

1.1 Missie

Sinds 1983 is de Grote Prijs van Nederland de popmuziekcompetitie voor livemuziek in Nederland. Winnaars als Typhoon, Eefje de Visser, Roosbeef, Lucky Fonz III, of langer geleden, Junkie XL en Total Touch, verdienden hier hun eerste sporen en braken mede dankzij de competitie door bij een groter publiek. Als grootste en langstlopende competitie is de Grote Prijs in haar lange geschiedenis een autoriteit geworden op het gebied van muziekcompetities en een expert in het laten doorstromen van nieuw talent. De ontwikkeling van dit talent is voor de Grote Prijs waar het om gaat: muzikanten begeleiden op hun pad naar een zelfstandige, duurzame en artistiek waardevolle carrière. De Grote Prijs neemt daarmee in het muziklandschap een unieke positie in. In tegenstelling tot andere spelers op de markt, met een meer commerciële instelling, ligt het belang van de Grote Prijs altijd primair bij het bekwamen van de muzikant, die bij de Grote Prijs langere tijd de ruimte krijgt om te experimenteren en waar nodig te vallen en weer op te staan.

Net als de organisatie zelf, krijgen deelnemers aan de Grote Prijs te maken met een grillige muziekmarkt. Om maximaal in te zetten op de ontwikkeling van de muzikant en hen weerbaar te maken voor de markt is de jaarlijkse popcompetitie van de Grote Prijs gekoppeld aan

een traject voor talentontwikkeling gericht op de professionele carrière van de deelnemers. Met de verbinding tussen competitie en ontwikkeltraject is de Grote Prijs enerzijds een plek voor muzikanten om podiumervaring op te doen, maar is daarnaast ook een kritische (zaken)-partner die de markt kent en muzikanten naast creativiteit ook ondernemerschap, promotionele vaardigheden en strategisch inzicht bijbrengt. De tweeledige aanpak van competitie en ontwikkeltraject is noodzakelijk om artistieke en zakelijke ambities bij elkaar te brengen en daarmee zowel de carrière als de eigen ontwikkeling van muzikanten in een versnelling te brengen. Met een groot netwerk aan expertise binnen de sector en een breed profiel met ruimte voor hiphop, bands

en singer-songwriters, voorziet de Grote Prijs de Nederlandse popmuziek van een traject voor de ontwikkeling van talent dat zowel toegankelijk is om aan deel te nemen, als van een hoogwaardig niveau is en daarmee een breed publiek trekt.

1.2 Visie

De aanzuigende werking van de popsector op talent in de dop is groot: veel muzikanten hebben torenhoge ambities en zoeken mogelijkheden om hun muzikale ontwikkeling naar een hoger plan te tillen. De Grote Prijs is voor muzikanten een belangrijke schakel naar de popsector en biedt handvatten voor een duurzame ontwikkeling van een professionele carrière. De organisatie is van mening dat voor een structurele carrière meer nodig is dan talent alleen en slaat middels de combinatie van competitie en ontwikkeltraject een brug tussen de muzikant, de sector en het publiek. Het ontstaan van muziek begint bij de muzikant: muziek wordt door hen gecomponeerd en uitgevoerd. Maar een deel van de waarde ontstaat op het moment dat de muziek wordt gehoord: in de interactie tussen muzikant en publiek. De muziekmarkt functioneert primair volgens dit principe: pas wanneer er interactie is met een publiek treedt de markt van boekingen, platendeals et cetera in werking.

Deze binding met het publiek is inzichtelijk gemaakt via de online community die in december

2015 werd gelanceerd en die de Grote Prijs ook online stevig op de kaart zet als de plek waar

je moet zijn om nieuwe muziek te ontdekken. Op dit platform kunnen deelnemers direct de interactie aangaan met hun publiek en het geeft daarnaast media en muziekprofessionals de mogelijkheid om via het platform de competitie en het traject volgen. On- en offline versterken elkaar in het uitbouwen van de identiteit van de Grote Prijs als ontdekker en aanjager van talent.

Competitie, ontwikkeltraject en de online community zijn nadrukkelijk complementair aan elkaar: met de combinatie tussen online en

offline is de Grote Prijs ook buiten de competitie-periode zichtbaar voor muzikanten, muziek-professionals en publiek. Het aangaan van deze stabiele verbindingen verstevigt de positie van de Grote Prijs binnen het veld van de Nederlandse popmuziek. Competitie-overstijgende elementen zoals de community en het ontwikkeltraject zijn zo een steeds belangrijker onderdeel geworden van de werkzaamheden van de Grote Prijs.

