

'De NVPI moet proactiever worden'

Begin dit jaar is de naar Pathé Thuis vertrokken Jaap Bruijnen als algemeen directeur NVPI opgevolgd door Anne de Jong. Deze rasondernemer was al 22 jaar lid van het bestuur van NVPI Audio en 9 jaar van de NVPI-federatie. Wat zijn zijn ervaringen met de branchevereniging en hoe ziet hij de toekomst?

DOOR: WERNER SCHLOSSER

Hoe keek je als bestuurslid en ondernemer naar NVPI?

"Uniek aan de organisatie is het vermogen om altijd consensus te bereiken tussen majors en independents. Er zijn ook weleens perioden geweest, bij de opkomst van Napster bijvoorbeeld, dat ik het wat traag en defensief vond allemaal. Het was terecht dat we onze belangen verdedigden, maar niet dat we alleen bedreigingen zagen en geen kansen. Nu de markt veranderd is, keren de maatschappijen terug naar hun core business: artiesten ontdekken en in de markt zetten. Ook op NVPI-niveau is de missie duidelijk: wij zitten hier om de belangen te behartigen van degenen die intellectueel eigendom hebben en dat in welke vorm dan ook willen exploiteren. Intellectueel eigendom blijft de basis van alles."

Wat betekent het aantreden bij NVPI voor je bedrijven?

"Ik werd voor deze functie gevraagd toen ik net een digitaal platform voor klassieke

muziek, MeloMe, had opgezet en radio-station Classic FM had overgenomen van TMG. Ik denk dat die twee een ijzersterke combinatie vormen en eigenlijk ook het toekomstmodel zijn voor mijn label Challenge Records International. Als ondernemer leek dus net weer een hele interessante tijd voor me aan te breken, toen het aanbod van NVPI kwam. We hebben afgesproken dat ik nog even de ruimte krijg om de integratie van vooral MeloMe en Classic FM af te ronden, maar zekerlijk heb ik er geen bemoeienis meer mee. Challenge Records heeft een ijzersterk team dat de zaak uitstekend voort kan zetten."

Wat denk je als ondernemer te kunnen bijdragen aan NVPI?

"Ik heb altijd mijn eigen broek op moeten

houden en op die manier kijk ik ook naar NVPI. Ik vind dat we als organisatie proactiever moeten worden, en zelf met big data aan de slag moeten gaan om voor onze leden marktanalyses te maken, trends en perspectieven te schetsen. Het was al langer de wens van het bestuur om ondernemender te worden en meer naar buiten te treden richting de markt en de leden. Mede daarom hebben ze mij voor deze functie gevraagd."

Blijf je bestuurslid van STOMP en lid van de Raad van Toezicht van Sena?

"In het bestuur van STOMP ben ik inmiddels vervangen en op 1 juli stap ik uit de Raad van Toezicht van Sena. Als NVPI-directeur vertegenwoordig ik in eerste instantie de belangen van de producenten. Dan moet je in alle harmonie ook weleens

'Intellectueel eigendom blijft de basis van alles'



FOTO: MARLJN DOOMERIK

'Wij willen een analyseafdeling opzetten om onze leden in de toekomst met nieuwe kennis te kunnen voeden'

tegenover de makers kunnen gaan staan. Het zou gek zijn om zoiets te doen terwijl ik tegelijkertijd bij Sena toezichthouder bij beide partijen ben."

De afgelopen jaren zijn de verenigingen (Audio, FDN en Interactief) zelfstandiger geworden en de federatie dienstverlenender. Blijft een overkoepelend orgaan nodig in de toekomst?

"Er is een aantal gezamenlijke dossiers, waarvan intellectueel eigendom het meest in het oog springende is. Daarin kan de federatie een belangrijke rol blijven vervullen. Ook richting de Federatie Auteursrechtbelangen,

de betrokken ministeries en de politiek."

Wat kunnen de verenigingen van elkaar leren en welke taak is daarbij weggelegd voor de federatie?

"Er zitten overlappingen op het gebied van markttrends en de ontwikkeling van technologieën. De interactief-markt is enorm 'tech driven', daar kunnen de video/film- en audiomarkt van leren. De filmproducenten kunnen gebruikmaken van financiële ondersteuning uit het Abraham Tuschinski Fonds, zo'n investeringsfonds missen we bijvoorbeeld in de muziek. De federatie kan het voortouw nemen bij het bevorderen van kennisdeling."

Hoe is het gesteld met de kennis op federatieniveau?

"Op juridisch gebied hebben we alle benodigde kennis in huis. Als de pers of een hoge ambtenaar iets wil weten, belt men ons. Basiscijfers van de markt hebben we wel, maar veel specifieke markt- en consumentenkennis zit nu nog bij de leden. Wij willen een analyseafdeling opzetten om onze leden in de toekomst met nieuwe kennis te kunnen voeden. Daartoe gaan we met hen in gesprek, om hun wensen te peilen."

Voor welke zaken ga jij je persoonlijk hard maken?

"In eerste instantie moeten we onze positie als centraal aanspreekpunt voor juridische zaken borgen. Verder moet nog dit jaar die analyseafdeling worden opgezet en moeten we actiever gaan communiceren, ook via de nieuwe site en social media. Op dit moment zijn we toegankelijk, maar we zenden niet voldoende naar de leden. We maken ons teveel afhankelijk van wat anderen over ons melden. Om onze rol als belangenbehartiger en aanspreekpunt te kunnen behouden, moeten we het heft meer in eigen hand nemen. Op iets langere termijn lijkt ook een samenwerking met België me belangrijk. Daar krijgen ze met dezelfde vraagstukken te maken als wij hier, dus daarin kunnen we elkaar ondersteunen en versterken."

Welke ontwikkelingen voorzie je in het NVPI-ledenbestand?

"Er zullen altijd makers en producenten blijven die zich inzetten om aan de alsmaar groeiende consumentenbehoeften te voldoen. En wij ondersteunen ze daarbij. Maar zijn onze huidige leden over vijf jaar nog steeds lid, of inmiddels ingehaald door superplatforms als Netflix, Spotify, Amazon, YouTube en Facebook? En worden die dan lid van NVPI? Als ze netjes met het intellectueel eigendom omgaan en betalen voor gebruik, sluit ik dat niet op voorhand uit."

Hoe wil je herinnerd worden? Als de NVPI-directeur die...

"...de partijen met elkaar verbond, de waarde van intellectueel eigendom benadrukte en NVPI omvormde tot een proactieve, servicegerichte organisatie." ■