

MusicBusinessBulletin

NIEUWSBRIEF VOOR M.I. PRO'S | NR 1 2005 | UITGAVE: XF MEDIA

Akoestische gitaren 25 procent goedkoper Prijs daalt scherp

LOS ANGELES – De prijzen voor muzikaal instrumentarium staan sterk onder druk. Vooral door de goedkope productie in Azië (China voorop) keldert de prijs de laatste tijd jaar op jaar. De Amerikaanse belangenorganisatie NAMM stelde in zijn laatste jaarverslag vast dat alleen al in 2004 (ten opzichte van 2003) akoestische gitaren gemiddeld 25 procent goedkoper zijn geworden. Tegenover deze scherpe daling stond wel een flinke volume groei: er werden 20 procent méér steelstrings en klassieke gitaren verkocht. Ook piano's gaan voor een stuk minder geld van de hand. Zowel akoestische als digitale piano's hadden een

gemiddelde prijs die 10 procent onder het niveau van 2003 lag. Net als in Nederland, zijn in de USA digitale piano's behoorlijk in trek (in tegenstelling tot keyboards en synthesizers). Het aantal verkochte digitale piano's steeg in 2004 met 25 procent. Per saldo betekenen de afbraakprijzen echter dat de muziekhandel kampt met lagere omzetten en kleinere winstmarges. De NAMM ziet echter ook een voordeel in de ontwikkeling: 'Als een gitaar 600 euro kost, bedenken ouders zich wel twee keer voordat ze die hun kind geven met Sinterklaas. Is de prijs 250 euro, dan trekken ze een stuk gemakkelijker de portemonnee.'

Zaterdag 22 en zondag 23 oktober in NBC Center M.I.L.E. in Nieuwegein

WYCHEN – De tweede editie van M.I.L.E. (Musical Instruments Live Event) is op zaterdag 22 en zondag 23 oktober 2005 in het NBC Center in Nieuwegein. Vorig jaar was de tweede beursdag de maandag, maar de standhouders geven de voorkeur aan de zaterdag als tweede dag. Ook de locatie is veranderd. De eerste aflevering van de muzikanten vakbeurs was vorig jaar in De Vechtsebanen in Utrecht. Het aantal standhouders was boven verwachting en daarom moest een los liggende tennishal bij M.I.L.E. worden betrokken. Het NBC Center biedt roy-

aal de mogelijkheid om alle standhouders onder één dak te brengen. Bovendien zijn er veel losse ruimtes beschikbaar voor clinics, talkshows, dealerbijeenkomsten en andere sub-evenementen. De organisatie (New Road Music in Wychen en XF Media in Winterswijk) is gestart met de werving. M.I.L.E. wordt ondersteund door onder meer Musicmaker, De Gitarist, Meet Music, Interface en De Slagwerkkant. De standverkoop is in handen van Ferry Verhoeve. Contact: 06-5361.33.24 of via e-mail ferry@mile2005.nl. Website: www.mile2005.nl.



NBC CENTER



MEER MEIDEN ZOALS BUBBLE OP NAMM © XF MEDIA

Branche optimistisch over komende tien jaar Gitaar groeit giga

LOS ANGELES - De gitaarverkoop maakt nog een grote sprong voorwaarts. Jaarlijks zal de markt in volume met meer dan tien procent groeien. Dit verwacht de NAMM, met XXXX7000 leden de grootste brancheorganisatie voor muzikaal instrumentarium. In het jaarverslag 2004 (cijfers 2003) werd geconstateerd, dat zowel akoestische als elektrische gitaren (inclusief basgitaren) voor het eerst in de USA de magische verkoopgrens passeerden van een miljoen stuks. De NAMM stelt dan ook vast dat grote groepen zich nog altijd

aangesproken voelen door het populairste instrument van de twintigste eeuw. De NAMM wijst op zowel oude als nieuwe doelgroepen. Nieuwe doelgroepen zijn de meiden en vrouwen die en masse gitaar gaan spelen, maar ook tienerjongens die zich aangesproken voelen door de hedendaagse gitaarbands. Daarnaast is de gitaar in trek bij verzamelaars en beleggers, maar ook bij oudere mannen die nu de dure gitaar kopen waarvoor ze vroeger het geld niet hadden. Gemiddeld genomen beschikt de gitarist bovendien over meer instrumenten

dan voorheen. Vroeger stelde een gitarist zich tevreden met een elektrische gitaar en een steelstring, tegenwoordig koopt hij er ook nog andere typen bij (zoals een archtop).. Met uitzondering van de periode 1995-1998 – toen van een stagnerende tot een licht dalende tendens sprake was – groeit het aantal verkochte gitaren al bijna twintig jaar lang onstuimig. Ter illustratie: in 1988 werden in de USA 126 duizend akoestische gitaren verkocht (tegen bijna 1,168 miljoen in 2003) en bijna 303 duizend elektrische gitaren (1,173 in 2003).

