je dat zo durven programmeren?

GG Ja, ik wel.

EH Maar ja, de orkesten bedenken zelf of ze dat doen, toch?

GG Ja, dat vind ik ook een soort krampachtigheid en conservatisme in zitten. Je ziet het nu met het conflict bij het Rotterdams Philharmonisch Orkest, met musici die het vertrouwen in de directeur hebben opgezegd. Ik ben van origine popliefhebber, en ben nu de lans aan het breken voor klassiek. Terwijl de muzikanten vinden dat het over de muziek moet gaan, die blijven hangen in het verleden.

EH Je vroeg net al: wat is klassieke muziek? Kan ik je tot een definitieve verleiden?

GG Ik vind het lastig. Het gaat om de bezetting, en het geluid. Het is hetzelfde met wereldmuziek - een loze term waar je niks mee kan. Er zit geen

samenhang in: gregoriaans is heel wat anders dan Bach of Reich. Het gaat om het geluid, de compositie en de beleving. Ik vind symfonische muziek eigenlijk een betere benaming. Kamermuziek valt er ook wel onder. Ik ben nu echt een smaak aan het ontwikkelen, maar loopt haast dertig jaar achter.

EH Op wie?

GG Op mensen die vroeg zijn begonnen. Qua popmuziek kan ik feilloos m'n weg vinden. Oude muziek vind ik heel mooi, barok ook, ik raak de weg kwijt bij de romantiek. Vanaf Mahler vind ik het weer leuk. Daar was ook wel even wat tijd voor nodig.

Er zijn nu wel meer en meer muzikanten bezig met creatieve, nieuwe dingen, veel minder vanuit de haast museale traditie. Er zijn er wel een paar die iets gaan bereiken, die wat kunnen veranderen. Remy van Kesteren, bijvoorbeeld.

EH Denk je dat de klassieke muziek daarin achterloopt op de popmuziek?

GG Nou, de popmuziek is ook nog best wel conservatief. Dat is echt verschrikkelijk - haal ze maar eens uit hun comfortzone. Ze lopen juist achter op gecomponeerde muziek.

EH Op welk vlak?

GG Minimal music begon al in de jaren '60. [Meer chronologische voorbeelden]. De interessante ontwikkelingen in de popmuziek kwamen juist van academici, vanuit de klassieke hoek. Een geweldige ontwikkeling die je nu ziet is de opkomst van de supertonale, esthetische klassieke muziek - een verademing. Er zijn heel interessante mensen bezig nu, dat is wel hoopgevend. Op een hele frisse manier.

EH Zie je een toekomst voor dat soort componisten binnen de huidige klassieke concertpraktijk?

GG Als de bezetting, het orkest zich er voor leent, dan misschien wel. Door het Metropole misschien.

EH Niet door een traditioneler orkest, in een traditionele zaal?

GG Ja, als je er een goed lampje op zet... Ik heb bijvoorbeeld het Koninginnennachtconcert met Cocorosie gezien in het Concertgebouw. Ik vond het prachtig dat daar mooie arrangementen van de pop werden gespeeld, maar ook gewoon klassiek. Daar zat ook ander publiek, die applaudisseerden op de verkeerde momenten. Ook prachtig!

EH 'Verkeerde' momenten?

GG Ja, je mag tussen de delen door natuurlijk niet klappen! Maar van mij hoeft dat niet zo nodig. Laatst was ik nog bij een concert waarbij gezegd werd:

tussendoor wel klappen hoor, dat geouwehoer hoeft bij ons niet! Dat was echt veel leuker.

EH Als ik het heb over de klassieke concertpraktijk, zoals net, wat versta jij daar dan onder?

GG Nou, het hele riedeltje van 20.15u beginnen, in een simpel verlichte zaal, met een podium, orkest in pak, verscholen achter de lessenaar... Dan komt de dirigent op, dan gaan we applaudisseren. Dan komt de solist, gaan we nog een keer applaudisseren. Dan begint het concert. Het eerste deel is af, dan mogen we klappen en kuchen. Dan gaan we door naar het volgende stukje, en dan een pauze met een drankje. Dan komen we terug, en begint het hele circus opnieuw. En dan aan het eind is er een staande ovatie. Er is Nederland altijd een staande ovatie, ik vind het echt ongelooflijk! Het is een soort ritueel. Ik mis dan... ik word dan weinig geraakt. Er wordt zo weinig verteld van te voren, er wordt niet eens hallo gezegd. Je krijgt een soort gebruiksaanwijzing in je hand gedrukt - de programmatoelichting. En dan beginnen ze gewoon - ik vind het gewoon onfatsoenlijk! Je moet contact maken met het publiek. Waarom speel je wat je speelt? Zeg het gewoon even.

EH Is dat beter, of kan het en/en?

GG Nou ja, die toelichting is ook wel belangrijk. Sommige mensen sparen ze ook. Ik niet. Ik zoek later wel op wat het ook al weer was. Je kunt ook uitleggen waarom je iets speelt, waarom je die combinatie maakt, waarom je iets mooi vindt. Het publiek moet het nu allemaal maar uitvogelen - daarom denkt iedereen dat ie verstand moet hebben van klassieke muziek. Als ik niet weet door wie het gecomponeerd is, en wanneer en waarom, dan voel ik me dom. Terwijl die componisten er volgens mij helemaal niet mee bezig waren - die waren bezig met de noten, en met hoe het klinkt, en welk gevoel ze willen overbrengen. Op zich is die traditie ook mooi, dat academische. Bij pop wordt alles almaar doorgedraaid: wat vandaag in is, is morgen vergeten. Je moet mensen zien te introduceren in die muziek.

EH Denk je dat het waar is dat enige kennis vereist is?

GG Nee, dat vind ik echt totale onzin. Daarmee maak je van jezelf een snob. Je moet op zoek gaan naar de nieuwsgierigheid in plaats van de angst voor dommigheid.

EH En als we net dat rijtje hadden, over de klassieke concertpraktijk. Zijn er dan conventies waarvan je zegt dat we ze wel moeten handhaven?

- GG Ja, niet allemaal. Die stilte en concentratie vind ik fantastisch, die hoeft van mij niet weg. Maar je moet mensen uitnodigen, je moet het niet opleggen. Je moet stil, je moet klappen, je moet een bloemetje - en als je dat niet doet raakt iedereen in de war. Je moet ook niet door de knieën voor het publiek, of populariseren, maar wel uitleggen waarom je dingen doet, voelt en vindt. Maar je moet niet belerend zijn.
- EH Wat moet je wel en niet vertellen in zo'n uitleg?
- GG [Vertelt over voorbeeld Steve Reich]. Ik heb niet graag dat een professor me vertelt wat ik er van moet vinden. Die hele musicologische benadering moet je doen met mensen die het leuk zouden vinden, luistercursussen enzo. Dat zou ik ook wel willen doen, maar voor gewoon publiek en toekomstig publiek moet je andere vormen verzinnen. Nagesprekken vind ik heel goed, met mensen die er toe doen - met de dirigent, of liever nog de componist. Maar ja, er worden nauwelijks hedendaagse componisten uitgevoerd. Dat vind ik eigenlijk absurd! Er worden allemaal componisten opgeleid aan de conservatoria, en die hoor je gewoon niet.
- EH Hoe komt het dat die oude componisten er in blijven?
- GG Vanwege hun kwaliteit - vergeet niet dat er vroeger ook nog veel meer waren. Dat is ook prima, maar er moet ruimte zijn voor de actualiteit. Orkesten denken misschien dat mensen dat niet interessant vinden.
- EH Denk je dat de orkesten voor zichzelf kiezen wat ze spelen, of voor het publiek?
- GG Voor zichzelf. [Voorbeeld Sinfonietta]. Ze zijn almaar uit op nieuwtjes, wereldpremières, dat zegt me niks. Doe maar eens zoals de pop: Cd'tje, tourtje, wees duidelijk.
- EH Wat kan klassieke muziek nog meer leren van de pop?
- GG Presentatie. Is het nodig dat je van bladmuziek speelt? Mensen die ik meeneem naar klassiek haken daardoor wel eens af: 'dat ze alleen maar naar de noten zitten te staren vind ik helemaal niks'. Soms moet dat, als het te moeilijk is. Maar ja, ze spelen het altijd maar zo een paar keer.
- EH Wat vind je - mag je knippen in bijvoorbeeld een Symfonie om die behapbaarder te maken?
- GG Ja! Ik denk dat niemand flauwvalt als je dat doet. Misschien een musicoloog. Het gaat mij om het publiek: hoe zitten ze in de zaal, en wat horen ze? Bach was de grootste knipper en plakker van zijn tijd! Een soort Picasso: hij poepte maar uit, en alles even briljant. Dat sacrale hebben we er later pas

- opgeplakt. Vroeger bij de opera zaten mensen aan tafel met hun drankje: je had niet voor niets een ouverture - dan kon je tenminste naar binnen lopen!
- EH Voel je je geroepen om naar een opera staan?
- GG Ja, laatst nog, naar Don Giovanni. Superleuk - ik heb me kapot gelachen. Een *cheapo* soap is het gewoon! Leuk om te zien, maar het is een soort GTST die op muziek is gezet. Ik denk dan: laten we er nou niet moeilijk over zien! Ik zag er ook eens een van De Nederlandse Opera, met een hond [A Dog's Heart, red.], dat was echt fantastisch, een niveau hoger.
- EH En toch zitten ook daar vooral grijze bollen in de zaal.
- GG Ja, zonde, want het is eigenlijk best cool om naar de opera te gaan. Vroeger dacht ik: nee, verschrikkelijk.
- EH Hoe is dat veranderd dan?
- GG Het is nu veel makkelijker toegankelijk voor me, ik betaal ook gewoon minder. Ik zeker van plan vaker te gaan. Je moet er niet te moeilijk over doen, niet te gewichtig.
- EH Welke drempels ervoer je een paar jaar terug om naar de opera, of klassiek in brede zin te gaan?
- GG Diezelfde, hè. Ik snap het niet, ik versta er niet, er zijn alleen maar grijze bollen, het zijn niet mijn mensen - ik hoor er niet bij. Dat is het gewoon. Dat is de belangrijkste drempel.
- EH Is het een echte drempel, of een vooraanname?
- GG Ja, hij was niet terecht. Je denkt: het is niet voor mij, maar dat valt reuze mee. Dat geldt ook voor concertmuziek.
- EH Waar komt die uitstraling denk je vandaan, waardoor je het gevoel krijgt er niet bij te horen?
- GG Kijk naar de mensen die er naartoe gaan, kijk naar de mensen die op het podium zitten! Ik vind het leuk dat mensen zich leuk kleden, maar het moet. Het is het gevoel van verplichting dat het onaantrekkelijk maakt, en het idee dat je ingewijd moet zijn. Als je klapt tussen de delen door schaam je je kapot door de blikken die je krijgt.
- EH Hoe kunnen we die drempels verlagen?
- GG Niet door de Tiende van ... Tijn, hoe heet 'ie. Dat vind ik echt 'door de knieën'. Ik geloof er niet in. Het blijft een komiek, ik geloof hem niet - hij heeft een authenticiteitsprobleem. Ik ben ook benieuwd naar die quiz voor ensembles die binnenkort op TV is. Of dat nou verplating is, of oprechte interesse. Reinbert de Leeuw doet dat zo mooi oprecht in De Wereld Draait

- Door. Je moet het ècht mooi vinden - en mensen het niet door de strot duwen.
- EH Is dat wat Tijn Beckand doet?
- GG Nou, ik haak snel af bij hem. Het gaat niet om de muziek, maar hemzelf. De Leeuw, die is gewoon muziek. En dat voel je. We missen de boegbeelden! Leeftijd maakt niet uit, als het maar echt is.
[Voorbeeld, anekdote DJ Henk bij de Classical Music Rave. Mensen die dansen op Bach!]
- Ik maak zelf wel uit wat ik leuk vind. Je moet je uitgenodigd voelen, in plaats van dat er gepreekt wordt. Vanuit eigen enthousiasme, bevlogenheid en passie. Bij Casual Classics, waar ik de vaste DJ ben, merkte ik dat je het daar gewoon over je heen kunt laten komen.
- EH Om het een beetje zwart/wit te zeggen: moeten we het klassieke concert naar het publiek brengen, of toch het publiek naar de concertzaal?
- GG Allebei, denk ik. Nu zit de klassieke muziek opgesloten in de concertzalen. En naar de radio luisteren alleen de mensen die al komen. Radio 1, vroege vogels, vind ik superleuk. Vroeger vond ik het niks, maar nu vind ik het leuk.
- EH [Vertelt over Next, Oosterpoort]
- GG Je moet vragen aan de jongeren wat ze willen horen. Wat is het nou wat je leuk vindt? Zijn ze wel bezig met die muziek?
- EH Maar als je hen vraagt wat ze willen horen, zeggen ze toch 'ehh, dat weet ik niet?'
- GG Je moet met ze om tafel gaan, en ze wat handvatten geven. Er is dit, er is dat - misschien is dat wel een goed idee, misschien doe ik dat wel zelf: vraag een aantal ambassadeurs die het hele jaar het programma volgen. Bij elk concert: wat vond je? Zou je het aanraden?
- EH In het geval van Next in Oosterpoort vertelt Yvonne van den Berg dat het niet zo goed werkte: de jongeren waren wel enthousiast over het Next-programma, maar kwamen daardoor niet vanzelf naar de reguliere programmering. Dat was stiekem natuurlijk wel de bedoeling.
- GG Bij Casual Classics zie je dat wel. Dat is niet specifiek gericht op jongeren, er komen ook veel ouders met kinderen. Dat druppelt wel door naar de normale series.
- EH Waar ligt dat aan, dat het daar wel lukt?
- GG Omdat de nadruk niet zo ligt op één doelgroep. Je weert hoogstens de traditionele harde kern. En er zitten daar juist allemaal jonge mensen op het podium. Heel veel jongeren maken vol overgave klassieke muziek!

Fantastisch, supergaaf. Dát moet je aan jongeren laten zien, met jonge componisten. Dat is een betere manier om jongeren te bereiken: Chopin kunnen ze niks meer vragen. Ik weet niet of het werkt hoor.

EH Misschien is het en/en?

GG Ja, dat een jonge componist ook vertelt wat hij uit de geschiedenis echt inspirerend vindt.

EH Zoals bij popbands heel gebruikelijk is.

GG Ja. Ik snap ook niet dat zo'n jeugdorkest geen satelliet is van de filharmonie!

EH Interessant. Ik studeer in Utrecht, en daar zijn bovengemiddeld veel studentenmuziekgezelschappen. Het gekke is dat we daar als gezelschap al jaren vechten om serieus genomen te worden door ook de Utrechtse podia, om daar eens in het reguliere programma te staan, in plaats van de zaal te huren.

GG Ja, ik vind dat wel belangrijk. Daarom staat het jeugdorkest gewoon in onze brochure. Ik snap ook niet dat we dat soort orkesten niet vaak uitnodigen. Jong musici nemen jong publiek mee - ik zou je meteen boeken in Utrecht! De programmeurs zijn allemaal bezig met internationale top. Dat is allemaal leuk en aardig, maar ik denk dat het gebeurt aan de onderkant, daar brokkelt het nu juist af. Je moet steeds beter, nog groter, nog beroemder programmeren om publiek te krijgen - wat gebeurt er dan aan de onderkant? Daar moet je juist weer beginnen. Waarom was het ook al weer leuk om naar een concert te gaan?

EH Bijt dat elkaar?

GG Dat weet ik niet. Maar ik snap niet waarom die mogelijkheid niet wordt onderzocht. Het zal wel te maken hebben met prestige. [Voorbeeld Guus Meeuwis boeken in Tilburg].

EH Denk je dat programmeurs te veel hun eigen smaak binnen halen?

GG En orkesten ook! Ze spelen alleen wat ze belangrijk vinden om te laten horen. Soms werkt dat wel - als ze het zelf fantastisch vinden om te spelen, dan knalt het van het podium af. Dat geldt ook voor de rock-en-rollsterren van de klassiek, de broertjes Jussen en Janine Jansen. En Remy van Kesteren!

EH Die sterren werden de afgelopen jaren ook wel uit de pop gehaald, met allerlei cross-over projecten. Dat Koninginnenachtconcert, bijvoorbeeld. Dat concert zelf is een fantastische ervaring, het concert is goed, de gastartiest is goed, maar ik betwijfel of mensen op basis van dit concert denken: ik wil nog eens een symfonieorkest zien.

- GG Ja, dan moet je de doelstellingen bijstellen. Het zijn succesvolle samenwerkingen, maar alleen als concert op zich. Je zou kunnen bekijken of je zoiets dan kunt herhalen door heel het land: zo bereik je een groter publiek, in plaats van dat je het daarvoor geworven publiek voor jezelf houdt. Ik kan het KCO niet boeken - die zijn gewoon te duur! Er is ook weinig samenwerking. De orkesten bespelen natuurlijk hun eigen regio. Maar zo denken mensen toch helemaal niet? De Tilburgers willen José James met het KCO ook wel zien.
- Ondertussen doen de regio-orkesten weer andere dingen. De focus op Mahler en Dvorák bijvoorbeeld, dat verbaast me. En iedereen wil er een eigen plaat van opnemen - er zijn er al zo veel!
- EH Ik denk wel dat dat werken zijn die voor nieuw publiek een goede eerste ervaring zou den kunnen opleveren.
- GG Ja, dat is ook zo. Maar het is altijd maar het zelfde. Kinderprogramma? Peter en de Wolf! Ik praat nu een beetje in clichés. Maar ja, elke dirigent wil graag Mahler, want dat is moeilijk. Daardoor denken we dat Mahler belangrijk is. Ooit was Bach ook vergeten - en nu is het God. Die gekte rondom de Mattheüs - gekkenwerk!
- EH Dat brengt geld in het laatje.
- GG Ja, het is een hype. Net als de Canto Ostinato van Simeon ten Holt.
- EH Dit zijn wel weer voorbeelden waar programmeurs misschien niet hun eigen smaak programmeren, maar juist kiezen wat het publiek wil.
- GG Maar ze doen nooit onderzoek naar wat het publiek wil. Ik programmeer ook gewoon wat ik mooi vind. [Voorbeeld Górecki - hoor je nooit! Waarom?]
- EH Heb je het gevoel dat je als programmeur wel weet wat het publiek mooi zou kunnen vinden, maar dat er geen orkest is dat het wil spelen?
- GG Ja. Ik ga het wel vragen aan de programmeurs van de orkesten als ik ze spreek.
- EH Er zijn orkesten die hun neus ophalen voor filmmuziek, zoals Lord of the Rings in Concert in de Doelen.
- GG Ennio Moricone - een van de beste componisten van deze tijd. Uitverkocht Ziggo Dome! Waarom doen we dat niet? "50.000 Elvis fans can't be wrong." Die houding snap ik dus niet - je moet je neus niet ophalen. Het Metropole is dan misschien nog anders. Die kwamen aan met de film Metropolis. Ik had mijn bedenkingen en zei: waarom niet De Nieuwe Wildernis? Die film is hartstikke populair, de muziek is mooi, en je ziet: de tent is uitverkocht.
- EH Wat zit er voor publiek?

