

Popmuziek: na 30 jaar nog steeds niet volwassen

Nu de Nederlandse popmuziek op sterven na dood is, ontwikkelt de overheid schoorvoetend een 'popbeleid'. De vrije markt functioneert niet, althans is zeer eenzijdig gericht op de afnamekant. Radio en televisie besteden in toenemende mate aandacht aan buitenlandse popmuziek. Dagbladen sluiten hierop aan door slechts aandacht te besteden aan groepen die via radio en televisie een publiek hebben verworven. De Nederlandse poppodia, in hoofdzaak jeugd- en jongerencentra, die steunen op een niet adequaat toegerust vrijwilligersbestand, bieden in vele gevallen een treurige aanblik. Ze zijn nog het best te vergelijken met een doorgebroken Bruynzeelkast. Niettemin is er een gigantisch aanbod van Nederlandse bands en neemt de economische betekenis van popmuziek nog altijd toe. In dit artikel wordt de wereld van de popmuziek ontleed en wordt duidelijk gemaakt waar de omzetten en winsten worden gemaakt. Het vrije spel der maatschappelijke krachten dat in deze sector van de kunsten wordt gespeeld leidt voor de popmuzikant uitsluitend tot nieten. Alleen de overheid kan deze sombere situatie verbeteren door te zorgen voor een beter evenwicht tussen vraag en aanbod.

MR. H.A. DE GRAAFF*

Het begin

De jeugd in de grote steden van de Verenigde Staten ontwikkelde in het begin van de jaren vijftig – op zoek naar nieuwe dansmuziek – een nieuwe smaak. De 'rhythm & blues' (R&B) kwam steeds meer voor op hitlijsten, zij het dat de grote platenmaatschappijen de zwarte elementen in de R&B aanpasten aan de 'blanke smaak' en door blanke musici lieten uitvoeren. In 1954 werd de fusie van R&B met blanke versies in de naam 'rock & roll' gevangen. Blanke 'country & western'-artiësten als Bill Haley en Elvis Presley speelden zwarte muziek (na) en langzamerhand kreeg R&B een eigen gezicht. Het eerste na-oorlogse jongerenverzet was een feit. In het daarop volgende decennium zou popmuziek zich ontwikkelen tot de jongerencultuur bij uitstek met als grote voorbeelden Bob Dylan, the Beatles en de Rolling Stones 1).

De trend werd gezet in de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk. Op het vasteland van Europa volgde men de ontwikkeling op de voet. De Nederlandse popmuziek kon – op een enkele uitzondering na – als epigonisme worden beschouwd. Tot op de dag van vandaag is Nederlandse popmuziek nog altijd sterk beïnvloed door trends en stromingen uit Engeland en de Verenigde Staten. Bands als Golden Earring, Gruppo Sportivo, The Nits, Earth and Fire en Focus waren enkele van de zeer weinige groepen die enig aanzien genoten buiten de landsgrenzen.

Het 'volgende' klimaat is van beslissend belang gebleken voor de positie van de Nederlandse popmuziek en de popmusici. Zoals de popmuziek van oorsprong een uiting van een tegencultuur van jongeren is, zo zijn de uitvoeringsmogelijkheden voor deze muziek bevochten door jongeren zelf. Concerten werden veelal door vrijwilligers georganiseerd in doorgaans aftandse panden die vaak na veel gezeur ter beschikking gesteld waren door een gemeentelijke overheid, die op deze wijze een jongerenbeleid voerde. Geen van de direct betrokkenen – groepen, organisatoren en publiek – kon bogen op tradities en ervaring.

De markt

De muzikanten

Popmuziek is mede door haar afkomst altijd buiten de officiële statistieken gebleven. Zowel het aantal beoefenaars, de omvang van het publiek als de omzetten waren tot voor kort grotendeels onbekend. In opdracht van het Ministerie van WVC is in 1984 en 1985 een kwantitatieve inventarisatie gemaakt van de Nederlandse poppodia en popgroepen 2). Dit onderzoek is in het bijzonder gericht op die categorieën popmuziek die voor het rijksbeleid van belang zijn, de zogeheten creatieve amateurs, de niet-commerciële professionele popmusici en in mindere mate de 'happy few' en beginners 3).