Omzet Yamaha groeit drie procent

HAMAMATSU – Yamaha behaalde in het afgelopen boekjaar (april 2004-maart 2005) een omzet van 2,3 miljard euro (302 miljard yen) met zijn muziekinstrumenten divisie, een omzetgroei van ruim drie procent. Deze groei is vooral te danken aan thuismarkt Japan (voor het eerst in

een reeks van jaren) en aan betere verkopen in Zuid-Korea, China en het Midden-Oosten. Ook in de VS verbeterde de omzet, maar dit kwam door de gunstige dollarcoëfficiënt. In Europa was nauwelijks enige beweging in de omzet, vooral door de stagnerende markten in Duitsland en

Frankrijk. De cijfers werden verder gedrukt doordat over de gehele linie (vooral in Japan en de USA) de afzet van piano's tegenviel, hetgeen ook gold voor keyboards. Op de thuismarkt Japan zakte bovendien de gitaaromzet. De audiopoot van het Japanse concern scoorde slecht: zowel

de omzet als de winst liepen terug. Yamaha wijt dit in het bijzonder aan de toegenomen concurrentie in Japan en Europa. 'Vooral de concurrentie vanuit China is de laatste jaren verhevigd,' aldus het concern in een toelichting. Voor de nabije toekomst ziet Yamaha China wel nadrukke-

lijk als een markt waar groeikansen liggen. De winst van de muziekinstrumenten divisie steeg van 77 miljoen euro naar 106 miljoen euro. De concernomzet van Yamaha (inclusief motoren en andere activiteiten) bedroeg over het afgesloten boekjaar 4,05 miljard euro (534 miljard yen).

Studio 24 uur open

NIJMEGEN – Studio Big Mouth Music in Nijmegen liet bands en acts begin juli gratis opnemen. Big Mouth hield hiertoe een 24 uur durende studiomarathon.

Club zieke musici

AMSTERDAM – Stichting Gezondheidszorg voor Musici. Het is de naam van een nieuwe organisatie die zich toelegt op beroepsziekten bij muzikanten. Via Muziekzorg.nl wordt informatie geboden.

Blue naar Almere

ALMERE – Electric Audio in Almere is de nieuwe distributeur van Blue Microphones. De samenwerking kwam tot stand via de Amerikaanse firma Electro-Voice.

Gaffa voor technici

TILBURG – Gaffa.nl is een nieuw platform voor technische functies in de live muziek-wereld. Gaffa wil vraag en aanbod in deze sector beter op elkaar afstemmen.

Instrument is impuls

CARSLBAD – 'Muziekinstrumenten behoren steeds meer tot de impulsproducten, dingen waarvoor mensen gemakkelijk in de buidel tasten.' Aldus een stelling van de Amerikaanse brancheclub NAMM.

Ibanez brengt boek uit

NAGOYA – Voor het eerst verscheen een boek over Ibanez. De Japanse moedermaatschappij bracht 'Ibanez – The Untold Story' zelf op de markt.

Opleiding tot popster

HILVERSUM – De Audio Visual Academy (AVA) in Hilversum verbreedt zijn opleidingspakket. Onder de naam 'The Entertainment School' wordt in september gestart met de opleiding 'Popstar'.

Trussart naar AB Music

BRUSSEL – Trussart Guitars heeft een eigen vertegenwoordiging in de Benelux, AB Music. De Frans-Amerikaanse gitaarbouwer verwerkt veel verroest staal in zijn modellen.

Clavia verkoopt Ddrum

LOS ANGELES – Clavia in Zweden deed Ddrum over aan de Amerikaanse muziekgroothandel Armadillo Enterprises. Clavia legt zich voortaan toe op het merk Nord.

E-mu naar Music Works

ROTTERDAM – De desktop audioproducten van E-mu worden sinds de Musik Messe 2005 gedistribueerd door Music Works Distribution in Rotterdam.

Beurs in FEC

LEEUWARDEN – Music & Show Event is een nieuwe beurs, gekoppeld aan de Taptoe Leeuwarden. Van 7 tot en met 9 oktober in FEC in de Friese hoofdstad.



FOTO XF MEDIA

Studio's wijzigen van koers

AMSTERDAM – Steeds meer studio's bewandelen nieuwe wegen om aan omzet te komen. Veel studio's zijn hiertoe gedwongen omdat zij (vooral door de opkomst van homerecording) de klandizie voor hun reguliere werk zien afnemen. Het gaat om nieuwe activiteiten

als het zelf actief ontwikkelen van talent, het participeren in cd-producties (steeds meer studio's hebben een eigen label) én het toeleggen op meer commerciële activiteiten, zoals het maken van reclamespotjes voor lokale radiostations. Maar ook biedt een steeds groter aantal

studio's trainingen en cursussen aan. Het gaat hierbij om totaalopleidingen in studioteknik, maar ook om specifieke cursussen op bijvoorbeeld het gebied van de omgang met Pro Tools. Verder zijn er ook enkele studio's die zich op het pad begeven van de dagrecreatie. Hierbij

wordt een arrangement aangeboden (bijvoorbeeld voor bedrijfsuitjes) waarbij mensen zelf in de studio aan de slag gaan en aan het einde van de dag met een kant en klare geluidsdrager de deur weer uit gaan.



