

BOEKINGS- KANTOREN EN HET FESTIVAL SEIZOEN

VOOR ELKE ARTIEST
EEN FESTIVAL

door LOTD

Boekingsagenten willen over het algemeen maar één ding: dat de bands die zij vertegenwoordigen zoveel mogelijk spelen. Maar is het spelen op een paar festivals net zo belangrijk als een eigen clubtour? En wordt er met alle festivals rekening gehouden als er een planning voor een artiest wordt gemaakt, of zijn er maar een paar festivals die er echt toe doen? Drie doorgewinterde eigenaren van boekingskantoren lichten het belang van het festivallandschap toe.

HOE ZIET JE WERKDAG ERUIT?

Bas: 'Dat wisselt heel erg. Soms is dat de hele dag achter de computer zitten. De belangrijkste taken in ons soort werk zijn toch wel een goede planning maken en het afstemmen van shows op elkaar, en dat doe je achter de computer. Maar daarnaast heb ik veel contact met managers en labels die bijvoorbeeld informatie willen over ticketstanden, of over plannen voor festivals. Dus ik heb continu contact met heel veel mensen, vooral via de mail, maar ook telefonisch.'

Eleanor: 'Ik zou zeggen dat 70 tot 80% van ons werk helemaal gebaseerd is op e-mail. Je belt alleen wanneer je veel met iemand moet doornemen. Bijvoorbeeld wanneer je strategieën wilt uitwerken voor aankomende releases, of een planning wilt maken voor het hele jaar met een artiest. Het is natuurlijk ook afhankelijk van de tijd van het jaar. Normaal gesproken begint het seizoen in september en dan begin je met het pitchen van je artiesten bij festivals voor de volgende zomer. En los daarvan ben je steeds bezig met het boeken van tours, of van losse shows afhankelijk van de albumreleases en de bijbehorende promotiecampagnes.'

Bas: 'Het is ook netwerken en regelmatig naar shows gaan. Gewoon, om even contact te hebben met de band en de temperatuur bij de show te voelen; was het een goeie boeking, of niet? Is het voor herhaling vatbaar, of stond de band eigenlijk op een plek waar ze niet thuishoren? Daar leer ik heel veel van voor een volgende keer met een andere band. En daarnaast heb je op zo'n moment echt een hele dag contact met je artiest en dat levert weer enorm veel op voor de lange termijn. Vertrouwen bijvoorbeeld, maar ook inzichten in hoe zij dingen doen. Dus het is heel veel computer- en telefoonwerk en een beetje op locatie.'

HOE VINDEN JULLIE BANDS OM TE VERTEGENWOORDIGEN?

Eleanor: 'Ah, de meest gestelde vraag bij panels tijdens conferenties... Er is niet één definitief antwoord op. Ik denk dat je wel kunt stellen dat als ik een artiest teken, het vrijwel altijd naar aanleiding is van een tip van een van mijn vertrouwde bronnen. Zo'n persoon kan een manager zijn, iemand van een label, een vriend uit de muzikindustrie. Ik ben eerder geneigd

om met een band samen te gaan werken wanneer ik vanuit meerdere kanten al over ze heb gehoord.'

Steve: 'Als ik iets leuk vind, en ik heb het gevoel dat ik het kan verkopen, dus dat ik andere mensen ervan kan overtuigen om het te boeken, dan is dat genoeg voor mij. Ik ben niet van de statistieken, Spotify-plays en Facebook- en Instagram-likes. Ze kunnen best allemaal nuttig zijn, maar voor mij geldt boven alles dat de muziek voor zichzelf moet spreken. En als je iets oprecht goed vindt, kun je er zo gepassioneerd over praten dat het aankomt bij andere mensen. Zo werkt dit spelletje al jaren.'