- GG Geen idee, ik ben heel benieuwd. Ze hebben wel een volwaardig orkest gezien. Ik heb mijn doelstelling dan behaald. Misschien komen ze nog eens terug, misschien niet, is ook niet erg. Als je dat alleen maar doet om mensen binnen te halen naar de reguliere dingen, dat is niet authentiek. Dan krijg je dat 'moeten' weer. Dat werkt voor jou toch ook niet?
- EH [Nee; vertelt]. Het is voor mijn leeftijd een uitzondering dat ik 'nu al' zeg dat ik van klassieke muziek houd. Ik wet niet zo goed waar mijn interesse begonnen is, en hoe het komt dat ik naar klassieke muziek onderzoek doe. Ik weet wel dat ik één van de weinigen ben, maar dat maakt het voor mij juist ook interessant.
- GG Ja, daar ligt de sleutel. [Vertelt over eigen smaakontwikkeling]. Maar het kwartje valt nu pas: nu herken ik waar mijn smaken begonnen zijn. Het feit dat jij je schaamt haast, of uit de kast komt dat je van klassieke muziek houdt. Ze vinden je toch geen ouwe lul ofzo?
- EH Nou, nee hoor! Ze zijn eerder verbaasd. [Vertelt over stage en reacties daarop].
- GG Ja, daarom moet je voor jongeren voorzichtig symfonische muziek vermengen met wat ze wel kennen.
- EH We hebben het veel gehad over hoe we ander, meer, jonger of überhaupt publiek kunt werven voor klassieke muziek. Ik vind het ook interessant om op te kunnen schrijven wat je vooral niet moet doen.
- GG Nou, Ali B voor je orkest zetten. Zoiets. Dat is zo dedain. Je kan wel iemand voor een orkest zetten, maar dan moet er een connectie zijn. Ik vind Kytteman ook niet leuk - verschrikkelijk.
- EH Denk je niet dat Kytteman wat interesse voor tenminste semi-gecomponeerde muziek heeft opgeleverd?
- GG Ja, natuurlijk. Ik ben ook blij dat het project er is. Maar zijn tweede plaat heb ik snel uitgezet. Het betekent veel voor de Nederlandse muziek, hij heeft veel teweeg gebracht. Nieuwe studio, Kytopia, dat is zeker waardevol. Je moet vooral niet op je publiek neerkijken, en zeggen 'wat goed voor je is'. Als je jongeren wil bereiken, moet je onderzoek doen. Wees echt geïnteresseerd in je publiek.
- EH Heb je tijd om je te verdiepen in de onderzoeken die al gedaan zijn?
- GG Nee, maar dat zou ik wel leuk vinden. Rethinking Classical Music vind ik een leuk boekje, heel inspirerend.
- EH Het doel van mijn scriptie is om die kloof te overbruggen, of om dat onderzoek te faciliteren. Er is al aardig wat onderzoek gedaan naar publiek,

en het eventuele probleem daaromheen. Maar je ziet in de praktijk dat de mensen die invulling moeten geven aan de oplossing daarvan, de tijd niet hebben - ook al zouden ze het willen - zich daar bekend mee te maken. Die werken, net als jij begrijp ik, vooral op onderbuikgevoel. Ik wil laten zien waar de gaten vallen, daar waar nog wat interessants kan gebeuren.

GG André Rieu bewijst dat er eigenlijk geen probleem is met klassieke muziek, als je dat ruim definieert. Die staat met vijf items in de Australische top tien. Als je aan hem vraagt of er een probleem is, verklaart hij de concertzalen voor gek: luister naar het publiek! Hij is ook wel echt een vakman. Dat wordt wel eens vergeten - misschien is dat wel jaloezie. Hij heeft zich bekwaamd op één duidelijk gebied. Net als het Orkest van de Achttiende eeuw. Die zijn dan ook gewoon de beste.

EH Maar dat is dan wel weer een orkest dat regelmatig moet bedanken voor nieuwe initiatieven.

GG Ja. Oké, als je heel goed bent maak ik daarop een uitzondering..! Dat mag dan wel.

EH Ja, er is vanwege die kwaliteit op hun beurt wèl weer publiek voor.

GG Ja, verder zijn veel orkesten voor mij nu nog moeilijk te onderscheiden.

EH Zijn jullie met Muzieklab ook bezig met klassieke muziek?

GG Nog nauwelijks, maar dat is wel de ambitie. We hebben al wel een project met het Nederlands Kamerkoor gedaan [voorbeeld].

EH Zijn er nog laatste adviezen die je lezers van mijn scriptie zou willen meegeven, naar aanleiding van dit gesprek?

GG Ja. Houd contact met de actualiteit. Dat betekent dus ook het publiek dat je wil werven. Blijf niet hangen in de traditie, maar doe hem eer aan. Kijk eens op iTunes wat de meest populaire klassiek is, ofzo! Begin maar eens met een niet-geplaceerd concert. Binnenkort hebben we dat met Arthur en Lucas Jussen. Dat wordt nog eens een rel! Begin een keer wat later. Dan kan je fatsoenlijk eten, de oppas gedag zeggen. Luister naar je publiek. Ik ben niet alleen maar voor 'markt' - maar houd er feeling mee.

INTERVIEW 4

FRANK VEENSTRA

Cross-linx / Muziekgebouw Eindhoven - hoofdprogrammeur

Eva Huisman – 3462544 | Masterthesis | Kunstbeleid en -management – UU | 4 juni 2014

Frank Veenstra; FV

Eva Huisman; EH

EH [Legt uit: master, stage, achtergrond, etc.]

FV Mijn achtergrond is heel breed, muzikaal gezien. Ik ben erg thuis in de indiepopmuziek, de avant-garde, en anderzijds de nieuwe klassieke muziek - die zitten in mijn genen. Die speelden ook een belangrijke rol in mijn studie. Ik ben op het conservatorium begonnen, met schoolmuziek en daarna compositie. Vervolgens ook Kunstbeleid en -management in Utrecht. Ik wilde niet als doceermusicus verder. Componeren was eigenlijk mijn belangrijkste studie, ook al heb ik hem niet afgemaakt - ik heb daar de meeste tijd aan besteed. Dat heeft de meeste invloed op me gehad, in mijn muzikale voorkeur en hoe ik nu werk.

EH Is dat wat je tot een goede programmeur maakt?

FV Ja, nou ja, wat is een goede programmeur! Dat hangt af van de context waarin je werkt. Mijn scriptie ging bijvoorbeeld over de driehoek van kwaliteit: enerzijds het publiek, ten tweede het aanbod van professionals en het derde punt is de overheid - dat zijn de belangrijkste drie *stakeholders*. Afhankelijk van die opdracht van de overheid heb je een performance te leveren die recht doet aan al die drie parameters. Per stad of regio is er een ander optimum binnen die driehoek te vinden. [Voorbeeld Muziekgebouw aan het 'IJ]. Een goede programmeur verhoudt zich optimaal tot zijn opdracht - er bestaat niet één goede programmeur.

Dat heb ik de laatste 18 jaar gedaan, eerst tien jaar in het muziekcentrum in Enschede en nu hier.

EH Ben je verantwoordelijk voor het hele programma?

FV Ja, maar dat doe ik natuurlijk niet in mijn eentje. Ik heb een collega die kamermuziek doet, iemand die de basis van pop- en jazzmuziek doet, dan is er nog een groot slagwerkconcoers, Tromp, waarvoor we een medewerker

hebben, en een medewerker voor het Storioni Kamermuziekfestival, en één die speciale projecten doet, inleidingen en dergelijke. En nog een paar freelancers, voor de speciale programma's. Ik doe vooral de Grote Zaal en de grote festivals, zoals Cross-linx - dat is mijn liefdeskindje. En So What's Next, dat soort dingen. Ondertussen houd ik in de gaten of het hele zootje allemaal marcheert. Het is heel leuk, maar het is erg veel.

EH Zoals je begrijpt richt ik me vooral op de klassieke muziek. Voordat we daar overheen walsen vind ik het belangrijk dat we op één lijn zitten met wat we daaronder verstaan. Zou je het durven definiëren?

FV Ja, het is lastig. Gemiddeld genomen is het componeerde muziek, vanaf het gregoriaans tot en met nu. Het kent vele verschillende vormen. In de volksmond is klassiek "klassiek klassiek" - maar ik vind die hokjes en benamingen niet zo interessant, anders dan dat je ze nodig hebt om je te kunnen uitdrukken. Voor mij gaat het vooral om kwalitatieve echte muziek - ongeacht uit welke wereld het komt.

EH We merken nu al hoe lastig het is om het af te bakenen, en je kunt je afvragen of je dat wel moet willen. Daarom ben ik blij dat ik niet zozeer inhoudelijk op de muziek inga, maar op de praktijk daaromheen. Ook daarvan ben ik benieuwd of je die wil omschrijven.

FV In feite is het natuurlijk de hele gedragcultuur rondom een concert, zoals die zich vooral heeft ontwikkeld sinds het begin van de 20^{ste} eeuw. De bourgeoisie die een aantal statusdrempels heeft opgeworpen, een aantal conventies zoals het niet klappen tussen de delen. Dat is iets waar een bepaalde goegemeenschap zich nog steeds aan houdt.

EH Nog steeds ook?

FV Ja. Het is ontstaan uit de tijd van de Verlichting, waarin men zich wou onderscheiden van het plebs - dat literatuuronderzoek zal jij ook wel hebben gedaan. Dat element zit er nog steeds wel in, voor bepaalde mensen. "Het is betere muziek voor betere mensen."

EH Ken je het werk van Cas Smithuijsen, zijn proefschrift? Hij bepleit dat de concertpraktijk het resultaat is van een langlopende wisselwerking tussen musicus en publiek.

FV Ja, natuurlijk. De musicus heb je er ook voor nodig.

EH Wat je net noemde zijn conventies die vooral voor het publiek gelden. Heb je ook voorbeelden van conventies die vooral voor de musicus gelden?

FV Ja, wat je zegt, en Cas ook, is dat het naar elkaar toe is gegroeid. De programma-opbouw, met ouverture en pauze, is allemaal geleidelijk

ontstaan. Het is moeilijk aan te wijzen welke ontwikkeling vanuit het publiek kwam en welke van de musicus, maar uiteindelijk hebben ze het allebei gecultiveerd.

- EH 'Vind' jij iets van die traditionele concertpraktijk, zoals we 'm nu benoemen?
- FV Ja, er zitten goede aspecten aan. De geconcentreerde luisterhouding vind ik alleen maar goed, dat toont respect voor muziek en musicus. Anderzijds vind ik het overgeconditioneerd. Er zijn mensen zó in doorgesloten dat grote groepen potentiële muzikliefhebbers zich er niet senang bij voelen, om zich zo te moeten gedragen, of kleden.
- EH Welke conventies zou je willen wegnemen om dat te verhelpen?
- FV Verschillende. Wat een artiest kan doen - de klassieke wereld kan veel leren van de popwereld - door gewoon te vertellen wie je bent en wat je hebt gedaan. Het is een serieuze business natuurlijk, maar je hoeft mij niet te vertellen dat de popwereld dat wel kan, en de klassieke wereld niet. [Voorbeeld communicatief pianotrio]. Het zijn hele simpele dingen die maken dat het publiek zich betrokken voelen bij het publiek. Dat soort dingen vind ik zo opgeprikt.
- EH Hoe komt het dat dat nog zo weinig gebeurt?
- FV Omdat 80% van de mensen zich altijd voegt naar wat 80% van de mensheid wil. De rest kan verandering brengen, en kan die 80% meeslepen.
- EH Denk je dat het in verhouding is, zoals de musici het nu doen: "we spelen altijd Mahler om de vier jaar" - is dat nog steeds wat het publiek wil?
- FV De *bottom line* is nog steeds de burgerlijke cultuur - de angst ergens van af te wijken. Dat zie je ook op het podium terug. Er zijn er maar een paar die zich afwijkend opstellen, of kleden.
- EH Vind je dat jammer?
- FV In bepaalde context kan het ook heel mooi zijn, maar ga er vrij mee om, afhankelijk van wat je speelt en voor wie je speelt. Denk na over voor wie je het doet. Als je een jonger publiek wil bereiken is het toch verstandig je wat lossier op te stellen.
- EH Dat is een mooi bruggetje: de aanleiding voor mijn onderzoek is dat er wordt geschreven dat - heel cru gezegd - het publiek voor klassieke muziek aan het uitsterven is. [Voorbeeld generatie-effect Hamann]. Sindsdien zijn er veel initiatieven ondernomen om dat publiek te verjongen - niet zozeer jongeren, maar in elk geval publiek met een leeftijd die onder het gemiddelde ligt. Maar waar ik toch nog naar op zoek wil is: wat is nu het probleem? Is het de angst publiek kwijt te raken; moet er überhaupt jonger publiek komen; is het

oude publiek niet goed genoeg? Welke ontwikkelingen heb jij gezien in de afgelopen jaren?

FV Het is precies zoals jij zegt: het is maar net hoe je het definieert. Is er een probleem, en zo ja, wat is dat dan? Het is absoluut iets waar je mee van doen hebt, en waar je iets meer moet. Maar anderzijds is het probleem misschien minder groot dan sommigen suggereren. Sommige dingen gaan ook over, zo is het leven - *all things must pass*. Dat is ook niet zo erg, soms moet je afscheid nemen van sommige dingen.

EH Als je zegt “je moet er iets mee”, waar mee precies, en waarom ‘moet’ dat?

FV Als programmeur en als zaal wil je toch overleven, en de functie die je hebt behouden. De overheid, en de gemeente in dit geval, wil dat ook. Dus als je weet dat het publiek verandert, en daarmee de praktijk ook - dan moet je daar iets aan doen. Als het zo hard gaat als sommige suggereren heb je nog maar de helft van het aanbod van wat je nu hebt, en de helft lege zalen. Dat is niet goed voor de stad, voor de functie en voor het financiële verhaal. Je kunt altijd nog zeggen ‘*so be it*’, daar kan ik eigenlijk best wel mee leven. Dingen veranderen gewoon. Anderzijds is de muziek zo bijzonder en mooi, dat ik het zeer de moeite waard vind om mensen er toch voor te enthousiasmeren - ondanks alles wat er gebeurt. Het moet natuurlijk niet een Don Quichote-achtige toestand worden. Het is de moeite waard om te kijken hoe we in de toekomst zo veel mogelijk publiek laten genieten van prachtige muziek. Laten we voor dat deel van de mensen dat geïnteresseerd is in kwalitatieve en waarachtige muziek iets te ontwikkelen dat de juiste kwaliteit - dat is een moeilijk begrip - heeft. Een belangrijke taak voor een programmeur is om aanbod te ontwikkelen dat dezelfde kwaliteit heeft als een Mahlersymfonie, maar dat wel fit is voor een nieuw publiek - ook al heeft het publiek nog niet het referentiekader om dat op dezelfde manier te waarderen.

EH Dus breed blijven programmeren, en niet alleen de canonische *best of*?

FV Dat hangt af van je strategie als zaal. Ik denk dat je wel canonisch moet blijven werken voor mensen die dat willen hebben: voor een deel is het *give the people what they want*. Daar is niks mis mee.

EH Tot op welke hoogte?

FV Voor zover er vraag naar is, en ook door die muziek op een andere manier te presenteren, voor een meer conventioneel publiek dat daar ook in geïnteresseerd is. Dat nu bijvoorbeeld wordt gehinderd door alle statusdrempels, of door de vorm waarin het wordt gepresenteerd. Voor mij

zijn er twee dingen aan de hand. We kunnen een goed aanbod voor de concertzalen ontwikkelen op de lange termijn door enerzijds de presentatie te innoveren en anderzijds het product te innoveren. Dat zijn echt twee hele verschillende dingen. Zoiets als *Planetarium* is echt productinnovatie. Wat wij doen met Casual Classics is het echt presentatie-innovatie.

EH Dat is inhoudelijk wel wat traditioneler?

FV Ja. We mikken daar op de mensen die Classic FM luisteren, maar nooit komen. Bij Planetarium mik ik juist op mensen die dieper geïnteresseerd zijn, en naar Cross-linx of Into The Great Wide Open gaan - de nieuwe generatie die kwalitatieve ervaringen wil, maar zich niet meteen senang voelt bij Mahler 7. Dat zijn de twee dingen waaraan je kunt werken. En tegelijkertijd is het een makkelijke strategie om diegenen die al gaan, vaker te laten komen.

EH Waarom vind je het belangrijk dat er publiek is voor klassieke muziek?

FV Er is geen concert zonder publiek.

EH Waarom moet er een concert zijn?

FV Dat hoeft helemaal niet. Er maken genoeg mensen die muziek maken voor zichzelf, maar als jij eenmaal vindt dat het gehoord moet worden, moet je op zoek naar publiek. Doe je het voor jezelf, of voor jezelf en het publiek?

Ik heb een format bedacht, Scherpdenkers, dat is afgeleid op het idee van Zomergasten. Daarbij vraag ik bekendere Nederlanders uit de filosofie, wetenschap, kunst, literatuur een betoog te geven, dat losjes is gelinkt aan een programma. Juist geen musicologische verhandeling. En dat werkt. Mensen zijn dan toch wel geïnteresseerd in die muziek, maar ook in die spreker. Als je dat bij elkaar brengt, dan vind je de juiste bandbreedte van informatieverwerking. Dat is ook een presentatie-innovatie, voor een relatief conventioneel publiek, dat je nog niet binnen had - - maar toch voor een complex aanbod. Ook daar kan je nog steeds dingen voor ontwikkelen.

Ik geef af en toe colleges, en spreek dan over vier kwadranten op de assen van conventionaliteit en complexiteit. Op al die kwadranten is wel werk te doen.

EH Kan je wat meer vertellen over Casual Classics?

FV Daar zijn we een jaar of twee, drie aan begonnen, puur als experiment. We hebben een paar dingen handig aan elkaar geknoopt. Enerzijds de behoefte van de conservatoriumorkesten om concerten te kunnen spelen in goede zalen - en die hebben we. Dat deden ze al wel, maar de zalen zaten niet vol. Ik heb ze gevraagd flexibel te zijn, voor zo ver mogelijk, en programma's te

ontwikkelen van ongeveer een uur. Daarin wordt niet per se een symfonie van A tot Z gespeeld, maar in delen. Het begint om 21.00 uur, mensen mogen hun biertje mee naar binnen nemen, er draait een DJ - bij ons is dat Gert Gering. En dat alles voor een zeer schappelijke prijs: alleen de servicekosten van €1.

EH En de horecaomzet.

FV Ja! Als het nu ramvol zit, denken de orkesten ook 'wauw'!

EH Hoe vaak vindt Casual Classics plaats?

FV We gaan het nu wat minder doen, want we merken dat mensen op de volgende editie wachten tot ze komen. Je moet er voor waken dat dezelfde mensen alléén naar Casual Classics komen - want dan houd je alleen de *usual suspects* over. We kondigen de concerten dus ook niet aan in onze brochure, maar kort van te voren via facebook of in drukwerk. Die krijgen onze usual suspects, die voor de seizoensbrochure, meestal minder te zien. En we schrijven ook altijd mensen aan die naar ons pop-, jazz- en wereldmuziekaanbod komen, waarvan we vermoeden dat ze geïnteresseerd zijn in deze muziek. Je hoeft ze maar net even te prikkelen. Je hoeft er niet eens op te zetten welke muziek klinkt - we presenteren het wel eens als klassieke muziek in je spijkerbroek. Die broek staat voorop, het stuk boeit weinig. Ook is er een inleider bij, die het ook tijdens het programma tussendoor toelicht. Niet zo musicologisch, meer anekdotisch. We zien nu dat het goed werkt. Mensen kopen daarna ook echt kaarten voor het reguliere programma! We dachten eerst dat we nog een soort tussenaanbod moesten maken, maar dat blijkt nu niet eens helemaal nodig. Dat is echt te gek. Dat tussenaanbod hebben we toch maar ontwikkeld - want dat lag al op de tekentafel. Casual Classics XL hebben we dat genoemd, een soort festivalopzet, samen met ons orkest hier. Met een programma in de grote zaal, daarna een blokje in de kleine zaal, enzovoorts, een spoedcursus klassiek in een foyer - echt een festivalopzet. Art Rooijackers presenteert. Dat kost een tientje.