FOTO ANNO 2005 EN SCHEETS ANNO 2006 © VRIESE

Vriese bouwt paleis

DOETINCHEM – Muziekhuis Vriese in Doetinchem wordt Vriese Music Palace. Het bedrijf gaat zijn omvang drastisch uitbreiden, van 650 naar 3200 vierkante meter. Vriese is gevestigd in twee naburige panden (een pianowinkel en een winkel voor ander instrumentarium) aan de rand van Doetinchemse

centrum, maar voegt de twee locaties samen. De verbouwing annex nieuwbouw zal naar verwachting ongeveer een jaar in beslag nemen. Begin juli verhuisde Vriese daarom naar een tijdelijke locatie aan de Melkweg 8 in Doetinchem. In dit pand was voorheen muzikwinkelen Odeon gevestigd, die vorig jaar

definitief zijn deuren sloot. Met zijn nieuwe omvang wordt Vriese Music Palace één van de grotere muzikwinkels van Nederland. Op de foto is een schets te zien van het nieuwe vooraanzicht van de zaak die volgend jaar zijn deuren opent, de twee foto's tonen de situatie tot op heden.

Prijs vleugels daalt 20 procent

WINTERSWIJK – De prijs van vleugels is in tien jaar met ruim 20 procent gedaald. Dat becijferde het Amerikaanse vakblad Music Trades. Het gemiddelde aankoopbedrag was een decennium geleden nog ruim 14.000 dollar, vorig jaar lag de gemid-

delde prijs net onder de 11.000 dollar. De gemiddelde prijs van elektrische gitaren daalde in vijf jaar van 598 naar 320 dollar, terwijl het aankoopbedrag van een akoestische gitaar in dezelfde periode zakte van 544 dollar naar 299 dollar. Het tijdschrift

keek niet alleen naar absolute maar ook naar relatieve prijzen. Vijftig jaar geleden moest een huishouding nog 3,5 weken werken om een gitaar te kunnen kopen, tegenwoordig levert 1,1 dag werken voldoende geld op voor de aanschaf van een gitaar.

Get the starter back!



FOTO BC RICH

WINTERSWIJK – Starterpacks voor met name gitaristen gaan als zoete broodjes over de toonbank. Vaak worden ze gekocht voor of door beginnende muzikanten. Gezien bij een muzikwinkelen: wie zo'n starterspack koopt, krijgt (op vertoon van zijn kassabon) het hele aankoopbedrag terug als hij of zij later terugkomt naar de winkel om een beter en dus duurder instrument te kopen.

Beurs Shanghai in opmars

SHANGHAI – De opmars van China in de muziekinstrumenten industrie lijkt niet te stuiten. Recente cijfers illustreren dit. Zo was China op de laatste Musik Messe in Frankfurt na Duitsland, de VS en Italië qua aantal standhouders de vijfde in grote (101 Chinese exposanten, ruim 25% meer dan in 2004). Volgens Amerikaanse cijfers verdubbelde het aantal in China geproduceerde elektrische gitaren in 2004 ten opzichte van 2003 tot ruim 1,4 miljoen (het aantal is volgens sommige deskundigen nog veel hoger). Music China – de jaarlijkse vakbeurs onder auspiciën van 'Frankfurt' – groeit ook als kool. De volgende editie is van 19 tot en met 22 oktober in Shanghai. Georganiseerde reizen zijn te boeken via het Travelbureau van Messe Frankfurt.



MUSIC CHINA 2004 © XF MEDIA

Yamaha blaast 10 miljoen

ANAHEIM – Yamaha produceerde dit voorjaar zijn tien miljoenste blaasinstrument. In 1965 maakte de firma zijn eerste trompet.

Groei bij 50-plus

CARLSBAD – De 50-plus muzikmakers markt groeit tot 2010 met naar schatting 55 procent. In de USA begon een speciaal blad voor deze doelgroep, Making Music Magazine.

6200 bezoekers AES

BARCELONA – De AES Pro Audio Expo in Barcelona bracht 6200 bezoekers op de been (250 exposanten). In 2006: van 20 t/m 23 mei in Parijs.

Podium als showroom

PUTTEN – Soundworld in Putten nam in mei een showroom in gebruik in de vorm van een theaterpodium. Hier kunnen artiesten apparatuur 'levensecht' testen.

Feedback breidt uit

ROTTERDAM – Feedback Rotterdam wordt drastisch uitgebreid en de voorgevel wordt verjongd. Bovendien krijgt de muziekwinkel meer parkeerplaatsen.

500 nieuwe Behringers

SINGAPORE – Behringer wil tot de NAMM vakbeurs 2007 liefst 500 nieuwe producten introduceren. Begin 2005 kwam de firma van Uli Behringer met 78 introducties.

K+H naar Sennheiser

WEDEMARK – Sennheiser in Wedemark, Duitsland nam dit voorjaar Klein + Hummel over. K+H heeft in zijn 60-jarige historie een reputatie verworven met studiomonitoren.

Loud koopt St. Louis

WOODINVILLE – Het Amerikaanse concern Loud Technologies (Mackie en Tapco) nam voor 32 miljoen dollar St. Louis Music over, eigenaar van Crate, Alvarez en Ampeg. De nieuwe combinatie heeft 210 miljoen dollar omzet.