Bas: 'Er is inderdaad niet echt een standaardformule voor hoe het gaat. Het is een onderbuikgevoel; durf ik het aan en heb ik er tijd voor. Niet noodzakelijk in die volgorde. Ik heb in de pandemieperiode veel meer tijd gehad om te scannen en te zoeken naar bands. Vroeger deed ik dat veel meer, maar op een gegeven moment heb je het zo druk dat je er amper nog aan toe komt. Maar toen ben ik echt gewoon via Spotify en YouTube gaan zoeken. Ik kwam bij bands terecht die nog amper iets gedaan hadden, zoals Ghost Woman uit Canada. Dat vond ik meteen een band die echt bij mij past, dus ik heb rechtstreeks gemailld. Zij waren helemaal stomverbaasd dat er iemand in Europa was die hen zag zitten.'

MAAR BANDS WORDEN NIET VAAK OP DIE MANIER 'ONTDEKT'. WAARSCHIJNLIJK KUN JE ALS ARTIEST BETER ZELF OP ZOEK GAAN NAAR EEN BOEKINGSKANTOOR TOCH?

Eleanor: 'Dat is een lastige vraag om te beantwoorden. Als je besluit om gewoon vanuit het niets contact op te nemen met wat boekingskantoren, dan moet je wel eerst je huiswerk doen om er zeker van te zijn dat het de juiste agent is en dat hun stal past bij het →



Steve Backman (Runway)
Steve werkt als directeur/boekings-agent voor Runway. Hij startte het bedrijf midden in de pandemie, samen met Matt Hanner. Daarvoor heeft Steve bijna 20 jaar voor Primary Talent gewerkt. Op zijn roster zitten bands als The Mission, Public Image Limited, A Certain Ratio, Langkamer, Mandrake Handshake en Naked Lungs.



Eleanor McGuinness (PlayBook Artists)
Eleanor werkt als directeur/boekings-agent voor PlayBook Artists. Het bedrijf werd in mei 2021 opgericht en vertegenwoordigt zo'n 130 Noord-Amerikaanse, Britse en Europese artiesten waaronder Weyes Blood, Angel Olsen, Andy Shauf, Arooj Aftab, Jaga Jazzist en traditionele folk-zangers als John Francis Flynn.



Bas Flesseman (Belmont Bookings)
Na zo'n 15 jaar als muzikant actief te zijn geweest startte Bas Flesseman in 2000 zijn eigen bedrijf Belmont Bookings. Belmont is de Europese agent voor o.m. The Tallest Man On Earth, Mattiel, Daniel Norgren, Preoccupations, Ghost Woman en als Nederlandse boeker vertegenwoordigt Belmont acts als Bon Iver, King Gizzard and the Lizard Wizard, Weyes Blood, Lankum en Protomartyr.

soort muziek dat je maakt. Dat soort *cold calls* is niet altijd de beste manier om het aan te pakken. Het is vaak beter om eerst je eigen scène te creëren. Zorg dat er een soort buzz ontstaat en dan is de kans groot dat dingen organisch groeien. Zelf zie ik dat veel liever dan dat er iemand met grootse praatjes bij me komt aankloppen. Maar uiteindelijk gaat het altijd om de muziek en iedereen zal gewoon luisteren om te bepalen of het wat voor hen is, of niet.'

Bas: 'Ik moet er inderdaad zelf in geloven, muzikaal gezien. Dat staat boven alles. Ik ga niet voor even snel geld verdienen, maar ik moet gelijk het gevoel hebben dat de samenwerking met de artiest voor de lange termijn is. De basis is mijn eigen smaak en hun kwaliteit.'

KIES JE WEL ARTIESTEN UIT MET HET DOEL EEN BEPAALD SUCCESNIVEAU TE BEREIKEN?