EH Is dat dan een jaarlijks ding?

FV Ja, dit is niet iets dat je maandelijks klaarspeelt. Het vraagt veel organisatie en afstemming. Casual Classics is iets waarmee we hopen nieuwe formules te ontwikkelen voor mensen die nog niet komen.

EH Wat voor publiek moet ik voor me zien, op zo'n avond?

FV Veertigers, vijftigers, dat is meestal het publiek. Gemiddeld tien tot vijftien jaar jonger, en van een andere signatuur dan je bij de reguliere series ziet.

Het is jonger, minder conventioneel. Het is een mooie opstap, en het werkt. We gaan er nu wat minder doen - we deden er vier, soms vijf - en nu gaan we terug naar drie. Zodat we niet overvoeren, en daar geen vast publiek ontwikkelen.

EH Laat ze maar naar de rest van het aanbod komen?

FV Ja, dat is waar we het in eerste instantie toch voor doen. Je wil het meer 'touchable' maken voor mensen.

EH Mag je bij Casual Classics ook in een uitloper, of ga je niet zo ver?

FV Ja, maar dat doen mensen toch niet snel. We zeggen het er altijd nadrukkelijk bij, en we hebben ook wel eens de stoelen eruit gehaald. Maar dat is toch niet comfortabel genoeg.

EH Je ziet het lijstje van conventies van de traditionele concertpraktijk bij Casual Classics nauwelijks terug. Zijn die wel zichtbaar in de meer standaard klassieke programmering hier in de zaal?

FV Ja, toch wel, zoals we dat net beschreven.

EH Denk je dat het publiek van Casual Classics daarop is voorbereid als naar Casual Classics zijn geweest, of dat ze toch schrikken van het verschil?

FV Dat hebben we niet onderzocht, maar dat moet haast wel. Anderzijds heeft het toch de drempel doen slechten om toch een volgend kaartje kopen. We zitten nog aan het begin van het proces; eigenlijk zou je dat ook willen monitoren. "U heeft een kaartje gekocht en was eerst bij Casual Classics..." Dat zijn de zeer arbeidsintensieve processen, die je zou willen volgen, maar waarvoor het moeilijk is de ruimte te vinden in de organisatie. We hebben wat dat betreft al heel veel analyse gedaan.

EH En op basis daarvan zijn ook nog zaken aangepast, merk ik. Er zijn ook initiatieven die minder succesvol zijn. Die zijn voor mijn onderzoek natuurlijk ook interessant: 'zo moet het *niet*'. Maar die verdwijnen een beetje van de radar. Ik ben benieuwd of er dingen zijn die je kan afraden: "als je jonger publiek of jongeren wil werven, doe dan niet vooral niet"?

FV Voor elke programmering geldt dat je moet weten voor wie je het doet. Zolang je daar een goed idee over hebt kan er niet zo veel mis gaan. Het kan wel eens misgaan hoor - met Scherpdenkers had ik ook een keer een misser. [Voorbeeld; spreker Huub Oosterhuis matchte niet met muzikaal programma - welk publiek wil wat?] Toen had ik niet goed 'gecast'. [Voorbeeld van geslaagde casting].

EH Is er geen behoefte meer aan die echt musicologische toelichting?

- FV Jawel, maar niet voor iedereen. Voor de traditioneler concertganger. We hebben het nooit zo gedaan, maar we hebben voor volgend seizoen toch maar inleidingen toegevoegd.
- EH Die worden altijd vanuit jullie geregeld?
- FV Ja. Het orkest doet hier natuurlijk zijn eigen ding, maar voor onze eigen orkestseries geldt dat zeker.
- EH Ik vraag me nog wel eens af of een orkest of ensemble speelt voor zichzelf, of voor het publiek.
- FV Dat ligt heel erg aan het ensemble. De meesten spelen voor zichzelf.
- EH Hoe zie jij het het liefst?
- FV Je moet het uiteraard voor jezelf doen, maar je moet weten voor wie je het doet, en zorgen dat er mensen komen luisteren. Dat kan een elite zijn, maar dan moet je die elite zo groot mogelijk maken. Je moet nu toch wel entrepreneur zijn. Anders word je een super-niche, en dan ben je niet meer relevant. Het probleem is dat er te weinig mensen actief bezig zijn met dergelijke kunst. Dat maakt dat politici als Wilders en Zijlstra kunnen toeslaan - het leeft te weinig onder de mensen. De mensen maken de kunst relevant, niet de kunstenaars. De mensen geven de betekenis - het delen maakt het kunst.
- EH Sommige moderne kunst is voor een klein publiek. Er zijn nu ook weer componisten die beter toenaderbaar muziek maken. Vind je dat een goede ontwikkeling?
- FV Ja, daar zat ik ook wel op te wachten. Ik hou van muziek en kunst, zoveel mogelijk mensen moeten zich daar aan laven - dat is de missie, waarom ik het doe. Ik wil de artiest in de gelegenheid stellen, en tegelijkertijd en publiek te bereiken. Sinds de jaren 80 is de klassieke muziek nog veel meer niche geworden! Het is goed dat er weer musici, componisten en makers zijn die jonger publiek kunnen bereiken - het zijn geen grote groepen, maar ze bereiken toch meer dan de pogingen in de laatste dertig jaar.
- EH Hebben de nieuwe componisten de ruimte om zich te laten gelden tussen alle 'sacraliteit'?
- FV Voor nieuwe muziek blijft het altijd lastig. Dat is ook inherent aan onze cultuur - bij ons moet je altijd iets nieuw brengen. Modernisme zit in onze genen. In de westerse wereld probeer je toch altijd voor te lopen. Maar in de klassieke muziek is de traditionaliteit toch ook groot.
- EH Gert Gering zei vanmorgen dat popmuziek, maar toch zeker ook de klassieke muziek, stiekem nog geheel traditioneel is. [Voorbeeld Radio top 5].

- FV Ja, dat is ook zo. Dat schuilt ook in de 80% van de mensen die hetzelfde doen - we willen er bij horen. Kijk maar naar het straatbeeld - de verschillen zijn zo klein. Onze muziek is al geconditioneerd, nog afgezien van het gedrag dat we er bij vertonen. Iemand heeft ooit bedacht dat een drieklank gewoon lekker klinkt. Dat is gewoon gedefinieerd, en dat blijft. Dat maakt de nieuwe tonale muziek toch ook wel toegankelijk. Maar er blijft muziek die vooral *fit* is voor de concertzaal, en minder voor openlucht bijvoorbeeld. Daarom is die productie-innovatie belangrijk, om die zalen toch ook op een goede manier te blijven gebruiken. Dat moet op een andere manier dan dertig jaar geleden.
- EH Dan stel ik toch ook de vraag: hoe ver wil je gaan om het publiek 't zo comfortabel mogelijk te maken? Breng je bijvoorbeeld het klassieke concert naar het publiek, bijvoorbeeld naar buiten, of toch het publiek naar het concert?
- FV Er zijn veel wegen die naar Rome leiden. Het boekje van Johan Idema beschrijft allerlei voorbeelden. Ik vind dit wel goed gedaan [pakt boekje erbij]. Wij gaan ook heel veel naar buiten [aantal voorbeelden]. Zulke dingen moet je met enige regelmaat doen.
- EH Denk je dat bezoekers aan zulke concerten wel de connectie maken, en op het idee komen ook naar een regulier concert te gaan?
- FV Ja, dat hoop je natuurlijk wel. Het is moeilijk te meten hoe veel effect het heeft. Het gaat voor een groot deel natuurlijk ook om de bekendheid van Muziekgebouw Eindhoven in de stad en omstreken. Je staat toch weer even op de radar. Plus je probeert gewoon een unieke ervaring aan te bieden.
- EH Verschilt die unieke ervaring niet ontzettend met de meer traditionele ervaring? Komt de klassieke concertpraktijk daardoor niet des te conventioneeler over?
- FV Tsjja, dat weet ik niet. Dat zou best kunnen, en hoe erg is dat? De conventionele praktijk is ook goed voor veel mensen. Ik zou persoonlijk graag zien dat het was losser is, maar zo zitten mensen niet in elkaar. Voor de mensen die dat anders dien, probeer ik wat anders te verzinnen, zodat ook zij die klassieke muziek op een voor hen prettiger manier te zien krijgen.
- EH En dat is het ook prima dat ze daar zijn geweest, en dan hoeven ze niet perse naar het gebouw te komen?
- FV Ach, dat zou mooi meegenomen zijn.
- EH Bij het boekje van Idema vroeg ik me wel af waar, bij de meeste voorbeelden, de connectie was met het reguliere programma - over het algemeen was de

doelstelling middels die projecten juist daarvoor publiek te winnen. Ik ben dan toch sceptisch.

FV Ja, ik ook. Het is sowieso een manco... ik zou niet zeggen dat we subsidieverslaafd zijn, maar er is veel te winnen op het gebied van commercie. Ik zie commercie niet als glad, maar als *fit for purpose*. Marktwerking is belangrijk. Veel dingen zijn eenmalig succesvol, en kosten klauwen met geld. Wat is het effect op de lange termijn? Het is niet geschakeerd in het bredere perspectief van de andere activiteiten die bijvoorbeeld een podium biedt. [Voorbeeld So What's Next]. We proberen hier altijd op de lange termijn te denken, zodat het *sustainable* wordt en zichzelf kan bedruipen. Attractieve projecten zijn makkelijk te verzinnen, daar krijg je dan ook wel subsidie voor, maar het zijn *one hit wonders*. Het moet in elkaar haken, zodat het als een culturele ecologie gaat werken, en dingen levensvatbaar zijn op de lange termijn. Dan ben je rendabel aan het werk.

EH Laten we doorgaan naar Cross-linx; wil je daar ook zo'n overview van geven?

FV Daarvoor geldt dat ik erg op zoek ben naar een ander, nieuw publiek. Ken je De Barbaren van Baricco? Dat moet je echt lezen, dat boek. Hij laat goed zien wat er aan de hand is met de jongste generatie cultuurconsumenten, "de barbaren". Die vind je ook bij Cross-linx, en andere festivals. Dat zijn mensen die minder dan de generatie hiervoor het een eer vonden om door een boek van vierhonderd pagina's heen te gaan, maar die eerder surfen langs allerlei inhoudelijke en mooie dingen. Die zijn zeker voor kwaliteit ontvankelijk, maar kunnen inderdaad een minder lange concentratie opbrengen om diep op de materie in te gaan. Minder dan dat 20/30 jaar leden gebeurde...

EH ... en nog met de paplepel ingegoten werd.

FV Ja, en toen was er ook een duidelijker culturele elite. Baricco zegt dat die er niet meer is, dat ben ik wel met hem eens. [Voorbeeld invloed literaire cirkel.] Het is niet meer de recensent die uitmaakt wat goed is, dat maken we met elkaar wel uit, op het internet. Het is zo transparant tegenwoordig. Wat hip en happening is wordt met elkaar bepaald, en minder door recensenten en connaisseurs - die rol wordt steeds kleiner. Hoe dan ook; die mensen zijn echt op zoek naar mooie dingen in een spectaculaire omgeving, waar het snel gaat - oftewel: korte programmering. Die van alles willen horen. Dat probeer ik op die avonden te doen: verschillende werelden naast elkaar zetten, in confrontatie of in verbinding. En mensen op die manier dingen te laten ontdekken. In onze programma's word je meegenomen door een

medewerker, uitgedost in mijnwerkerspak met helm. Je wordt naar een plek in de catacomben van het muziekgebouw gebracht - iets ruws - en daar zijn dan de concerten. En daar is het mij echt om te doen. Daar zet ik jonge mensen neer, waar ik in geloof. Juist de klassieke dingen staan daar. Dat is kort gezegd de formule. Klassiek en pop komt daar bij elkaar - die namen gebruiken we niet meer, Cross-linx is iets dat op zich zelf staat. Ik hoor nu wel eens mensen zeggen "ah, dat is een Cross-linx-achtige programmering!" - wel gaaf, het is een soort merkje geworden. Dit is vooral gericht op de twintigers, dertigers en veertigers - of iedereen die jong van geest is. Ik probeer ook veel compositieopdrachten uit te schrijven, en samenwerkingsprojecten - bijzondere dingen die je koppelt aan wat headliners. Er moet wel voldoende massa zijn: het moet een 'festivalbruis' hebben. Er moet wel minstens 800-1000 man zijn.

EH Waar haal je die vandaan?

FV Het zijn vooral mensen die op zoek zijn naar nieuwe ervaringen, nieuwe bijzondere muziek. Dat zijn niet de mensen die naar strijkkwartetten of concertseries gaan. Het zit meer aan de popkant, dit publiek.

EH Maar ze staan er we voor open om naar de klassieke kant getrokken te worden.

FV Ja, precies.

EH Zijn er dingen die je sinds de eerste paar edities bewust *niet* meer doet?

FV De eerste editie ging nog om de confrontatie tussen specifieke genres. Daar zijn we vanaf gestapt, dat werkte niet zo, het was een beetje kunstmatig. Maar wie zit er nou te wachten op zo'n puzzel? Er kwamen wel mensen op af, maar die wilden niet per se weten hoe wereldmuziek met klassieke muziek werkt - die willen gewoon een paar fijne acts op zo'n avond. Je moet ze een avontuur bieden dat bijzonder is. Daarom zijn we ook van die genrebenamingen afgestapt. Die termen staan precies haaks op wat we willen. We proberen wel altijd een lijn te vinden, maar die is meer intuïtief. Het gaat om muziek die nu happening is. [Voorbeeld]. Je probeert de tijdsgeest te raken, en dat lukt steeds meer. Er gebeurt ook steeds meer, ook in de klassieke hoek. De headliners moeten een indruk geven van wat het publiek kan verwachten, en de 'geest' van Cross-linx inzichtelijk maken. Veel mensen komen ook op gevoel af op het evenement.

EH Hebben dit soort projecten de toekomst? Je zei net al dat de klassieke muziek misschien krimpt. Wordt dat gecompenseerd door dit soort initiatieven?

- FV Ja, dat hoop ik, ik zie hierin een grote kans. De mensen komen er wel degelijk op af. Het past ook bij dit soort zalen, net zoals klassiek. Het is een goed alternatief. Dus enerzijds mensen die in Casual Classics geïnteresseerd zijn, maar niet durven, en anderzijds mensen die hier überhaupt niet zo snel naar toe gaan. En altijd: high quality met waarachtige artiesten.
- EH Als je klassieke muziek programmeert, mag je dan knippen in de muziek? Doe je dat voor Cross-linx of Casual Classics? Heeft dat nut?
- FV Het ligt eraan voor wie je dat doet. Voor Casual Classics kan dat prima, maar iemand die een stuk al heel vaak heeft gehoord, denkt “wat krijgen we nou”? Bij voorbaat laat je het totale kunstwerk horen - dat heeft ook wel mijn voorkeur. Knippen is een heel instrumentele vorm om het toegankelijk te maken. Het kan hoor, maar je moet er goed over nadenken. Bij Casual Classics hoop ik wel voor de conservatoriumorkesten dat ze uiteindelijk het gehele werk eens kunnen spelen.
- EH Of dat het publiek nieuwsgierig is geworden naar het geheel.
- FV Ja, precies. Dat legitimeert het knippen ook wel.
- EH Dus de muziek moet in zijn waarde blijven. Welke drempels heb je weggenomen met Cross-linx?
- FV Al die gedragsregels, eigenlijk. Je haalt ook weg dat je tussen 60- en 70-jarigen zit: je organiseert gelijkgestemden. Ook heeft het snelheid. De hele *look and feel* moet kloppen, van de sfeer tot de catering. Het begint natuurlijk al bij de brochure of je facebookevent. En na afloop hoop je dat de mensen die geweest zijn er nog een tijdje over doorpraten.
- De angst om er niet bij te horen is bij Cross-linx veel minder aan de orde. Die statusdrempels zijn echt *killing*. Hoe is het als jij een normaal klassiek concert bezoekt?
- EH [Vertelt.] Het lijkt me belangrijk om mensen er bewust van te maken dat het met die conventies inmiddels - wat mij betreft - allemaal niet zo nauw komt. Als ik er op aangekeken word dat ik wat underdressed ben, denk ik tegenwoordig: ‘wen er maar aan’. Vanwege de angst er niet in te passen zijn tien mensen thuis gebleven die het anders erg naar hun zin hadden gehad - eeuwig zonde.
- FV [Vertelt over verbazing dat de ouderen van tegenwoordig er nog steeds zo uitzien als de ouderen van vroeger - hoe komt dat toch?] Eigenlijk is educatie *the root of all evil*. Als we geen goed kunstonderwijs hebben, kan je ze wel een CJP-pas door de strot duwen, maar elke jongere denkt dan “waar gaat dit over?”. Ik ga wel naar de bios. Daar begint het eigenlijk: het muziek- en

cultuuronderwijs is eigenlijk dramatisch. Als je daar begint werf je veel meer geëngageerden. Dat zou denk ik toch het meest effectief zijn. Wij zijn toch aan de achterkant aan het werk - je moet aan het begin beginnen. Het referentiekader dat nu wordt geboden is veel te beperkt. Er is zo veel meer te behalen.

FV vertelt nog over inspiratie uit literatuur, bijvoorbeeld de intuïtie over kwaliteit zoals beschreven in *Zen and the art of motorcycle maintenance*.

INTERVIEW 5

AART-JAN VAN DE POL

Het Koninklijk Concertgebouw Amsterdam - artistiek coördinator

Eva Huisman – 3462544 | Masterthesis | Kunstbeleid en -management – UU | 10 juni 2014

Aart-Jan van de Pol; AP

Eva Huisman; EH

EH [Legt uit: master, stages, achtergrond, etc.]

In een notendop: mijn scriptie moet een dwarsdoorsnede worden van wat er in het wetenschappelijke veld, maar ook in het praktijkveld, al is geschreven of geprobeerd om de klassieke concertpraktijk te herconceptualiseren. Daarom zit jij hier bij mij aan tafel: ik denk dat het Concertgebouw een bijzondere positie heeft binnen het Nederlandse veld, en zich op sommige gebieden van herconceptualisering in de voorhoede bevindt.

AP Waar zie je dat aan?

EH Bijvoorbeeld aan het feit dat entrée bestaat, of de Tracks-serie: er wordt her en der succesvol gesleuteld aan de randvoorwaarden. Ik vond dat ik het Concertgebouw niet mocht overslaan.

AP Wie heb je nog meer gesproken?

EH [Noemt namen interviews 1 t/m 7.]

AP Hoe werkt dat Casual Classics precies?

EH Als ik het zo goed samenvat: ze werken samen met conservatoriumorkesten. Die spelen korte stukken, soms wel integrale symfonieën. Het begint wat later op de avond en is, met uitzondering van de servicekosten, gratis toegankelijk. De vraag daarbij is een beetje of het publiek dat daar komt - het is vaak goed vol - ook naar het reguliere programma zal komen. Er zijn ook inleidingen en toelichtingen; van alles om het 'casual' te maken.