Keten van 60 winkels opgekocht GC naar 1,5 miljard

LOS ANGELES – 's Werelds grootste keten van muziekwinkels Guitar Center blijft groeien. Over 2004 behaalde de Amerikaanse gigant een omzet van liefst ruim 1,5 miljard dollar, een stijging van bijna 19 procent ten opzichte van 2003. Voor belasting werd in 2004 een winst behaald van 102 miljoen dollar (tegen bijna 60 miljoen in 2003). In 2000 was de omzet van Guitar Center nog geen 800 miljoen dollar, 2002 was het jaar dat het voor het eerst het miljard werd overschreden. Een belangrijk deel van de groei is te danken aan overnames die de afgelopen jaren werden gedaan. Nog onlangs werd voor bijna 100 miljoen dollar de winkelketen Music & Arts overgenomen, die bestaat uit 60 muziekwinkels.

Guitar Center begon in 1959 als een orgelzaak in Hollywood, die halverwege de 1960s werd omgezet in The Vox Center, een speciaalzaak voor versterkers en gitaren van Vox. In 1969 kreeg het bedrijf de huidige naam. Het eerste filiaal werd in 1972 geopend in San Francisco en kort daarna volgde San Diego (1973). In 1985 telde Guitar Center al tien winkels. De 1990s was het decennium van de grote expansie met bijna zeventig nieuwe vestigingen. Nummer 100 opende begin 2002 in Little Rock, nadat Guitar Center aan het einde van de 1990s een beursgenoteerde onderneming werd. Guitar Center is (sinds 1999) ook eigenaar van Musician's Friend, 's wereld grootste online muziekwinkel.



BILL SCHULTZ © FMI

Nieuwe topman Fender Bill Mendello volgt Bill Schultz op

CORONA – Fender Musical Instruments heeft een nieuwe topman. Bill Mendello volgde Bill Schultz op als CEO. Mendello maakt sinds 1981 deel uit van het Fender management. Hij was één van de mensen die in 1985 onder leiding van Schultz mede-eigenaar werden van Fender, toen nog eigendom van CBS (waaraan Leo Fender zijn firma in 1965 verkocht). Fender ver-

keerde destijds in een diepe crisis. Schultz wordt beschouwd als de man die het legendarische gitaarmerk van de ondergang redde. De laatste jaren kocht Fender merken op als Gretsch, Jackson, Guild en SWR. Bill Schultz kreeg in 2003 de MIPA Lifetime Achievement Award op de Musik Messe in Frankfurt. Mendello aanvaardde zijn nieuwe functie per april.

Tarief Musicmaker fors omlaag

WINTERSWIJK – Muzikanten magazine Musicmaker zette het mes in zijn advertentietarieven. Ter illustratie: de prijs voor een volledige fullcolour pagina is tegenwoordig 1750 euro. Dit betekent een prijsverlaging van bijna 48 (!) procent, want tot 2003 gold het tarief van 3357 euro. De prijsverlaging was mogelijk door te besparen op de kosten. Musicmaker werkt tegenwoordig met een compacte organisatie. Tot begin 2003 was Musicmaker onderdeel van uitgeverij Reed Elsevier, maar Nederlandse oudste muzikantenblad opereert nu zelfstandig.



06-5361.33.24
FERRY VERHOEVE

De nieuwe uitgever voerde vorig jaar een compleet nieuwe vormgeving in. Musicmaker kreeg bovendien een iets groter formaat en een meer glossy omslag. Verder is dit jaar een abonnementscampagne gestart. Net als de meeste gedrukte media (in het bijzonder in de muziek) kampte Musicmaker met teruglopende abonnementsaantallen. Dankzij de campagne groeit het aantal abonnees van Musicmaker weer heel licht. Musicmakers Ferry Verhoeve kan meer informatie geven over adverteren in hét muzikanten magazine.

samen werken aan sterke merken

Fostex

CAMCO
stanton
PROFESSIONAL

AKG

SABINE
ADAPTIVE AUDIO
NEXO

IEMKE ROOS AUDIO

Katperburgweg 28 | 1181 AG Amsterdam | 020 - 697 21 21 | www.iemke-roos.nl

Yamaha concentreert in Vianen

VIANEN – Yamaha Nederland wordt Yamaha Benelux. Per 1 juli gaat het kantoor in België dicht en concentreert de Japanse firma zijn activiteiten voor de Benelux in Vianen.

Keyboardcijfers blijven dalen

LOS ANGELES – De markt voor keyboards en keyboard-synths blijft krimpen. In de USA was in het eerste kwartaal van 2005 ten opzichte van vorig jaar sprake van een omzetsdaling van 4 tot 5 procent.

Steinway en Pearl partners

NEW YORK – Steinway en Pearl River (China's grootste pianofabriek) zijn in China een partnerschap aangegaan. De eerste piano's (binnen Steinways Essex-lijn) van de nieuwe joint-venture worden begin 2006 verwacht.

Elliot naar Peavey

FRANKFURT – De Britse versterkerbouwer Trace Elliot kwam begin dit jaar in handen van Peavey. Inmiddels werd een compleet nieuwe lijn ten doop gehouden.