Steve: 'Voor elke band is het plafond anders. Er zijn artiesten die het prima vinden om alleen maar om het jaar een tour te doen langs theaters met een capaciteit van 1.500 en de ticketprijzen zo laag mogelijk te houden. Niet elke band wil per se stadions uitverkopen, en sommige zijn gewoon tevreden met wat ze hebben. Maar de zakelijke kant van de muziekindustrie draait helemaal om het zo snel mogelijk uitverkopen van de grootste arena's met de hoogst mogelijke ticketprijzen. Voor mij neemt dat alle artistieke waarde weg van wat we doen. Het hoort kunst te zijn. En dat is nou eenmaal subjectief op verschillende niveaus. Neem bijvoorbeeld de band Swans. Michael Gira gaat nooit een commerciële klapper zijn. Maar hij heeft wel in de loop der jaren een carrière opgebouwd, misschien speelt hij niet in enorme zalen, maar toch heeft hij een vast publiek dat elke keer weer komt kijken. Is dat succesvol te noemen? Ja, in mijn optiek is dat een bijzonder succesvolle artiest.'

ALS JE AAN DE SLAG GAAT MET EEN ARTIEST, DAN MAAK JE EEN PLANNING NEEM IK AAN? NEEM JE DAAR OOK FESTIVALS AL IN MEE?

Eleanor: 'Meestal maak je een 12-maandenplan voor de artiest. Vanuit de band of het label is er vaak al een bepaalde strategie uitgestippeld. De plaat komt bijvoorbeeld in februari uit en dan willen ze in april wat shows spelen. Daarna komen de zomerfestivals en in de herfst willen ze dan het liefst weer touren. Daarom is het heel belangrijk dat er ook in november indoorfestivals zijn. Daar wil je staan om dezelfde redenen als op de zomerfestivals. Alleen zijn ze vaak wat kleiner, dus het publiek dat er op afkomt, is meestal wat meer gefocust op die specifieke muziek. De grote zomerfestivals gaan meer over iets opbouwen, over naar het volgende niveau gaan. Als je al een beetje naam hebt gemaakt en je wilt de stap proberen te maken om bijvoorbeeld van zalen met een capaciteit

'Er zijn te veel festivals met te weinig identiteit'

van 1.000 naar 5.000 te gaan, dan kunnen de grote zomerfestivals daarbij helpen. Dus je hebt eigenlijk alle soorten festivals nodig om verschillende redenen.'

Steve: 'De ruimte voor nieuwe acts op festivals is zo krap geworden dat ze zelfs aan de onderkant van veel festivals alleen bands willen boeken die al op de radio zijn geweest, of die al wat pers hebben gehad. Dan hebben ze het idee dat er tenminste wat publiek bij die shows zal staan. Terwijl er tien, vijftien jaar geleden nog genoeg plek was voor compleet nieuwe bands. Festivals wilden toen mensen echt de kans geven om nieuwe muziek te ontdekken. Daarom denk ik dat het minder een kwestie is van hoe belangrijk ik het vind, de vraag is eerder kun je überhaupt nog bands op deze festivals krijgen? Het wordt alleen maar moeilijker.'

ALS HET WEL LUKT OM EEN OF MEERDERE FESTIVALS TE BOEKEN, HOE PLAN JE DAAR DAN OMHEEN?

Bas: 'Dat wisselt een beetje per festival. Als een festival een soort ontdekkingsfestival is met kleine bands zoals een Great Escape, of Left of the Dial, of SXSW, dan zijn de gages vaak klein, maar de impact kan heel groot zijn. Dat maakt het de moeite waard om er wat shows bij te zoeken.

Bij andere festivals is er – zeker voor bekendere bands – een flinke gage en dan kun je die gebruiken om er een tour omheen te bouwen. Dat is wat ze dan een *anchor fee* noemen, een gage die hoog genoeg is om de band in te vliegen en vanuit daar verder te reizen. Dan nog hangt het van veel dingen af. De routing moet kloppen, een band moet er op tijd kunnen zijn, maar ook de backline speelt mee. Regelt het festival dat, of moet je die zelf meenemen? Ik werk ook met festivals in Noorwegen die in de poolcirkel zitten. Daar kan je alleen komen met een vliegtuig en je moet dus gebruik maken van hun lokale backline. Dan weet je dus al dat je bepaalde bands daar niet kunt neerzetten, want sommige bands zijn zo specifiek over met welke apparatuur ze willen spelen. Maar dat soort festivals zorgen goed voor bands. Ze betalen een flinke gage, halen bands op van het vliegveld... dat moet ook wel, anders zou niemand het in z'n hoofd halen om helemaal naar het noorden af te reizen. Daar staat bijvoorbeeld The Great Escape te-gover, dat zo iconisch en ja, *industry approved* is dat ze zich kunnen permitteren om