AP Dat het gratis is is wel bijzonder! Maar ja, misschien zit het daarom ook wel vol. Dat zie je bij onze lunchconcerten ook. Het publiek daar is heel gemêleerd. Er zijn wel wat vaste mensen, maar ook toeristen nu natuurlijk. Ik vind het interessant dat je je scriptie over - hoe noemde je het nou? herconceptualisering - dat is wel een goede - schrijft. Je bent niet de eerste die over onze projecten hier vertelt, maar die richten zich dan vaak op die specifieke case. Herconceptualisering... Het is maar net het idee dat de

concertpraktijk zoals die nu is een vaststaand ding is dat altijd zo geweest is, en eigenlijk ook niet beweegt. Dat is natuurlijk onzin: niets vast, alles is continu in beweging. Als je in de geschiedenisboekjes duikt leer je dat hier vroeger tafels stonden in de grote zaal, die er door het orkest uit gemieterd zijn, dat Mengelberg een hele andere traditie heeft vormgegeven hier. Dat concept bestaat volgens mij voor een gedeelte uit wat een programmeur doet - actieve dingen: wie er speelt, wat er speelt. De cultuur van de luisteraars zit er óók in. Dat samen evolueert heel langzaam. Maar dat hele pakket, van het al dan niet klappen tussen de delen door, of je om een toegift vraagt, of je gaat staan, of je roept, of je mag kuchen of praten, of je iets mag drinken, de lengte van de avond - dat ontwikkelt zich langzaam. Na de oorlog is het volgens mij verworpen tot wat we nu nog kennen. Dat is niet iets dat niet verandert. Dat doet het nu al.

EH Hoe, bijvoorbeeld?

AP Er is een grote groep mensen die wel naar klassieke concerten gaat, maar niet zo ingevoerd is dat ze al die etiquette precies kent. Een groep die tussen de delen door klapt - dat gebeurt, misschien wel steeds vaker de laatste tijd. Dat is een goed teken: dat betekent dat er mensen zijn die niet op de hoogte zijn, en niet zo vaak komen - maar nu wel komt. Behalve de programmeur heb je ook nog de musici - die zijn er, net als het publiek, onderdeel van. De reden voor ons om Tracks op te zetten was om ander publiek te werven. De grap is dat de musici daar al verder mee waren: die stonden te springen om een podium en te experimenteren. Nu is Tracks natuurlijk iets voorbij het experiment, omdat wij het ons niet kunnen veroorloven om het heel experimenteel te houden. De musici is de derde groep die onderdeel uitmaakt van die muziekcultuur. Die zijn de zaak ook heel erg aan het veranderen. Het is dus niet zozeer zo dat 'de zaal' een ander concept uitvoert; het is in ontwikkeling. Het enige wat ik doe, als programmeur, is bepaalde dingen die ik zie gebeuren, of nog net niet, een duwtje geef. De aanvangstijd bijvoorbeeld, daar kan je dingen aan veranderen, maar het moet in dienst staan van de avond. Bij Tracks beginnen we om negen uur, omdat we een doelgroep hebben die veel werkt, of kinderen heeft. We hebben ook veel panels, zo vragen we mensen wat ze vinden en willen. Het hele idee van de pauze- waarom is dat zo ontstaan? Dat zou zomaar eens zo bedacht kunnen zijn om meer horecaomzet te draaien. Maar je ziet ook wel concerten van 1,5 uur aan één stuk, die mensen wel prima trekken. In de pop sowieso. Maar daar kan je even naar de WC lopen zonder dat iemand je boos

aan kijkt. Je moet er mee spelen - maar dat kán wel. De mensen die in die panels zitten bevragen we daar dan over. Daarom heeft Tracks bijvoorbeeld geen pauze, en duurt het maar een uur.

Wat je in de popmuziek veel ziet, is dat er meer met het publiek wordt gecommuniceerd. Er wordt veel gesproken, soms is er echt een dialoog mogelijk. Misschien meer in symbolische taal, maar er is communicatie op een niet-muzikaal vlak. In de klassieke muziek is dat veel minder zo, maar het is wel iets dat mensen van jouw en mijn generatie heel normaal vinden. Sterker nog: veel mensen uit onze generaties kunnen helemaal niet alleen maar muzikaal communiceren - dat is niet genoeg. Daar moet je dan ook iets aan doen.

EH Hoe verhoudt zich dat tot die 1,5 uur die prima mogelijk is zonder pauze?

AP Een concert is altijd een spanningsboog. Die kan je op allerlei manieren vormgeven. Als iemand even uitlegt wat 'ie aan het doen is, dan is dat interessant. Dat hoeft niet heel academisch te zijn. Een anekdote of zo - een context scheppen. Het hoeft geen muziekhistorische context te zijn. Jij hebt ongetwijfeld Baricco gelezen. Hij maakt onderscheid tussen de elite die de diepte in gaat, en de barbaren die netwerkrelatie aan gaan, die veel connecties leggen. Dat boek zal je veel aanhalen - het benoemt zo veel dingen. Die barbaren gaan heel andere relaties aan: die scheppen een context. Dat is niet dezelfde soort context als die van de klassieke muziek. Als je Preludium er op na slaat, dan gaat dat toch vooral de diepte in. Bij zulke nieuwe concepten probeer je juist niet te zeer die diepte in te gaan. [Voorbeeld Pinkpopregistratie met 'nietszeggende' weetjes bij het beeld.]

EH Is er een middenweg in die informatievoorziening?

AP Ja, het is ook niet zo dat je per se het één of het ander moet doen. Ik neem aan dat jij wel eens iets heel speciaals en geweldigs eet, en soms patat. Zo is dit ook; je wil van allebei een beetje. Zo bouw je een belevingswereld om je heen.

Het is geen revolutie, maar een evolutie; iets dat heel langzaam werkt en waar veel mensen een rol in spelen. Wat mijn taak is als programmeur, is om mensen bij elkaar te zoeken, en her en der wat te sturen om vooral de creativiteit van mensen een kans te geven - inclusief die van het publiek. Het publiek is namelijk ook een onderdeel van de ervaring. Een concert doe je met elkaar. Het herconceptualiseren van klassieke muziek is niet iets dat je kunt stoppen, maar iets dat gebeurt. Je kan hooguit een beetje sturen, maar

je kunt de uitkomst niet bepalen - omdat die drie groepen zich er tegen aan bemoeien.

EH Er wordt ook wel gezegd dat de aanleiding voor veel van de initiatieven die nu bezig zijn, is dat het publiek voor klassiek 'uitsterft'.

AP Ja, maar dat is niet helemaal de goede reden. Dat is een oorzaak. De reden dat zalen herconceptualiseren is puur commercieel.

EH Alleen commercieel?

AP Nou ja, natuurlijk zal elke programmeur - ik ook - zeggen dat het ook te maken heeft met een passie die je wil delen. Maar uiteindelijk is de tendens van het laatste decennium dat het allemaal zakelijker moet. Het Concertgebouw is in Nederland de enige die op zo'n hoog niveau zonder subsidie draait. Als ik iets programmeer, dan moet dat rendabel zijn. Dan moet er een sponsor zijn, of incidenteel projectsubsidie voor worden aangevraagd. Het meeste komt uit de recette. Ik ben heel 'commercieel' ingesteld, maar dat zijn alle programmeurs. Als je zegt dat het uitsterven van het publiek de reden is tot handelen, dan is dat meer een commerciële dan artistieke overweging.

EH Waarom is het belangrijk dat er publiek is voor klassieke muziek?

AP Omdat je anders geen geld binnenkrijgt, en dan stopt het.

EH Waarom is het erg dat het stopt?

AP Omdat ik dan mijn baan verlies - zo *bottom line* is het. Daarnaast geldt natuurlijk dat het voor de muziek jammer zou zijn, maar dan heb je toch de verkeerde persoon tegenover je. Dingen veranderen gewoon. Het is volkomen onzin om te denken dat klassieke muziek uitsterft - dat is niet zo. Klassieke muziek leeft meer dan ooit. Maar het is belangrijk om te kijken naar wie zegt dat het uitsterft, en met welke reden. Dat zijn altijd mensen die eigenlijk bedoelen: "de klassieke muziek zoals ik die graag consumeer, dát verdwijnt" - en daar hebben ze gelijk in. Dat wil niet zeggen dat klassieke muziek verdwijnt, maar dat het op een nadere manier zal worden geserveerd. Diezelfde ontwikkeling gebeurde toen de traditionele uitvoeringspraktijk zijn opwachting maakte in de jaren '80 en '90. In principe was klassieke muziek toen ook op een dood spoor. Als je Bach en Mahler op dezelfde manier speelt, komt men er op een dag achter dat er een paar honderd jaar verschil tussen zit. En dat het gek is dat op dezelfde manier te spelen. Dan ontstaat er een nieuwe hoos met veel elan, enthousiasme en nieuwe mensen; en Spanjaarden die naar Utrecht komen om oude muziek te studeren. Oude muziek is al niet meer zo hot - het Festival Oude Muziek

loopt nog goed. Die ontwikkeling is ook een soort conceptaanpassing. Het ging daar niet om aanvangstijden, maar over de content. Wie, wat, waar en hoe. Vanaf eind jaren '90 is alles ineens een festival geworden - dat is ook een conceptverandering. Al die veranderingen zijn ingegeven doordat je ten eerste commercieel bezig bent - als er geen publiek is, dan stopt alles, en ten tweede meer vanuit het hart gedreven passie om de muziek te willen uitdragen. Als iemand zegt: "klassieke muziek sterft uit", moet je dus bekijken wie dat zegt, en waarom ze dat zeggen. De manier waarop zij naar klassieke muziek luisteren, wordt bedreigd.

EH Door wie of wat wordt dat bedreigd?

AP Door een gebrek aan commercieel draagvlak! Als iedereen naar een concert van een uur wil, dat om negen uur begint, waar tussen de delen geklapt wordt en waarbij de musicus wat vertelt, en alleen delen gespeeld worden; dan kun je dus nooit meer naar een hele Mahlersymfonie gaan luisteren ergens, omdat dat niet meer geboden wordt. Of heel zelden. De groep die dat leuk vindt wordt steeds kleiner.

EH Denk je dat er over twintig jaar alleen nog maar zulke korte concerten worden gegeven?

AP Nee, helemaal niet. Het is, behalve dat het een uitspraak is die uit angst voor verandering voortkomt, is het ook onzin omdat de verandering niet ten koste gaat van de muziekpraktijk. De diversiteit wordt gewoon groter. Er zijn zat mensen die nu drie uur lang naar Canto Ostinato gaan luisteren. Die kunnen prima drie kwartier naar een symfonie luisteren.

EH Waarom doen ze dat niet, denk je?

AP Ik denk dat ze dat wel doen - dat het een misvatting is dat ze dat niet doen.

EH En jong publiek dan, specifieker?

AP Het aantal mensen dat dat doet is klein. Er zijn allerlei studies die zeggen dat je naarmate je ouder wordt, meer affiniteit ontwikkelt voor klassieke muziek.

EH Maar ook dat is inmiddels al weer weerlegd, he?

AP Is dat alweer weerlegd?

EH [Hamann in een notendop.] Mijn indruk is meer dat het praktijkveld die ontwikkeling eigenlijk al wel had opgepikt.

AP Ja! Er is een oude anekdote, ik weet niet precies hoe oud, zeker tien jaar. Toen er gevraagd werd "Bent u niet bang dat al die grijze koppen straks dood zijn, en er dan niemand meer in de zaal zit?", werd daarop gezegd: "nee, want er komen weer nieuwe grijze koppen."

EH Vind je het vervelend dat het alleen maar grijze koppen zijn?

AP Het zijn niet alleen maar grijze koppen, dat is een misvatting. Tenminste, niet bij ons.

EH Ook niet bij de hoogdrempelige zware kost?

AP Het merendeel zijn natuurlijk grijze koppen... Je hebt hier heel veel studenten die sprinten. Natuurlijk heb je geen zaal vol met jong publiek, maar bij Tracks heb je dat wel. Het zwaartepunt ligt wel daar - de grafiek toont natuurlijk wel een hobbel met het hoogtepunt tussen de 55 en de 65. Het is een mooi en geleidelijk grafiekje. Het is een bobbel, geen punt. Je hebt veel grijze koppen, ja.

EH Is dat erg?

AP Ik denk het niet. Het is ook een economisch ding. Klassieke muziek is een hele dure vorm van kunst. Omdat de kaartjes heel duur zijn, omdat het een dure grap is om 120 man orkest op het podium te zetten, met solisten en een topdirigent. Je kent ie verhalen toch wel over de verhouding tussen subsidie en recette bij de opera? Dat is ook wat jong publiek weert - het is gewoon goedkoper om naar de bioscoop te gaan.

EH Is dat waarom jullie 'tussenconcepten' zoals Tracks hebben ontwikkeld?

AP Ja, en als je wil dat dat kans van slagen heeft, dan moet je kaartprijs omlaag.

[EH en AP bespreken Essentials-serie en A-serie - initiatieven vanuit het Orkest.]

EH Ik neem weer even een stap terug; we zijn het er over eens dat het belangrijk is dat er publiek is voor klassieke muziek. Maar wat versta je eigenlijk onder klassieke muziek?

AP Ja, dat is ook een groot probleem. Traditioneel gezien heb je natuurlijk klassieke muziek als stijlperiode, maar ik zie het breder: muziek die gebruik maakt van het vocabulaire van klassieke muziek. Er zijn ook veel danceproducers - zoals Henrik Schwarz, die hadden we hier een tijd geleden - die als producer haast 'volwassen' zijn geworden, en zich zelf nu haast componist durven te noemen. Ze nemen zich zelf zo serieus, en terecht, dat ze zeggen dat ze niet alleen voor computer kunnen schrijven, maar ook voor orkest. En als die arrangementen worden uitgevoerd - spreek je dan van klassieke muziek? Het maakt wel gebruik van de klassieke klanken, instrumenten en zelfs setting.

Klassiek is eigenlijk een hele foute term; een verwording van de klassieke, romantische en barokke periode, en ook nog de contemporaine muziek. Het

is maar net wat je eronder verstaat. Over het algemeen is klassieke muziek akoestische muziek van vóór 1913.

EH En waar komt die '13 vandaan?

AP De Sacre du Printemps was echt een veranderpunt. Daarna heb je hedendaagse muziek. Dat is eigenlijk bullshit natuurlijk: Richard Strauss schreef in de Tweede Wereldoorlog nog heerlijke romantische muziek! Het is eigenlijk onmogelijk om te zeggen. Laat ik geen uitspraken doen over wat klassieke muziek is. Wij houden ons hier vooral bezig met muziek die werkt in deze zalen - dat is iets anders.

EH Precies. Ik wil in mijn onderzoek concertzalen meenemen, maar ook initiatieven die los daarvan en op projectbasis zijn georganiseerd.

AP Splendor is duidelijk iets vanuit de musici: ze hebben ergens behoefte aan, en gaan dat vervolgens gewoon doen. Dat soort dingen gebeuren aan de lopende band - gelukkig maar.

EH Waar komt die behoefte vandaan, denk je?

AP Ze hebben geen podium waar ze kunnen doen wat ze willen. Wij als concertzaal proberen wel wat, maar er is lang niet ruimte voor iedereen om hier te spelen - heel beperkt. In Muziekgebouw aan 't IJ zijn de mogelijkheden beperkt, in Paradiso ook. Zo zijn er allerlei initiatieven om de muziek meer podia te bieden.

EH En wat vind je van initiatieven - weer anders, vanuit de platenmaatschappij - als Yellow Lounge?

AP Het is een marketingtool. Leuk hoor, maar het komt niet uit programmeringsbudget, maar uit marketingbudget. Het gaat om een promotie van een nieuwe plaat. Marketing is niet een vies woord ofzo, maar het doel van zo'n concert is meer het verkopen van CD's dan 'de positieve kunstbeleving'. Maar het is wel een geweldig idee. Je moet het niet zwart/wit zien, het is een beetje beide. Vooral: er zit geen tegenstelling tussen die twee. Een goed marketingplan en een mooi concert realiseren is het zelfde.

EH Laten we verder ingaan op Tracks. Hoe zit dat in elkaar?

AP Tracks bestaat vijf jaar, het zijn concerten van een uur die beginnen om negen uur 's avonds, er is een borrel na afloop en zijn voornamelijk Nederlandse musici. We verkopen het op het concept - de avond uit - dus niet op de naam van de musici, zeker niet op wat ze gaan spelen. We hebben een heel team van mensen dat er aan werkt: een regisseur, een lichtdesigner, een videoartiest, een programmeur... Er zijn vijf edities per jaar. Vorig jaar hadden we voor het eerst dubbele edities, op woensdag en donderdag.

- EH Puur omdat het animo verdubbeld was?
- AP Ja. Tracks heeft twee verschillende publieksdoelgroepen. Enerzijds de jonge hipsters uit Amsterdam die kaartjes kopen, en anderzijds de business club vanuit onze sponsors. De sponsors hebben jonge mensen in dienst, en sturen hun Young Professionals naar tracks. Het is een mix tussen een goede avond uit met vrienden en een netwerkbijeenkomst. Beide gaat heel goed.
- EH Hoe verschilt een editie van Tracks van nu, met die van vijf jaar geleden?
- AP Er is niet heel veel verschil, behalve dat we beter zijn geworden. Vroeger ging het wat meer alle kanten op, en konden ideeën door tijd- en geldgebrek minder goed uitgevoerd worden. Met dat team hebben we nu juist wel de middelen om het beter uit te werken. Technisch of kwalitatief werkt het beter. [Voorbeeld powerpoint vs. videokunstenaar]. De doelstellingen zijn hetzelfde gebleven. We proberen ervoor te zorgen dat het niet te theatraal wordt, het gaat om de muziek - alles moet in dienst staan.
- EH Is de doelstelling om specifiek dit publiek te bereiken, of ook nog in de hoop dat ze naar het reguliere programma van Het Concertgebouw komen?
- AP Dat was ooit wel het idee, maar dat hebben we opgegeven, want dat doen ze niet.
- EH Is dat erg?
- AP Nee. Het reguliere verandert. Het is een beetje gek om... Als NRC jou zo ver krijgt op je iPad een abonnement te nemen. Dan is dat wat jij wil. Dan kan NRC wel hopen dat je daardoor ook het papieren exemplaar gaat lezen - natuurlijk niet. Nou ja, het beweegt. Ongetwijfeld komt er iemand door Tracks naar een Mahlerconcert, maar het is niet automatisch aan elkaar verbonden.
- EH Hoe verleid je een jongere er wel toe om naar het reguliere programma te komen?
- AP Niet.
- EH Kan dat niet? Is het een verloren zaak?
- AP Ik ga er geen moeite voor doen. Het is niet helemaal een verloren zaak. Een beetje moeite kan wel, maar je moet daar niet te veel illusies koesteren. Je moet er bijvoorbeeld voor zorgen dat je een website hebt die ook jongere mensen snappen, zo ook je andere kanalen. Je moet wel uitreiken naar die mensen, maar ik kan er niet voor zorgen dat iemand naar een concert gaat; dat doet 'ie uiteindelijk zelf. Ik kan alleen de voorwaarden scheppen. Wat wij aan het doen zijn, is om heel veel verschillende concepten naast elkaar te hebben, die allemaal andere voorwaarde hebben. Naast Tracks hebben we ook de Classics-serie, die is meer voor de Kruidvat-CD-koper die een mooi

avondje uit wil. Die een bezoek wel als iets bijzonders en sjieks ziet. Die de etiquette wel wil zien. Laatst kwam in een panel naar voren dat je die mensen een boekje moet toesturen met 'hoe het moet', en met suggesties van wat je aan moet trekken, wanneer je wel en niet klappt en waarom...

