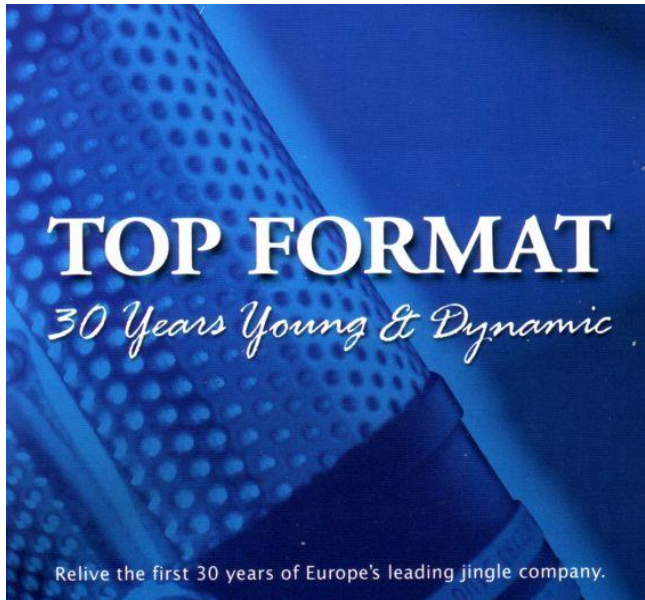


Top Format bestaat 30 jaar

Jinglebedrijf Top Format in Haarlem bestaat dertig jaar. Sinds de oprichting van het bedrijf, door Ren Groot in 1975, hebben vrijwel alle radiozenders en omroepen jingles bij het bedrijf laten maken. Hoewel ze elkaar op het scherpst van de snede beconcurreren, haalden ze bijna allemaal hun jingles in Haarlem: van Radio 2, Radio 10, 538, Veronica, TROS, Sky tot de KRO. Half Europa is tegenwoordig klant.



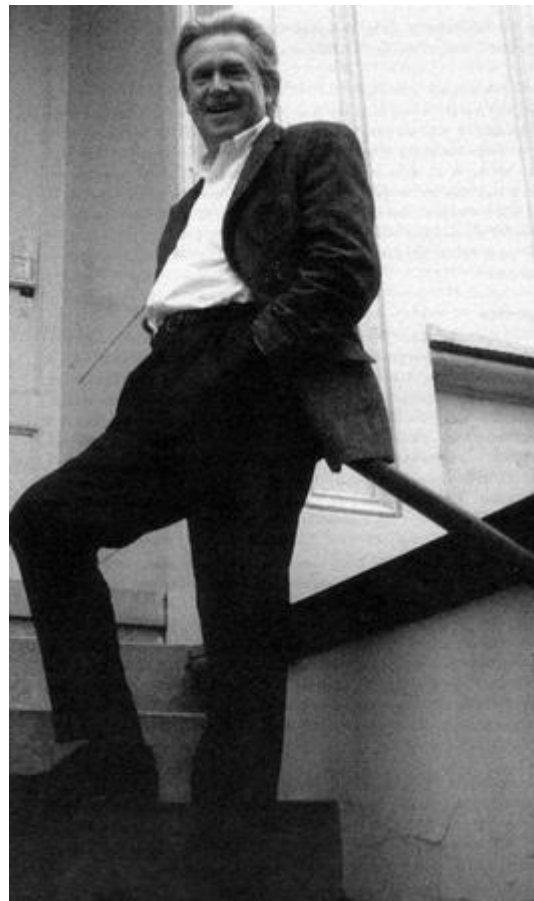
Half Europa is er tegenwoordig klant. Deze maand verschenen zowel een boek ('Groot in Jingles') als een CD-box met de in- en outs over de jingle in Nederland. Ren Groot kreeg de eerste exemplaren van John de Mol sr., oud-directeur van zeezender Radio Noordzee waar hij z'n carrière in Nederland begon, na enkele jaren van DJ-schap bij CHIN, de emigrantenzender in Toronto. 'De Mol is de enige baas waar hij naar wilde luisteren', was de grap in het Haarlemse etablissement waar de verjaardag op drankzuchtige wijze werd gevierd.

Voor het eerst is het fenomeen jingle daarmee in boekvorm beschreven. Dat gebeurde door Jelle Boonstra van het Genootschap Radiojingles en -tunes, die met z'n medegenoten jaren door de archieven spitte en honderden mastertapes beluisterde en archiveerde.