wat minder voor bands te zorgen. Dus daar, daar krijg je geen backline en moet je het allemaal zelf uitzoeken. Als boeker is dat dan heel anders. Je kunt er niks verdienen, maar je kunt er wel netwerken, je kunt zorgen dat belangrijke mensen de band zien. Dat is ook een meerwaarde natuurlijk.'

ZULKE GROTE FESTIVALS ZIJN DUS BELANGRIJK, MAAR DE KLEINERE FESTIVALLETTJES DAN?

Eleanor: 'Het is ongelooflijk belangrijk om vanuit de basis steun te krijgen, zodat artiesten van elk niveau zich kunnen ontwikkelen. Dat is waarschijnlijk een van de grootste zorgen op dit moment in de muziekindustrie, veel van de kleine zalen en minder grote festivals zouden veel meer ondersteuning moeten krijgen. Als we dat soort plekken niet meer hebben, als al die festivals in al die verschillende landen niet meer zouden bestaan, dan lopen we ontzettend veel lokale partnerschappen mis. En als we die niet hebben, hoe kan een band zich dan in een ander land verder ontwikkelen?'

Bas: 'Ik denk dat festivals nog steeds heel belangrijk zijn, maar één van de dingen waar ik steeds meer tegenaan loop, is dat het er te veel zijn met te weinig identiteit. De hele grote zullen overleven, want daar zit zoveel geld achter, die pleuren gewoon een paar grote namen bij elkaar en dan komt er volk. Maar dat is niet een goed festival. Een goed festival levert ook een bepaalde herkenning en echte *excitement* op. Dat is iets waar je wat mee opbouwt en ik denk dat er nu te veel is. Zeker na de pandemie zijn er veel te veel festivals en die botsen met elkaar. Je snoept toch ook publiek bij elkaar weg.'

Steve: 'Ja, er zijn duidelijk te veel festivals. Het scenario dat ik nu vaak zie, is dat mensen alleen maar een festival beginnen om het na een paar jaar met winst aan een grote partij te kunnen verkopen. Volgens mij gebeurt dat echt heel veel nu. En ik snap het hoor, er valt waarschijnlijk veel geld mee te verdienen, maar wat gebeurt er als zo'n festival aan een commerciële partij wordt verkocht? Oké, de naam is misschien nog hetzelfde, maar de programmeur die voor de goede naam van het festival heeft gezorgd vertrekt vervolgens meestal binnen een jaar. Dan wordt het gewoon wéér een flauw festival van dezelfde

organisator met dezelfde line-up als 17 andere flauwe festivals van die organisator, omdat ze nou eenmaal al een deal hadden gemaakt om overall acts X, Y en Z neer te zetten. Je kunt bij één programmeur aankloppen om al die festivals in één keer te boeken. Maar het heeft niks meer te maken met de identiteit van hoe het festival ooit was.'

Bas: 'Ik vraag me soms af of die grote festivals wel echt zoveel bands moeten neerzetten, want tegelijkertijd moeten ze daardoor weer de tickets heel duur maken om het allemaal te kunnen betalen. Ik vraag me af of er niet een soort overkill is. Maar goed, aan de andere kant, wil ik ook mijn bands kwijt kunnen en ik zie dat het steeds moeilijker wordt om kleine bands bij grote festivals binnen te krijgen. Tenzij er al een hele dikke industrieconnectie is. Als je een hele grote naam boekt op een festival, dan kun je als boeker eisen dat een van je kleinere acts ook wordt meegenomen. Dat gebeurt heel veel. Nou, ik heb niet zoveel van die grote namen, dus ik moet het gewoon echt puur op de inhoud boeken.'