EH Eigenlijk de praktijk in een notendop.

AP Ja.

EH Terwijl zo'n boekje voor een andere doelgroep drempelverhogend werkt.

AP Ja, voor de een is het drempelverhogend, voor de ander drempelverlagend. Familie- en kinderconcerten hebben weer een totaal andere voorwaarden. We zijn ook erg aan het experimenteren met de smaakwijzer op de website. Dat blijft natuurlijk een *ongoing process*. Hoe zorg je ervoor dat mensen weten welke muziek ze willen horen, maar ook of de andere onderdelen van het concept het aanspreekt? Je moet ze daarin de weg wijzen.

Ambassadeurs zijn daarvoor ook heel belangrijk. Zoals Arie Boomsma, die hier onlangs zijn nieuwe boek presenteerde. Dat was een heel erg leuke avond. Toen hij vroeg wie er wel eens naar een klassiek concert kwam, gingen er heel weinig handen de lucht in. Dus dat is wel gelukt.

EH Komen ze nog eens terug, denk je? Of was dat hier niet per se de bedoeling.

AP Het is kortzichtig om te denken: "ik organiseer een concert, en dan komen die mensen bij mij nog eens terug om een kaartje te kopen". Het grappige is natuurlijk dat die mensen dan een kaartje kopen bij Yvonne van den Berg, of Peter Tra - je bouwt samen aan een geheel.

EH Zouden de concertpodia meer moeten samenwerken, zodat het programma onderling op elkaar aansluit?

AP Nee, want als je gaat samenwerken ga je allemaal hetzelfde doen. Dan heb je daarvoor één heel groot publiek nodig, en dat is er niet. Tracks is echt een voorhoedegevecht, geen massaproductie. Dat is niet een avond in de arena. Wij doen dit, maar het gaat ook om de variatie. Mensen die geïnteresseerd zijn, zijn dat niet in het zoveelste concept dat uitgerold wordt, maar geïnteresseerd in iets spannends.

EH Hoe ver moet je gaan om het publiek het makkelijk te maken?

AP In welke zin?

EH Heb je het boekje van Johan Idema gezien, met daar in allerlei voorbeelden van incidentele projecten voor publieksonwikkeling?

AP Ik heb het wel gezien trouwens. Tracks stond daar geloof ik niet eens in.

EH [Plaatst kanttekeningen bij dat boekje - leveren incidentele projecten publiek voor de lange termijn op?].

- AP Ik heb het niet gelezen, maar was wel bij de presentatie van het boek. Het werd eigenlijk best wel afgebrand door veel mensen, omdat het niet zo representatief was, er miste een aantal belangrijke dingen, en de conclusies werden wat gek getrokken. Het was wel fijn dat er daardoor discussie ontstond.
- EH Ik begon er over omdat er voorbeelden in staan waarin niets te gek is om het publiek het zo 'leuk' of comfortabel mogelijk te maken - een concert in een zwembad, met drijvend orkest.
- AP Tsja, wij hebben geen zwembad hier - wij hebben een zaal. Er wordt elke keer ter discussie gesteld of we niet het Concertgebouw op locatie kunnen doen. Dat doen we niet, nog niet. Vooralsnog kiezen we steeds bewust om dat niet te doen. We hebben hier, met de koorzaal erbij, drie mooie zalen. Daar is het Concertgebouw ook beroemd om - laten we dingen doen die hier tot zijn recht komen. Het gaat om de beleving uiteindelijk, en muziek is daarbinnen het belangrijkste. Wij doen geen concessies aan de kwaliteit. Er zijn wel onderlinge verschillen, tussen solisten bijvoorbeeld, maar de kwaliteit is in de basis altijd gewaarborgd.
- EH Wat denk je van de orkesten die nu zo veel filmmuziek gaan spelen?
- AP Er zijn werken waarbij het oké is als je niet het allerbeste orkest hoort. Er zullen weinig luisteraars zijn die het verschil horen tussen het Gelders Orkest en het KCO, maar dát het verschil er is, is wel belangrijk. Er zijn genoeg mensen die het wel horen, die dat zinvol maken. De mensen die naar zo'n filmuitvoering komen, hebben die extra procent van kwaliteit niet nodig om een geweldige avond te hebben. Dan is het onzin om een orkest dat gespecialiseerd is in die ene procent in te zetten - dat kost heel veel geld. Wij hebben hier ook wel filmavonden, maar niet met het KCO. Daar zie je weer ander publiek, bij de Disneyconcerten veel familie bijvoorbeeld.
- EH Betekent dat dat het wel meevalt met het uitsterven van het publiek?
- AP Ja, ik denk het wel. Het is precies wat ik net zei: als je naar een strijkkwartet wil luisteren, volgens alle traditionele conventies, dan is de kans groot dat dat over twintig jaar in mindere mate gebeurt dan nu. Maar die Beethoven, Dvorák en Haydn worden heus nog wel gespeeld, maar in een andere vorm.
- EH Is het zonde al bepaalde muziek dan uitsterft?
- AP Er verdwijnt continu muziek! Er zijn steeds ook weer nieuwe ontdekkingen. Ondertussen verdwijnt er van alles ongemerkt van de radar. Bedenk je ook dat Mozart en Beethoven destijds ook niet de enige waren - op de één of andere manier zijn zij overgebleven. Vergelijk het bijvoorbeeld met Big

Brother - dat is een klassieker. Maar al die realityshows die er van afgeleid zijn zijn het resultaat daarvan. Dat wat in de geschiedenisboeken terecht komt, gaat langer mee, maar de meeste muziek die ooit is gemaakt, is vergeten. Dat is nu nog steeds zo, in alle genres. Tegenwoordig wordt veel opgenomen, maar de consumptie ervan gaat alsnog verloren. Vivaldi is ook een hele tijd weggeweest, of Monteverdi, en toen kwam het weer terug.

EH Dan nog een laatste vraag: Gert Gering noemde nog dat hij het wel eens lastig vindt dat - naar zijn idee - de orkesten en ook ensembles vooral zelf bepalen wat ze willen spelen. Niet omdat ze denken dat het publiek dat graag wil horen, maar omdat ze het zelf graag zouden spelen. Wat is jouw ervaring daar mee? Is er daardoor discrepantie tussen vraag en aanbod, waar je als zaalprogrammeur moeilijk mee kunt werken?

AP Nee. Ik zit in een andere positie dan in Tilburg, natuurlijk. Als wij iets speciaals willen, dan vinden we daar een orkest voor dat dat speelt. Dat is ook wel het verschil tussen het Concertgebouw en Theaters Tilburg, bijvoorbeeld. Het is wel waar, wat hij zegt. Er zijn heel veel krachten die meespelen. Een orkest heeft een profiel, een missie, allerlei meningen intern, een dirigent... en zalen hebben datzelfde. Het is een beetje puzzelen. Dat heet aanbod - daaruit maak je keuzes. Dat is er hier meer dan in Tilburg. Maar ik leg me meestal niet neer bij het programma dat een strijkkwartet aanbiedt. Gewoon omdat ik meerdere kwartetten programmeer, en graag een gevarieerd programma bied. Ik kies een kwartet omdat ik de mensen mooi vind, en dan kom ik met een voorstel.

EH Dus die wisselwerking is wel degelijk mogelijk?

AP Ja, en met orkesten tot op zekere hoogte ook wel. Maar die kunnen niet elke avond wat anders spelen.

AP, afsluitende opmerking:

Onze bezettingsgraad is enigszins gestegen nota bene, ondanks de crisis. We zitten nu boven de 80% gemiddeld. Vroeger zaten we daar net onder - dat is iets van de laatste jaren.

Tien jaar geleden beseften wij hier dat de abonnementenverkoop 'm niet gaat blijven. Vroeger, in de jaren '80 en '90, verkochten we vrijwel 100% van de kaarten op abonnementen. Vanaf de 21^{ste} eeuw verdween de vraag naar dergelijke abonnementen snel. Toen hebben we een marketingafdeling in het leven geroepen, naast die voor publiciteit die al bestond, die echt langetermijnstrategieën ontwikkelt. Het abonnementspubliek, ja, dat gaat

weg. Het is moeilijker, want vroeger verkocht je met één handeling zes kaartjes, nu moet je zes keer moeite doen. Maar het kan wel.

INTERVIEW 6

MARJOLEIN VAN RUITEN

Freelance PR - (klassieke) muzieksector

Eva Huisman – 3462544 | Masterthesis | Kunstbeleid en -management – UU | 11 juni 2014

Marjolein van Ruiten; MR

Eva Huisman; EH

MR De rol die ik had bij Radio Kootwijk Live was die van producent. De rol die ik nu heb, is die van “bellen met de pers”, voor muzikensembles of muziekfestivals - Lonneke Regter is bijvoorbeeld één van mijn opdrachtgevers voor het Nederlands Vioolconcours.

MR [Vertelt over studie, carrière en laat freelance-portfolio zien: een breed scala aan muziekgerelateerde evenementen, ensembles, campagnes, etc.]

Radio Kootwijk Live is ontstaan omdat mijn toenmalige directeur, Bart van Rosmalen, een advies had uitgebracht aan de gemeente Apeldoorn over een huis voor muzikaal toptalent. Dat hield in dat een aantal partijen in Apeldoorn, de Ereprijs, het NJO, een aantal musici, en Radio Kootwijk, samen een plek zouden maken waar muzikaal toptalent zich zou kunnen ontwikkelen.

[Vertelt over eerste editie, ideeën en productie.] De dingen die daar zijn uitgevonden, zijn op reis gegaan door Nederland. Die zijn verkocht aan de programmeurs. Het was een dialoog tussen makers - die echt zelf willen maken, en programmeurs die zich op een nieuwe manier willen verhouden tot het publiek. Sommige dingen lukken dan wel, andere niet. Ik heb van beide kanten ook wel frustraties gehoord - hoe maak je zo'n programma? Dat is nog wel een ding. De communicatie is natuurlijk niet altijd knip en klaar: wie maakt wat? Een aantal jaar heeft dat heel goed gefunctioneerd. Radio Kootwijk Live bestaat ook nog steeds, en de mensen zijn er nog steeds, maar op een gegeven moment hield de subsidie van de gemeente op. De makers werden niet betaald voor de tijd die ze in Kootwijk waren - dat was hun investering in de ontwikkeling van nieuwe programma's. Als je iedereen wel fatsoenlijk wil betalen - ze zijn er ook niet in hun eentje - dan wordt dat heel duur. De vraag blijft: waar is de speelruimte om programma's te

ontwikkelen? Daarom wees ik je ook op Splendor. Daar zitten ook veel mensen vanuit Radio Kootwijk Live.

In het geval van Splendor werkt het zo: je hebt een musicus, Wilmar de Visser, contrabassist. Hij heeft 50 musici om zich heen verzameld. Hij zei tegen de gemeente [Amsterdam]: wij willen graag een plek, wij vinden dat wel een leuke plek. De gemeente zei dat ze het pand konden huren, maar het geld voor de binnenkant - het moest worden opgeknapt - moesten ze zelf werven. Toen hebben ze, heel knap bedacht, aandelen uitgegeven, van €1000. Ze hebben er 255 uitgegeven. Naast de aandeelhouders hebben ze 1300 leden, die €100 per jaar betalen. Daarnaast doen ze alles zelf. Ik heb de perscontacten gedaan voor de opening van Splendor. Ze zijn nog niet eens een jaar open. Eerder was ik al betrokken bij een brainstorm over de publiciteit, maar zes weken voor de opening werd ik benaderd om de verdere perscontacten te doen. Ik dacht: de journalisten spreken veel liever met de musici zelf, dan met mij. Ik heb dus vooral dat onderlinge contact gelegd en gefaciliteerd. Zo schreef de Volkskrant bijvoorbeeld maar liefst vier pagina's vol!

De vraag blijft: hoe lang is zo'n plek als Splendor duurzaam? Ik denk dat zo'n plek als Splendor wel belangrijk is, omdat de mensen elkaar daar ontmoeten. Je gaat door dezelfde deur naar binnen als de musicus - je kunt elkaar ontmoeten, dat is goed voor de reflectie. Het bijzondere is dat veel van die musici dus ook zelf programmeren, of 'zich'zelf. Of je maakt iets dat je aanbiedt aan een programmeur, of je gaat je eigen festival doen... De rollen zijn niet altijd eenduidig.

MR [Vertelt aan de hand van portfolio over staat van dienst].

EH [Vertelt over opleidingen, stage, ervaring etc.] Het onderwerp van de traditionele klassieke concertpraktijk is best wel abstract. [Vertelt over onderzoeksopzet en overige interviews].

Ik vraag al alle respondenten: hoe zou jij de klassieke concertpraktijk omschrijven?

MR Het lastige voor mij is dat ik bijvoorbeeld alleen naar het Concertgebouw ga, als ik daar aan het werk ben. Ik ben daar niet als normale bezoeker. Sterker nog: als ik voor mijn eigen plezier naar een concert ga, vragen bekenden zich af of ik aan het werk ben!

Ik zie wel dat die klassieke concertpraktijk heel erg in ontwikkeling is. Bij initiatieven als Splendor of Ludwig wordt opnieuw gekeken naar: 'hoe verhouden wij ons tot het publiek?' Er wordt ook gekeken naar minder voor

de hand liggende *links* tussen de muziek en een potentieel podium, zoals Wilmar de Visser dat deed met het stadion [toelichting voorbeeld]. Waarom moet een klassiek concert per se in een concertzaal worden gehouden? En waarom telt een bloemencorsowagen niet als podium [Voorbeeld Matangi Strijkkwartet in 2010 - op wagen met eigen tulp]? Als je veel meer samenwerkt tussen verschillende disciplines, kan je heel veel bereiken. Ik kom van oorsprong uit de bloemensector [verwijzing naar verhalen bij portfolio]. Ik vind bijvoorbeeld dat De Keukenhof zou moeten samenwerken met het Concertgebouw. Ik ben daarover ook al in gesprek geweest, om te zoeken naar een logische link. Weet je hoeveel mensen de opening van de Keukenhof trekt? Dat is het begin van het Nederlandse toeristenseizoen. Eén miljoen dit jaar! Er zijn genoeg mensen die prachtige dingen willen zien. Je moet ze alleen zien te verleiden om dat bij jou te komen doen. Een paar duizend Japanners kunnen best 's middags naar de Keukenhof, en 's avonds naar het concertgebouw.

EH Waarom is publiek voor klassieke muziek belangrijk?

MR Het gekke is - ik ben zelf helemaal geen musicus. Ik mag al die mooie concerten meemaken, en vind het echt fantastisch. Ik wil gewoon dat heel veel mensen dat kunnen meemaken. Andere muziek vind ik ook prachtig hoor, niet alleen klassiek. Muziek hoort er gewoon bij. Ik ben niet opgegroeid met muziek, ik heb het allemaal zelf ontdekt. Ik neem nu juist mijn ouders mee, in plaats van andersom. De meeste mensen die ik tegenkom in het veld hebben een totaal andere achtergrond.

Hoe je een programma maakt is echt super belangrijk. Ik ken genoeg voorbeelden waar je ineens een totaal ander soort publiek in de concertzaal zag - bij Henrik Schwarz bijvoorbeeld, allemaal hippe gebreide truien! De programmeurs moeten net even anders gaan denken over wat interessant is voor het publiek, en hoe je ze bereikt.

EH Denk je dat de programmeurs wat zijn vastgeroest, en daarom het vaste publiek voor de traditioneler concerten zo weinig veranderd is?

MR Dingen gaan al heel lang op een bepaalde manier. Vroeger gaf je abonnementen uit, en bestelden mensen *en masse* kaartjes. Dat is niet meer zo - het vanzelfsprekende is er af. Al die programmeurs zoeken naar de sleutel om het publiek te bereiken. [Voorbeeld Violconcouers, perscontact - DWDD / Jeugdjournaal]. TV-programma's DWDD, RTL Late Night, Pauw en... ja wie eigenlijk nu...

- EH Is dat ook de sleutel voor niet-eenmalige projecten of evenementen, zoals de concerten in zo'n seizoensbrochure?
- MR Nee. Dan moet je het contact anders opzoeken. Je kunt journalisten of bijvoorbeeld radiopresentatoren enthousiast maken voor de serie die je aanbiedt. Alles bij elkaar opgeteld - het publiek zit op verschillende projecten. Een link met de actualiteit helpt ook echt om ergens binnen te komen.
- Er is toch wel een crisis aan de gang de afgelopen jaren - mensen, dus ook publiek, gaan voorzichtiger met hun geld om. Programmeurs kunnen op safe spelen en iets programmeren dat sowieso heel veel mensen aanspreekt.
- EH Zoals, bijvoorbeeld?
- MR Tsja, wie is 'iedereen'? Dan kom je haast bij een André Rieu terecht. Maar dat levert wel een volle zaal op.
- EH Als je het publiek voor Rieu meerekent onder de kop 'publiek voor klassieke muziek', dan is er wat bezoekersaantallen betreft ineens geen probleem meer. Zie jij het vermeende uitsterven van publiek voor klassiek als een probleem? Waarom moet 'het' anders?
- MR Je ziet wel dat de leeftijd bij klassieke concerten schrikbarend hoog ligt. Als je in het Concertgebouw rondkijkt, denk je: over twintig jaar is het hier gewoon klaar. Je hebt nieuwe aanwas nodig. Daar doen ze ook heel veel aan daar, in het Gebouw. Ook voor de traditionele muziekpraktijk is het van belang je steeds opnieuw te verhouden tot de actualiteit. Een ensemble als Ludwig doet dat heel goed. Die speelden ook na afloop van hun eigen programma in de foyers - drankje erbij, praten maar, ook met de musici.
- EH Wat kan je nog meer aanraden als het gaat om drempelverlaging?
- MR Ik denk dat het belangrijk is dat er een connectie ontstaat tussen het publiek en de mensen die op het podium staan. Bij Splendor ga je door dezelfde deur naar binnen. Mensen willen zich verhouden tot wat er wordt gespeeld. Voor mij helpt het bijvoorbeeld dat ik bij elk concert vanzelf wel een handjevol mensen ken. De drempel om iets leuk te vinden of je ergens welkom te voelen, die blijft toch wel hoog. Ik vind het ook wel belangrijk dat publiek opgevangen wordt, dat ze welkom worden geheten. Dat verandert ook wel inmiddels, dat zie je.
- EH In de traditionele praktijk is dat niet zo aanwezig: de gong gaat en je gaat zitten, en er wordt stilte van je verwacht.
- MR Ja, en na afloop een drankje misschien en dan *moven*.

