

Interview

MET ANDRÉ DE RAAFF | CTM ENTERTAINMENT



‘Belangrijk is dat ik mensen redelijk kan vertrouwen’

INTERVIEW: ERIC VAN DER WAL EN BEN KUIPERS

TEKST: PHILIP WILLEMS

11

Ondanks twee decennia van verval in zijn industrie, ging het muziekuitgever André de Raaff (68) altijd wel voor de wind. Zijn palmares is internationaal onbetwist. ‘Ik ben nog lang niet klaar.’



Wie het financiële nieuws volgt, kon er de laatste twee jaar niet omheen: muziekrechten zijn *hot* – en dat in een business waar sommige van de grootste investeerders ter wereld zich plots graag laten zien. Een greep uit het recente nieuws. In november meldde de Britse krant Financial Times dat muziekconcern Warner Music voor 474 miljoen euro aan leningen uit geeft om muziekrechten te kunnen kopen. Van dat astronomische bedrag zou zo'n 180 miljoen euro moeten dienen voor de aankoop van de liedjescatalogus van David Bowie. Die is nu nog in handen van zijn erfgenamen. Warner Music, uitgever van onder meer zangeres Dua Lipa, ging vorig jaar naar de beurs en doet het daar goed.

In een andere deal kocht Universal Music in december 2020 de Bob Dylan-catalogus voor 267 miljoen euro. Sony betaalde dan weer in april van dit jaar 223 miljoen euro voor de liedjes van Paul Simon. Een catalogus met liedjes van onder andere de Amerikaanse poprockband OneRepublic ging naar investeerder KKR voor 178 miljoen euro. Drie (ex-) bandleden van Fleetwood Mac (Mick Fleetwood, Stevie Nicks en Lindsey Buckingham) verkochten hun aandeel in de liedjes van de band, en wel alle drie aan een andere investeringsmaatschappij. Enter André de Raaff. Althans, misschien is het beter om te zeggen: entered. Vanaf 1999 was het in de muziekindustrie kommer en kwel, nadat het illegale downloaden via Napster (vanaf 1999) en andere platforms de branche in crisis stortte. Uiteindelijk wist buitenstaander Spotify de muziekbranche weer tot leven te wekken met een model van legaal downloaden en streaminginkomsten. Maar lang voor het zover was, midden in de crisisjaren, stortte De Raaff, op dat moment bestuurder in de muziekbranche,

zich als ondernemer op muziekrechten.

Samen met het grootste Nederlandse pensioenfonds ABP richtte De Raaff in 2008 Imagem op. Dat bedrijf, dat op het hoogtepunt rechten bezat van muziek van onder andere Daft Punk, Dire Straits, Phil Collins en Justin Timberlake, verkochten De Raaff en het ABP in 2017 voor 445 miljoen euro weer door. Sindsdien bouwt De Raaff samen met zijn zoon Jitze, en sinds een jaar ook zijn andere zoon Bo, verder aan hun bedrijf: CTM Entertainment.

Een interview met een gepokt en gemazelde ondernemer in een wereld van sterren, corporate bazen en - zoals hij het dan noemt - 'meelopers' in de *music scene*.

UW LOOPBAAN IS INDRUKWEKKEND. ALS WE ER ÉÉN MOMENT UIT MOGEN PIKKEN, DAN IS HET TOCH WEL HET MOMENT DAT U IN 2008 IN ZEE BENT GEGAAN MET HET ABP. GEGEVEN WAT ER NU WEL NIET BETAALD WORDT VOOR MUZIEKRECHTEN, WAS DAT VISIONAIR.

'Ik zat al sinds mijn achttiende in de muziek, dus ik had natuurlijk wel ervaring. Maar er speelde ook iets anders. Ik leerde de potentie van muziekrechten al jong begrijpen. Die potentie is dat muziekrechten de spreekwoordelijke dieselmotor zijn. Mijn vader heeft ooit een nummer 1-hit gehad: *Ik sta op wacht*. Inmiddels is dat zestig jaar geleden. Elk jaar met kerst verdeelt mijn zus – zij gaat over de centen – enveloppen met royaltyinkomsten. De ene keer zit daar 2.000 euro in, een andere keer 800 euro. Auteursrechten zijn vaak beschermd tot zeventig jaar na de dood van de componist. Moraal van het verhaal: om muziekrechten te kopen, heb je kapitaal nodig. Het duurt een aantal jaar voor je een goede catalogus hebt. Maar als je de motor eenmaal op gang hebt, dan blijven de inkomsten komen.'