Uit het *Leefsituatie onderzoek 1980* blijkt dat ruim 28% van de Nederlandse bevolking regelmatig muziek maakt. De helft daarvan bespeelt een muziekinstrument. Andere onderzoeken bevestigen deze cijfers 4). Zo blijkt dat 10% van de jongeren tussen 12 en 24 jaar actief popmuziek maken 5), ofte wel 230.000 jongeren. Uit het onderzoek van WVC komt naar voren dat 55% van de bandleden jonger is dan 25 jaar. Op grond van deze gegevens kan het totale aantal beoefenaren van popmuziek worden geschat op 420.000. In Nederland zijn minimaal 70.000 popgroepen

* Directeur van de Federatie van Kunstenaarsverenigingen.

1) Hans van Westen, *Beknopte geschiedenis van de populaire muziek*, Wolters-Noordhoff, Groningen, 1980.

2) Huub de Graaff en Hans Onno van den Berg, *Onderzoeksverslag Popmuziek in Nederland*, WVC, april 1985.

3) Indeling van de Raad voor de Kunst van beleidsrelevante categorieën popmusici in Nederland:

1. Hitcategorie. Opvallendste kenmerk verkoopbaarheid.
2. Hitepigonen. Top-veertigorkestjes.
3. Beginners anderen na met eigen interpretaties, geen ambities om beroeps te worden.
4. Creatieve amateurs. Zowel componerend als uitvoerend intensief en creatief bezig.
5. 'Happy few'. Popmusici die het zich kunnen veroorloven hun eigen muziek te maken zonder een knieval voor de commercie te maken. Toptalenten die vaak als trendsetter fungeren.

actief 6); dat gegeven is minimaal omdat 32% van de muzikanten in meer dan één groep speelt 7).

Van die 70.000 groepen is verreweg het grootste aantal amateur. Slechts een deel treedt regelmatig op voor publiek en een nog veel kleiner deel heeft een regelmatig inkomen uit optredens. De succespiramide ziet er geschematiseerd als volgt uit:

- bekendheid buiten de landsgrenzen, internationale waardering	3
- een vast contract bij een grote platenmaatschappij	50
- af en toe een hit, regelmatig optredens	200
- semi-amateurs (incidenteel betaalde optredens)	700
- amateurs/beginners	69.000

Een belangrijk kenmerk van de markt is de wisselvalligheid van het succes. Het criterium voor de succespiramide was 'succes en bekendheid'. Over kwaliteit zegt de piramide niets. De piramide is bovendien instabiel. Dramatische dalingen en plotselinge stijgingen zijn inherent aan de popmuziek. De hogere posities zijn onzeker. Groepen kunnen binnen een jaar tijd van grote bekendheid wegzakken naar een volstrekt anonieme positie. Aan deze onzekere situatie is de spilfunctie van hitlijsten debet. Radio en televisie bepalen door hun buitensporige aandacht voor de hitparades welke bands succesvol zijn. Het hebben van 'een hit' is zeker in de laatste jaren voorwaarde voor het regelmatig kunnen optreden tegen een redelijke gage. Een enkele groep die bekendheid geniet vanwege uitstekende zaaloptredens, slaagt erin om binnen het poppodiumcircuit modale gages in de wacht te slepen.

De podia

De officiële statistieken ontberen sinds jaar en dag betrouwbare gegevens over popconcerten, podia en het daar aanwezig publiek. Het CBS publiceert slechts tellingen van accommodatie die hun activiteiten voornamelijk op traditionele podiumkunsten richten. In 1982 werd in het kader van het eerste grote symposium over popmuziek 8), een publieksonderzoek verricht dat specifiek gericht was op popconcerten. Het onderzoek van WVC is op die weg voortgegaan.

De toeschouwersaantallen per podiumcategorie vormen ook een soort succespiramide (cijfers 1983):

- stadions en grote festivals (8 podia), uitsluitend buitenlandse popgroepen (8 concerten)	400.000
- evenementen en grote concertzalen zoals Ahoy, Jaap Edenhal en Groenordhallen (11 podia), uitsluitend buitenlandse popgroepen (300 concerten)	500.000
- gespecialiseerde poppodia (15 stuks), in hoofdzaak buitenlandse bands, maar ook regelmatig Nederlandse popgroepen (1.100 concerten)	500.000
- jeugd- en jongerencentra, buurthuizen, culturele centra, café's en discotheken (1.000 podia) in hoofdzaak Nederlandse groepen (circa 23.700 concerten)	3.700.000
- scholen (3.700 stuks), circa 2 concerten per jaar met in hoofdzaak Nederlandse groepen (naar schatting 7.400 concerten)	2.900.000
- totaal: 32.500 concerten, waarvan Nederlandse 31.000	8.000.000 6.500.000

