

INDIE-LABELS

KWALITEIT BOVEN GELD, INTEGRITEIT BOVEN ROEM

De tijd dat een platenmaatschappij een artiest ontdekte en hem aan het handje hield totdat hij of zij beroemd was - en een goudmijn voor de labelbaas - is al ruim voorbij. Bovendien wagen de majors zich niet meer aan het gestaag opbouwen van succesvolle carrière, maar houden ze liever nauwlettend hun indie-collega's in de gaten. Daar, in de periferie, werken mensen zich het snot voor de ogen voor vooralsnog onbekende bands, artistieke principes of de zo vaak genoemde 'passie'.

TEKST: MAARTEN RISCHEN
FOTO'S: HENK VEENSTRA

"Waarom begin je een label in een tijd waarin iedereen via internet z'n eigen releases en promotie kan doen?", vraagt Nicolai Adolfs van Beep! Beep! Back Up The Truck zichzelf af. "Ik spreek wel eens mensen die Music Management studeren aan een of andere hogeschool. De

vier grootste voordelen van werken in de muziekbusiness is volgens hen dat je gratis naar Lowlands kan, backstage mag komen, niet in een tent hoeft te slapen en bier uit een glas kan drinken. Als dat is waar de rock & roll tegenwoordig heen gaat, haak ik af." "Mee eens," haakt Ingmar Jahn van Dying Giraffe Recordings in. "Het hele wezen van een independent platenmaatschappij is dat je

vanuit niks anders dan de liefde voor muziek er alles aan doet om de bands waar je in gelooft een stap verder te brengen. En dan heb ik het niet over ze tot grote roem te pushen, maar het bieden van een ondersteunend platform waar talent tot volle wasdom kan komen. Succes in muziek is nog altijd een kwestie van hard werken, dat is nooit anders geweest. Maar waar een major de artiest meer als leverancier van muziek volgens bepaalde voorwaarden ziet, zijn wij een ondersteunende factor waarbij we vooral niet aan het hoogste goed - het artistieke product - gaan lopen sleutelen. We bieden een netwerk, een paraplu waaronder we samen met de artiest het onderste uit de kan gaan halen."

DIT

Leen Steen, de grote man achter het eigenzinnige Tocado Records: "We hebben het niet over DIY, maar over DIT: Do It Together. Dat klinkt mis-

schien wat gezapig, maar we hebben niks aan artiesten die een plaat maken en achterover gaan leunen, zo van "dat ei is gelegd, maken julie er maar een succes van". Die zijn er helaas nog veel te veel, maar bij ons komen ze niet binnen. Bij Tocado zitten artiesten die muziek maken omdat ze simpelweg niet anders kunnen of willen, en niet het er "een beetje bij doen" totdat het schip met geld binnenkomt en ze de gevierde rockster kunnen uithangen. De bands zijn net zo betrokken bij het label als wij bij de bands. In Nederland is men vaak verwend: een minieme inspanning moet grootse resultaten opleveren. En als er ergens een tante gaat trouwen worden belangrijke optredens afgezegd, of zodra iemand een kind of een goede positie in een of ander bedrijf krijgt, staat de band meteen weer op de laatste plaats. Als je echt van muziek wilt leven, moet je het zien als een normale



INGMAR JAHN van Dying Giraffe Recordings 'tekende' via mondelinge overeenkomsten lokaal of zelfs nationaal succesvolle acts als Marten de Paepe, Mummy's A Tree en LEFT, maar ook namen waar we nog veel van gaan horen als Corbelijn, NiCad en Boy Ler. "We hebben nooit gekozen voor een bepaald genre, we gaan van singer-songwriter tot behoorlijk harde rock. Het enige nadeel is dat je je netwerk heel ruim moet opzetten." Het in Rotterdam gevestigde label doet niet alleen aan promotie en distributie voor z'n eigen stal, maar helpt geregeld buitenlandse platenmaatschappijen aan een betere positie in de Nederlandse markt. Dying Giraffe organiseert geregeld een labelnight onder het motto 'watch your neck'.

www.dgrmusic.com



Ingmar Jahn, Nicolai Adolfs en Leen Steen

'WE ZOEKEN GEEN BANDS DIE ACHTEROVER GAAN LEUNEN EN ONS LATEN WERKEN'