'Met dat idee ben ik inderdaad gaan pionieren. Vóór ik in 2008 met het ABP in zee ging, had ik twee jaar lang een roadtrip gedaan langs financiële instellingen. Ik zocht een financier van muziekrechten, maar ik kende de bankenwereld niet. Overal ben ik mijn



'Iets nalaten?
Ik hoop dat mijn kinderen later zeggen:
"Hij was best een goede vader.'"

redenering gaan uitleggen. En iedereen reageerde met: “Fantastisch!” En als ik dan zei: “Zullen we starten?” - deed niemand mee. Uiteindelijk, denk ik, snapten ze het gewoon nog niet.’

NIEMAND WILDE MET U IN ZEE?

‘Dat duurde voort totdat ik door ABN AMRO bij pensioenfonds ABP werd geïntroduceerd. Zelf dacht ik gelijk: kansloos. Dit wordt weer zo’n gesprek van een half uur dat niets oplevert. Het gesprek ging wel oké - al zei onze gesprekspartner bij het ABP wel na een half uur dat hij de trein moest halen. Op de weg terug deelde de ABN AMRO man zijn beleving met me: “Het is een geweldig gesprek geweest.” Ik dacht er anders over. Maar hij had gelijk: men was behoorlijk geïnteresseerd. Het ABP had blijkbaar recent vijf miljard euro gereserveerd voor alternatieve beleggingen - zoals muziekrechten.’

‘En daarna...je moet ook geluk hebben. In 2006 kocht Universal Music concurrent BMG Music Publishing. De Europese Commissie oordeelde in 2007 dat dit paste, mits Universal een aantal onderdelen zou verkopen. Het is altijd interessant, wanneer een bedrijf niet wil maar moet verkopen. ABP zag een kans en we sloegen toe: we hadden meteen een mooie catalogus in handen.’

TOEN GING DE DIESELMOTOR DRAAIEN?

‘Ja. Imagem heeft in een relatief kort tijdsbestek een aantal interessante acquisities gedaan. Ik werd directeur en gaf plots leiding aan bedrijven in New York en in Londen. Er moest één geheel van worden gemaakt, inclusief het integreren van IT-systemen

en dergelijke. Om de maand vloog ik naar Londen en New York. Was vaak op onze vestigingen in Berlijn, Parijs en Los Angeles. Ik vond het geweldig me te mogen bewegen in de absolute top van een business waar ik al sinds ik een tiener was in zat.’

UITEINDELIJK ZOU IMAGEM OOK WEER WORDEN VERKOCHT. HOE EINDIGDE HET AVONTUUR VOOR U?

‘Imagem is in 2017 verkocht aan Concord - tegenwoordig Concord Bicycle Music. Voor mij had het avontuur langer mogen duren. Het bedrijf draaide lekker en ik vond het superleuk. Maar eerlijk is eerlijk: de afspraak met het ABP was om tien jaar samen op te trekken. Het ABP is altijd heel loyaal naar mij toe geweest. Ik was blij met de nieuwe eigenaar - een grote platenmaatschappij en een kleine muziekuitgeverij en was met name groot in de Verenigde Staten. Imagem was muziekuitgever en vooral actief in Europa. Net als Imagem is Concord een onafhankelijke partij en geen ‘typische’ multinational. Ik denk dat het nog steeds een goed huwelijk is.’

VIEL U NIET IN EEN ZWART GAT, NADAT DEZE FASE IN UW LOOPBAAN PLOTS OPHIELD?

‘Voor ik met het ABP in zee ging, was ik bezig met het bedrijf, CTM Entertainment. Daarvan heb ik toen ik met het ABP in zee ging de dagelijkse leiding overgedragen aan mijn zoon Jitze. Met het ABP maakte ik goede afspraken. Als er ergens bepaalde muziekrechten te kopen waren, dan was de eerste keus voor Imagem, bijvoorbeeld. Daarnaast viel er veel te doen voor CTM. Inmiddels is CTM groot in

‘Multinationals zijn niet creatief, die kopen creativiteit.’

zowel het uitgeven van muziek, als in het managen van artiesten. CTM werd manager van onder anderen Glennis Grace, Maan en Ronnie Flex, ook is er een televisietak. Ik kan oprecht zeggen: Jitze heeft goed doorgebouwd. CTM is inmiddels de nummer vier muziekuitgever van Nederland.’

EN TOEN KWAM U TERUG...

‘Ongetwijfeld heeft Jitze het zo goed kunnen doen omdat ik afwezig was. Hij had veel meer ruimte zijn vleugels uit te slaan. We proberen dat in stand te houden. We hebben nu een echt familiebedrijf. Jitze heeft de dagelijkse leiding. Ik probeer CTM neer te zetten als internationale speler. We zijn actiever in Duitsland, en ook in Londen. We zijn een bedrijf in Miami begonnen en we zitten in LA. Ons bedrijf in de Verenigde Staten heet CTM Latin. We werken er samen met de succesvolle producers Play-N-Skillz, als creatief directeur, en onze eigen man Thomas Deelder, de voormalige manager van Afrojack.’