1.3 Urgentie

De Nederlandse popsector is meer dan ooit een dynamische en groeiende sector met een belangrijke maatschappelijke, culturele en economische waarde. Maar net als in andere kunstsectoren, klinkt ook in de popmuziek de roep om de schakel naar het professionele veld te versterken, omdat hier de belangrijke overstap gemaakt wordt naar een zelfstandige en gedegen professionele carrière. De popsector kent van oudsher een grote mate van flexibiliteit: van muzikanten aan het begin van hun carrière wordt een grote mate van zelfredzaamheid, zelfkennis en zelfontplooiing verwacht. Maar juist de stap naar professionalisering vraagt om vaardigheden die niet iedere muzikant vanzelfsprekend bezit. Dit maakt muzikanten kwetsbaar en daarom zet de Grote Prijs nadrukkelijk in op het versterken van artistieke en zakelijke vaardigheden die de muzikant nodig heeft om op eigen benen te kunnen staan en worden deze direct getoetst in het professionele veld.

Competities nemen een bijzondere positie in binnen de 'ontwikkelketen' van muziekscholen, het vakonderwijs en de arbeidsmarkt. Uit een aanbeveling van de Popcoalitie: "Belangrijke drivers van talentontwikkeling zijn talentconcoursen en de lokale en provinciale poporganisaties. [...] Duurzame ondersteuning van dergelijke essentiële schakels voor talentontwikkeling is op zijn plaats." De Grote Prijs biedt als competitie niet alleen toegang tot het professionele veld, maar heeft daarnaast door de jaren heen ook een publiek aan zich weten te binden. Voor een

aanhoudende carrière is publieksbereik essentieel; de manier waarop muzikanten bij de Grote Prijs in direct contact staan met hun publiek en intensieve speelervaring opdoen is essentieel voor hun inhoudelijke progressie.

In tegenstelling tot veel andere partijen in de muzieksector richt de Grote Prijs zich belangeloos op de ontwikkeling van muzikanten. Het (ultieme) doel van de Grote Prijs is behaald als een muzikant kan doorstromen naar de muziekmarkt en zich zelfstandig kan bewegen tussen relevante en grotere partijen. Dat betekent dat zijn of haar artistieke verhaal sterker is geworden, maar ook dat de weerbaarheid en zelfredzaamheid op een adequaat niveau is gebracht om de grillen van de muziekmarkt te weerstaan. Omdat de muziekmarkt verandert, en de ruimte voor ontwikkeling op veel plekken steeds schaarser is, is de focus van de Grote Prijs verschoven van alleen de competitie naar een sterke wisselwerking tussen de competitie en het ontwikkeltraject. Er wordt de komende periode geïnvesteerd in de kwaliteit van het ontwikkeltraject omdat dit de Grote Prijs principieel onderscheidt van andere spelers waar het media- en kijkcijferbelang veruit prevaleert. En dus van gerichte ontwikkeling en ondersteuning bij de carrière van de muzikant slechts marginaal sprake is.

1.4 Culturele diversiteit

De jaarlijkse competitie van de Grote Prijs kent drie verschillende categorieën, waarvan er ieder jaar twee onderdeel zijn van de competitie. Met

de categorieën Hiphop, Bands en Singersongwriter, streeft de Grote Prijs naar een inbedding in de stad, die ruimte biedt aan een zo breed mogelijke groep deelnemers en publiek

. Uit verschillende hoeken is de popsector het afgelopen jaren bekritiseerd op de ongelijkheid in de toegankelijkheid van de sector, zowel door muzikanten als ook door het werkveld zelf. Hiphop artiesten plaatsen bijvoorbeeld vraagtekens bij de bijna volledige afwezigheid van urban op de publieke radio. Ook de door-

stroom van steeds meer vrouwen in de popsector heeft het diversiteitsdebat aangewakkerd: net

als in het publieke debat wordt ook de popsector steeds vaker gewezen op de onzichtbare barrières, in de doorgaans door blanke mannen gedomineerde organisaties, die vrouwen en allochtone medewerkers belemmeren om naar leidinggevende functies door te stromen.