baan van 40 uur in de week, waarvan het effectief musiceren misschien wel de minste tijd inneemt. En bovendien genoeg nemen met een inkomen rond bijstandsniveau. In Amerika leeft de American Dream nog in zoverre dat veel muzikanten in hun woonplaats een baantje als afwasser nemen om hun brood te kunnen beleggen en als er een tour geboekt is, laten ze alles zonder problemen voor drie maanden achter. Om daarna weer achter het sop te gaan staan, ja. In Europa moet men blijikbaar altijd nog een paar "escapes", vangnetten, hebben voor als het mis gaat. Zo kom je er nooit, natuurlijk. Het hoogste doel is platen maken, touren en je muziek verspreiden. Het is handig als je misschien nog een spijker recht in een plank kan slaan om tussendoor van rond te komen, maar daar kan het ook best bij blijven. Roem of rijkdom... je kan er bijna van uitgaan dat het je in principe toch niet ten dele gaat vallen. Of slechts één van de twee, zoals bij de gitarist van The Stooges, die pas een jaar voor zijn overlijden voor het eerst genoeg geld had om een eigen auto te kopen! Nicolai: 'De gitarist van Mudhoney werkt nog steeds in het

magazijn van Subpop, het beroemde label dat trouwens in de twintig jaar van zijn bestaan slechts vijf jaar winst heeft gemaakt. Terwijl zij toch Nirvana hadden getekend!'

TRUCS

De toon is gezet. Wil je volgens je eigen voorwaarden muziek creëren, dan moet je bereid zijn daar alles voor in te leveren en je leven volledig in het teken van muziek te stellen zonder al te hoge verwachtingen. Een beetje hulp is desondanks nooit weg, zeker als het komt van gelijkgestemden zoals die bij indie-labels te vinden zijn. Maar waarom zou je überhaupt nog aansluiting zoeken bij een platenmaatschappij? Wat doet de platenbaas in kwestie met je vers uit de studio verzonden master-cd? Leen: 'Ik ga eerst even een flink potje huilen, haha!' Nicolai: 'We beginnen meestal met een eerste oplage van 1000 stuks, waarvan een deel voor promotie gebruikt wordt. Dan komt ons netwerk uiteraard goed van pas. Daarna wordt het een kwestie van ze zo strategisch mogelijk distribueren en verkopen, dus niet bij de grote middle-of-the-road warenhuizen van Van Leest.' Ingmar: 'Nieuwsbrieven,

persberichten, heel veel telefoneren: dat is de invulling van de weken voorafgaand aan een release. En natuurlijk het op touw zetten van een releaseparty. Goed contact hebben en houden met de "belangrijke" mensen is cruciaal. Als je er altijd al prettig mee hebt gewerkt, weten ze op een gegeven moment dat je ze geen troep probeert aan te smeren; je krijgt een goede reputatie. Alleen jammer dat zowel op redacties als onder programmeurs voor zalen de doorstroom zo enorm is. Net als je iemand een beetje kent, neemt iemand anders z'n plaats over en negen van de tien keer moet je opnieuw beginnen met het opbouwen van een goede relatie. De distributie gaat via Sonic Rendezvous, waardoor de releases ook bij ketens als Van Leest en Free Record Shop liggen, maar een winkel als Plato bereikt onze doelgroep het beste.'

Nicolai: 'Je moet je eigen trucs hebben om de cd's aan te man te brengen, om zo effectief mogelijk promotie voor een vaak behoorlijk onbekende artiest te kunnen maken. Beep! Beep! heeft een distributiedeal gesloten met de torrentsite Mininova, waar dagelijks honderdduizenden bezoekers op komen. We waren altijd vrij huiverig voor torrents, omdat ze vaak alleen de geripte nummers - in een slechte kwaliteit - verspreiden. Om dat te voorkomen kunnen mensen via een applicatie bijvoorbeeld de laatste cd van The Black Atlantic legaal en gratis downloaden. Je krijgt dan een pakketje met niet alleen de songs maar ook het artwork en een brochure met informatie over hoe je de fysieke cd kan kopen en over andere releases van ons label. De cd van TBA is inmiddels al 25.000 keer gedownload. Dat is natuurlijk enorme promotie die zich weerspiegelt