Eigenlijk begon Top Format op een totaal verkeerd moment met activiteiten. De zeezenders, bij wie jingles, de top 40 en een horizontale programmering tot het vaste idioom behoorden, waren in augustus 1974 verdwenen, toen Nederland de anti-piratenwetten aannam. Bij de omroep moesten ze niets van jingles hebben. En zeker al niet die gelikte dingen uit Amerika. De omroepbonzen van weleer, zegt Ren Groot in het boek, waren tevreden met de jingles en tunes die het Metropole Orkest inspeelde, waarvoor de omroepen in 'de regeling' jaarlijks toch al fors moesten bijdragen.

En Groot probeerde nou juist jingles te slijten die speciaal op maat voor radiostations werden gecomponeerd. Dat gebeurde in Dallas – Texas, waar echte jinglefabrieken waren opgericht, nadat Gordon McLendon, eigenaar van het radiozender KLIF zijn stationsnaam net zo in had laten als Coca Cola of Kellogg's Cornflakes in hun radiocommercials. De gezongen stations-jingle sloeg in als een bom, want de luistercijfers stegen erdoor, en in Dallas kregen ze zoveel werk, dat ze steeds gespecialiseerder werden en onverslaanbaar in het jinglevak.

In 1975 wist Ren Groot de NCRV als eerste te paaien voor een pakket van de meest legendarische maatschappij van allemaal: PAMS. Helaas wilden ze daar de banden niet afstaan. Zingen moest in Dallas, maar de Texaanse zangers hadden zo'n erbarmelijke uitspraak van het Nederlands, dat de meeste jingles in



een diepe kast belandden. Een duidelijk signaal dat Top Format in Nederland op zoek moest naar geschoolde zangers om het voortaan beter te doen. Na lang aandringen kwamen de orkestbanden wel de oceaan over en kregen TROS, Veronica en AVRO topjingles, waarmee een nieuwe norm werd geschapen. Met een stiekem baantje als advertentieacquisiteur bij Radio Mi Amigo en productie van commercials bleef het geld nog komen.

De echt klinkende zaken in Haarlem begonnen pas in de jaren '80 toen overal in Nederland en België landpiraten opkwamen (Decibel, Atlantis, Antigoon en Keizerstad), die op het punt doorgingen waar



Veronica en Noordzee op zee noodgedwongen waren gestopt. Toen ook de Duitse markt voor commerciële radio openging, kwam de jingleproductie tot een enorme bloei. Zeker nadat Top Format voor Europa aan de slag mocht met jingles van JAM, een maatschappij die in Dallas de leidende rol had overgenomen. Ook JAM-directeur Jon Wolfert geeft in het boek uitgebreid z'n visie op de samenwerking.

'Groot in jingles' vertelhoe de radio-industrie in de jaren negentig steeds

zelfbewuster begon te worden. Het inzingen van sloganteksten op jingles die voor een (Amerikaanse) klant waren gemaakt, begon men als tweedehands te ervaren. Dus ging het bedrijf in toenemende mate jingles componeren op de specifieke wensen van de klant. Bart van Gogh ging daar als producer mee aan de slag. Eind 1993 schreef hij jingles voor Veronica-TV – die niet meer van de gelikte en professionele jingles uit Amerika waren te onderscheiden. Daarna volgden een pakket in oude stijl voor Radio 10 en voor talloze stations in Duitsland (van rock tot klassiek). Inmiddels heeft het bedrijf ruim zeventig eigen pakketten ontwikkeld – vaak in detaillistische samenspraak met de stations zelf. In Europa floreren de zaken nog steeds. In tegenstelling tot Amerika, waar steeds meer stations in de handen van steeds minder eigenaren zijn gekomen, waardoor de vraag naar jingles en naar eigen pakketten sterk is afgenomen. De rollen zijn daardoor deels omgedraaid. Jingles uit Haarlem worden nu in Dallas ingezongen voor het Amerikaanse continent, voor Japan en de Arabische staten.

In Haarlem zelf zingen ze tegenwoordig van Deens tot Deens, van Grieks tot Kroatisch: bijna heel Europa is er klant, sinds de muur is gevallen. Tot in wit-Rusland weerklinkt werk van Top Format. Schertsend wordt Haarlem al aangeduid als het Dallas van Europa.

