

## Beeld, licht, geur en geluid steeds meer verweven

# De essentie van muziek



Muziek is essentieel voor de sfeer in menig horecazaak. Van rustig op achtergrond tot dé reden waarom bezoekers over de vloer komen. De technische ontwikkelingen omtrent muziek staan ondertussen niet stil.

Tekst: Matthijs van der Pol

Voor sommige gasten is het een uitgemaakte zaak. Muziek maakt of breekt de sfeer. Er zijn genoeg veeleisende liefhebbers die bepaalde horeca mijden vanwege slecht afgesteld geluid of nog erger: een weinig verrassende speellijst. Daar staat de gemotiveerde ondernemer dan. Hij had aan alles had gedacht, maar wordt de das omgedaan met zoiets ongrijpbaars als geluid. Gelukkig zijn er talloze,

gespecialiseerde bedrijven in Nederland die zowel de technische faciliteiten als de content, dus wat er gedraaid wordt, leveren.

Een van de bekendste is Media Tools van de voormalige Tros-dj Ad Roland. Hij presenteerde in de jaren '70 en '80 programma's als de Europarade en is tegenwoordig één van de best gespecialiseerde leveranciers van achtergrondmuziek voor de horeca in Nederland.

Ad Roland (echte naam Ad Petersen) legt uit wat volgens hem het belang is van de juiste muziek in een horecaomgeving. "Muziek is essentieel voor de bedrijfsvoering en het maken van marge. Door de juiste sfeer te creëren kun je op bijzondere avonden of als het druk is de stemming beïnvloeden. Voor de gast is het heel eenvoudig: die vertrekt zo naar elders als het niet bevalt." Roland trekt de vergelijking

## 'Door de frequentie aan te passen kun je geluidsoverlast voor omwonenden verhelpen'



met de vluchtige luisteraar van radiostations. Hij adviseerde onder meer bij de samenstelling van de formats waar zenders als Radio538 en Sky marktleider mee werden. Zoals daar in doelgroepsegmentatie gedacht wordt, zo adviseert hij de horecaondernemer ook na te denken over het eigen muziekaanbod. "De luisteraar is keihard. Smaak bepaalt alles. Je moet dus aansluiten bij de muziekbeleving van je gasten." Volgens Roland speelt een aantal belangrijke facetten een rol bij de keuze voor goede achtergrondmuziek. De bepaling van de doelgroep is een goed vertrekpunt, zegt hij. "Je moet uitgaan van een bepaalde aanspreekwaarde. Daarom werken wij ook niet met random programma's, maar zijn al onze programma's samengesteld door een gespecialiseerde muziekredactie." Deze redactie, zo legt hij uit, heeft de enorme database waar Media Tools uit kan putten volledig in kaart gebracht. De liedjes zijn ingedeeld op basis van verschillende muzikale kenmerken zoals sfeer, stijl en tempo. De bedoeling is al deze kenmerken zo op elkaar af te stemmen dat de volle bandbreedte van de doelgroep bediend wordt. "Pietje vindt dit leuk, terwijl Jantje dat leuk vindt. Door zo veel mogelijk af te wisselen houd je iedereen tevreden."

### High end

Het is niet alleen de inhoud van de muzieksamenstelling die steeds verfijnder wordt, dat geldt ook voor de technische faciliteiten. Arnoud van Buuren van Acint levert al lange tijd een breed assortiment van versterkers, processoren

en luidsprekers. Hij heeft zijn vak zien uitgroeien van leverancier tot één waar het geven van advies centraal is komen te staan. Van Buuren: "Wij zijn naast groothandel nu ook een akoestisch adviesbureau. Dat betekent dat we, afhankelijk van de locatie, de best bijpassende apparatuur uitkiezen of zelfs op maat laten maken. We kijken daarbij naar het geluidsniveau en de akoestische situatie. Soms zit er ergens bijvoorbeeld een lek in de isolatie dat geluidsoverlast veroorzaakt bij omwonenden. Door de frequentie aan te passen, kun je zo'n probleem verhelpen zonder dat de bezoeker het hoort. De techniek wordt steeds slimmer."

Van Buuren stelt dat het belangrijk is voor een gelegenheid om na te denken over de uitstraling in relatie tot de kwaliteit van de muziekinstallatie. Vooral in het wat hogere segment van de markt, bijvoorbeeld bij luxe restaurants, luistert het nauw. Van Buuren: "Men wil dan vaak een mooi vol geluid dat ook op hoger volume niet gaat schetteren. Het moet kloppen met de rest van het concept. In een rumoerig eetcafé is volume misschien wat meer van belang en iets minder hoe zuiver de installatie klinkt." Bovendien, zo voegt hij daar aan toe, verschilt het type installatie gelijk met de ambities van de ondernemer. Wanneer een horecazaak boven de 85 decibel wil produceren ontstaat al snel een andere situatie.

De mogelijkheden stijgen net als de kosten exponentieel, zodra er meer en beter geluid geïnstalleerd wordt. "Hoe meer speakers je aanbrengt des te meer versterkers en processoren je nodig

hebt om ze te voeden. Dat betekent ook dat je rekening moet houden met de ruimte waar je alles laat neerzetten. Zodra de hoeveelheid apparatuur toeneemt, komt er ook een punt dat je bijvoorbeeld een airco moet laten installeren." Als belangrijke tip aan ondernemers noemt hij de bedieningsapparatuur en in hoeverre die 'open' staat voor het personeel. "Soms wil je niet dat er te veel knopjes op zitten."