Hiwatt bij Electric Sound

ALMERE – Electric Sound in Almere verwierf de Benelux-distributie van het Britse versterkermerk Hiwatt. Hiwatt (opgericht 1967) beleefde de laatste jaren een comeback.

NAMM in Indianapolis

INDIANAPOLIS – De Amerikaanse vakbeurs NAMM Summersession is voor het eerste in een lange reeks van jaren niet meer in Nashville. Van 22 tot en met 25 juli aanstaande wordt de Summer NAMM gehouden in Indianapolis.

Peter Gabriel koopt SSL

OXFORD – Twee opvallende transacties in de wereld van de mengtafels. Muzikant Peter Gabriel kocht onlangs met een partner Solid State Logic, terwijl de Australische audio-opleiding SAE het merk AMS Neve verwierf.

Wils krijgt Gallien

ROOSENDAAL – Wils Muziekimport in Roosendaal vertegenwoordigt sinds dit voorjaar basversterker merk Gallien-Krueger. Gallien-Krueger zat voorheen bij Weerts in Oostzaan.

Hakkert start door

ROTTERDAM – Rotterdamers 125 jaar oude muziekwinkel Hakkert maakt een doorstart. Per 1 januari 2005 heeft Muziek Hakkert een nieuwe bedrijfsleiding, Wilco Koldenhof en Albert Rottier. Muziek Hakkert gaat zich toeleggen op akoestische muziekinstrumenten (blazers, slagwerk, snaren), naar een nieuw winkelpand wordt gezocht.

Valt er nog wat te verdienen?

M.I. Pro's over de grote prijzenslag in de muziekinstrumenten bizz

De prijzen van muzikaal instrumentarium lijken te zakken met de dag. Zo kosten de nieuwste pedaaltjes van Behringer maar een paar tientjes. Leuk voor muzikanten, lijkt het, maar ook leuk voor de muziekhandel? Op een dubbeltje kun je immers nooit een kwartje verdienen. Zit er nog wel rek in de marges? M.I. professionals geven hun mening.

Luud van Roy van Eindhoven Musical Instruments in Eindhoven: 'Het is nog niet spectaculair, maar je ziet dat ook producten uit China een beetje duurder aan het worden zijn. Laat ik het zo zeggen: de prijzen gaan niet meer omlaag en ik zie nog niet gebeuren dat er nog goedkopere producenten uit bijvoorbeeld Afghanistan of India opstaan. De gang omlaag is dus doorbroken. Of de lage prijzen hebben gezorgd voor een groter volume? Nou, dat effect is maar heel beperkt. Het gebeurt wel eens dat mensen een gitaartje meenemen omdat ie zo goedkoop is, maar in het algemeen komen uit zo'n aankoop geen echte nieuwe muzikanten voort en eindigt de gitaar op zolder. Verder koopt een heel klein percentage van de bestaande muzikanten wel eens iets extra. Of ze hebben een klassieke gitaar en kopen er een elektrische bij. Vroeger ruilen ze dan de klassieke gitaar in, nu houden ze die gewoon. Verder is de prijs-kwaliteit verhouding prima en ik denk dat die zelfs nog beter gaat worden.'



Bart Smits opende buiten het centrum van Arnhem een nieuwe vestiging van zijn muziekwinkel Live Music: 'Het goedkope aanbod doet natuurlijk niets af aan de marge, die blijft hetzelfde. Maar de omzet vermindert wel. Dat is ook de reden dat ik het allergeodkoopste spul niet in mijn winkel heb, ik ga er net iets boven zitten. Maar het is wel ongelooflijk wat je binnen krijgt. Ik heb net een lading van Stagg binnen, is niks mis mee. Je krijgt toch wel heel veel voor relatief weinig geld. Ik heb in mijn winkel ook gitaren staan van Motion, een budgetmerk van Quik Lok, die makers van standdaards. Ik heb al verschillende

van die Motion gitaren verkocht, maar d'r nog nooit één teruggekregen met klachten.'



Wilco Koldenhof werkt achter de schermen aan de doorstart van Muziek Hakkert in Rotterdam: 'Als je er op een zakelijke manier mee omgaat, zijn de lage prijzen leuk. Zo kiezen wij er bewust voor bepaalde productgroepen niet meer te verkopen. Je moet dan denken aan een keyboardje, een elektrische gitaar, versterkers. We worden, zeg maar, geen bandjeswinkel. Natuurlijk streven we niet naar de duurste te zijn, maar we willen wel werken op basis van een zekere exclusiviteit. We willen geen prijsvechter zijn, maar houden onze marges goed in de gaten. We grijpen terug op de wortels van Hakkert en kijken naar doelgroepen als onderwijs, zorginstellingen, verenigingen en beroepsbestanden met een voornamelijk akoestisch assortiment van blaas-, snaar- en slaginstrumenten, vooral gericht op het high-end aanbod.'