- EH Is dat de praktijk die aan het uitsterven is? Blijven de concerten op projectbasis of op locatie over?
- MR Er is nog steeds een enorme drive om door te gaan: heel veel mensen vinden het belangrijk dat het er is. veel ensembles zijn gesneuveld of getroffen door de culturele kaalslag. Je ziet al veel samenwerkingen, maar het kan nog veel sterker. Die samenwerking kan ook door de sectoren heen: als je de muzieksector koppelt aan de bloembollensector koppelt. Dan hebben we het wel over *stakeholders*, die echt wat te zeggen hebben. Er zijn veel kansen om publiek te delen. Daar zou het gesprek over moten gaan: hoe kun je elkaar versterken?
- EH Hoe komt het dat de uitdaging om dergelijke samenwerkingen aan te gaan nog niet echt gegrepen wordt?
- MR Hoewel ik het echt een open deur vind, komen nog maar weinig mensen op het idee. Er is nog zoveel nieuw publiek te winnen. Zoek naar slimme samenwerkingen, kijk met een open blik, en zie waar je elkaar versterkt. De Keukenhof is een A-merk, het Concertgebouw is een A-merk, dus waarom niet? Leer ook van elkaar! Er wordt ook vaak gezegd: “we hebben het al zo druk met ons eigen programma, dat is al veel...” Dat is ook wel zo, maar de samenwerking buiten heeft de toekomst.
- EH Je vertelt nu honderduit over wat er wel geprobeerd moet worden. Zijn er ook dingen die je kunt afraden?
- MR Dat is lastig. Je moet het publiek niet niet serieus nemen, of te weinig informatie geven, of op de verkeerde plek. Zonder ‘haakjes’ op de juiste plek, zorg je er niet voor dat mensen terug komen. Trigger mensen, zodat ze geprikkeld worden om verder te zoeken, bijvoorbeeld op je website. Voor een concertzaal is het gevaarlijk om bepaalde dingen als bekend te veronderstellen, omdat je dat zelf allemaal wel weet. Je moet bedenken wat een onwetende bezoeker nodig heeft aan informatie zodra die over de drempel stapt.
- EH [Vertelt over focusgroepen jongerenorganisatie TivoliVredenburg.] Hoe neem je iemand dan *wel* serieus?
- MR Als er een vraag is, die herkennen, en er antwoord opgeven. Dus je moet bereikbaar zijn als zaal.
- EH Hoe kom je erachter wat de vraag is?
- MR Door je daarin commercieel op te stellen. Bij TivoliVredenburg vroeg ik me na een rondleiding en na het zien van de seizoensbrochure af: “kan ik hier

aan de buitenkant meteen zien wat er gebeurt?” Ik weet wel dat ze binnenkort openen, maar er hangt geen poster met ‘dit is er vanavond’.

[EH en MR sparren over de openingsperiode van TivoliVredenburg]

EH Ken je het boekje van Johan Idema? Ik vroeg me af hoe haalbaar het zou zijn om dergelijke projecten op structurele basis uit te voeren. Hoeveel comfort moet je het publiek bieden? Levert het ook herhaalbezoek op?

MR Ja, ik ken het. Als je zoiets onderneemt, moet het passen binnen wat je nog meer doet. *Walk the talk*, zeg maar. Het moet passen in het verhaal. Eenmalig is het misschien leuk, maar daarna heeft het publiek alsnog geen idee.

EH En hoe ver moet je gaan om het publiek het makkelijker te maken? Wek je daarmee interesse voor de traditioneler vormen van klassieke muziek?

MR TV-programma's werken daar ook wel aan mee, de Tiende van Tijn bijvoorbeeld. De rode draad van dat programma om muziek op aparte plekken te laten zien, is volgens mij niet heel effectief. De reden om het zo te benaderen is me niet helemaal duidelijk. Het vergroot wel de aandacht voor publieke muziek.

De programmeur moet er voor zorgen dat het publiek zich welkom voelt, ook omdat ze begrijpen waarom ze ergens zijn en wat dat te maken heeft met wat ze gaan beleven. [Voorbeeld Radio Kootwijk & sterrenkundigen.]

EH Denk je dat de gemiddelde programmeur van nu in staat is om op zo'n manier te programmeren?

MR Nou ja, programmeren is mijn vak niet. Ik heb wel gezien hoe programmeurs werken. Programmeurs bekijken altijd wat er speelt, en spelen daar zelf op in. Als je echt een goede programmeur wil zijn moet je eigenlijk een overzicht van alles hebben, maar dat kan helemaal niet. Het is wel goed om een breed zicht te hebben.

EH Zijn connecties met andere muziekgenres ook een mogelijkheid om klassieke muziek toegankelijker te maken?

MR Ja, en de festivalformule - daar kan je zelf kiezen wie je ziet - doet het ook goed. Je kan wel een programma maken dat je van te voren moet vastleggen, maar breng ook de gaten in de programmering goed onder de aandacht, en op verschillende termijnen: wat is er vandaag? Die vraag is net zo relevant als toen het concert werd aangekondigd.

Zoek ook contrasten in je programmering. Op Lowlands is er bijvoorbeeld ook veel animo voor de lezingen in de vroege middag, of de klassieke

experimenten. Juist omdat die net weer wat anders zijn dan het reguliere programma - het is uitdagend.

Je moet je ook afvragen, als ze er eenmaal zitten: wie is het publiek, wat vind het publiek? Hoe ga je dat polsen? Ga je enquêteren, of een goed publieksonderzoek laten uitvoeren? Die feedback is wel fijn. Je moet ervoor zorgen dat dat makkelijk is voor de bezoeker.

EH Begrijp ik dat volgens jou de afloop van een concert in aandacht wordt overschaduwd door de voorbereiding?

MR Ja, het publiek moet worden geworven, maar wordt vervolgens nauwelijks bevraagd over hoe het was. Musici zijn daar ook niet vaak toe bereid - een *meet & greet* is een uitzondering. Het blijft toch te zeer bij het concert alleen. De grote vraag voor de toekomst is is of de bewering 'het concert staat op zichzelf' houdbaar is - ben je klaar zodra het concert afgelopen is, is dat houdbaar? De vraag is of de relatie is afgelopen na de staande ovatie - ik denk het niet. Dat is een punt voor de toekomst: die relatie kan je op een creatieve manier faciliteren. Een afterparty kan je niet elke avond doen, een *meet & greet* ook niet, maar je kunt er wel voor zorgen dat het iets minder een uitzondering is. In TivoliVredenburg bijvoorbeeld: een musicibar, waar de musici wat drinken en waar het publiek heen kan als ze durven.

[MR doet nog een aantal suggesties voor vervolginterviews.]

INTERVIEW 7

NEIL WALLACE

De Doelen Rotterdam - hoofdprogrammeur

Eva Huisman – 3462544 | Masterthesis | Kunstbeleid en -management – UU | 13 juni 2014

Neil Wallace; NW

Eva Huisman; EH

EH [Legt uit: master, stage, achtergrond, etc.]

NW Spreek je ook met de orkesten? Die zijn ook een belangrijk deel van het verhaal. Programmeurs mogen alles vinden en denken, maar de orkesten innoveren zelf ook. [Voorbeeld Noord-Nederlands Orkest, dat stilletjes zeer aan de weg timmert. Ook: Residentieorkest.] Wat de situatie van het Residentieorkest bijvoorbeeld zo interessant maakt, is dat het orkest naar de poorten van de hel is gesleept, en op het laatste moment daar is weggehaald. Daardoor is er sprake van een totaal nieuwe mentaliteit.

Vanuit de orkesten is er veel 'retoriek' over vernieuwing. In de Amerikaanse *change management*-literatuur is er een heel leuke uitdrukking: "if you want one turn of the screw at the bottom, turn it eight times at the top." Hoe groter je organisatie - als je aan de onderkant echt resultaat wil boeken, moet je keihard werken aan de bovenkant. Orkesten zijn de meest wonderbaarlijke organismes. Het gemiddelde symfonieorkest heeft 65 man in vaste dienst. Los van elkaar zullen ze allemaal instemmen met de ambitie om te veranderen - een open vizier, 100%. Maar breng die discussie naar één instrumentensectie, dan krijg je een andere reactie: "ja, maar we hebben toch wel 20 violisten nodig, hoor!" Dat is al een blokkade. Als je het nog verder uitbreidt, gaan de schotten nog verder omhoog. De bandbreedte tot verandering bij een orkest is daardoor heel erg smal. Ik respecteer die houding helemaal - de bereidheid om te veranderen brokkelt af naarmate je meer mensen erbij betreft. Dat is logisch: een orkest is een organisme. The scope for genuine change is heel klein. Hoe erger het in de buitenwereld wordt, hoe defensiever gedrag wordt - it's a law of nature. Dit klinkt heel negatief allemaal; ik begrijp het wel, ik respecteer het ook. Maar ik geloof dat het bij het Residentieorkest veel minder is: er is daar geen paniek meer als er wordt geroepen dat er bijvoorbeeld alleen maar in ensembles wordt gewerkt,

of er wordt gekozen voor een atypische inslag die niets te maken heeft met repertoire of de canon. Het heeft te maken met de visie van de muzikant op de samenleving. Conservatisme heeft een waanzinnig storend effect op creativiteit. Het versterkt ook de tendens om het management of de marketing de schuld te geven van lege zalen.

Het probleem waarmee we geconfronteerd worden... ik wil het niet generaliseren, het ziet er in Amsterdam, Parijs of Amsterdam totaal anders uit. Elke stad heeft een eigen versie van hetzelfde probleem. Daarom is het gevaarlijk om te zeggen dat er één verklaring voor het probleem is, en “de oplossing is de volgende”. Er zijn drie grote tendensen in de samenleving waar we geen controle over hebben. Don't try and change things you can't control.

EH Welke drie zijn dat?

NW Om te beginnen: the culture at large. De tendensen in popular culture. De digitale revolutie alleen al: hoe we bijvoorbeeld muziek consumeren. De digitalisering laat niets onaangetast. Twee: demografie. Het is helaas zo dat in de naoorlogse samenleving... Had jij een muzikale opvoeding? [Ja.] Ook op school? [Ja, tot op zekere hoogte.] Nederland is het enige land in Europa waar basisschoolleerlingen niet leren zingen als onderdeel van het curriculum. Dat is natuurlijk niet de boosdoener, maar het geeft aan dat er geen structurele plek is voor muziek. De infrastructuur hier is adembenemend - ook de muzikale. It's unbelievable! [Vergelijking Schotse situatie met Nederland.] Het is hier op zich het paradijs. Maar een persoonlijke opvatting van mij is dat we iets structureel aan het verwaarlozen zijn: we voeden kinderen niet op om zelfs maar een keus te kunnen maken voor Bach, Beethoven of Mozart. Ik vind het niet erg als een tiener zegt dat 'ie niets heeft met Bach, maar alleen als dat kind de optie heeft gehad te weten wie Bach was, wat een cantate is en hoe prachtig het is dat te zingen. We laten het allemaal aan de kans over. Ten derde: om die eerdere twee redenen heeft de jongere generatie geen behoefte om een weg naar de concertzaal te vinden. Behalve voor de dingen uit de populaire cultuur. Dat is op zich funest. De Rotterdamse situatie is heel erg. We hebben nog fantastisch verkopende series in de grote zaal - met de gouden klassiekers en af en toe een verrassinkje. Bij de abonnementverkoop voor '14-'15 hebben we net 1000 abonnementen verkocht. Achttien jaar geleden waren dat er 1600. We hebben dat langzaam zien afnemen. Dat ligt niet aan de inhoud - dat weten we uit onderzoek. Bij de afhakers is het altijd hetzelfde

verhaal. In Rotterdam is het probleem extreem: in '69 werd ons publiek uit het niets gecreëerd door de opening van dit pand. Dat publiek is nu letterlijk aan het wegsterven. Het probleem is demografisch: er zit niets in onze cultuur dat zorgt voor aanwas. Tot voor kort dacht men dat je de muziek gewoon wat spannender moet maken. Vertellen, film, licht, concerten zonder een pauze, later beginnen, een heel bekende naam er bij slepen, cross-overs... Op zich is er niets mis mee. Maar in een stad als Rotterdam is het ab-so-luut niet het antwoord. Wij hebben een zaal van 2200 stoelen. Jaarlijks haken er een paar honderd abonnementhouders af - daar kan je niets aan doen. Dat opkalefateren van bestaande series en bestaande presentatievormen is voor ons eigenlijk geen optie. Het levert niet de vernieuwing op in de aantallen, die we nodig hebben. Het klinkt als doemdenken, maar er is hier niemand die mij tegenspreekt. Als we niets doen, helemaal niets - over 5 of 6 seizoenen zitten er 300 mensen in de zaal. Zo erg wordt het.

Wij zijn programmamakers, wij zijn geen boekers. Tot de ergernis van veel ensembles en impresario's - je weet hoe het werkt in onze industrie. Het is meedogenloos: verkopen, verkopen. Wij maken programma's; inkopen doen we nagenoeg nooit. We programmeren op basis van een thema, soms op basis van een locatie. We spelen op locatie, ook buiten, we maken op een ongebruikelijke manier gebruik van de zalen hier, we brengen artiesten de zaal in, we geven compositieopdrachten, series met film... Er is een soort discipline binnen muziekprogrammering die niet alleen maar gaat over de noten en het repertoire. Dat is een van mijn kernpunten: te veel programmeurs zoeken de oplossing voor deze problemen alleen in de arena die ze het beste kennen - het repertoire. Als je een orkestprogrammeur bent, is dat verstandig natuurlijk. Maar ongeëvenaarde repertoirekennis leidt niet tot de meest voorbeeldige oplossingen. Ik wil niet de indruk wekken dat wij 100% on top of the problem zijn, dat zijn we niet. Het zijn heel grote problemen voor ons. Ik denk dat de Doelen demografisch gezien de grootste uitdaging heeft om te vernieuwen - om langdurig en constructief te vernieuwen. Wij hebben bijvoorbeeld niet de duizenden studenten van Utrecht. We hebben hier de grootste concertzaal van Nederland. Wij hebben hier een uitzonderlijke versie van een meer algemeen probleem.

Wij zijn behoorlijk trots op ons programmeringsteam en onze partners: we hebben zes huisensembles. We zijn trots op de vooruitgang die we hebben geboekt met bijvoorbeeld Red en Blue Sofa. We zijn proactief en

ondernemend op het gebied van educatie, voor gezinnen. Op een paar fronten denken we dat we echt goed bezig zijn. De allergrootste uitdaging blijft de grote zaal. Dit gesprek is goed getimed, omdat het een zeer, zeer actuele discussie is.

Ik weet nog niet wat we gaan doen, maar ik kan je wel vertellen wat we niét gaan doen. We hebben absoluut, definitief besloten om niet te gaan spelen in de marges van de huidige symfonische tradities. It's not going to work.

EH Elke marges bedoel je dan?

NW De marges waar ik het net over had, de presentatievormen - het zijn leuke dingen hoor, cross-overs, de vertellers, beeld, opvrolijken van het repertoire... één of twee keer is het leuk, maar het is geen oplossing voor de lange termijn. Ik hoef ze niet allemaal op te noemen. Op zijn plaats werken die dingen heel goed, maar het gaat ons om de long term oplossing. We gaan met het publiek mee; en veel publiek haakt af. Wat we in de plaats van dat publiek gaan doen, is vrij radicaal. We gaan een totaal nieuwe visie op het presenteren van symfonische muziek opstarten.

EH Vertel!

NW Dat radicale valt misschien wel mee: hoe langer je er over nadenkt, hoe logischer het is, eigenlijk. It's breaks a few taboos, in de concertpraktijk.

EH Welke?

NW Laten we beginnen bij wat aan deze visie voorafging. Voor vijf of zes jaar hebben wij hele mooie projecten gedaan met Codarts en het Koninklijk Conservatorium. Eens in de twee jaar doen we gezamenlijke projecten. Dat zijn niet zomaar aaibare studentenprojecten - het ambitieniveau is veel, veel hoger. We hebben nu het vierde project achter de rug, Mahler 10 met Suzanne Mälkki. De lat lag hoog: auditeren, strenge repetities - musiceren op topniveau. Wat je merkt, surprise surprise, als je zo'n project hier in de grote zaal presenteert verkoop je nèt niet uit, maar het zit heel erg vol - met veel, en jonge mensen. Waarom? Familie, vrienden, leeftijdsgenoten, studiegenoten, achterban - de hele sociale matrix is ineens aan de orde. Jonge mensen - jongere mensen - komen naar de zaal omdat ze jonge musici willen zien die ze kennen.

If you look at the history of the development of the European concert hall, en je neemt bijvoorbeeld Leipzig - de meeste zalen zijn gebouwd door orkesten. Die hadden leden die allemaal in die stad woonden, al generaties lang. Vroeger bleven mensen ook weg bij Beethoven, Bruckner, en zelfs Brahms - moet je nagaan, de kaskrakers van nu. Het punt is: wat wij denken,

en wat wij in ons symfonisch plan gaan doen - het heet Powerhouse: we gaan een serie samenstellen (hij wordt niet als serie verkocht, maar goed), die alleen bestaat uit conservatoriumorkesten, heel goede studentenorkesten, en misschien af en toe een echt fantastische jeugdorkesten. Zoals The Boston Philharmonic Youth Orchestra, die we vorige zomer naar Nederland hebben gehaald - echt onvergetelijk. The best Mahler 2 I've ever heard. De pers zei het ook: vijf sterren in de Nederlandse pers.

EH Wat maakt het verschil?

NW Allereerste de dirigent, Ben Zander. De achtergrond van die Amerikaanse kinderen die musiceren, in familiekring of op in het onderwijs is helemaal gericht op muzikale perfectie. Als je dat samenbrengt - fantastisch. Vijf sterren in de cynische Nederlandse pers; de concertmeester is 19 jaar oud! Ik ken mensen die dat gewoon zouden neersabelen. "Het is niet zo goed als het Concertgebouworkest". Misschien is dat technisch waar - maar er is geen enkel Nederlands orkest dat ook maar in de buurt komt van de energie en de jeugdigheid en de gedreven passie voor muziek die van het podium afspat. That's another thing that the orchestras don't give us. Hoe goed ze ook zijn. Het is voor hen een dagelijkse zaak. Bij een jeugdorkest twijfel je geen moment over hoeveel die mensen van muziek houden. Concentratie, toewijding. Ik klinkt een beetje idealistisch, maar het is wel waar. Zelfs bij slechte orkesten is dat zo! We've lost this.

EH Is dat meer waard dan de professionaliteit van de grote orkesten?

NW Het niet of/of, het is iets anders. Dit is een cruciale oplossing voor de lange termijn: jonge mensen in de zaal, die naar huis gaan en denken: dat zou ik ook wel willen doen. Dan komt het niet eens in je op om te denken dat het saai is! Jonge spelers, jonge energie, onvoorwaardelijke energie voor het spel, en een tikkeltje naïviteit. Onder leiding van heel goede dirigenten, en als het even kan een sexy solist. Er zijn er genoeg die iets fantastisch uitstralen. Wij denken dat dat op den duur, op een periode van 10, misschien 20 jaar de manier is om die zaal langzamerhand vol te krijgen met mensen die zeggen: "I like this."

Ik ben er zo ook zelf achter gekomen dat ik van die muziek houd: Beethoven is bij mij niet door de strot geduwd. We hebben geen idee of het gaat werken. We hebben er wel subsidie voor gekregen. Ik ben heel jong van geest, maar ik kan niet een echte boeiende avond, deels klassiek, deels niet, programmeren voor een leeftijd van 18-30. That's very dangerous. We zijn daarom bezig met een jongerenpanel. Het panel bestaat uit 8 tot 9 jongeren,

die we wel een beetje gaan onderdompelen in de klassieke wereld; ook letterlijk: zet ze midden in een orkest terwijl de Sacre wordt gerepeteerd - dat vergeten ze nooit meer. Dat panel houdt zich bezig met wat er na het programma, dat een uur duurt, gespeeld wordt. De bedoeling is dat die jongeren een presentatievorm bedenken, waarin de klassieke muziek voor een uur tot zijn recht komt, en de rest van het avondje uit meer naar deze tijd wordt gesleept.

EH Zit je dan niet alsnog aan de marges, terwijl je zei dat jullie dat niet zouden doen?

NW Als je het sjabloon dat ik net schetste zou uitproberen met het Gelders Orkest, de Filharmonie Zuid-Nederland... Dat werkt gewoon niet - dat willen ze niet. Bij hen is er geen band tussen wie er op het podium zit, en wie er in de zaal zit. Tsja, wat je dan met die regionale orkesten wél moet... Die zijn ook in freefall panic. Die komen nu bijvoorbeeld met filmprogramma's.