In vrijmoedige en openhartige interviews wordt niet alleen een beeld opgeroepen van 30 jaar top format, maar ook van een medialandschap dat in al die jaren ingrijpend veranderde. 'Groot in Jingles' (144 pagina's, tientallen unieke foto's) is in eigen beheer door Top Format en het Genootschap Radiojingles- en tunes uitgegeven en is uitsluitend via giro 999736 te bestellen (€ 14, inclusief post en verpakking).

Meer info: www.jingleweb.com

CD

Op de driedubbel CD is het werk van Top Format zelf te beluisteren, ingesproken door de legendarische Amerikaanse DJ Dave Foxx (de stem en producer bij Z100 in New York). Hij kwam er speciaal voor over naar Nederland. Op de CD's staat bijna 3,5 uur jinglewerk, van de mislukte NCRV-jingles tot splinternieuwe jingles van nu. Plus veel afgekeurd werk, rarities en outtakes. De eerste twee CD's vertellen het verhaal, de derde is gevuld met jinglepakketten waar omroepmedewerkers en fans de laatste jaren het meest om hebben gebedeld, onder meer met Hitradio Veronica, TROS Best

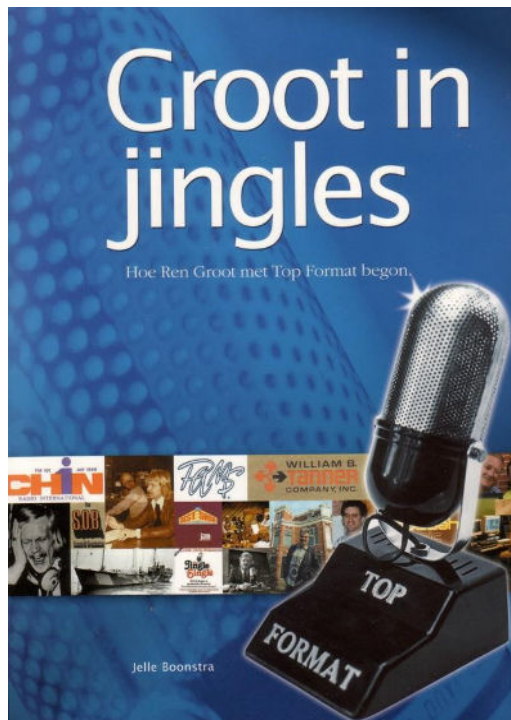
Show, Radio Antigoon, Radio Schleswig Holstein en andere jingles, die het medialandschap zo hebben gekleurd. Bijzonder is ook de remake van Top 40 tune.

De CD heet 'Top Format 30 years young & dynamic' en is te koop bij Van Leest en de Free Record Shop. Bovendien valt de CD (distributeur: Basta Music) bij elke platenzaak in de Benelux te bestellen. [bron: www.mediapages.nl]

GROOT IN JINGLES.

Hoe Ren Groot Top Format begon

In de brievenbus gegleden vond ik op 6 december een pretpakket op de deurmat afkomstig uit Haarlem van Top Format Productions BV, een productiemaatschappij die Europees gezien moet



worden als de absolute nummer 1 op het gebied van de producties van jingles. Het was niet mijn eigen eerste kennismaking met de firma, want die dateert van 1980 toen ik als adviseur gevraagd was door Radio Noord bij de te maken keuze voor het allereerste jinglepakket die de regionale omroep destijds wilde aanschaffen. Niet alleen werd er destijds een keuze gemaakt uit de in mijn archief afkomstige demotapes die vanuit Amerika in de daaraan voorafgaande jaren naar Groningen waren gestuurd, maar er werd ook contact opgenomen met Top Format, waar uiteindelijk in 1981 het Radio Noord pakket werd ingezongen en ik de toenmalige eigenaar en directeur Ren Groot voor het eerst in die hoedanigheid ontmoette. Met de nodige herinneringen aan dat speciale pakket moet ik stellen dat ik Ren zelf nooit meer heb ontmoet, wel zijn zoon en andere compagnons. Het doet me dan ook een genoegen dat in de enveloppe niet alleen het boek Groot in jingles hoe Ren Groot Top Format begon, maar ook een driedubbel cd aantrof Top Format 30 Years Young & Dynamic, waarin 30 jaar geschiedenis wordt neergelegd van dit productiehuis en bovendien voor mij eindelijk eens iets (veel) meer bekend wordt achter de persoon Ren Groot.