MAAR HOE BELANGRIJK ZIJN AL DIE GROTE EN KLEINE FESTIVALS DAADWERKELIJK VOOR DE CARRIÈRE VAN EEN ARTIEST?

Eleanor: 'Volgens mij zijn alle soorten festivals belangrijk, ze zijn allemaal nodig, zodat een artiest zich kan ontwikkelen. Als je bijvoorbeeld een nieuwe artiest uit Engeland bent en je probeert een voet aan de grond te krijgen in Nederland, kun je veel beter wat minder risico nemen en zorgen dat je kunt spelen zonder dat je verantwoordelijk bent voor alle kaartverkoop. Bij een festival heb je automatisch al publiek als het goed is, dus de weg is al een beetje voor je geplaveid, er zijn meerdere artiesten, er werken meerdere mensen aan de promotie... Het is een prima manier om wat contacten op te doen en een publiek op te bouwen. Daar begin je mee en dan kun je daarna terugkomen met je eigen clubtour, of om op grotere festivals te spelen. In elk land zijn festivals belangrijke bouwstenen voor de carrière van een artiest.'

Steve: 'Als boekingsagent kan ik een beetje zitten zeuren over festivals, maar je hebt er als agent nou eenmaal rekening mee te houden. Artiesten willen er vooral spelen omdat ze er goed geld kunnen verdienen en er meer

bekendheid door krijgen. Je moet het spelletje gewoon een beetje snappen. En het is zonder meer waar dat sommige dingen meetbaar zijn. Je ziet het bijvoorbeeld wanneer de kaarten voor een nieuwe clubtour in de voorverkoop gaan. Als je het net goed hebt gedaan op een festival, dan wordt er meer verkocht. Al heeft dat natuurlijk ook te maken met andere dingen die een band heeft gedaan, maar het is toch een stukje van de puzzel.'

Bas: 'Ik denk dat festivals een optimale kans zijn voor bands om zichzelf te wegen ten opzichte van anderen. En niet zozeer uit een competitieve hoek, maar wel om te zien waar je staat, en of je echt iets kunt neerzetten waardoor je goed uit de verf komt. Meer dan bij een headline show, want dan komt er publiek op je af dat al weet wat je doet. Op een festival krijg je de kans om een verbinding te maken met een publiek dat je nog niet kent.'

Steve: 'Precies, je kunt artiesten aan mensen laten zien die normaal gesproken geen ticket voor hen zouden kopen, omdat ze de muziek nog niet echt kennen. Er is altijd een kans om toevallige festivalbezoekers tot fans te bekeren, dus ja, festivals hebben absoluut hun waarde.'

Bas: 'Ik denk ook dat het voor de bands ontzettend belangrijk is om op festivals connecties te maken met andere bands. Ik roep ook altijd tegen de beginnende bands met ambitie: Ga niet alleen maar zitten wachten tot de industrie het voor je doet, maar leg je eigen contacten. Als jij een band op een festival tegenkomt waar je tegenop kijkt, of waar je je thuis bij voelt, ga met ze praten. Het is een ideale plek om in de kleedkamer een biertje te drinken en echt contact te maken. Als die band een support-act nodig heeft, is dat de sterkste basis om het voor elkaar te krijgen. Dat werkt veel beter dan een boeker die een support voorstelt.'

HOE WEEET JE WELK FESTIVAL GESCHIKT IS VOOR JOUW ARTIESTEN? BEZOEK JE ELK FESTIVAL VOORDAT JE BESLUIT DAAR EEN BAND TE BOEKEN?