Platenindustrie en omroep

Het belangrijkste middel om een publiek te bereiken is de geluidsdrager, dus platen, muziekcassettes en 'compact discs'. Popprogramma's op Radio 3 en de televisie die de diverse hitparades als leidraad hanteren maken een selectie voor het publiek uit het totale aanbod. De markt is vervolgens grotendeels beperkt tot die selectie. De totale

markt voor geluidsdragers had in 1984 een omzet van f. 485 mln. De popmuziek neemt daarvan 88% voor haar rekening te verdelen in een buitenlands aandeel van 66% (f. 322 mln.) en een binnenlands aandeel van 22% (f. 108 mln.).

Vanaf 1981 is het Nederlandse aandeel afgenomen van f. 127 mln. naar f. 108 mln. en de cijfers voor het eerste halfjaar van 1985 laten zien dat deze dalende tendens zich doorzet (1e halfjaar 1984: binnenlands aandeel f. 49 mln., buitenlands aandeel f. 139 mln.; 1e halfjaar 1985: resp. f. 44 mln. en f. 171 mln.). Veertien dagen geleden maakte de NGPI bekend dat het Nederlandse aandeel in de eerste helft van 1986 onder de 20% is gezakt. Jarenlang was het Nederlandse aandeel circa 30%. De huidige daling wordt mede veroorzaakt doordat de omroepen steeds minder Nederlands produkt laten horen en zien.

Hoe belangrijk de media zijn voor het koopgedrag van de consument is gebleken uit een onderzoek naar het koopgedrag van consumenten tijdens de Molukse treinka-ping in Deil in 1977. De aangepaste programmering op radio en televisie leidde tot een ontwringing van de platenindustrie. De verkoop van pop daalde tot een minimum, maar de verkoop van 'easy listening'-muziek waarop de omroepen in verband met de situatie waren overgestapt, bereikte een ongekende hoogte.

Uit de bezoekersaantallen en de platenverkoop blijkt dat er een groot publiek voor popmuziek is. Men is bereid veel geld te betalen voor een ongemakkelijke plaats en slechte voorzieningen om een optreden van met name buitenlandse groepen mee te kunnen maken. Concertorganisatoren van bekende buitenlandse bands kiezen doorgaans voor commerciële zekerheid. De kosten die gemoeid zijn met een concert voor 5 tot 10.000 bezoekers zijn hoog. Een kleinschaliger circuit voor buitenlandse - bekende - bands vormen de schouwburgen, theaters en concertzalen in Den Haag, Amsterdam, Rotterdam en Utrecht. Daar concentreert zich het buitenlands aanbod van enige naam.

Het gewone Nederlandse popcircuit heeft sinds 1985 te maken met teruglopende toeschouwersaantallen, Het discotheekcircuit met videoclip, moderne aankleding en solo-artiesten die met behulp van bandopnames hun hits ten gehore brengen neemt in betekenis toe. De poppodia hebben hierop nog geen antwoord gevonden. Een poging tot een antwoord is 'De Grote Prijs van Nederland', een concours voor beginnende groepen dat nu vier jaar bestaat en met het jaar succesvoller wordt. De toegangsprijzen zijn redelijk, de zalen en jonge Nederlandse groepen krijgen een uitstekende gelegenheid om zich voor een breed publiek in de kijker te spelen. De organisatie wordt mede mogelijk gemaakt door de VARA, *Muziekkrant OOR* en WVC.

Voor het openbaar uitvoeren van composities en teksten zijn aan de makers rechten verschuldigd. In 1983 incasseerden de organisaties die namens de auteurs de rechten incasseren, BUMA en Stemra, ruim f. 100 mln. Ca. 80% van de incasso betreft popmuziek, waarvan weer het leeuwedeel buitenlands produkt betreft. De verdeling van deze gelden over de rechthebbenden geschiedt volgens traditionele verdeelsleutels. In dit systeem heeft popmuziek een bescheiden plaats in de categorie verpozings- en amusementsmuziek. Nederlandse popmusici ontvangen daardoor een aanzienlijk kleiner deel van de BUMA/Stemra-gelden dan overeenstemt met het aandeel in de geïncasseerde gelden.