Zowel in aanbod, in organisatie als in deelnemers zoekt de Grote Prijs naar manieren om een representatieve afspiegeling van de pluriforme stad te zijn: niet alleen voor mensen die de weg naar een competitie als de Grote Prijs moeiteloos weten te vinden, maar juist ook voor mensen voor wie deelname minder vanzelfsprekend is. Deelnemers aan talentontwikkelingsprojecten volgen over het algemeen hoger onderwijs, en ook de Grote Prijs route wordt in verhouding minder doorlopen door jongeren die VMBO volgen. De Grote Prijs wil hierin een ander geluid laten horen en aantonen dat samenwerking met de juiste Amsterdamse partners, coaches, scouts en jury's als middel gebruikt kan worden om bereik en positie in de stad te versterken.

Om dit doel te bereiken wordt de komende jaren de samenwerking met de scouts uitgebreid: zij nemen een actieve rol aan in het zoeken naar talent dat geschikt is om deel te nemen aan het competitie-traject en zijn daadkrachtig bezig met het bereiken van talent dat zich misschien in eerste instantie wat beter verborgen houdt. Dit traject zal verder worden vormgegeven met partners als stichting Nowhere, een productiehuis voor talentontwikkeling, masterclasses et cetera, om via hun kennis en netwerk nieuwe muzikanten te bereiken die deel kunnen nemen aan het traject. Een voorbeeld van een dergelijke structurele samenwerking die al plaatsvindt is de jaarlijkse uitwisseling met Marmoucha, een stichting ter bevordering van de uitwisseling tussen

Marokkaanse en Nederlandse cultuur, waardoor al een aantal jaren Grote Prijs-winnaars in de gelegenheid worden gebracht om in Rabat en Casablanca op te treden.

1.5 Positie in Nederland

De Grote Prijs heeft binnen de popsector een belangrijke onafhankelijke plek voor de ontwikkeling van talentvolle muzikanten. Anders dan de pop-opleidingen voorziet de Grote Prijs in een behoefte aan optredens, promotionele aandacht en een groot professioneel netwerk door een jarenlange samenwerking met de sector. De inkrimping en, soms zelfs, het afstoten van talentontwikkelingsafdelingen van platenmaatschappijen heeft ertoe geleid dat de ondersteuning en zogenaamde Artist & Repertoire-ontwikkeling van jonge artiesten grotendeels is weggefallen. Jonge artiesten en managers hebben echter wel behoefte aan deze kennis uit het veld. De groei van het aantal muziekcompetities en pop-opleidingen toont dat muzikanten de behoefte aan ondersteuning in hun ontwikkeling ergens anders

zoeken. Muziekopleidingen zorgen voor belangrijke professionalisering en zelfredzaamheid van muzikanten. Toch, eenmaal in 'het veld', blijkt de praktijk weerbarstiger; de muzikant heeft behoefte aan praktische handvatten, netwerk en structurele kansen om de loopbaan naar een hoger plan te tillen. Om die plek als autoriteit op het gebied van talentontwikkeling te behouden is voor de Grote Prijs samenwerking met de popsector en het bedrijfsleven essentieel in een snel veranderend cultureel veld. Zowel voor het voortbestaan van de competitie als voor het succes van haar winnaars. De Grote

Prijs werkt daarom samen met landelijke culturele instellingen zoals Buma Cultuur, maar ook met prijzensponsors, (media)partners, podia en festivals zoals Paradiso, Melkweg, Eurosonic/Noorderslag, Hogeschool voor de Kunsten, CJP, Music Maker, 3voor12, Puna.nl, Funx, Mailmen Studio, LiveGuide, ADE Beats, MOJO, Buma Junior, Marmoucha, Het Vrije Westen en Festival The Brave.

De Nederlandse popmuziek is als creatieve industrie onderdeel van het topsectorenbeleid. De overheid verwacht van deze topsectoren dat ze een voortrekkersrol innemen op het gebied van

onder meer innovatie en samenwerking. In de aanbeveling van de Popcoalitie worden competities nadrukkelijk genoemd als speler binnen de sector om de positie van talentontwikkeling te versterken. Vanuit de overtuiging dat samenwerking binnen de sector noodzakelijk is en nieuw talent de begeleiding te geven die ze verdient, maakt de Grote Prijs deel uit van deze coalitie.

Gezamenlijk wordt zo de positie van de Nederlandse popmuziek in het algemeen versterkt.

