GOUDEN TIP
David Kleijwegt, journalist VPRO en VN: "Als je ambitie hebt als popjournalist zul je je aan het een en ander moeten houden. Kijk vooral niet naar hoe je collega's het doen. Stel je eigen maatstaven. Schep je eigen wereld, pas dan is er kans op een eigen stem. En die kan de popjournalistiek altijd gebruiken."

LEON RAMAKERS

Zoals Bill Graham zei: "It's not about the money, IT'S ABOUT THE MONEY!" Leon Ramakers, voormalig directeur Mojo Concerts, over het vak van promotor.

tekst David Kleijwegt

De plaats van afspraak is er een van muzikaal historische betekenis. In Parkzicht, gelegen in het park bij de Euromast in Rotterdam, ontstond ooit de gabber, de enige Nederlandse muziekstijl die internationale faam genoot. Wandelend op weg naar de nu tot redelijk chique eetgelegenheid omgevormde villa waar ooit dj Paul Elstak regeerde, is er geen ontsnappen aan de bedrijvigheid. Het moet Leon Ramakers zeer vertrouwd voor komen: hier wordt het geraamte van een festival neergezet. Dit weekend staat Dunya op het programma. Nu schijnt de zon volop, maar morgen wordt er slecht weer verwacht. Wat dat betreft zal Dunya nou nooit eens mazzel hebben. "Er bestaat geen rechtvaardige god", meent Ramakers. "Dit is toch het bewijs?"
Meteen bij binnenkomst in Parkzicht blijkt uit een terloopse opmerking hoe lang Leon Ramakers al in het vak zit. "Was dit vroeger niet ook een poppodium? Ik geloof dat ik hier nog een concert van Mother's Finest heb gezien." Ramakers, 59 jaar oud, is dan ook de meest ervaren, nog werkende promotor van Nederland. Toen hij eind jaren zestig in Delft een kaartje kocht voor Led Zeppelin, ontmoette hij Berry Visser, die al wat concerten had georganiseerd. Niet lang daarna bleek Visser een kompaan met een rijbewijs nodig te hebben, dat had Leon Ramakers. Vanaf begin jaren zeventig zouden ze de spil vormen van Mojo Concerts, het impresariaat dat vrijwel alle buitenlandse muzikanten op de Nederlandse podia liet optreden, totdat Visser begin jaren negentig het bedrijf vaarwel zei om zijn artistieke roeping gestalte te geven. Vanaf die tijd was Ramakers directeur, een term waaraan hij altijd een hekel heeft gehad. Sinds oktober 2005 heeft hij "geen stapje, maar een enorme stap" terug gedaan.

COLD TURKEY

Maar Ramakers blijft wel degelijk betrokken bij Mojo. "Dat is een bewuste keuze geweest", zegt hij, roerend in zijn koffie verkeerd. "Ik houd niet van cold turkey. Tenminste, het lijkt me helemaal niets: cold turkey. Ik heb het nog nooit meegemaakt, natuurlijk. Maar noem me alsjeblieft geen voorzitter, geen CEO, geen chairman. Ik noem mijzelf consultant. Dat heb ik zelfs op mijn kaartje laten zetten. Ze mogen me altijd bellen, als ze me nodig hebben. Dat geldt zowel voor relaties in het buitenland als voor de mensen bij Mojo. De meeste mensen die chairman zijn, willen niet toegeven dat hun invloed tanende is. Ik heb dat graag aan iedereen duidelijk willen maken. Maar er zijn sommige mensen, zoals de manager van Bruce Springsteen, die zeggen: ik heb mijn hele leven alleen maar jou gebeld, het zal me een rotzorg zijn wat jij gaat doen, ik blijf jou bellen. Die belt mij dus gewoon."
In één valkuil wil Ramakers in geen geval trappen: verworden tot de karikatuur van de oude rot die te pas en te onpas beweert dat vroeger alles beter was. "Mijn moeder had vroeger de dorpswinkel. Daar kostte een sigaar een dubbeltje. Mijn oude oma kwam dan langs om te zeggen: vroeger verkocht ik die voor anderhalve cent. Als jongetje dacht ik toen al: mens, rot toch op met je vroeger. Dit is nu. Je kunt wel lopen zeuren dat het vroeger allemaal veel leuker was. Dat was niet zo. Je onthoudt alleen maar de leuke dingen. De slechte dingen, daar heb je in de loop der jaren een prachtig verhaal omheen gebouwd, waardoor alleen de humoristische kant overblijft. De ellende, waar je toen in zat, heb je volledig gecamoufleerd. Het is nú ook een feest. Waarom niet?"