Het boek is geschreven door Jelle Boonstra, één van de drie personen achter de Stichting Genootschap Radiojingles en tunes en hij legt vele zaken uit de bloemrijke geschiedenis van Top Format Productions in het boek bloot. Dit mede door de openheid die Ren Groot toonde in vele gesprekken die hij met de auteur tijdens verschillende gelegenheden

had. Vrij snel wordt het duidelijk dat Ren Groot, die zijn bedrijf dus in 1975 startte, niet direct hoefde te rekenen zijn producties in Hilversum te slijten, en dus elders eerst zijn weg moest zoeken. Voorheen was Ren Groot (geboren in 1948) al actief in de muziek en de radio-industrie geweest met als een normaal begin de ziekenomroep en AVRO Minjon. Aan het werk ging hij vervolgens als muzikuitgever bij Basart, onderdeel van Strengholt, aan de slag. Daar ontmoette hij John de Mol sr. die hem ook mee nam op het pad naar de radio vanaf internationale wateren en het verkopen van radioreclame voor Radio Noordzee.



In het hoofdstuk over de Seventies verhaalt hij hoe hij ondermeer door het land trok met een zeer jong talent, genaamd Oscar Benton en kort over zijn ontmoeting met Jacques Soudan, die wilde plannen had om een zeezender te beginnen in de eind jaren zestig; trouwens plannen die slechts alleen de knipselmap van menig zeezender fan haalde. Dus werd het niet radio vanaf de zee maar een tocht over de plas naar Amerika waar Ren Groot programma s ging presenteren bij CHIN, een station met alleen maar programma s voor immigranten, maar nog niet voor de vele daar woonachtige Nederlanders programmeerde. Een half miljoen potentieel en dus ging Ren in het Nederlands in Toronto aan de slag. Meteen wordt je door Boonstra s manier van schrijven bij dit boek gegrepen want hij laat Groot op een fantastische manier zijn eigen belevenissen in Canada vertellen. Ren maakte niet alleen radio maar ging de Nederlandse bedrijven aldaar benaderen reclame te boeken voor zijn programma, hetgeen allemaal een goede leerschool was op zijn twintigste. Adverteerders meldden zich aan en vervolgens, na het bedenken van de reclamespot, ging Ren Groot de productiestudio in om zijn eerste producties te verwezenlijken. Hij ontdekte daar de sterke invloed van jingles in programma s en het sublieme gebruik van productiemuziek, dat toen nog op LP s in de studio aanwezig was. Zijn werkmanschap leidde vrij snel tot een uitbreiding van salaris, via provisie die hij ging vangen op verkochte reclame, waarna het alleen maar bergopwaarts kon gaan.

Na vier jaren pionieren was de weg terug naar Nederland en liep Ren weer binnen bij Strengholt waar hij onder de vleugels van Ben Vreeburg bij het reclameverkoopteam voor Radio Noordzee werd



toegevoegd, met als eerste klant Zelbo Meubelen, snel gevolgd door Ren's absolute topper uit die tijd Goudhaantje van Hermann Kramer, ingezongen door de Eddysons. Luchtig en gedreven komt Ren's zijn verhaal over de Noordzee belevingen op je af en elke letter van het hoofdstuk wil je bij wijze van spreken drie keer lezen. Zo verhaalt hij over waarom en hoe het programma Prijsbewust is ontstaan uit The Price is right. Maar ook hoe er deeltjes werden gesloten waarna vervolgens dozen met Goudhaantjes bij medewerkers thuis werden afgeleverd of een nieuwe koelkast diende te worden geregeld bij een adverteerder, omdat die van de familie de Mol stuk was.