1.6 Positie in Amsterdam

De Grote Prijs is structureel ingebed in de infrastructuur van Amsterdam: het kantoor is gevestigd in de hoofdstad en een groot deel van de partnerships betreffen samenwerkingen met Amsterdamse instellingen. Voor zowel de deelnemers als het publiek betekent dit dat naar verhouding een groot deel uit Amsterdam komt.

Voor de deelnemers geldt dat 25% uit Amsterdam komt, dat percentage blijft doorgaans ook na de juryselectie overeind. Van de voorrondes en bootcamps vindt ongeveer de helft plaats in Amsterdamse locaties, o.a. in stadsdeel Centrum, Oost en Noord, waardoor een Amsterdams publiek wordt aangetrokken, aangevuld met publiek dat de bands zelf meenemen. Als Amsterdamse organisatie met grote landelijke allure, brengt de Grote Prijs tijdens de finales jaarlijks ook honderden muzikliefhebbers uit heel het land naar de hoofdstad. Via een breed

Amsterdams netwerk behoren organisaties zoals de Kunstbende, GRAP, Marmoucha, Paradiso Melkweg Productiehuis (PMP) en CJP, die net als de Grote Prijs het promoten en supporten van nieuw talent tot onderdeel van hun missie hebben gemaakt, tot de vaste partners. Zo stroomt de winnaar van de Kunstbende jaarlijks automatisch door naar de Grote Prijs. Omdat een groot aantal deelnemers en winnaars van de Grote

Prijs een achtergrond heeft bij kunstvakopleiding

gen, ligt het voor hand om de reeds aanwezige warme banden met het Amsterdamse Conservatorium Popmuziek en ander kunstvakonderwijs te versterken. De alliantie met Paradiso en Melkweg springt het meest in het oog, omdat deze samenwerking jaarlijks fysiek vorm krijgt tijdens de finale van de competitie. Paradiso verbindt zich al jaren structureel aan talentontwikkelaars en grootstedelijke initiatieven zoals de Grote Prijs, Pera, Kindred Spirits, Likeminds, Sonic

Acts, Spin Off en het Paradiso Melkweg Productiehuis. Ontwikkeld in de schoot van Paradiso is de Grote Prijs, net als alle andere gelieerde stichtingen inmiddels onder de vleugels van Paradiso uitgegroeid tot een volwaardige, professionele organisatie met een eigen doel, maar met een verankering in de Amsterdamse infrastructuur en het netwerk dat ze gezamenlijk vormen.

Paradiso blijft aan de Grote Prijs onvoorwaardelijk netwerk, kennis en ervaring ter beschikking stellen. Dit heeft schaalvergrotingsvoordelen voor de aangesloten organisaties en biedt andersom voor Paradiso steeds weer nieuwe programmatische input en waardevolle ideeën. Ook tussen de stichtingen onderling wordt netwerk en talent uitgewisseld: Marmoucha biedt winnaars jaarlijks optredens aan in Marokko en de finalisten van

de Grote Prijs van Nederland zijn na hun deelname al meerdere malen doorgestroomd naar een ontwikkeltraject binnen Paradiso Melkweg

Productiehuis. Het structurele samenwerkingsverband binnen Paradiso R&D biedt ruimte voor maatwerk, variërend van een co-productieele samenwerkingen tot ondersteuning in operationele en back office werkzaamheden⁴

. De onderlinge band tussen de stichtingen binnen de R&D wordt in de komende kunstenplanperiode geïntensiveerd. Paradiso introduceert de Paradiso Culturele Incubator, een vrije zone om talent ruimte voor ontplooiing te geven zonder dat zij vooraf moeten verantwoorden wat er uit komt

en ook óf er wel iets uitkomt. Samen met de gelieerde stichtingen van R&D scout Paradiso in de omgeving naar het nieuwe talent dat nergens bij past, vrij van instituties en regels is zodat er daadwerkelijk vernieuwende podiumkunsten kunnen ontstaan. Dit uit zich in een onregelmatig terugkerend 'Festival van de Ongedisciplineerde Kunsten'.

Naast samenwerkingen met partijen die relatief dichtbij zijn (binnen de eigen sector), is de Grote Prijs steeds vaker betrokken en initiator van samenwerkingen die over de grenzen van de eigen discipline heengaan. Deze nieuwe allianties zijn de afgelopen jaren een steeds belangrijkere inhoudelijke component geworden, dat ook bedrijfsmatig interessant is. De samenwerking met het Van Gogh Museum is hier een voorbeeld van.