### Tailor made

Manuel van de Vlekkert en Yvonne Holtkamp van Mood Media bezetten met de bekende aanraakschermen van Alcas een flink deel van de markt. Begonnen met cassettes, tegenwoordig zijn ze een full service dienst die volledig online werkt en niet alleen muziek maar ook video's aanbiedt. Van de Vlekkert is trots op het bestand dat ze de horeca te bieden hebben: "Wij hebben inmiddels meer dan 500.000 titels in de database. Daarvan kun je er altijd permanent 3750 aan je playlist toevoegen. De ondernemer met een abonnement kan zo vaak muziekbestanden vervangen als hij wilt. Het enige dat aanwezig moet zijn is een snelle internetaansluiting, maar die ligt vrijwel overal tegenwoordig."

Holtkamp vervolgt: "De database wordt net zo snel aangevuld als nieuwe nummers verschijnen. Je hebt dus altijd de laatste muziek tot je beschikking." Ze voegt daar aan toe dat Alcas ook de actualiteit in de gaten houdt. Mocht een bekende ster komen te overlijden dan zetten ze snel wat extra materiaal van diegene online. Ook op de tijd van het



jaar en de feestdagen wordt geanticipeerd. Net als Ad Roland, houdt ook Mood media een aantal parameters in de gaten bij de selectie van de muziekbibliotheek. Manuel van de Vlekkert: "Wij onderhouden contacten met dj's die ons tippen. Verder houden we de downloadcijfers in de gaten. Soms zie je zo lokale trends ontstaan waar je op in kunt spelen. Als er plotseling een Groningse band populair wordt, is het wel leuk om anderen in de regio daar op te wijzen. Dat is dan ook ons doel: een tailor made systeem opzetten."

### Toekomst

Nieuwe ontwikkelingen om gasten langer vast te houden en meer te entertainen zijn er ook volop. Roland noemt bijvoorbeeld de opkomst van karaoke-installaties. Hij waarschuwt daarbij wel: "Je moet als ondernemer goed aanvoelen of zoiets wel past bij je zaak. Sommige mensen vinden karaoke vreselijk irritant en daarmee jaag je ze alleen maar weg. Maar het kan wel degelijk een grote entertainingswaarde hebben, mits goed gedoseerd." Holtkamp gelooft ook in de integratie van

**'De gast vertrekt zo naar elders als de muziek hem niet bevalt'**

beeld en geluid als sterke opkomende waarde. Wanneer gasten langer blijven zitten omdat ze bijvoorbeeld informatie aangeboden krijgen, werkt dat uitstekend voor het stimuleren van de marge. Holtkamp ziet daarom nog steeds veel in narrow casting. "We leveren een muziekcomputer met clips, een plasma-scherm en bijbehorende tickertape als een pakket. Zo speel je in op de visuele behoefte van veel gasten." Collega Van de Vlekkert vult aan: "De ondernemer kan eigen beeld toevoegen aan de carrousel, dus zo is het medium ook bruikbaar om eigen promotionele activiteiten te ondersteunen."

Van Buuren ziet vooral achter de schermen ontwikkelingen die de bedrijfsvoering stimuleren. "De integratie van licht en geluid gaat steeds verder. Door beide te combineren kun je de sfeer van de hele zaak beïnvloeden. Zo kun je licht laten meevloeien met muzikale sferen. Ook qua installatie zie je dat beide tegelijk worden aangelegd. Dat zorgt er voor dat je niet achteraf nog een gaatje voor een speaker hoeft te boren. Armaturen worden ook steeds sierlijker." Holtkamp wijst ook op het nieuwe geurprogramma dat ze onlangs gestart zijn. Door het rookverbod is hiervoor ineens een nieuwe markt ontstaan. Zij heeft er volop vertrouwen in. "De oplossing op het gebied van beeld, licht, geur en geluid raken steeds meer verweven met elkaar. Het is een zinnenprikkelende oplossing."

> **HorecaEntree** <

### Waar moet je op letten?

Waar vroeger cd's de bron vormden voor muziek in de horeca, zijn de meeste aanbieders nu overgestapt op een online toepassing. De voordelen zijn legio: vaak is de allerlaatste muziek direct na verschijning beschikbaar. Daarnaast kan in een veel grotere database naar titels gezocht worden. Ook de kwaliteit, zoals het ontbreken van ruis en tikken, is in een digitaal formaat vaak gegarandeerd. Wat wel van belang is voor de ondernemer die overweegt met een muziekleverancier in zee te gaan, is om te controleren of de opdrachten voor auteursrechten goed zijn geregeld. Het is vervelend om na jaren muziek draaien plots geconfronteerd te worden met een forse naheffing van de Buma/Stemra. Wie zekerheid wil, kijkt of de leverancier is aangesloten bij [www.abmd.nl](http://www.abmd.nl).

### Nieuwe serie luidsprekers

Kalkmann Audio heeft, naar eigen zeggen als eerste, een serie luidsprekers ontwikkeld die geluid op een natuurlijke en onvervormde manier weergeeft. Opvallend aspect is dat met meer dan één driver het signaal wordt weergegeven, zonder passief elektrisch filter én zonder faseverschillen. Deze techniek blijkt uitstekend te werken in rumoerige omgevingen. Nu is er een speciale productlijn ontwikkeld voor publieke ruimtes. In tegenstelling tot traditionele luidsprekers met een elektrisch passief filter, zijn de Kalkmann-luidsprekers uitgerust met een akoestisch dynamisch filter.

De technologie is nu beschikbaar in serieproducten. De verschillende luidsprekers (hifi voor slechthorenden en alle andere muzikiefhebbers, narrowcasting en videoconferentie voor stations, luchthavens, theaters en conferentiezalen) worden inmiddels landelijk verkocht. Ook buiten Nederland neemt de vraag toe. Meer informatie: [www.kalkmannaudio.com](http://www.kalkmannaudio.com).