The Lord of The Rings hier was een massive success. Op zichzelf wel, maar het effect daarvan door het seizoen heen is nagenoeg nihil. That's not the solution either.

EH Was dat dan wel de moeite waard?

NW Oh, ja! An sich is het veel waard. Hoe je het wendt of keert: er zijn daar 1800 luisteraars die denken 'wauw, dit is iets unieks'. Veel filmmuziek is ook fantastisch, en de impact is immens groot. Het is maar één van de oplossingen - voor een andere doelgroep bovendien. Voor sommige orkesten is het ook niet een oplossing: waarom zou het KCO zoiets doen? Bij hen is het probleem minder urgent. Ze hebben het niet nodig. Maar toch, orkesten die voor zulke dingen per definitie niet open staan, zijn heel erg langzaam hun zelfmoordbrief aan het schrijven. Ik roep ook weer niet per se om meer filmprojecten.

EH Wat roep je wel?

NW Het is aan ieder orkest om zijn eigen oplossing te vinden. Ik ben er zeer pessimistisch over. Het klinkt gek - maar misschien is een orkest nog eerder een sociaal organisme, dan een muzikaal organisme. De bandbreedte van een conservatoriumorkest is al vele malen groter dan dat van een professioneel orkest. Het valt of staat bij de bereidheid van de spelers. De taal is anders, en als de taal anders is, is het debat anders. En als het debat anders is, is de uitkomst anders. Als een orkestprogrammeur niet naar een artistieke commissie of OR hoeft te gaan voor permissie voor een wild idee, doorbreek je die defensiviteit. Ik zou voor geen goud in de stoel van een

orkestdirecteur gaan zitten. Je hebt te maken met hypercreatieve mensen, vakmensen, die op hun vierde zijn begonnen aan hun vak - welke chirurg kan dat nou zeggen?

EH Sommige zaalprogrammeurs zijn toch ook afhankelijk van wat een orkest bedenkt, van wat zij spelen. Wat maakt jouw bandbreedte dan toch breder dan die van een orkestprogrammeur?

NW Je hoeft alleen maar aan de bel te trekken, een afspraak te maken met een orkest - als je met een uitdagend idee komt lukt dat wel. Maar het verschilt ook per regio: het is ook lastig om Filharmonie Zuid-Nederland over de streep te halen om iets bijzonders te maken voor een kleinere zaal. Maar het is geen wet dat een gemiddelde programmeur niet gewoon in de trein kan stappen naar een orkest.

EH Dat is het verschil tussen boeker en programmeur.

NW Ja. Onder bepaalde omstandigheden is er niets mis met boeken - dan kan je tenminste wat bieden. Het zou ook niet goed zijn als alle programmeurs routineus alle e-mails van impresario's de prullenbak in gooien. Je programmeert om jezelf een profiel aan te meten. Wij zijn bijvoorbeeld veel ondernemender dan Het Concertgebouw.

EH Omdat dat hier meer nodig is dan daar?

NW Ja. Zij zitten in een tamelijk luxe positie, die voor ons problemen oplevert: iedereen wil dáár spelen. Ik heb een heel hoge pet op van het Concertgebouw, dat zeker. Wij doen hier dingen op een andere manier.

EH Het zou ook gekkenwerk zijn om een exacte kopie van het Concertgebouw te willen zijn, in Rotterdam.

NW Voilà. We zijn ook internationaal zeer ondernemend. We doen dat omdat er grote ideeën zijn die we niet zelf kunnen betalen, maar wel samen kunnen doorontwikkelen. Maar het feit dat hier een project staat dat een coproductie is, onder leiding van de Doelen, is voor het publiek helemaal niet interessant. Het is geen selling point an sich. We staan aan het begin van een heel groot nieuw project dat onder Creative Europe van de EU valt - een consortium van acht concertzalen en orkesten. De droom is dat we samen gaan werken alleen voor jongere doelgroepen enerzijds, anderzijds voor projecten die totaal vernieuwend aan de man gebracht zullen worden, volgens de nieuwste digitale techniek. Een paar van die projecten zullen we onderling delen. Dat is een megaklus. Het is een logisch vervolg op waar we al mee bezig zijn in de eigen stad.

EH Op Powerhouse, eigenlijk?

- NW Ja, het is een soort Europese Powerhouse. Ja, dat is een mooi idee, zal ik inbrengen! Het heet vooralsnog TransMissions, geïnspireerd op de doelstellingen.
- Jouw aandacht gaat uit naar een zeer actuele probleemstelling. Elke instelling is er mee bezig - they all worry about it in their own way. Ook over de Nederlandse grens. Als je de directeur van Stavanger hoort spreken, dan valt je mond open als je hun plannen hoort over digital marketing, en de inbreng van het publiek in de programmering - wauw. Dan denk je: I want some of that.
- EH Hoe zorg je er nog meer voor dat je op de hoogte bent van de ontwikkelingen in het veld?
- NW Ik reis heel veel; oren open in het netwerk. Ik heb ook een hoge pet op van hoe Frank dat doet in Eindhoven.
- Als jij een toneelachtergrond hebt: dat heb ik ook. Ik ben eigenlijk geen musicus. Heel veel van wat wij doen, en hoe wij denken: het is een soort dramaturgie. Toneelmensen begrijpen dat, muzikanten begrijpen dat helemaal niet. Peter Brooke, met wie ik veel heb samengewerkt, zei ooit toen iemand vroeg "What kind of theatre do you want?" "I want a living theatre." Ik wil een living concert hall. Als je naar Eindhoven kijkt - dat is wat je daar ziet. Het bruist van het leven. Ze hebben daar natuurlijk een monopolie, zij hebben een duidelijker footprint in de stad dan wij hier. Frank is een ontzettend hippe programmeur. Wij wisselen ook veel uit. Hij is een inspiratie voor ons allemaal.
- EH Wat ik me bij incidentele projecten wel nog afvraag, is wat we daar in de toekomst van terugzien. Ken je het boekje van Johan Idema?
- NW Als je het boekje bedoelt dat ik denk dat je bedoelt - ik heb het gewoon in de prullenbak gegooit.
- EH Waarom?
- NW Er stond niet één Rotterdams project in. En dan bedoel ik niet eens de Doelen. Het was zo'n onderonsje dat boek! Ze komen van over de hele wereld naar de operadagen hier. Waarom stond dat er niet in? Veel van de genoemde projecten waren wat mij betreft een gepasseerd station.
- EH Precies; ik dacht - er moet toch meer zijn. En ook: wat leveren dit soort projecten op op de lange termijn?
- NW Je stuit hier op een ander belangrijk punt: het plaatsen van muziek en musici voor een publiek, en andersom. Het hoeft niet altijd hip te zijn.

Volgend jaar gaan we hier een voor mij zenuwslopend experiment aan. We pakken het meest conservatieve publiek dat er is, en het meest lastige genre dat er is - het lied. Samen met Lex Bolmeijer en met omroep MAX gaan we live uitzenden. Lex gaat op een zeker moment op het podium zitten, en interacteren met de zangers en het publiek. Tussen liederen, of zelfs delen, gaat hij er op in. Dat doet hij met het publiek in de zaal, en de mensen thuis.

EH Waarom vind je dat zenuwslopend?

NW Als er één soort publiek is waarbij de tempel van 'het luisteren' en de heilige verwachtingen het meest aanwezig zijn, dan is dat - God bless them - het liedpubliek. Ik wil niet schofferen, ze zijn me zeer dierbaar. Maar de liedpraktijk is vastgeroest. De vraag is altijd of dat publiek zoiets pikt, en of de artiesten dat pikken. So why are we doing this? Vanuit mijn overtuiging dat de teksten van liedteksten in de tijd dat ze geschreven zijn zeer actueel waren - die lagen bij wijze van spreken op de koffietafel. Al die grote thema's zijn herkenbaar - maar die connectie is gone, we've lost the link.

EH Wat vind je van de opmerking "als er voor bepaalde klassieke muziek geen publiek meer is, laat het dan maar gaan?" Geen publiek betekent geen bestaansrecht? Ik hoor bij jou wel de ambitie om dat levend te houden.

NW Het zou kunnen zijn dat we nieuwe Dark Ages tegemoet komen. Het zou kunnen zijn, dat het barbarisme het over honderd jaar heeft gewonnen. Dat zal niet snel gebeuren in Parijs, Berlijn of Londen... Misschien klopt het wel met die cyclus van 500 jaar. Ik word betaald om optimist te zijn, en ik werk als optimist, maar ik ben in hart en nieren eigenlijk pessimistisch. Ik zie niet hoe je het tij gaat keren.

Ik denk wel dat als meneer Wilders, en Zijlstra, enzovoorts, eenmaal voetnoten in de geschiedenisboeken zullen zijn, Mozart en Bach nog steeds op de lessenaar zullen staan. Dat denk ik wel. Maar voor een groot publiek? Who knows. Baricco is wat dit betreft de go-to auteur. Als er over vijftig jaar te weinig veranderd is; wat zal de politicus van de toekomst dan zeggen over de subsidie voor orkesten? Dat kan je niet meer verdedigen. Misschien heb je dan nog één orkest met een soort levende museale functie.

EH Is het echt wat je verwacht, of je grootste vrees?

NW Oh, I don't know. Ik zie vooral een muur, een tij, haast een tsunami die over ons heen wast, door contemporary culture. Het is een barbarisme. Ik wil niet zeggen dat er geen waardevolle dingen zijn, maar ik geef Baricco gelijk. Al is het een gechargeerd essay. Ik denk dat zijn pessimisme op zijn plek is.

Ik denk wel echt dat het symfonieorkest één van de allerallergrootste en belangrijkste producten is van de westerse beschaving. Het is door niemand verzonnen. Als musicoloog zie je hoe dat ontwikkeld is; ik denk dat het een monumentale status heeft. Dat monument was gefundeerd op de allersterkste verdediging die je kunt bedenken: een massapubliek. Dat van de muziek hield, er veel van wist, nieuwsgierig was... Tot voor kort ging dat onverminderd door; in de laatste generaties is het zand onder dat monument weggelopen. Dat maakt het wankel. Het gaat er om of de beheerders van dat monument alert genoeg zijn om dat dreigende gevaar te bedwingen. De huidige symfonische praktijk is gefundeerd op liefde en respect, en waanzinnig veel deskundigheid: the skill. Je hoort mij niet klagen bij een 'doorsnee' concert in de grote zaal, volgens de normale conventies: het is levensverrijkend. Maar ik merk toch dat er een stemmetje is dat zegt: "hoe lang gaat dit duren?". Ik wil niet zeggen dat het product zelf uitgekauwd is; het is de metafoor van de kokende kikker is op zijn plaats bij de symfonische muziek. Als je een kikker laat vallen in een pot kokend water, springt die eruit. Als je een kikker in een pan koud water zet, en dat langzaam aan de kook brengt, dan gaat de kikker dood. Wij voelen de urgentie - de temperatuur - te laat. We zijn ingehaald door de tsunami aan verandering in cultuur en muziek. Dat gaat zo razendsnel, dat we niet meer weten wat de regels zijn. En een orkest krijg je niet zomaar meer in beweging.

EH Ken je ook het werk van Cas Smithuijsen, *Stilte*? Hij stelt ook dat de kloof tussen de klassieke concertpraktijk en de buitenwereld groter wordt, doordat musici en publiek die onderling in stand houden. De één verwacht stilte, de ander verwacht excellentie - die kunnen zonder elkaar niet bestaan.

NW Dat is wel heel *cute*, maar een boeiende ervaring in de zaal creëert stilte. Ik geef wel toe dat bepaalde protocollen beslist niet helpen. Het is voor mij te gemakkelijk het zo te zeggen als Smithuijsen doet. Voor sommige muziek geldt: het eerste wat je programmeert is de stilte - bijvoorbeeld bij de koorbiënnale. Je gaat op zoek naar de *nature* van de stilte: kies je voor een lange nagalm, of geen? De beleving is dan heel anders. Smithuijsen schrijft alsof stilte maar één ding is. De stilte aan het eind van Mahler 9 kan je bijna in je zak stoppen, zo aangrijpend is die.

EH Dat protocol waar je het net over had, dat werkt ook drempelverhogend. Het stil zijn is heel veel waard, maar het feit dat je niet met je drankje naar binnen mag...

NW Het helpt niet, zeker niet.

EH Moeten we er van af?

NW Ja en nee. Sommigen zijn er van af: dirigenten die standaard de microfoons pakt en toelicht. Simon Rattle heeft ooit na een stuk gezegd: "Did you like that? Yes? Okay, let's do it again!" Fantastisch! Dat protocol is zo verdomde precious en sanctified. Maar een orkest dat zit te spelen in spijkerbroek is het ook weer niet. Het orkest als onbeweegbare machine is ook een beetje een erfenis van de conservatoria - deels. Tot op de dag van vandaag worden gewoontes en tradities ingepeperd. Er verandert nu wel veel hoor: de jonge musicus wil niet meer afstuderen en dan 40 jaar in hetzelfde orkest zitten. Een paar jaar terug nog wel - absoluut. De opleidingen moeten daar mee mee groeien - maar ze weten dat, en zijn er druk mee bezig. Het is waanzinnig moeilijk dat er uit te krijgen, ook uit de vakdocenten. Maar ook die wil je niet neersabelen - je wil excellence niet in gevaar brengen! Excellence is the first thing. Ik zei laatst bij een gastcollege voor conservatoriumstudenten: als Brahms hier binnen zou lopen, is er bijna niets anders. Aan de ene kant is dat fantastisch - jullie zijn de gatekeepers van de traditie van excellence - maar er zit ook een waanzinnig gevaarlijke kant aan: een deel van die traditie buigt niet mee met de actuele ontwikkelingen.

INTERVIEW 8

RAAF HEKKEMA

Calefax Rietkwintet

Eva Huisman – 3462544 | Masterthesis | Kunstbeleid en -management – UU | 24 juni 2014

Raaf Hekkema; RH

Eva Huisman; EH

Interview per telefoon.

EH [Legt uit: master, stage, achtergrond, etc.]

Ik heb dus met veel concertzaalprogrammeurs gesproken. Veel van hen zeiden dat ik ook iemand van Calefax zou moeten spreken - “die zijn zelf al bezig met vernieuwing, die hoeven we eigenlijk alleen te programmeren en dan zit het al wel goed.”

RH Een leuk compliment!

EH Ja, en meerderen zeiden dat. Ik heb me dus ook voorgenomen het perspectief van de musicus ook in die dwarsdoorsnede mee te nemen - ook die hebben wat te zeggen over wat de toekomst brengt.

[Vertelt meer over aanleiding tot onderzoeksonderwerp / ‘uitsterven’ publiek].

Ik ben heel benieuwd wat jij over dit onderwerp te vertellen hebt, vanuit je perspectief als musicus, of dat van Calefax. De zaalprogrammeurs weten niet alles!

RH Dus het wordt meer een beschrijving van wat er in het veld gebeurt om het tij te keren?

EH Precies. Ik bespreek zowel het Nederlandse praktijkveld [voorbeelden andere gesprekspartners] als een aantal wetenschappelijke publicaties over dit onderwerp - die verschillende partijen hebben niet altijd de tijd zich in ‘elkaar’ te verdiepen.

RH Oh ja, wordt er vanuit de wetenschap ook over gespeculeerd?

EH Ja! Juist zodat de praktijk daar ook over lezen kan, wil ik daar over schrijven.

RH Dat zou ik wel willen lezen ja, ik ben benieuwd. Elk gesprek over dit onderwerp kan potentieel bijdragen aan de oplossing van het probleem -

misschien dit ook wel. Ik beschouw het ook wel als ervaringsbevorderend. Wat zijn grofweg je bevindingen bij de programmeurs?

EH Wat me opvalt is - die vraag zal ik ook aan jou stellen - dat zij het niet helemaal eens zijn over wat nou precies het probleem *is*. De één zegt dat het wel meevalt, en wijst op de bezettingsgraad van de zaal, maar in sommige steden is de situatie anders - bijvoorbeeld in Rotterdam, waar de demografie toch anders is dan in Amsterdam. Het probleem alleen al verschilt, en de reactie daarop daarom ook. De één sleutelt aan de randvoorwaarden van het concert - we maken het korter, drankje erbij, maar Neil Wallace kiest er bijvoorbeeld voor dat juist *niet* te doen bij de gangbare programmering. Hij wil niet het bestaande met veel moeite ietsje aantrekkelijker maken voor een andere doelgroep, maar bij het begin beginnen: "wie wil ik binnenhalen, en wat willen zij zien?". [Voorbeeld Powerhouse]. Lonneke Regter probeert het probleem dan weer als zelfstandige te tackelen, en niet vanuit een concertzaal in het bijzonder.

RH Als ik jou zo hoor over wat bijvoorbeeld Aart-Jan in het Concertgebouw doet, en Neil in Rotterdam; dan lijkt het alsof het publiek dat bereid is naar de concertzaal te gaan, niets te gek vindt. Die krijg je wel vaker naar een concert. Maar de mensen die er niet zo op zitten te wachten - die krijg je niet in beweging. De groei wordt gezocht in het selecte groepje dat toch al komt. Ik ben bijvoorbeeld benieuwd naar het publiek dat naar Tracks komt - zijn dat echt nieuwe mensen? Ben je daar achter?

EH Ja. Aart-Jan vertelde over dat ze daar, dankzij de kassasystemen van nu, kunnen zien dat het namen zijn die ze niet eerder zagen langskomen. Ook nodigen zij, heel slim, de Young Professionals van de partnerbedrijven van het Concertgebouw uit voor dergelijke avonden - het dient ook een beetje als een netwerkbijeenkomst. Vervolgens hoopten ze natuurlijk dat dat publiek ook eens naar een 'gewoon' concert zou komen, maar in de praktijk blijkt dat niet helemaal zo te zijn.

RH Het grappige is - elk zaal heeft zo zijn strategieën - Calefax is niet zo actief bezig met het werven van publiek. Behalve dat we een eigen marketingmedewerker hebben, maar die doet meer met het bespelen van de media bijvoorbeeld - een indirecte manier om publiek te bereiken. Wij zetten in op een programmering die aansluit bij ons publiek. En wat is dan ons publiek... Dat is de vraag. Daar weet ik eerlijk gezegd het antwoord niet op.

EH Zou je een poging durven wagen? Of wie zou je het liefst zien in de zaal?

RH Op die twee vragen krijg je een heel ander antwoord. Ik wil het liefst een dwarsdoorsnee van de Nederlandse bevolking in de zaal zien. Maar wie ik in de zaal zie, dat zijn toch vooral mensen die wat ouder zijn. Dat heeft een reden, denk ik: de muziek die wij maken, hoe leuk en flitsend en hip we het ook kunnen maken, die blijft luistermuziek. Eén voorwaarde is dat iedereen een soort van stil is. Je hoeft niet muistil te zijn, je hoeft geen heilige of devote houding in acht te nemen. Maar als je niet stil bent, dan heeft de ander daar echt last van - dan ga je dingen missen die misschien wel essentieel zijn voor het luistergenot. Kortom: het is luistermuziek. Ik denk dat jonge mensen juist behoefte hebben aan muziek om te ondergaan, om te beleven. Daar willen ze ook min of meer deel van worden. Om er deel van te kunnen worden, moet je je vrijer voelen dan je bent in zo'n stille concertzaalsetting. Ik denk dat die behoefte gaandeweg wegvalt, en dat mensen later meer behoefte krijgen aan luistermuziek. Het grote voordeel is dat mensen steeds ouder worden!