VERANDERINGEN

Tegelijkertijd mag, nee: moet, het geconstateerd worden: de muziekindustrie is de afgelopen jaren onmiskenbaar veranderd. Leon Ramakers corrigeert: "De wéreld is veranderd. Die veranderingen hebben ook invloed op de muziek. Ik denk niet dat die invloed meer of anders is dan op bijvoorbeeld de makelaardij. Veel is veranderd, omdat je nu alles op het internet kunt vinden." Niettemin zal hij tijdens het gesprek een paar keer de begin jaren negentig overleden Bill Graham citeren, Amerika's beroemdste promotor – met zijn naar blijkt profetische woorden: "It's not about the money, IT'S ABOUT THE MONEY!"
Mojo Concerts biedt in Nederland concerten van artiesten aan voor een publiek. Muziek is overal te downloaden, legaal of illegaal, maar de ervaring van aanwezig zijn bij een optreden niet. "Wij verkopen herkenning", verkondigde Ramakers ooit. En dat doet Mojo dus nog steeds, met concerten in het clubcircuit, met grote shows in sporthallen en stadions, met festivals als Lowlands. Maar de macht is verschoven. Die ligt, meer dan ooit, bij de artiest. En die artiest is zich, onder meer door de tanende invloed van de platenmaatschappijen, meer dan ooit bewust van zijn marktwaarde. In onderhandelingen zoekt het management bewust de marges op. Wat levert de meeste winst per concert op? Het resultaat is dat de entreeprijzen hoger en hoger worden, het percentage van de omzet voor de promotor kleiner en kleiner.
"Madonna verkoopt de Arena uit, niet Mojo. Dat moet je goed begrijpen. Dus zij kan alle eisen stellen die ze wil. >>

We hebben de entreeprijzen lang relatief laag kunnen houden in Nederland. Dat lukt niet meer. Nee, dat heeft niets met onze Amerikaanse eigenaar te maken. Vroeger bleven wij er eindeloos op hameren dat de artiesten hier waren om hun fans te ontmoeten, om hun product te promoten. Wij konden dat mooie praatje ophouden, omdat wij er zelf in geloofden, en omdat er niemand anders was die zei: bij ons kun je meer geld verdienen. In die tijd was het bij die artiesten ook nog niet doorgedrongen, dat kun je achteraf constateren, dat hun marktwaarde hoger was dan we allemaal aannamen. En omdat zij enorme inkomsten hadden uit de platen, was het destijds geen noodzaak voor hen om daarover na te denken."