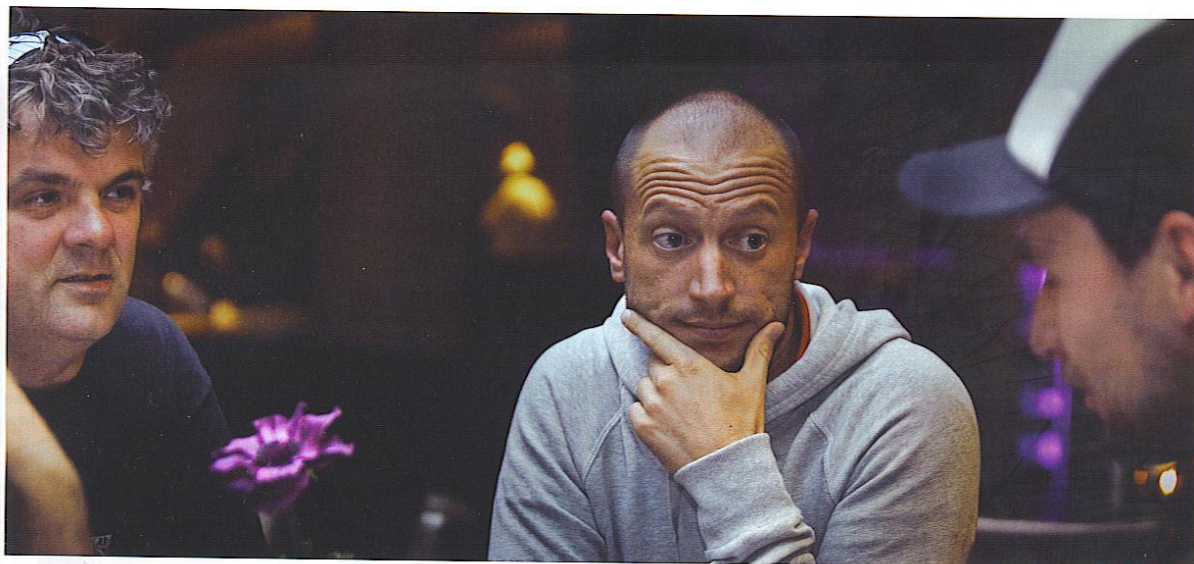
in de uiteindelijke cd-verkoop, maar vooral in de opkomst bij concerten. We vinden het wel altijd een enorme belediging als mensen ons zien als puur "netlabel"; alsof onze releases niet goed genoeg zijn om daadwerkelijk op cd uit te brengen.' Leen: 'Ik zou niet kunnen leven met alleen maar digitale releases. Ik kocht vroeger platen op basis van de hoes, en nog steeds hebben we bij Tocado de vormgeving erg hoog in het vaandel staan.' 'Alleen de afmetingen zijn zo klote, je kan toch geen fatsoenlijke artwork op het formaat van een cd-hoesje kwijt? Maar goed, verder is het een kwestie van wat geld bij elkaar sprokkelen met T-shirts. Dat is eigenlijk het enige waar je concreet winst op kan maken. We hebben wel eens geëxperimenteerd met de Radiohead-methode: de klant laten kiezen wat ze willen betalen voor een plaat, en dat is op zich helemaal geen slecht plan. Er kan zomaar een toegewijde fan tussen zitten die veertig euro neertelt voor een release.' Nicolai: 'Op onze site staat een "donate"-knop. Maar daar hebben we helaas maar twee keer een klein bedrag door binnengekregen.'

UNOX

Hoe onafhankelijk je ook bent, zonder naamsbekendheid kom je nergens. Juist de goede naam van een label helpt mee dat bands enige "credibility" kunnen opbouwen. Leen: 'Maar we zullen nooit zoals Excelsior de naam van de platenmaatschappij reuzegroot op elke cover drukken. De band staat centraal, niet het label. Ik word er wel eens moe van dat Tocado als label meer aandacht krijgt dan de artiesten die we vertegenwoordigen. Al moet ik toegeven dat ik als rechtgeaarde freak altijd aan het labelscannen ben. Net zoals je eerder de soep met het Unox-logo



NICOLAI ADOLFS is een van de twee eigenaren van Beep! Beep! Back Up The Truck, een indie-label waar onder anderen We Vs. Death, Kismet, Paper Tiger en The Black Atlantic onderdak hebben gevonden. Het in Utrecht gevestigde collectief heeft als uitgangspunt het gratis verspreiden van muziek via internet onder een Creative Commons-licentie om zo effectief promotie te doen voor de 'echte' releases. Verder organiseert Beep! Beep! Vette Analoge Shit-avonden in hun thuisstad, showcases voor artiesten van hun eigen of andere labels en lokale helden. www.beepbeep.nl



kiest, letten mensen wel op de club die achter de band zit. Een label is vaak het startpunt bij een zoektocht naar nieuwe muziek.'

Is dat ook de reden voor het organiseren van speciale labelnights?

Nicolai: 'We organiseren met Beep! Beep! vaak Vette Analoge Shit-avonden in de DB's in Utrecht, waarbij we grote banners ophangen die goed te zien zijn op de filmpjes die die avond worden geschoten. Door - als het budget het toelaat - af en toe een wat grotere band uit te nodigen en het concert op internet te zetten, dringt ons logo en de naam van het label snel door in de muziekwereld. Je verzorging moet overigens op alle vlakken in orde zijn, zoals je

website. Allemaal zaken die ervoor zorgen dat mensen geïnteresseerd raken in de artiesten uit je stal.'