HOE KRIJG JE IN VREDESNAAM GRIP OP IETS ALS DE AMERIKAANSE HIP-HOP?

‘Twee dingen. Ten eerste: Thomas kent het genre en de scene daar goed. Dat is essentieel: je moet namelijk goed inzien wat de lokale artiesten belangrijk vinden. In de Verenigde Staten is dat vooral: geld! Nog veel meer dan hier. En artiesten willen altijd en overall iemand kunnen bellen die voor ze klaar staat. Thomas, dus. Als je dat goed voor elkaar hebt, maakt het artiesten niet uit of hij of zij bij Sony zit of bij CTM. Sterker: bij een ‘independent’ zoals wij voelen zij zich absoluut meer gehoord.’

‘Ten tweede: ik ga er persoonlijk heen. In een partnership is het allerbelangrijkste dat ik mensen redelijk kan vertrouwen. Wat bedoel ik daarmee? Iedereen heeft zo zijn of haar eigen belangen en die komen vaak op de eerste plaats, ook bij producers. Zij moeten uiteindelijk zichzelf aan de man brengen. Er is absoluut ook een gezamenlijk belang: de onderneming, met een grote hoeveelheid activitei-

ten, waarvan de winst wordt verdeeld. Ik wil echt het gevoel hebben dat onze partners dat begrijpen en er vervolgens naar handelen.’

ZOALS U AANSTIPTE: NAAST UITGEVER IS CTM OOK MANAGER VAN ARTIESTEN. HOE GRILLIG ZIJN DIE EIGENLIJK?

‘We maken weleens grapjes dat je een halve psychiater moet zijn in ons vak. Als uitgever is de relatie nog relatief afstandelijk. Maar als manager moet je er altijd zijn, ook als je artiest bij wijze van spreken een tandenborstel nodig heeft. Het spannendste, is een artiest doeltreffend te begeleiden in de zoektocht naar succes. Hoe breng je bijvoorbeeld met tact dat een nummer wellicht geen commercieel succes zal worden? Het gaat bij samenwerken om geven en nemen. Het kan soms een goed idee zijn een componist een totaal niet commercieel lied gewoon uit te laten brengen, zodat diegene de volgende keer eenvoudiger te motiveren is om commercieel mee te denken. Al is, *in the end*, de artiest altijd de baas.’

‘Toen ik twintig was, heb ik zelf plaatjes geproduceerd. De allereerste plaat werd een hitje. Daarna werd het niets meer. Ik vond dat heel erg lastig. Je zit dag en nacht in de studio aan je kindje te werken. Vervolgens ben je klaar, je brengt het naar een dj en die zegt: “Dit is absolute troep.” Dat kon ik niet verkroppen. Veel componisten kunnen zeggen: “Het belangrijkste is dat het lied er is, dat ik heb het gemaakt, ook al is het publiek er niet klaar voor.” Nou, zo ben ik niet. Ik raakte megagefrustreerd. Daarom ben ik de commerciële kant opgegaan: zo kon ik óók met het vak bezig zijn – op een voor mij leuke manier. Door het zelf mee te maken, heb ik artiesten wel leren begrijpen.’

BENT U EEN GOEDE LEIDER?

‘Dat moet je eigenlijk niet aan mij vragen. We hebben zo’n 25 mensen in ons pand in Hilversum, vooral jonge mensen. Ik geef veel vrijheid en verantwoordelijkheid. Mijn deur staat altijd open. Ik moedig



OVER ANDRÉ DE RAAFF

André de Raaff begon zijn loopbaan in 1971, als creative manager bij muziekuitgever Warner-Basart (de Nederlandse tak van Time Warner), waar hij in 1978 algemeen directeur van werd. Van 1990 tot 1999 was De Raaff CEO van Arcade, de grootste onafhankelijke muziekmaatschappij en muziekuitgever van Europa. Nadat Arcade in 1999 opging in muziekuitgever Strengtholt, werd De Raaff lid van het bestuur van de Strengtholt Groep, en later voorzitter van het bestuur. In 2004 richtte De Raaff, samen met Dennis Wigman en Bob Hubar, CTM op: een muziekuitgever, platenlabel, management agency, en film- en televisieproducent - waar hij nog steeds directeur is. In tussenliggende jaren richtte hij met het ABP muziekuitgever Imagem op. De Raaff was ook bestuurslid van Buma/Sterma en voorzitter van de Mediafederatie.

vragen aan. Fouten maken is leerzaam – het leidt tot inzicht in hoe die te voorkomen. Ik neem geen mensen aan de hand mee. Sommigen vinden dat fantastisch, hebben veel ambitie en graag zelfstandig aan de slag. Anderen lopen nog weleens vast, omdat ze veel begeleiding nodig hebben. Soms vallen ze af, niet omdat het slechte mensen zijn, zij passen niet bij het DNA van ons bedrijf.