Maar ook aan de tijd van Noordzee kwam, door de invoering van de wet tegen de zeezenders in augustus 1974, een einde waarna Groot nog een tijdje bij Strengholt bleef hangen om in januari 1975 voor zichzelf te beginnen met Top Format. Beginnend met Nederland gaat

grote oren opzetten, een serie van flexidiscs in allerlei kleuren die als reclameobjecten door bedrijven werden besteld en verspreid onder hun klandizie, waarvoor hij een exclusief contract met leverancier EVA uit Amerika had. Na enkele jaren ontdekte hij de markt van de buy out music, muziek waar men voor reclame gebruik kon maken zonder de Stemra te hoeven betalen bij uitzending. Andermaal een succes want het was volgens Groot niet aan te slepen. Daarnaast werden de rechten voor Nederland opgekocht voor exclusieve verkoop van productiemuziek LP's zoals de Sound of Broadcasting en Trendsetter, waarbij Ren met vreugde deze pakketten ook afzette bij de NOS en men in de rij stond als er nieuwe LP's door hem werden afgeleverd, om als eerste de mooie muziekjes te kunnen claimen voor gebruik.

Ik raad U echt aan het boek Groot in jingles. Hoe Ren Groot met Top Format begon zo snel mogelijk te bestellen zodat U het uitgebreide verhaal zelf kunt lezen. Want wie wist eerder, buiten Ren Groot zijn eigen kringen om, dat hij nauw betrokken was bij het aantrekken van de Nederlandse adverteerders van Radio Mi Amigo na de indiensttreding van de anti zeezenderwet. Eigenaar Tack had hem het liefst in dienst, hetgeen echter niet gebeurde. De allereerste jingles ooit ingezongen door een team van Top Format waren voor Radio Mi Amigo, toen met van frequentie verwisselde naar de 319. De banden met het productiewerk werden veilig jarenlang elders opgeborgen, zodat Justitie niet kon ingrijpen wegens overtreding van de wetgeving. In Amerika liet hij bij één van de kleinere jinglemaatschappijen jingles maken voor deejays in Hilversum, die ze dan gratis kregen met de hoop op eindelijk een order voor Top Format en Groot vertelt over hoe hij de Amerikaan Rick DeLisle de jingles voor de nieuwe frequentie More action on the big 4-4-5 liet inspreken. Het verhaal omtrent de binnen een maand te produceren pakket voor de NCRV, omdat het jaarbudget op moest, is prachtig om te lezen en is als het ware of het live verteld wordt door Ren Groot.

Ondanks de slechte jingles van de NCRV, waarvan het merendeel in de archiefkast terecht kwam, kwam Groot verder in Hilversum toen hij het werk van TM, PAMS was inmiddels een dichtgeklapt boek, introduceerde en vooral de VOO en de TROS vaste klant in Hilversum werden. Televisie werd een volgende bron met veel werk voor de AVRO die koos voor TM mede voor AVRO s Top Pop, hetgeen een mooie afsluiting van de jaren zeventig voor Top Format was, hoewel nog



steeds geen vetpot. Maar direct binnen het nieuwe decennium keerde het tijd de komst van de vele vrije radio stations, ondermeer in Vlaanderen en Frankrijk, die veel werk en dus geld op de plank voor Ren Groot en zijn team brachten. Maar ook voor de Nederlandse illegale stations als Unique en Atlantis. Spots die werden opgenomen in een studio die gelegen was tegenover het hoofdkantoor van de toenmalige RCD in Nederhorst ten Berg. Tot 1983 deed Ren eigenlijk al het organisatie en productiewerk (soms bijgestaan door buitenstaanders) alleen, waarna ook Bart van Gogh binnentrad als creatieve director. Het verhaal, zo is duidelijk, loopt nog jaren verder. Ik kan het één en ander nog voor U neerzetten maar dit zou U remmen in het zo snel mogelijk bestellen van Groot in jingles. Hoe Ren Groot met Top Format begon. Het boek is on line bestelbaar bij www.jingleweb.com

Tevens is bij BASTA records een driedubbel cd uitgekomen die een in geluid en vooral warmte en kleur heel goed neerzet hoe Top Format door de decennia heen van klein naar Groot is gegroeid, een dubbel cd die niet in de collectie van de radio dan wel jingleverzamelaar mag ontbreken, mede daar de prijs voor een dergelijk product (19.90 Euro) laag is gehouden. Top Format, 30 Years Young & Dynamic is leverbaar via Basta Records en je lokale cd winkel en tevens te bestellen via www.jingleweb.com

En gigantische klus, het schrijven van een boek en het produceren van een dubbel cd is ten einde gekomen voor Jelle Boonstra en zijn collega's. Tijd voor U om te gaan genieten bij het lezen en beluisteren.

HANS KNOT