6. Non-commerciële professionele popmusici. Artistiek-integere en creatieve musici die de pop als werkterrein hebben gekozen. Repeteren, componeren en experimenteren is een dagtaak. Zij opteren voor een professioneel muzikantenbestaan. Deze categorie is de meest beleidsrelevante.

4) *Aanvullend Voorzieningsgebruik Onderzoek*, (AVO), 1979.

5) R. van Bork en J. Jacobs, *Popmuziek en jongeren*, Universiteit van Amsterdam, 1984.

6) De Graaff en Van den Berg, op.cit.

7) Idem.

8) Huub de Graaff, *Popmuziek en...*, Rotterdamse Kunststichting, 1983, blz. 126.



De popmuziek als Het Goede Doel voor overheidsgeuld; Henk & Henk weten Sinterklaas te vinden.

(foto ANP)

Apparatuur, kaartverkoop en horeca

In 1980 bleek uit een onderzoek van het EIM 9) dat er jaarlijks in Nederland voor circa f. 290 mln. aan apparatuur en instrumenten wordt aangeschaft (exclusief verkoop piano's, vleugels en bladmuziek). Hiervan komt circa f. 150 mln. voor rekening van de popsector.

De kaartverkoop voor popconcerten levert jaarlijks circa f. 84 mln. bruto op als we uitgaan van de toeschouwersaantallen in 1983 en een toegangsprijs van gemiddeld f.30 voor concerten van buitenlandse groepen en f. 6 voor die van Nederlandse groepen. De horeca-omzet bij de concerten ligt in dezelfde orde van grootte. Ook hier geldt dat slechts een schatting kan worden gemaakt. De bestedingen in de horecasfeer liggen bij grote concerten hoger dan bij optredens in jeugd- en jongerencentra. Gaan we ervan uit dat een concertganger gemiddeld tien gulden per concert aan consumpties besteedt, dan bedraagt de horeca-omzet bij de popmuziek ca. f. 80 mln. Opmerkelijk is dat de baromzet de belangrijkste inkomstenbron van de jeugd- en jongerencentra is.

Een andere belangrijke zakelijke activiteit rond de popmuziek is de verhuur van licht- en geluidsapparatuur die noodzakelijk is om voor publiek te kunnen spelen en de daarbij noodzakelijk transportmiddelen (bus/vrachtwagen). Onderzoek naar dit marktsegment is nog niet gepleegd. Aangenomen mag worden dat de omzet ruim f. 30 mln. per jaar bedraagt als in aanmerking wordt genomen dat de huur voor deze apparatuur gemiddeld f. 1.000 per concert bedraagt en er jaarlijks 32.500 concerten zijn.

De totale popmuziekmarkt ligt qua omzet dicht tegen het miljard aan. Platenverkoop, BUMA/Stemra, kaartverkoop, apparatuur en instrumenten, consumpties en apparatuurverhuur bedragen circa f. 755 mln. Niet besproken zijn de uitgaven aan kleding, promotie, illegaal gekopieerde geluidsdragers, studioskosten, reis- en verblijfkosten, bemiddeling en omroep. Een totaal marktonderzoek is echter tot op heden niet gepleegd.

Popmuziek en overheid

De overheid heeft zich tot voor kort verre gehouden van een subsidiebeleid voor deze jonge loot aan de stam der kunsten. In eerste instantie omdat men de relatie met de traditionele kunsten niet zag, zodat vanuit het kunstbeleid geen activiteiten werden ondernomen. In het kader van het welzijnsbeleid, in casu het jeugd- en jongerenbeleid werden kleine bijdragen gegeven ten behoeve van de accommodaties, maar niet of nauwelijks voor muzikale activiteiten. Popmuziek werd daardoor een nevenactiviteit binnen het jeugd- en jongerenwerk. Voor de honorering van popmusici ontbraken daardoor van begin af aan de financiële middelen. Uit het onderzoek van WVC blijkt dat de gemiddelde bruto vergoeding voor een groep f. 1.132 per optreden is. Daarvan moeten de onkosten die samenhangen met dat optreden nog worden betaald.