‘We spraken daarnet over mensen kunnen inschatten. Ikzelf vind dat in een eerste gesprek enorm lastig. Sowieso let ik niet op opleidingen, maar wel op energie en op uitstraling. Wil iemand er heel erg voor gaan? En dan nog zegt een eerste gesprek behoorlijk weinig. Het kan goed zijn dat iemand zijn beste beentje voorzet en dat later niet kan waarmaken. Mijn strategie is om twee, drie mensen voor dezelfde baan aan te nemen. Na een maand weet ik

‘Mijn allereerste plaat werd een hitje. Daarna werd het niets meer.’

wel hoe de vork echt in de steel zit en of de nieuwe collega wel of niet bij ons past. Het komt ook voor ook dat als we drie mensen aannemen, er drie bij ons blijven.’

U BENT NU ZO’N VEERTIG JAAR ACTIEF IN DE MUZIEKBRANCHE. HOE HEEFT U DE SLECHTE JAREN BELEefd - EN HOE LUKT HET U OM NA HET SUCCES MET IMAGEM WEDEROM SUCCESVOL TE ZIJN? WAT ZEGT DAT OVER DE SECTOR?

‘De neergang van de muziekindustrie na 1999 was een bijzonder vervelende periode. Sommige platenmaatschappijen gingen failliet. Van andere, zoals EMI, bleef bijna niets over. Voor uitgevers, dat wordt nog weleens over het hoofd gezien, viel de catastrofe nog mee. Platenmaatschappijen verkochten namelijk plots geen cd’s meer, dat was echt dramatisch. Maar in dezelfde periode was er wel de opkomst van commerciële radio en tv. Voor uitgevers betekende dat toch continuïteit van inkomsten. Ik heb me bij regelmaat mateloos geërgerd in die tijd. Grote groepen mensen, bij de overheid en zelfs in onze branche, vonden het illegale downloaden geen probleem. In Brussel draaide de lobbymachine van Google en YouTube op volle toeren, en dat onder luid applaus. Inmiddels is het illegale downloaden aan banden gelegd en is er een breed besef van welke andere kanten Google ook heeft.’

‘Ook heb ik me geërgerd aan de muziekindustrie zelf. Er werd veel gemopperd over en gescholden op de downloadcultuur, zonder zelf met alternatieven te komen. Op het moment dat Napster legaal wilde worden, zagen dezelfde mensen de financiële kansen niet. Uiteindelijk creëerde Spotify een totaal nieuwe wereld. Dat leverde in eerste instantie trouwens ook

weer geklaag op! Het klopt dat een stream minder oplevert dan de verkoop van een cd. De stream is geen vervanging van de prachtige geluidsdrager, nee, het vervangt de illegale download.’

EN DAN UW SUCCES NU - EN STRAKS?

‘Het geld ligt op straat, zeg ik altijd! Het is overal. Maar je moet er wel voor gaan, het elke dag verdienen. Het is een mooi vak. Het is verwonderlijk dat we ons staande kunnen houden tussen alle gigabedrijven in. Wij en andere independents hebben bestaansrecht omdat wij staan voor creativiteit. De ‘groten’ kopen creativiteit in, hebben dat minder of niet in eigen huis.’

‘Ik ben nog lang niet klaar. Een half jaar geleden hebben we een overeenkomst gesloten met Outlander, het grootste patentenbedrijf uit Dallas in de Verenigde Staten, waarmee wij CTM Outlander hebben opgericht. De bedoeling is om in vijf jaar tijd een miljard dollar [890 miljoen euro, red.] te investeren. Daar ben ik superblij mee.’

TOT SLOT: WAT WILT U NALATEN AAN DEZE WERELD?

‘*My god*. Ik heb niet de intentie iets na te laten. Ik hou enorm van mijn vak. Ik vind het superleuk. Ik ga elke dag naar kantoor – en neem wel zes keer per jaar vakantie op. En op zondagavond eten we altijd met onze vier kinderen en hun gezinnen bij ons thuis. Er zijn kleinkinderen. Het wordt alleen maar meer. Op zondag geniet ik het meest. Ach, wat wil ik nalaten? Ik hoop dat mijn kinderen later zeggen: “Hij was best een goede vader.”’

--