DEMO'S

En hoe wordt deze stal gevuld? Alle drie de labels krijgen wekelijks postzakken vol demo's opgestuurd. Het lijkt nog steeds de geijkte methode: een cd 'out of the blue' naar een platenmaatschappij opsturen en de reactie afwachten. Heeft dit wel zin? Ingmar: 'Ik heb het eerste contact met "mijn" artiesten toch vaak naar aanleiding van een opgestuurde cd. Maar er wordt niks besloten voordat ik een paar goede gesprekken heb gehad om te zien wat voor vlees ik in de kuip heb.' 'Ik ben nog nooit

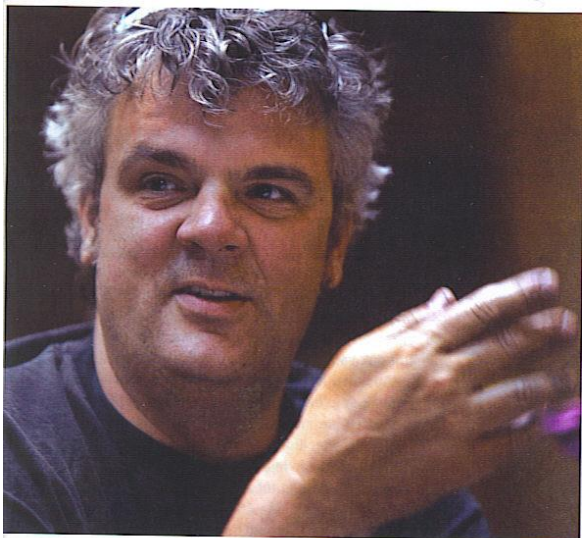
een samenwerking aangegaan aan de hand van een cd', zegt Nicolai. 'Als je band goed bezig is en aan de weg timmert met muziek die al zonder labelsupport goed wordt opgepikt, dan kan je ervan uitgaan dat we je al lang in de gaten hebben. Zulke artiesten ontmoet je gaandeweg en vanuit wederzijdse sympathie groeit er iets. We kunnen niet elke week een plaat uitbrengen, dus voordat we in zee gaan met een band gaat er wel wat tijd overheen om te checken of het wel "ziel en zaligheid"-artiesten zijn, of een stel luie muzikanten die er na de eerste tegenslag toch maar mee ophouden. Bijna elke band op ons label bestaat uit echte vrienden met gedeelde passies en doelen, die al sinds jaar en dag met elkaar samenspelen.'

En als het tijd is om de contracten te tekenen, wat bieden de verschillende labels aan, in een tijd van 360 graden-deals? Ingmar: 'Wij doen niet aan contracten, we houden het bij een "gentlemen's agreement". Het komt neer op een promotie- en distributiedeal, al zijn we steeds meer bezig met publishing van de nummers op ons label.' Leen: 'Toca-

do begint vaak met een boekingscontract, voordat we het over cd's gaan hebben. Als blijkt dat een act relatief makkelijk weg te zetten is in het live-circuit, is dat vaak een indicatie voor het succes dat kan volgen op een daadwerkelijke release.'

TALENT

Kunnen we concluderen dat de voornaamste rol van een indie-label die van pionier is? '... En dat als een artiest doorbreekt de haviken van de majors ermee aan de haal gaan? Ik vrees van wel', verzucht Leen. 'Maar bij een indie-label bereik je soms gewoon het plafond. Daarom is Elle Bandita ook naar een andere platenmaatschappij verhuisd. Ik ben blij dat wij haar de eerste steun hebben kunnen bieden.' Nicolai: 'Visions, het grootste muziekblad van Duitsland, schreef ooit dat ze hun scoutingbureau maar in Nederland moesten vestigen aan de hand van een recensie van We Vs. Death. Maar als de grote labels het niet doen, is het inderdaad aan ons om door simpelweg keihard te werken talentvolle bands op de plek te krijgen die ze verdienen. Desnoods met gevaar voor eigen portemonnee!' ■



LEEN STEEN nam in 1997 de Tocado Harmony Coalition over, een ondersteunend collectief voor underground muzikanten en kunstenaars, compleet met een eigen fanzine, de populaire Outgaanscourant. Na nog even actief te zijn geweest in de politiek (de Tocado-partij, met als voornaamste programmapunt een prostitutiezone in de Koopgoot: de Neukseleuf) richtte Tocado zich fulltime op muziek. Op de eerste releases, de live opgenomen Heel Erg Punk-platen, manifesteerde het label zich al als broedplaats voor extravagante acts. Tegenwoordig heeft het label nog steeds eigenzinnige artiesten als Harry Merry, Pony Pack en Stöma onder zijn vleugels. Onlangs kon ondanks een klacht het 12,5-jarig jubileumfeestje in de binnenstad van Rotterdam ternaauwerd toch doorgaan, met groot succes. Leen is naast labelbaas ook directeur van de popzaal Exit. www.tocado.com