Eerst in 1976 stelde de Raad voor de Kunst zich op het standpunt dat popmuziek een onmiskenbaar onderdeel uitmaakt van de Nederlandse muziekcultuur en om die reden ook onderwerp moet zijn van overheidsbeleid. In 1977 ontving de Stichting Popmuziek Nederland voor het eerst subsidie van WVC, wat het begin was van een structureel popbeleid.

De overheid richt zich in haar beleid op 'non-commerciële professionele popmuziek', conform een aanbeveling van de Raad voor de Kunsten. En daarop aansluitend de categorie popmusici die voorbestemd zijn om tot de professionals te gaan behoren. In de terminologie van de Raad zijn dat de creatieve amateurs. Stichting Popmuziek Nederland (SPN) ontwikkelde een plan voor een landelijk net van poppodia waarop de in aanmerking komende groepen regelmatig kunnen optreden tegen redelijke gages. In 1984 werd voor dit plan door WVC f. 200.000 beschikbaar gesteld, in 1985 f. 350.000 en in 1986 f. 500.000. Dit bedrag is afkomstig uit de vereveningsopdracht voor de Podiumkunsten (operatie 'Sutherland') waar-

9) Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf (EIM), J.N. Bekker e.a., *Detailhandel Muziekinstrumenten*, Branche oriëntatie, 1981.

in orkestgelden worden herbested aan kamermuziek, jazz en popmuziek. In 1989 zal het bedrag voor de popmuziek oplopen tot f. 950.000.

De provincies hebben ondanks hun distributietaak binnen het kunstbeleid lange tijd de boot afgehouden. Sinds twee jaar echter is ook op dit niveau het besef doorgedrongen dat popmuziek een belangrijke plaats inneemt binnen de podiumkunsten en dat enige steun op zijn plaats is. De middelen hiervoor zijn nog altijd gering. In 1986 geven de provincies in totaal f. 648.000 uit aan podiumsubsidies, waarvan Noord-Holland alleen al f. 500.000 voor zijn rekening neemt 10).

De gemeentelijke overheden voeren in hoofdzaak een accommodatiebeleid. De belangrijkste poppodia voor Nederlandse bands zijn de jeugd- en jongerencentra, die doorgaans slechts voor hun huisvesting worden gesubsidieerd. De overige kosten, met name die van programmering en personeel, moeten in hoofdzaak uit de baromzet worden bekostigd. Als gevolg hiervan is er nauwelijks sprake van een professioneel management. De verhouding betaalde medewerkers/vrijwilligers is 1 : 11,5 en voor meer dan 90% van de podia geldt dat de programmering van popmuziek en de begeleiding van de groepen op de avond zelf door vrijwilligers wordt gedaan. Het merendeel van de poppodia verkeert in zorgelijke omstandigheden als gevolg van het bezuinigingsbeleid van de lagere overheden. Een vijfde werd het afgelopen jaar met sluiting bedreigt.

Knelpunten en oplossingen

In een markt waar bijzonder veel geld omgaat, is de positie van de Nederlandse popmuzikant marginaal. Platenmaatschappijen bieden Nederlandse groepen steeds minder gelegenheid tot het opnemen van lp's. Er ontstaat een 'singlemarkt' die voor groepen nauwelijks houvast biedt. Flopt de eerste single dan is de kans op een tweede gering. De omroepen richten zich eveneens steeds minder op Nederlandse bands. Dit heeft weer gevolgen voor de belangstelling om optredens van de groepen te organiseren. Als dat desondanks gebeurt, komen er weinig toeschouwers op af. De mogelijkheid om een redelijk honorarium te betalen is bijgevolg gering. Een groot deel van de Nederlandse popmuzici moet zijn inkomsten uit andere bronnen betrekken 11).

Omroepen beschouwen optredens voor radio en televisie als promotie voor de band en betalen daarom doorgaans geen gage. In de gunstigste gevallen wordt een onkostenvergoeding gegeven van maximaal f. 250. Hoewel hiermede de facto regels van de NOS geweld aan worden gedaan, worden juridische problemen voorkomen doordat de omroep geen rechtstreekse arbeidsrelatie met de band aangaat, maar een overeenkomst tot het verrichten van enkele diensten met de platenmaatschappij. De platenmaatschappij heeft op haar beurt een dusdanig contract met de band dat de band verplicht is om radio- en televisieverplichtingen na te komen 12).