EH Tsja, zo kan je het ook zien!

RH Ik zie zelfs tachtigers in de zaal zitten, die zich nog steeds naar de concertzaal slepen. Het potentiële publiek is in die zin groeiende. Ik zie er niet zo'n heil in om krampachtig te proberen om de jeugd naar de concertzaal te krijgen. Je moet ze natuurlijk wel met klassieke muziek in aanraking brengen. Als ze niet weten wat het is, dan zullen ze er op hun vijftigste ook niet naar talen. Dat is iets om je mee bezig te houden - dat doet Calefax ook wel actief. Onze familievoorstellingen bijvoorbeeld - zo brengen we klassieke muziek onder de aandacht van kinderen. Op een vrolijke manier proberen we het onderscheid tussen klassieke muziek en muziek die je ondergaat, waar je deel van wordt, duidelijk te maken.

EH Wat is het onderscheid, wat jou betreft?

RH De meerlagigheid van klassieke muziek kun je niet waarnemen als je niet echt luistert, maar het alleen maar ondergaat. Er is wat mij betreft een flink verschil tussen horen en luisteren. Bij een popconcert - ik ben echt opgegroeid met popmuziek - ben je toch meer onderdeel van de muziek: je voelt het. De fantasie die geprikkeld wordt door de complexiteit van klassieke muziek, is over het algemeen niet het doel van de popmuziek. Het is echt een verschil tussen hoofd en lijf. Hoe ouder iemand wordt, hoe meer die de behoefte krijgt het hoofd aan het werk te zetten. Het lijf is minder van belang.

- EH Eén van de aanleidingen voor mijn onderzoek is de publicatie van Thomas Hamann, een Duitse wetenschapper. Die heeft onderzocht of de gemiddelde leeftijd van klassieke-muziekpubliek stabiel blijft door de jaren heen. [Verdere uitleg.] Hij zegt dus dat de generatie mee schuift, het ‘generatie-effect’.
- RH Ah! Ik denk dat dus vooral jongeren op zoek zijn naar wat iemand ooit de ‘presentiecultuur’ noemde. Ik vond dat wel een mooi onderscheid: de presentiecultuur, en de representatiecultuur. Bij representatie gebeurt er iets op het podium dat een representatie is van iets subliems. Zoals een schilderij: de afbeelding is niet wat het *is*, maar een representatie. Door die representatie gebeuren er allerlei dingen in je hoofd - zo ook in de concertzaal. Ongeacht of het abstract is of concreet, heel ritmisch of wazig - er gebeurt iets waardoor je het idee hebt dat je iets bijzonders hebt ondergaan.
- Presentiecultuur komt voort uit de volksmuziek, preciezer nog uit de Afrikaanse trommelaars en dansers die nu via de jazz en pop stadions vullen - daar ga je heen om met zijn allen ‘muziek te worden’. Je bent present: je ondergaat het lijfelijk. Je ziet nu erg de verschuiving van de representatie naar de presentiecultuur. Dat heeft volgens mij echt met leeftijd te maken, maar ik begrijp dat die wetenschapper stelt dat er geen aanwas is van mensen die behoefte krijgen of hebben aan die representatiecultuur.
- EH Ja, of nauwelijks in elk geval. Maar ook daar kan je kanttekeningen bij plaatsen. Het bestaande oude publiek is natuurlijk niet ‘erg’, maar iets om ook te blijven koesteren. Aart-Jan van de Pol wees me erop te bekijken welke soort concerten deze Hamann heeft onderzocht: slaat hij niet vooral alarm voor de echt traditionele concertconventies, waar het publiek inderdaad voor uitsterft? Volgens hem zijn er al lang weer nieuwe tendensen gaande - anders bleef hun bezoekersaantal niet stabiel.
- RH Vanuit mijn positie als musicus heb ik de muziekcultuur heel erg zien veranderen, vanuit een heel ouderwetse - het brave kamermuziekpubliek dat het liefst nog met de partituur naar de zaal komt, en een half uur vooraf om de toelichting goed te kunnen lezen. Die manier van kamermuziek consumeren is echt aan het uitsterven. Daarbij hoort volgens mij ook de uitvoeringspraktijk waarin ik als musicus ben opgevoed: dat je in dienst hoort te staan van de componist.
- EH Hoe is dat veranderd?

- RH Ik denk dat er een totale omslag is - althans in mijn kring, dat de muziekuiting maatgevend is geworden, en de componist meer instrumenteel. Mensen gaan niet meer puur naar de zaal om een Bachuitvoering te horen: ze gaan ook voor de musicus, het orkest of ensemble. Het Kronoskwartet maakt er een gewoonte van met componisten die niemand kende - ook daar kwam publiek op af. Zij waren pioniers op dit vlak. Voor ons zijn zij altijd een voorbeeld geweest. Wij leggen nu ook minder de nadruk op wat we spelen, maar op wat voor evenement we neerzetten.
- EH Waarom denk je dat jij of Calefax nog meer genoemd zijn in mijn andere interviews? Wat maakt jullie anders?
- RH Anders... Er zijn niet zo veel conventionele blazersensembles meer - ik zou ze niet kunnen noemen. Het Nederlands Blazersensemble heeft ook een belangrijke pioniersfunctie gehad: een totale emancipatie van toch een presentiecultuur.
- EH Wat was er mis met hoe ze het daar vóór deden?
- RH Het was niet zozeer mis, maar wel achterhaald. Het oude NBE opereerde nog wel erg in de cultuur van 'de componist is het allerhoogste'. Daar was toen ook nog publiek voor, maar dat is veranderd. Vergeet ook niet dat de mensen die nu zestig of zeventig zijn, al met popmuziek zijn opgegroeid. De mensen die 80 zijn niet. De mensen die nu niet meer naar de concertzaal kunnen komen vormen de laatste generatie die popmuziek als iets verachtelijks hebben meegemaakt.
- EH Dus het is eigenlijk al heel wat dat we die zestigers en zeventigers al voor klassieke muziek hebben gewonnen.
- RH Ja, maar die vragen dus wel om een andere houding van de programmeurs en dus ook van de musici. Ik neem aan dat je wil weten - dat zou ik zelf ook wel willen - hoe je je programmering moet aanpassen. Daar leidt ons gesprek toe - maar ik weet het antwoord niet.
- EH Ik kan je zeggen dat niemand dat vooralsnog zeker weet. Het antwoord is voor iedereen ook anders, omdat het probleem voor iedereen anders is.
- RH Een belangrijk beginsel in het huidige tijdsgewricht, is dat snobisme een waarde is die afgedaan heeft. Ergens is dat jammer, omdat het publiek niet meer met de partituur naar de zaal komt. Dat is op zich een mooie cultuur, maar het is ook zo dat daardoor heel veel gezwets ontstaat. Er zitten dan mensen in de zaal die uitzonderlijk veel van de muziek weten, en mensen die de muziek op een totaal andere manier beleven. Die gaan wel met elkaar in

debat over wat ze hebben gehoord - maar ze hebben het eigenlijk niet over hetzelfde. De één praat vanuit kennis, de ander vanuit de intuïtieve beleving. Die worsteling zie ik in het veld, en op de radio bijvoorbeeld ook. Enerzijds zijn er mensen die buitengewoon geïnformeerd zijn over de muziekcultuur, en anderzijds mensen die de muziek gewoon nemen zoals die is, en er op een andere manier van willen genieten.

EH De musicologische insteek vanuit het publiek wordt minder groot.

RH Ja. Dat is dus enerzijds jammer, maar anderzijds gewoon een verandering.

EH Aan welke conventies van die concertpraktijk mag er wat jou betreft juist wel, of juist niet getornd worden?

RH Ik denk dat alleen die stilte de enige voorwaarde is - je moet de muziek goed kunnen beluisteren. Waar dan ook, in wat voor setting: dat maakt niet zo veel uit.

EH Waar kunnen we wel vanaf?

RH Zo veel. Dat hangt erg aan dat snobisme. Er zijn stukken die uit delen bestaan, waarbij het storend is als je applaudisseert tussendoor - vanuit de muzikale beleving. Die bestaan. Er zijn er ook die daar helemaal niet onder lijden. Zo zijn er ook concerten waarbij de programmering zo is dat het stoort als je klapt tussen de muziekstukken door. Wij, als Calefax, treden daarin bijvoorbeeld wel een sturend op.

EH Hoe bijvoorbeeld?

RH Soms leggen we aan ons publiek uit, voor het concert, wat het idee daarover is. Laatst deden we het programma Calefax in Trance. Dat bestond uit negen verschillende stukken, maar we vonden het toch belangrijk om maar twee applausmomenten in te lassen: halverwege en aan het eind. Dat moet je dan even toelichten.

EH Had je het idee dat het publiek dat begreep?

RH Ja, geen enkel probleem. Ze stelden het ook wel op prijs dat we het even uitlegden. Je kunt het ook duidelijk maken zonder het te verbaliseren, door hoe je op het podium staan. Het kan allebei. Het is natuurlijk fijn om het uit te stralen, dat maakt het helder. Het publiek is snel in verwarring, omdat ze vastzitten aan conventies. Bij Calefax weten ze wel dat ze iets anders kunnen verwachten dan gebruikelijk. Toch, als je het even toelicht, stelt dat gerust en kan het publiek zich openstellen voor wat er geboden wordt. Onze concertvormen verschillen nogal. Wij staan te boek als een groep die het leuk vindt het woord te richten tot het publiek, en het leuk vindt als het publiek echt reageert. In sommige zalen gebeurt dat heel actief -

bijvoorbeeld in de Doelen. Daar beginnen ze gewoon tegen je aan te kletsen als je even niet oplet! En dan praten we ook gewoon terug. Dat is een gezellige en communicatieve sfeer. In andere zalen, het kan ook te maken hebben met de opstelling, daar hangt toch meer een gewijde concert sfeer. Daar heb ik wel eens moeite mee.

EH Ja, die communicatieve sfeer verschilt wel enorm van de traditionele praktijk, waar je na het slaan van de gong in stilte je stoel zoekt? Om welke reden kiezen jullie voor die open houding?

RH Het heeft te maken met wat wij zelf prettig vinden. Voor ons is muziek maken in beginsel iets gezelligs! Met de introductie van opnames is het natuurlijk ook zo dat mensen niet meer per se naar de concertzaal hoeven komen om muziek te consumeren. Het feit dat ze komen mag je dan ook belonen door ze echt aan te spreken. Daarmee wordt een concert ook een unieke ervaring - doordat je contact kunt hebben met naar wie je luistert.

EH Vertellen jullie ook waarom jullie spelen wat jullie spelen?

RH Vanzelfsprekend! Meestal openen we met een muziekstuk. Een concert heeft meestal een thema, of een naam - dat brengt het publiek al een beetje in de richting. Als ze dan ook nog de toelichting hebben gelezen... Die is met opzet niet musicologisch. Wij kiezen ervoor zelf onze programmatolichting te schrijven. Die is niet musicologisch, maar wel muzikaal en artistiek geïnformeerd natuurlijk. Er staat in waarom we bepaalde muziekstukken achter elkaar hebben gezet. We openen met een representatief muziekstuk. Dan richt een van ons het woord tot het publiek en wordt er verteld hoe de avond er zo'n beetje uitziet, en waarom we het volgende stuk spelen, enzovoorts. IN sommige gevallen leidt dat tot een soort gesprek, en soms blijft het meer een monoloog. Ik merk wel dat je daardoor de barrière na afloop van het concert erg verkleint. Ik blijf graag hangen, ze komen op je af.

EH Met Yvonne van den Berg had ik het ook over de 'locatieparadox': als het publiek niet naar de zaal komt, breng je het concert dan maar naar het publiek? Wat betekent dat voor de concertzalen - is het niet zonde die minder te gebruiken?

RH Ja, dat ben ik met haar eens. Dat is eigenlijk waar we mee begonnen: wat wij spelen is toch in beginsel luistermuziek, hoe graag we ook willen dat het laagdrempelig wordt. Voor die luistermuziek zijn er fantastische instituten in het leven geroepen die concertzalen heten. Het is ontzettend leuk als je een fantastische locatie middenin een stad vindt, en hofje waar het stil is, maar toch af en toe een vogel kwettert - dat zijn de gouden gelegenheden. Maar in

beginsel heb je daar concertzalen voor, waar de muziek ideaal klinkt. Voor de specialtjes kan je wel uitwijken, maar de concertzaal blijft ideaal.

EH Zit de zaal altijd vol?

RH Nee, niet altijd. De ene zaal weet de achterban beter te bereiken dan de andere. Het ligt voor een deel ook aan het soort muziek dat je speelt. In het begin hadden we in de Doelen bijvoorbeeld een probleem om Calefax aan de man te brengen. Dan stonden we geprogrammeerd, maar wist het publiek niet wat het kon verwachten. Dan helpt het om een iconisch muziekstuk op het programma te hebben, of een bekende naam.

EH Inmiddels zijn jullie dat zelf.

RH Nouja, voordat je dat zelf bent, begin je met de muziek. Het is een marketingkwestie. Inmiddels zijn we een merk geworden, maar voordat we dat waren, waren onze componisten het belangrijkste merk. Ik ben heel blij met het feit dat dat niet meer zo is - dat geeft je veel meer vrijheid in het programmeren.

EH Bedenken jullie altijd helemaal zelf het programma, of is er ook invloed vanuit de zaalprogrammeurs? Worden jullie in principe 'geboekt'?

RH Wij bedenken vier helemaal nieuwe programma's per jaar. [Voorbeelden afgelopen seizoen - vaak een visuele invulling of theatrale handeling.] In principe worden onze programma's geboekt, maar je hebt inderdaad wel eigenheimers onder de programmeurs. Het is op zich heel erg leuk als je toegewijde programmeurs ontmoet, dat kan ook leiden tot nieuwe inzichten, nieuw esprit of nieuwe programma's. [Voorbeeld programma Esprit, geïnspireerd later losgelaten festivalverzoek; zelf doorontwikkeld]. Ik vind het leuk als publiek of programmeurs invloed hebben op onze programmering. Maar! Maar, het komt ook voor dat programmeurs zo'n verregaande invloed willen hebben op iets waar we al een jaar mee bezig zijn, dat we moeten zeggen dat het onder die voorwaarden niet gaat. Dan gaat ons eigen idee verloren.

EH Spelen jullie voor jezelf of voor het publiek? Maak je een programma met in gedachten je eigen wensen, of die van het publiek?

RH Het begint met mijzelf. In Nederland kunnen we dat wat we zelf verzinnen het meeste publiek wel voorzetten. Als we een ver buitenland spelen tasten we wat meer in het duister over wat ze aankunnen. Dan zijn we wel meer publieksgericht bezig - voor zover we daar achter komen trouwens. Dat is heel lastig.

EH Precies, dat was mijn volgende vraag.

- RH [Voorbeeld Japan - taalbarrière / peilbaarheid]. In Nederland doen we in principe wat we willen, maar we staan altijd open voor feedback.
- EH [Legt uit voornemen onderzoeksagenda in thesis]. Zijn er zaken waar jij van denkt: dát zou ik graag onderzocht zien, want ik weet niet waarom het zo gebeurt?
- RH Als het waar is dat bijvoorbeeld het Concertgebouw daadwerkelijk zicht heeft op wat hun zeer lovenswaardige acties in de praktijk teweegbrengen, dan zou ik daar wel meer van willen weten. Maar ik snap ook wel dat ze het voor zichzelf willen houden.
- EH Waarom doen ze dat denk je?
- RH Het is misschien wel bedrijfsgeheim! Ze hoeven het voor mij niet te beschermen, maar wel wat er gebeurt in andere zalen. Ik ben ook wel benieuwd wat er in het buitenland gebeurt.
- Ik vraag me ook af of het waar is wat die Duitse wetenschapper stelt, dat er van onderaf geen aanwas is. Daarbij stel ik dezelfde kritische vraag als Aart-Jan: naar welke klassieke concerten kijk je? Er is nog steeds een heel archaische kamermuziekvereniging [voorbeeld Nijmegen]. Die programmeren acht strijkkwartetten per jaar, met als uitzondering een pianotrio, of - laten we eens gek doen - een klarinettist of cellist. Daar krijgen ze dan heel veel kritiek op.
- Ook vraag ik me af of het mogelijk is om een vorm van concertconsumptie te genereren via internet. Calefax heeft veel fans in verre buitenlanden. Ik zou er zelf erg voor zijn die mensen de gelegenheid te geven een echte concertervaring te beleven zonder daarvoor naar Nederland te komen.
- EH Lukt het om in de huiskamer een concertervaring te beleven?
- RH Dat is de vraag. Je hebt het over toekomstige onderzoek - dat lijkt me waardevol. Zou je kunnen komen tot een werkbare vorm, waarbij duidelijk is dat het unieke en onherhaalbare bijvoorbeeld in het betaalde pakket in zit, hoewel je thuis zit? Kan je je aangesproken voelen door de musici waarnaar je kijkt en luistert?
- EH [Vertelt over Idema, bij RH onbekend.] Daarin staan allerlei voorbeelden van concertinnovatie, zowel op het gebied van product, als - meer nog - op de presentatie daarvan.
- RH Oh, leuk!
- EH Ja, ik kan het je aanraden omdat het op het eerste gezicht inspireert. Het is eigenlijk geschreven om dezelfde redenen als de mijne voor dit onderzoek.

Het lastige van die voorbeelden is: sommige zijn wel zó wild [voorbeeld zwembad], dat ik me afvraag of het publiek oplevert op de lange termijn.

RH Ja, je zet dan erg in op het evenement, terwijl het product volgens mij dan onder de situatie lijdt.

EH Ik vraag me ook af of dergelijke projecten verbonden kunnen worden aan structureler programmering. Al die conventies worden weggenomen in zo'n evenement - dat vind ik wel een goed woord eigenlijk. Des te meer steekt de traditionele concertpraktijk daar tegen af, als je het eens waagt op een doodgewone avond naar het Concertgebouw te gaan. Denk je dat die niet nog meer afschrikken?

RH Nou, afschrikken niet zozeer. Ze geven wel een vertekend beeld van wat klassieke muziek zo bijzonder maakt. Alsof liggen in een zwembad de perfecte manier is om klassieke muziek te consumeren - dat is gewoon niet het geval. Het water klotst, de akoestiek zal verschrikkelijk zijn. Ik heb heel veel van dit soort maffigheden zelf gedaan, en daar altijd erg van genoten, maar de praktijk laat zien dat het niet ideaal is. Je kunt het eens doen, voor de lol, daar is heel veel voor te zeggen, maar als je er publiek mee wilt winnen - nee.

Ik vind de aandacht voor cultuur op de UITmarkt in Amsterdam altijd heel schrijnend. Ik denk dat het soort mensen dat daar komt nooit naar de concertzaal komt, terwijl dat toch het idee is. Dat zou ik ook wel eens uitgezocht willen zien. Wij zijn om die reden gestopt op die UITmarkt. Je speelt daar voor niets, en niemand komt naar een concert. Ik weet het niet zeker hoor - zoek het eens uit.

EH Is het niet al heel nobel dat ze eens klassieke muziek hebben gehoord daar?

RH Ik wil dat ze naar de zaal komen. Het is geen doel op zich, het is geen echte concertervaring. Hij is in het leven geroepen om mensen te enthousiasmeren voor nieuwe dingen, maar ik denk dus dat dat niet gebeurt.

RH doet nog suggesties voor onderzoek; EH vertelt over benaderingswijze materiaal.