Thijs Thunnissen van Feedback, aan de vooravond van een drastische uitbreiding van de vestiging in Rotterdam: 'Feedback ziet zijn concurrenten vooral in de hoek van andere (hobby) branches (speelgoed, computers, outdoor). Consumenten hebben geen onbeperkt budget en wij moeten er voor zorgen dat dit in een muziekwinkel wordt besteed. Het steeds goedkoper worden van muziekinstrumenten vinden wij dan ook een uitstekende ontwikkeling! Het werkt drempeleverlagend en er zullen per saldo meer mensen met muziek doorgaan. Onze branche is traditioneel ingesteld en houdt, net als de meeste muziekbladen,



vast aan de oude structuren. Door de groeiende vraag ontstaat het gevaar dat branchevreemde bedrijven instrumenten gaan aanbieden op de startersmarkt. Deze bedrijven zijn in staat grote hoeveelheden te verkopen om zo aan de vraag te voldoen. Het ontbreekt hen echter aan kennis. Daarvan moet de traditionele markt gebruik maken. De uitbreiding van Feedback is mede gebaseerd om te kunnen voldoen aan de vraag zonder de kwaliteit van de producten (kennis) uit het oog te verliezen. Dat door deze ontwikkelingen ook de prijs van de duurder (professionele) producten onder druk komt te staan is logisch. De traditionele merken zoals Roland en Yamaha zullen steeds meer gedwongen worden hun kennis (R&D) en marketingmogelijkheden toe te wenden om innovatieve instrumenten op de markt te brengen met een juiste prijs/kwaliteit verhouding. Doen ze dit niet, dan worden ze achterhaald en komt hun leidende positie in gevaar.'



General manager **Gineke van Urk van Iemke Roos Audio** in Amsterdam, distributeur van onder meer AKG microfoons: 'Je kunt nog steeds goed verdienen. Maar dan moet je wel het gesprek met je klant aangaan en die met jouw know-how zien te overtuigen dat hij voor iets meer geld ook meer kwaliteit en duurzaamheid krijgt. Natuurlijk is goedkoop niet altijd per definitie een slechte keuze, maar je moet wel van de klant weten wat hij van een product verwacht. Laat dus de klant het verschil horen tussen duurdere merken aan de ene kant en goedkopere aan de andere kant. Niet iedereen gaat altijd alleen maar voor de laagste prijs. Het is zelfs de vraag of de eindge-

bruikers zo blij moeten zijn met de prijzenslag, want uiteindelijk krijgen we met z'n allen de rekening wel gepresenteerd, we worden er zelf de dupe van. Het gaat ten koste van de service, maar ook ten koste van ons zelf. Niet alleen in onze handel, maar ook bijvoorbeeld in de vorm van lagere lonen in andere sectoren. Maar natuurlijk moeten wij ook mee, zoals met de CCS-lijn van AKG. Dat is nog lang niet de onderkant van de markt en gelukkig heeft AKG een breed pakket, maar je wordt wel gedwongen mee te gaan. Uiteindelijk gaat het er echter om klanten te binden en dat doe je door goed advies. Je moet dus zorgen dat je niet alleen maar een afwachting houding aanneemt, waarbij je alles maar over je heen laat komen.'

Herman Gaaff vormde na een moeilijke tijd met zijn Utrechtse muziekwinkel Stand-by een inkoopcombinatie met Dirk Witte: 'De eerste negen jaar wilden we het eigenzinnige jonge hondje in de handel zijn. We verkochten alleen spullen die anderen niet verkochten. Daardoor liet ik een hoop omzet liggen. Tegenwoordig is het goedkope spul hartstikke goed en ik vind mezelf een rund dat ik niet eerder heb geïnvesteerd in Chinese producten. Zulke Behringer mengtafels van 39 euro koop ik nu groot in met Dirk Witte. Je hoeft ze niet uit te pakken en geen lange verkoopgesprekken te voeren. Nee, je kunt op een dubbeltje nooit een kwartje verdienen, maar nu verkoop ik twaalf mengtafels per week en vroeger één. Ik vraag me vaak af waarom ik er niet vijf jaar eerder aan begonnen ben.'

MusicBusinessBulletin

Music Business Bulletin verschijnt circa vier keer per jaar en is een uitgave van XF Media BV, tevens houdstermaatschappij van BV Musicmaker

Adres
Postbus 181,
7100 AD Winterswijk
E-mail mm@music-maker.nl
Telefoon 06-53613324
en 06-20431424

Mile2005 Nieuwsbrief



In Nieuwegein op zaterdag 22 en zondag 23 oktober 2005 M.I.L.E. muziekbeurs geprolongeerd!

NIEUWEGEIN – Na de eerste M.I.L.E. muziekbeurs van vorig jaar in Utrecht, volgt dit jaar de tweede editie op een nieuwe locatie. De 2005-editie is op zaterdag 22 en zondag 23 oktober in het NBC Center in Nieuwegein. Het beurscomplex in Nieuwegein biedt veel meer mogelijkheden, zowel voor de standhouders als voor het optuigen van een boeiend randprogramma.