GOLDEN CIRCLE

Artiesten zijn wijzer geworden, door de praktijk. Het meest pregnante verhaal in dit opzicht is volgens Leon Ramakers dat van Billy Joel. "Het speelt zich af in een tijd dat hij per se niet wilde dat kaartjes duurder waren dan 39 dollar. De manager besloot tijdens een avond de proef op de som te nemen. Hij ging de mensen op de eerste rijen één voor één af, om te vragen wat zij effectief hadden betaald voor een kaartje. Er bleken iets van vier mensen op de eerste zes rijen te zijn die daadwerkelijk 39 dollar hadden uitgegeven, op de zwarte markt had de rest – vaak veel – meer betaald. Toen dachten Billy Joel en zijn manager: als iedereen toch honderd dollar betaalt, dan gaan wij ook eens beginnen. De eerste zes rijen bieden we aan voor honderd dollar. Zo is in Amerika de golden circle begonnen. Die was aanvankelijk de eerste zes rijen. Toen die snel verkocht werden, werden het de eerste tien rijen. Nu is het eenderde tot de helft van de zaal, waarvoor die belachelijk hoge entreeprijzen worden gevraagd.
"Europa heeft nog een tijdlang weerstand weten te bieden, maar op een gegeven moment werd er gewoon gezegd: sorry, wij komen naar Nederland en wij willen dat je tachtig euro rekent. En het gekke is: het is maar een keer misgegaan. Per kaartje 129 euro voor de Rolling Stones, dat ging niet goed. Verder heb ik tot nu toe alles onder de honderd euro weten te houden. We zitten nog steeds aan de lage kant, maar het verschil is allang niet meer zoals het is geweest. Meestal zegt het management niets meer dan: het moet zo veel opleveren, zoek maar uit hoe het wilt doen. Dan kun je ja zeggen of nee zeggen. En als ik nee zeg, doet iemand anders het."
Het is de werking van de markt. Je kunt vraagtekens zetten achter de astronomische bedragen die worden verdiend door artiesten, of: "mensen die een kunstje kunnen", zoals Ramakers ze noemt, net zoals dat gebeurt in de sportwereld of in het bedrijfsleven. "Ik heb er geen psychologische verklaring voor, alleen een de facto-verklaring: de mensen zijn bereid dat ervoor te betalen. Of dat rechtvaardig is? Ja, want wij leven in een kapitalistische maatschappij. De artiest wil precies zo veel verdienen als de markt kan hebben. 'Als de markt kan hebben dat ik drie miljoen per dag verdien, kom maar op. Als de markt accepteert dat mijn kaartjes honderd euro per stuk kosten, kosten ze honderd euro.' En als jij als promotor dan verkeerd advies geeft, je vraagt bijvoorbeeld maar honderd terwijl het ook honderdvijftig had kunnen zijn, dan krijg je ongenadig op je donder."
Leon Ramakers zegt het onomwonden: de business is kei- en keihard geworden. Dat betekent automatisch dat de onderhandelingen met het kamp van de artiest met de jaren alleen maar heftiger zijn geworden. "Je moet niet vergeten dat een groep bijna alles zelf kan. Er is eigenlijk maar één ding waar je niet zonder kunt, dat is de plek waar het optreden plaatsvindt. Je kunt als groep moeilijk overal ter wereld zalen neerplanten, dat gaat niet. Of: wat je ook niet hebt, is een festival. Verder is in de praktijk alles mogelijk. Zelf produceren. Een onafhankelijk promotiebedrijf inhuren. Alles wat de winstmarge groter kan maken. Dat dat nog niet is gebeurd, komt omdat Mojo zo'n reputatie heeft. Je moet echt een goede reden hebben om niet met ons in zee te gaan. Als je naar Nederland gaat, en je werkt niet met Mojo... Dan krijg je meteen: is er iets, of zo?"

EIGEN STIJL

Onderhandelen met agenten, met managers is een vak apart. "Hoe je daar goed in wordt? Dat weet ik niet. Je leert het in elk geval niet op school. Er zijn mensen die het nooit lukt. Ik moet natuurlijk Berry Visser dankbaar zijn. Berry had iemand nodig indertijd, hij was een paar keer belazerd. Langzamerhand heeft hij meer en meer aan mij overgedragen. Waardoor ik, in een tijd waarin het allemaal nog niet om verschrikkelijk grote bedragen ging, heb kunnen wennen aan het milieu, heb kunnen wennen aan de manier van omgaan met agenten. Daarin heb ik een eigen stijl ontwikkeld. Die stijl gaat eigenlijk uit van: jij hebt iets dat ik wil hebben, dus ik zorg ervoor dat jij je bij mij goed voelt. Ik heb nooit lopen schreeuwen: wat denk je wel? Er was altijd een welwillend oor. En ja en amen. Ondertussen probeer je het dan zo te spelen dat jij krijgt wat jij wilt hebben. Daar bleek ik heel goed in te zijn.
"Natuurlijk ben ook ik wel eens ontzettend kwaad. De nieuwe lichting van managers, en ook oudere die alles hebben overleefd, ja, die hebben maar één instrument, dat zijn de duimschroeven. Hoe je dan die woede kunt onderdrukken? Door te wachten totdat de hoorn weer op de haak ligt en dan keihard een drieletterwoord te brullen. En dan weer over te gaan tot de orde van de dag. Sommige mensen lukt dat nooit. Kijk, ik heb mij lang geleden tot doel gesteld om een succesvol promotor te worden... Er is een Duitse collega, die heeft met ongeveer de helft van alle managers ruzie. Dat moet je dus niet doen, als je die acts van die managers wilt hebben."
Altijd vriendelijk blijven, oké. Managers en agenten op hun gemak stellen, zeker. Maar als iets Ramakers kenmerkt, is het dat hij totaal geen behoefte voelt om tegen de sterren aan te schurken. Hij geeft het volmondig toe: bij onderhandelingen helpt dat absoluut. Het valt hem op als hij bij collega's in het buitenland op bezoek is. Je bent de deur nog niet voorbij, of je ziet het al: foto van collega met Springsteen, met Jagger. "Ik sta met niemand op de foto. Ja, ik ben een keer voor het blok gezet door Roger Davies, de manager van Tina Turner: 'En nou ga je naast Tina staan, en dan maak ik een foto van jou.' Die ligt bij mijn moeder. En ik sta op de foto met Kaz Lux. Dan heb je het helemaal gehad.
"Ik heb één ding al heel snel begrepen. Je moet kiezen: óf je bent de vriend van de manager óf je bent de vriend van de artiest. De relatie tussen manager en artiest is altijd gespannen. Als je te dicht naar de artiest toegaat, dan denkt de manager dat je onder zijn duiven schiet. Bovendien zijn bijna alle artiesten emotionele mensen, die niet gewend zijn om 'nee' te horen. Dus als een artiest met een voorstel komt waarvan je denkt:

MAAR NOEM ME ALSJEBLIEFT GEEN VOORZITTER, GEEN CEO, GEEN CHAIRMAN. IK NOEM MIJZELF CONSULTANT

sodemieter even gauw op, dan kun je dat nauwelijks tegen die man zeggen. Maar wel tegen zijn manager. Begrijp je?"
Een paar muzikanten zullen hem gedag zeggen. "Er zijn nu eenmaal sommige mensen met wie je opgroeit", zegt hij gelaten. Bono van U2, Jim Kerr van Simple Minds. Mark Knopfler van Dire Straits, de groep die in Nederland doorbrak, ziet hij eens in de drie jaar. "Dan kun je ook nauwelijks van een relatie spreken." Joe Jackson liet hem laatst nog de hartelijke groeten doen. En vroeg zich af waarom hij niet bij zijn show was. Niet toevallig muzikanten die stuk voor stuk eind jaren zeventig hun eerste platen maakten. Leon Ramakers heeft op een zeker moment het boeken van jongere artiesten overgelaten aan anderen.
"Zo'n stap hebben de meeste collega's in het buitenland niet kunnen maken. Zij denken dat ze de wijsheid in pacht hebben. 'Ik voel dj Tiësto nog aan, ik weet wat death metal is en ik draai thuis voor mijn plezier Ozzy Osbourne.' Ja, ammehoela. Daar geloof ik dus niet in. Ik heb veel stappen kunnen maken: van sixties pop naar de Beatles, van symfonische rock naar hardrock, van funk naar disco. Ik heb het altijd begrepen en gevoeld. En toen kwam opeens de house, werd alles retro. Toen heb ik in de spiegel gekeken en gezegd: Ramakers, je bent ook gek als je denkt dat jij muziek kan voelen zoals iemand van vijftien dat doet. Dat zal je nooit lukken."
Ramakers bekent dat hij, werkend voor Mojo, veel heeft beslist varend op intuïtie. Het aanstellen van een manager, de huidige directeur Dick van Zuylen. Het laten bouwen van een eigen zaal, de Heineken Music Hall, zoals nu blijkt een gouden zet. "De grote spelers in Amerika concentreren zich nu vooral op faciliteiten waar mensen kunnen optreden."

DUBBELTJE

De wijze les van Leon Ramakers voor mensen die in de muziekindustrie werkzaam willen zijn, is tweeledig. "Kijk naar wat je kunt. Maar nog veel belangrijker: kijk naar wat je niet kunt. Te veel mensen denken dat ze alles kunnen tegenwoordig, en dat is bepaald niet het geval. Ik kan heel veel niet, jonge mensen kunnen ook heel veel niet. Dus probeer vooral vast te stellen wat je niet kunt. Ga niet die kant op, of doe je best er iets aan te doen. Probeer het in elk geval te beseffen, ook al besef ik dat dat erg moeilijk is." En dan nog is dat geen garantie. "Uiteindelijk is geluk een belangrijke factor voor mijn succes gebleken. Het begon al dat ik een kaartje kocht voor Led Zeppelin bij Berry Visser in Delft, in zijn kantoortje in een achteraf steegje, en niet bij een groot voorverkoopadres. En dat Berry en George Knap ruzie kregen na het beruchte festival in Kralingen. Ik denk ook aan het feit dat wij die ene man vonden die ons geld wilde lenen tegen een rente van tien procent. Per week. Anders hadden we bepaalde groepen gewoon niet kunnen uitbetalen.
"Zo veel keren is het dubbeltje de goede kant op gevallen. Misschien wel tien keer. Tien keer de kans van een op twee, die kans is echt heel klein. Dan zeggen de mensen altijd: je bent zo bescheiden. Maar dat wil ik er niet mee uitdrukken. Natuurlijk ben ik geen Jan Klaassen, dat snapt mijn neus ook wel. Maar ook al zou je een briljant mens zijn, je zult toch dat geluk nodig hebben om te komen waar je wilt zijn." ■