

Patrick Decam, president Sony Music Benelux:

“SCHAALVERGROTING HEEFT ZIJN GRENZEN”

Eind februari werd bekend dat Sony Music meer als een Benelux-organisatie gaat opereren. Patrick Decam werd daarbij benoemd tot president Sony Music Benelux. Muziek en Beeld sprak met hem over de belangrijkste implicaties van deze nieuwe structuur. Is Sony Music Europe de volgende stap?

Door Werner Schlosser

“De Benelux-structuur is eigenlijk niets nieuws, maar een evolutie van iets waar we al in 1996 mee begonnen zijn”, aldus Decam. “Toen creëerden we al drie Benelux-disciplines: finance, sales en legal affairs. De afgelopen jaren is gebleken dat deze Benelux-functies ervoor gezorgd hebben, dat zaken niet meer door een Nederlandse of Belgische bril bekeken werden, maar vanuit het grotere geheel. Met ingang van de nieuwe structuur is ook A&R een Benelux-unit geworden. Daar rustte tot nu toe een taboe op. Men zei ‘België is België en Nederland is Nederland’, maar ik zeg ‘Europa is Europa’, en één A&R-unit die 26 miljoen mensen vertegenwoordigt zal meer kansen en middelen krijgen om gehoord te worden dan twee kleinere.”

Gaat een Benelux-structuur voor A&R niet ten koste van de acquisitie van nieuwe lokale acts?

“Nee, het voorkomt alleen dat we in beide landen dezelfde soorten acts krijgen. In plaats van in allebei de landen dezelfde soort artiesten te hebben, die elkaar beconcurreren, heb ik liever één artiest die in beide landen, en daarbuiten, goed verkoopt. Om dat te bereiken zullen wij ook meer in onze artiesten investeren. Ons doel is met minder - maar succesvollere - lokale artiesten ons marktaandeel vergroten, allereerst in de Benelux, maar ook pan-Europees. Er is recent geen enkele Nederlandse artiest geweest die ook buiten Nederland en België grootschalig is doorgebroken. Dat komt door een combinatie van tekortkomingen bij de artiest, repertoire, productie, de manager en lokale units van platenmaatschappijen. Begin jaren tachtig waren Nederlandse artiesten hot in het buitenland, maar momenteel zijn de Belgen beter in staat hun acts ook een internationale status te geven. Koen van Bockstal (de voormalig managing-director van Sony Music België, red.) heeft dat bijvoorbeeld met K’s Choice en Hooverphonic bereikt. Daarom is hij ook in de nieuwe structuur vice-president A&R Sony Music Benelux geworden. Hij zal in samenwerking met Daan van Rijsbergen van

Sony Music Local en Marcel Albers van Double T Music werken aan het verwezenlijken van ons doel. Wij streven ernaar per jaar twee acts lokaal te laten doorbreken, en één act internationaal.”

A&R is dus de belangrijkste pijler van de nieuwe Benelux-structuur?

“Absoluut, want we hebben een inhaalslag te plegen. Nederland heeft de afgelopen tien jaar 15% van haar marktvolume verloren. Dat komt door een combinatie van factoren: ons distributienetwerk is te traditioneel en maakt het consumenten niet makkelijk genoeg om iets te kopen. Aan de andere kant is Nederland juist heel modern. Als een van de eerste landen adopteerden wij de cd, en dus horen we tot de eersten die het merken nu de cd op zijn retour is. Ook internet, downloaden en branden waren



“De huidige generatie denkt dat muziek gratis is, dus die moeten we als verloren beschouwen.”

hier al snel ingeburgerd. Daarnaast is het marktaandeel van lokale acts in ons land veel lager dan in beter presterende landen.”

Maar aan al die punten kunt u niets veranderen...

“Dat is waar. Naar mijn overtuiging zouden er meer megastores moeten komen, maar daar kan ik geen invloed op uitoefenen. Voor cd’s komt vast iets anders in de plaats; ik geloof heilig in mobiele toepassingen van muziek. Wat het branden betreft zijn we begonnen onze producten te beveiligen (met Key2Audio, red.). De huidige generatie denkt echter inmiddels dat muziek gratis is, dus die moeten we als verloren beschouwen. Ik heb mijn hoop gevestigd op de vorige en de volgende generatie. Wat overblijft is de lokale markt. Die bedraagt slechts 15% van de totale muziekbusiness en wordt bedreigd door een gebrek aan ondersteuning van de media. Dat begrijp ik niet, want het steunen van lokale acts is niet alleen goed voor ons, maar ook voor henzelf.”

Waarom is bijvoorbeeld het productmanagement nog niet gecentraliseerd?

“Artist marketing is, ook in de nieuwe structuur, eigenlijk nog de enige unit die per land geleid wordt. Omdat je met lokale media werkt, moet ook die unit immers lokaal georganiseerd zijn. Maar er wordt wel intensief samengewerkt, en dusdanig gepland, dat getracht wordt een prioriteitsartiest bijvoorbeeld in beide landen tegelijk te laten doorbreken.”

Waarom is er nu pas voor een volledige Benelux-organisatie gekozen?

“De tijd is er nu rijp voor, omdat iedereen Europa is gaan zien als één markt.”

Wordt dit dan een opstapje naar een Europese organisatiestructuur?

“Nee, er zijn grenzen aan de mate van schaalvergroting die je kunt toepassen. Het mooie van de Benelux is, dat Hilversum en Brussel maar 220 kilometer bij elkaar vandaan liggen. En in feite is Londen natuurlijk al enkele jaren hét hoofdkantoor van Europa. Alle mensen die hiërarchisch gezien aan mij rapporteren voor de Benelux, rapporteren ook direct aan iemand in Londen.”

Welke doelen hebt u zichzelf nog gesteld?

“Ik denk dat mijn taak nog niet volbracht is, dus blijf ik nog wel een tijdje. Sony heeft mij niet voor niets geholpen deze structuur te creëren en mij gevraagd die te leiden.”