Steve: 'In alle eerlijkheid: nee. Dat hoeft ook niet, je moet gewoon zoveel mogelijk vragen stellen. Een beetje afhankelijk van wat voor soort band het is. Is het bijvoorbeeld een akoestische act, dan vraag je of de plek waar ze spelen ver genoeg weg is van de andere podia, zodat die geen geluidsoverlast geven tijdens de show. Of je vraagt hoe groot de tent is waar ze moeten spelen. Je wilt niet achteraf horen dat ze in een tent stonden waar 20.000 man in kan, terwijl zo'n artiest op eigen kracht amper 100 kaarten zou verkopen. Probeer gewoon zoveel mogelijk logische vragen te stellen.'

Eleanor: 'Ja, dat is dus ook waarom we overall met lokale partners werken. We hebben in elk land betrouwbare contacten, de plaatselijke boekingskantoren, en we gaan uit van hun kennis van de markt en als het goed is, wijzen zij ons op de juiste evenementen

'Je wilt niet achteraf horen dat ze in een tent stonden waar 20.000 man in kan, terwijl zo'n artiest op eigen kracht amper 100 kaarten zou verkopen'

voor artiesten. Daarom e-mailen we zoveel, er is altijd gigantisch veel informatie om → te verzamelen. We vragen hen of bepaalde festivals op dat moment zin hebben voor een artiest. We werken met hen samen om de juiste plekken te bepalen, dus de lokale partners zijn echt van wezenlijk belang voor de carrièreplanning van een artiest. Daarnaast kijken we ook meer in het algemeen naar de identiteit van een festival. Welke artiesten staan er nog meer, hoe communiceren ze in hun uitingen, welke positie nemen ze in ten opzichte van andere festivals. Zit daar een match met de artiest?'

Bas: 'Ik bel ook wel eens met Nikita, een andere agent van PlayBook, om te vragen hoe bepaalde shows zijn gegaan. Andersom doet hij dat ook bij mij. Zo'n netwerk en het vertrouwen dat je in elkaar hebt, dat is ontzettend belangrijk. Gewoon om te kijken hoe het gevoel na een bepaald festival is. Dat kun je natuurlijk ook met bijvoorbeeld Instagram goed volgen. Wordt er veel gedeeld? Is die band daar gelukkig geweest, of juist niet? Dat soort dingen hou je allemaal in de gaten.

Maar het is natuurlijk altijd beter om zelf al een keer op een festival te zijn geweest. Het mooiste is dat je er daadwerkelijk bent als je ergens een eigen band hebt staan. Ik was een jaar of zes geleden voor het eerst op Roskilde, omdat Courtney Marie Andrews er speelde. Dan zie je opeens hoe zo'n artiest in die context uit de verf kan komen. Van tevoren kun je denken, ojee Courtney Marie Andrews dat is meer country, hoe gaat dat daar werken tussen al die kids van 21? Gaat dat het wel waard zijn? Maar ik zag meteen: wow, dit is perfect. Mensen hebben die muziek nog nooit gehoord en je zou zeggen dat dat een obstakel is, maar als de artiest goed is, heeft dat een enorme impact. Die mensen hebben geen bagage, maar staan open om omvergeblazen te worden.'

ZIJN ER MEER VOORBEELDEN VAN FESTIVALSHOWS DIE ZO'N IMPACT HEBBEN GEMAAKT?

Steve: 'A Certain Ratio is een cultband en ze zijn al meer dan 40 jaar bij elkaar. Ze brengen nog steeds muziek uit, vorig jaar kwamen ze nog met een nieuw album bijvoorbeeld, maar dit jaar hebben we de afsluitende show gedaan op het derde podium van Latitude, en eentje op de main stage van het Bluedot Festival, op de dag dat Bjork ook speelde. Er gebeurde toen iets bijzonders. Het was niet zichtbaar of tastbaar of zo, maar je voelde gewoon dat er eindelijk erkenning kwam van hoe belangrijk deze band is binnen de muziekcultuur en op hoeveel bands ze invloed hebben gehad. Dat opende deuren naar een compleet nieuwe markt. Ja, de bandleden zijn ouder en hoewel er ook veel oudere mensen naar die festivals gaan, lopen er ook genoeg jonge mensen rond. Vooral bij Latitude was het publiek een duidelijke mix van verschillende generaties. De jonkies die tot dan toe nog nooit een kaartje voor de band hadden gekocht, zullen dat na die show wel gaan doen.'