Net als vorig jaar wordt het Musical Instruments Live Event (M.I.L.E. dus) publicitair ondersteund door vrijwel alle belangrijke muzikanten magazines, waaronder Musicmaker, De Slagwerkrant, De Gitarist, Interface, Keyboard Plus, Meet Music en Bass Magazine. De organisatie is bezig met meer mediapartners. Zoals het nu lijkt zullen zeker ook Aardschok en Live XS participeren. Bert van de Watering van New Road Music, een van de organisatoren: 'We hebben ons de reacties van de standhouders vorig jaar goed ter harte genomen. Dit betekent dat we veel meer zullen doen aan voorpubliciteit, waarbij we ook de publiekspers inschakelen.'

De eerste aflevering van

M.I.L.E. bracht vorig jaar bijna 2000 muzikanten op de been. Van de Watering: 'Dat is helemaal niet zo slecht. Ik hoorde dat Music & Harmony – een beetje onze natuurlijke voorganger – in het eerste jaar 800 bezoekers had. Zelf mikten we vorig jaar op 3000. Dat hebben we dus niet gehaald en we hebben ons serieus afgevraagd of we verder moesten gaan met de beurs. Vanwege het enthousiasme van de standhouders, hebben we toch besloten dat er een vervolg moest komen. We willen naar de 5000 bezoekers toe.' Vorig jaar was de muziekbeurs op zondag en maandag. Voor de maandag was gekozen in de hoop dat veel muzikanten en dealers op deze dag M.I.L.E. zouden bezoeken. 'Het

bleek niet te werken,' verklaart Van de Watering. 'Dus doen we dit jaar wat de standhouders willen: de maandag laten vallen en kiezen voor de zaterdag.'

Organisatoren New Road Music en XF Media inventariseerden na de 2004-editie de opmerkingen en verlangens van de standhouders. In de voorbereiding richting M.I.L.E. 2005 zijn ze verwerkt. Van de Watering: 'De wensen van onze klanten hebben onder meer geleid tot de keuze voor Nieuwegein. De Vechtsebanen in Utrecht kende de nodige beperkingen. Zo moesten we een extra hal bijhuren vanwege de grote belangstelling van de standhouders. Die hal was niet ideaal, omdat de bezoekers er alleen konden komen via de buitenlucht. Het NBC Center in Nieuwegein biedt alle faciliteiten die we voor M.I.L.E. nodig hebben. Bovendien kan de beurs hier de komende jaren nog flink groeien. We zijn zelf zeer tevreden met de locatie



POSTERBEELD VAN M.I.L.E.

en hebben de data voor 2006 zelfs al vastgelegd.'

Het NBC Center in Nieuwegein omvat 19 vergaderzalen (van 30 tot 190 vierkante meter), twee sfeervol aangeklede hallen van elk 1800 vierkante meter, twee restaurants, een royale lobby en een zogenaamd de Heerenkamer. In het gehele

complex is draadloos internet beschikbaar. NBC ofwel Nieuwegeins Business Center is met de auto uitstekend bereikbaar via de snelweg. Mensen die met het openbaar vervoer komen, kunnen voor de deur uitstappen. Via de sneltram is het beurscomplex bijna rechtstreeks verbonden met het Centraal Station van Utrecht.

Vijftien feiten over de muziekbeurs in Nieuwegein

1: DE OPENINGSTIJDEN: M.I.L.E. 2005 is op zaterdag 22 oktober geopend van 12.00 tot 19.00 uur, zondag 23 oktober van 11.00 tot 18.00 uur.

2: DE TALKSHOWS: Tijdens M.I.L.E. 2005 zullen verschillende talkshows worden gehouden over de popbusiness. Zowel gericht op muzikanten als op de M.I. business, zoals onder de naam Bizz Talk.

3: DE CLINICS: Net als vorig jaar zijn er de nodige clinics en demo's van muzikanten. Het gaat hierbij zowel om endorers van bekende merken als om clinics op uitnodiging van de beursorganisatie.

4: DE PROGRAMMERING: Naast clinics en talkshows staan (onder voorbehoud) nog zaken op het programma zoals een demo gitaarbouw, cd presentaties van beginnende bands, een live demopanel en gitaarbody painting.

5: DE DECIBELLEN: De organisatie zal zijn uiterste best doen om de decibellen op de beursvloer enigszins binnen de perken te houden, zowel in de akoestische als in de elektrische hal.

6: DE VEILING: Op zowel de zaterdag als de zondag is een veiling gepland voor een goed doel. Aan standhouders wordt gevraagd hieraan een bijdrage te leveren door instrumenten en apparatuur ter beschikking te stellen.

7: DE INFORMATIE: Net als vorig jaar presenteren de muzikantenbladen zich samen in Het Mediacafé. Daarnaast worden belangenorganisaties uitgenodigd.

8: DE BORREL: De standhouders borrel van vorig jaar was een groot succes. Op M.I.L.E. 2005 is deze borrel op de zaterdag dadelijk na sluitingstijd in Het Mediacafé.

9: DE ENTREEPRIJS: De entreeprijs voor bezoekers is € 7,50. Iets meer dan vorig jaar, vanwege de betere locatie en een uitgebreider randprogramma.

10: DE PROMOTIE: Afgezien van promotie via de gedrukte media, internet en spotjes op Arrow Rock Radio, worden flyers en posters gezonden naar muzikwinkels, oefenruimtes en andere muzikantenplekken.