Popmuzici en platenmaatschappijen zullen met elkaar tot overeenstemming moeten komen over de honoreringsgewoonten van de omroepen. Gezamenlijk kunnen stappen worden ondernomen richting NOS en regeringscommissaris om de honorering van popmuzici te laten plaatsvinden volgens de bestaande regelingen (HoCotarieven) voor free-lance-medewerkers bij radio en televisie.

De podia en zalen zijn over het algemeen krakkemikkig. De 'jaren-zestig-aanblik' is nauwelijks klantenwervend, het vrijwilligersbestand is niet in staat om het podium professioneel te leiden. Sinds 1985 verliezen de podia steeds meer publiek aan de commerciële discotheken, die veel beter aansluiten op de groeiende videocultuur die de doelgroep thuis op televisie kan volgen. De traditionele podia, schouwburgen en theaters worden eveneens geconfronteerd met bezoekersteruggang. Men zoekt aarzelend toenadering tot het popcircuit. De kennis en inzichten omtrent programmering en organisatie zijn nihil, zodat samenwer-

king met typische poppodia vereist is. Tot nu toe zijn geen daadwerkelijke initiatieven in deze richting genomen.

Popmuzici zijn slecht georganiseerd. Het individualisme viert in deze sector hoogtij. In 1984 is de Beroepsvereniging van Popmuzikanten (BV POP) opgericht. Met ca. 200 leden is de BV POP vooral dit jaar in de weer om meer aandacht te verwerven om vervolgens een actieve lobby op te zetten.

De poppodia zijn evenmin georganiseerd. Uitwisseling van ervaring en kennis gebeurt slechts incidenteel en dan nog tussen de vijf meest professionele podia in Nederland. De strijd om een nieuw publiek aan te boren en de accommodatie te verbeteren moet in feite nog beginnen. Het Podiumplan is, met in 1986 f. 500.000 in kas voor 22 podia een druppel op een gloeiende plaat. Doordat de subsidie naar de podia gaat en tamelijk veel bands er gebruik van maken, is de spoeling voor de musici dun. Een band als zodanig merkt niet veel van het 'extraatje'. Het voordeel van het Podiumplan is dat het er in ieder geval voor zorgt dat er nog iets gebeurt op de poppodia. Het circuit blijft zo voorlopig in stand.

Een meer structurele oplossing van de geschetste problemen kan worden gevonden in het aanwenden van de gelden uit het Podiumplan voor technische verbeteringen van de podia. Licht en geluid kosten een band nu vaak meer dan de helft van de gage (f. 700 tot f. 1.500). Met een landelijk circuit van professioneel uitgeruste en geleide poppodia kunnen groepen een hogere netto vergoeding realiseren. Door het permanent aanwezig zijn van professionele apparatuur kunnen podia meer bands programmeren, zodat de doorstroming beter is en de groepen bovendien meer podiumervaring kunnen opdoen. Per podium kost deze aanpassing ongeveer f. 100.000. In drie jaar kan met de middelen uit het Podiumplan een landelijk net worden opgezet.

Het management van de poppodia zou kunnen verbeteren door een gemeenschappelijke organisatie op te richten die adviezen geeft aan de leden en de aanpassing van de afzonderlijke podia begeleidt. Met de BV POP kunnen vervolgens afspraken worden gemaakt over betalingsregels en verzekeringkwestes.

Rijk, provincies en gemeenten zullen een subsidiebeleid moeten opzetten dat een gezond podiumleven mogelijk maakt. In vergelijking met de traditionele podiumkunsten is de overheidsbijdrage aan popmuziek buitengewoon gering. Gezien de aanzienlijke inkomsten die de overheid direct en indirect ontvangt uit de popsector is de conclusie gewettigd dat een hogere overheidsbijdrage in deze sector zich zelf gemakkelijk terugverdient.

Popmuziek is grenzeloos. De belangrijkste gebeurtenissen vinden buiten de landsgrenzen plaats. Gezien de enorme animo in Nederland om zowel actief als passief met popmuziek bezig te zijn, is een actiever overheidsbeleid gericht op pop op zijn plaats. Dat besef breekt aarzelend door.

H.A. de Graaff

10) *Neus*, Uitgave van SPN, oktober/november 1986.

11) De Graaff en Van den Berg, op.cit.

12) *Een verzilverde toekomst?*, Federatie van Kunstenaarsverenigingen, Amsterdam, oktober 1986.