Grizzly Bear op Lowlands (3voor12)

Eleanor: 'Ik werk met de artiest Son Lux, die een geweldige show in Polen deed op het Off Festival, helemaal aan het begin van hun carrière. In Polen veranderde toen alles. Het was best een risico, want Son Lux was door de programmeur wat vroeger op de dag op het hoofdpodium neergezet, maar het ging compleet los. En daarna verkochten we ineens met gemak duizenden kaarten voor hun eigen shows.

Son Lux deed het ook best prima in andere landen, maar er was niet zo'n directe respons. Het was niet zoals in Polen, waar iedereen het gevoel had iets bijzonders te hebben meemaakt.

Dat was vooral te danken aan de programmeur van het festival. Die durfde het aan en zei: "Weet je wat we gaan doen? We gaan hen op die plek neerzetten. Dat moet gewoon gaan werken." En inderdaad, het werkte!'

EEN FESTIVALPROGRAMMEUR KAN DUS HEEL BEPALEND ZIJN, MAAR GAAT HET OOK WEL EENS MIS?

Steve: 'Ik zou je heel veel voorbeelden kunnen geven, maar daar praat ik natuurlijk niet over. Soms willen bands per se ergens spelen, maar het is niet mijn taak om maar gewoon zoveel mogelijk shows te boeken, ik adviseer bands over wat ik denk dat goed voor hen is. En het is absoluut vaker voorgekomen dat ik simpelweg heb gezegd. Het Engelse festival Reading & Leeds bijvoorbeeld, is een festival waar overwegend 16-jarigen op afkomen, en het gebeurt regelmatig dat bands het punt voorbij zijn dat ze daar zouden moeten spelen. Maar ze willen het zelf wel heel graag. Dan vertel je ze dat er niemand zal komen kijken, omdat hun publiek inmiddels ouder is en andere

dingen aan het doen is. Ik heb zeker bands op Reading gehad waar ik achteraf tegen kon zeggen: ik zei het toch, de enige mensen die er stonden waren je ouders, ik en een handjevol andere ouders wiens 16-jarige zoon of dochter bij het hoofdpodium naar iets anders stond te kijken. Oké, je kunt het afvinken, je hebt op Reading gespeeld, maar het heeft op helemaal niemand indruk gemaakt.'

Bas: 'Ik werkte niet met ze, maar ik heb bijvoorbeeld Grizzly Bear op Lowlands gezien. Ik was best wel onder de indruk van die platen en was blij dat ik ze een keer live kon zien. Ik weet niet meer precies in welke tent ze stonden, het is lang geleden, maar het was een totale mismatch. Mensen liepen weg, of stonden er doorheen te praten, terwijl het best breekbare muziek is. Maar zonder focus is het niks. Als ik zo iets zie, dan breekt mijn hart, ook al heb ik niks met zo'n band te maken. Dan zet je dus zogenaamd een stap vooruit doordat je in zo'n grote tent staat, maar het is een totale misser.

Met mijn eigen bands heb ik ook wel gehad dat ze op een festival op een heel erg goede spot stonden, maar dat ze een verschrikkelijk slechte show speelden. Ja, dat kan gebeuren. Het is gewoon niet zaligmakend als je de juiste boeking hebt, uiteindelijk moet de band het live waarmaken. Ik denk dat wat dat betreft de muziekindustrie hun eigen invloed overschat, ze denken soms dat ze allemaal God zijn. Terwijl, als er al goden bestaan, dan zijn het de bands zelf.' 📺