11: DE MOGELIJKHEDEN: Leuke suggesties voor de beurs? Als standhouder is er veel mogelijk. Verder is het (ook als niet-standhouders) mogelijk te flyeren bij de entree van M.I.L.E. 2005. Neem contact op met de organisatie.

12: DE VERKOPER: De verkoper van M.I.L.E. 2005 is Ferry Verhoeve (tevens sales bij muzikantenmagazine Musicmaker). Telefoon: 06-5361.33.24. E-mail: ferry@mile2005.nl.

13. DE NAAM: Nog even dit, wellicht ten overvloede: de afkorting M.I.L.E. staat voor Musical Instruments Live Event.

14: DE ORGANISATIE: New Road Music in Wychen en XF Media in Winterswijk zijn de organisatoren van M.I.L.E. 2005. Respectievelijke adressen: Postbus 6964, 6503 GL Nijmegen (New Road) en Postbus 181, 7100 AD Winterswijk (XF).

15: DE 2006 DATA: Vast even noteren in uw agenda: M.I.L.E. 2006 is op zaterdag 28 en zondag 29 oktober 2006. Ook weer in Nieuwegein.



SLAGWERKERS 24,69 PROCENT / XF MEDIA FOTO

Wie kwamen er in 2004?

UTRECHT – De eerste editie van M.I.L.E. – november 2004 in Utrecht – kende een gemiddelde bezoekerleeftijd van 34,2 jaar. Bijna 85 procent van de bezoekers was van het mannelijke geslacht. De jongste bezoeker was een 11-jarige drummer, de oudste een 72-jarige toetsenist. De gemiddelde vrouwelijke

bezoeker van M.I.L.E. 2004 was 28,6 jaar, bij mannen lag dit op 35,2 jaar. Uit dit verschil kan de voorzichtige conclusie worden getrokken dat jonge vrouwen zich volop oriënteren op de muzikinstrumentenmarkt. Deze gegevens zijn gehaald uit een klein onderzoek dat in opdracht van M.I.L.E. door Musicmaker werd

gehouden. Voor dit onderzoek werden 150 van de naar schatting 1800 betalende en niet-betalende bezoekers van M.I.L.E. 2004 ondervraagd. De 150 bezoekers werd ook gevraagd hun hoofdinstrument te noemen. In percentages zag de verdeling er als volgt uit: gitaristen (28,6%), drummers en per-

cussionisten (24,69%), klavierinstrumenten (17,99%), basgitaristen (16,67%), saxofonisten (4,67%) en vocalisten (4%). Contrabassisten en deejays/producers waren elk goed voor een aandeel van 1,33%, terwijl één van de 150 ondervraagden aangaf dat de cello zijn hoofdinstrument is.



YSIS OP M.I.L.E. 2004 / XF MEDIA FOTO

Voor €175 heb je al een stand op M.I.L.E.

WINTERSWIJK ? Een stand op het Musical Instruments Live Event (M.I.L.E.) in Nieuwegein is haalbaar voor grote én kleine bedrijven. De organisatie streeft ernaar de standgelden (de drempel) laag te houden. Kleinere bedrijven (ambachtelijke gitaarbouwers) kunnen voor 175 euro twee dagen van de partij zijn op M.I.L.E. Zij krijgen voor dit geld de beschikking over een standaardkraam. Voor grotere bedrijven zijn er twee tarieven. Een basisunit van 50 vierkante meter (invullen naar eigen inzicht) kost 1250 euro, een halve basisunit 750 euro. Integeningstelling tot vorig jaar geldt voor 2005 geen beperking aan het aantal units (zolang de voorraad strekt). Musicmakers Ferry Verhoeve neemt de verkoop van de standruimte voor zijn rekening. Zijn telefoonnummer: 06-5361.33.24, e-mail ferry@mile2005.nl.

Nog meer muziek op M.I.L.E.

NIEUWEGEIN – Er zit nog meer muziek in M.I.L.E. De muziekbeurs doet zijn naam 'event' eer aan door meer te bieden. Meer nog dan vorig jaar is ervoor gekozen de nodige intieme en kleinschalige optredens te programmeren op verschillende plekken rond de beursvloer. Het grote podium van vorig jaar keert niet terug, maar maakt in het NBC Center plaats voor

verspreid staande kleine Bühnen. Er wordt nog drifdig gewerkt aan een uitgebreid randprogramma. Enkele onderdelen zijn al bevestigd, zoals de dagelijkse optredens van Dylan Francis en zijn band. Francis won met zijn song 'Shiny and Brandnew' de Strijdsong Single Competitie van producer Erwin Musper, Musicmaker en Wisseloord Studio's.

Zeker is verder dat dagelijks de mogelijkheden van hedendaagse computertechnieken worden getoond door een demonstratie van een echte band (dus er zijn niet alleen beeldschermen te zien). Verder zullen opnieuw de nodige endorers clinics verzorgen en is er plek voor jong talent, zoals vorig jaar Ysis, winnaars van de scholierenwedstrijd Stagemasters.