

Ontmaskering van Industry plants: vervalst succes in de muziekindustrie

Een analyse van de communicatie van een industry plant

Sinem Muge Vatanlar

Professionele Bachelor in de
Communicatie
Academiejaar 2022-2023

Begeleider(s): Ellen Theunen





ONTMASKERING VAN
INDUSTRY PLANTS:

VERVALST SUCCES IN DE
MUZIEKINDUSTRIE

EEN ANALYSE VAN DE COMMUNICATIE
VAN EEN INDUSTRY PLANT



**PROFESSIONELE BACHELOR IN DE COMMUNICATIE
ACADEMIEJAAR 2023-2024**

BEGELEIDER: ELLEN THEUNEN

Ontmaskering van Industry plants: vervalst succes in de muziekindustrie

**Een analyse van de communicatie van een industry
plant**

Sinem Muge Vatanlar

Professionele Bachelor in de
Communicatie
Academiejaar 2022-2023

Begeleider(s): Ellen Theunen

Voorwoord

Ik presenteer met trots deze bachelorproef, toegewijd aan een fenomeen dat vandaag steeds meer aandacht krijgt. Als een liefhebber van muziek en de muziekindustrie, ben ik gefascineerd geraakt door de impact en delicaatheid van dit onderwerp.

Vandaag de dag wordt de grens tussen geloofwaardigheid en kunstmatigheid steeds vager. Hierdoor is de term "*industry plant*" ontstaan, een begrip dat de authenticiteit van artiesten in twijfel brengt. De gedachte dat artiesten kunstmatig zijn en geduwd worden door de industrie, roept vragen op over eerlijkheid, integriteit en harde werken.

Deze bachelorproef zal beschrijven wat een industry plant is en zijn oorsprong, zijn effect en nog meer. Door middel van een literatuuronderzoek en een inhoudsanalyse van 2 gevallen, bied ik aan de lezers een inzicht op de complexiteit en delicaatheid van dit onderwerp. Ook stimuleer ik de lezer om zelf een opinie te vormen over dit onderwerp en om te leren kritisch denken over de rol van dit fenomeen in de muziekindustrie.

Dan wil ik enkelen personen bedanken om mij te helpen met deze bachelorproef. Eerst en vooral wens ik mijn dankbaarheid te uiten aan mijn begeleider, Ellen Theunens, voor alle begeleiding en waardevol advies om deze bachelorproef in orde te krijgen. Het is haar hulp die een essentiële rol speelde in het finaliseren van mijn proef.

Daarnaast wens ik ook nog mijn dankbaarheid te uiten aan mijn 2 zussen voor hun ondersteuning. Hun geduld, tijd en advies hebben mij op elk vlak geholpen. Ik ben ongelooflijk dankbaar voor hun onvoorwaardelijke steun en liefde.

Ik hoop dat deze bachelorproef een beter inzicht bijdraagt op het begrip industry plant, maar ook bijdraagt aan een bredere discussie over de veranderende dynamiek van de muziek- en entertainmentindustrie.

Inhoudsopgave

INLEIDING	5
MANAGEMENT SUMMARY.....	6
1. DEFINITIE EN GESCHIEDENIS.....	7
1.1 DEFINITIE	7
1.2 GESCHIEDENIS	8
2. DE SOORTEN ARTIESTEN	9
2.1 EEN ONAFHANKELIJKE ARTIEST.....	9
2.2 EEN GESIGNEERDE ARTIEST	9
2.3 EEN INDUSTRY PLANT	9
3. GROOTSTE VOORBEELDEN VAN INDUSTRY PLANTS	11
3.1 IANN DIOR.....	11
3.2 ONE DIRECTION	12
3.3 THE BEATLES	14
4. ARGUMENTEN TEGEN EN VOOR.....	15
4.1 TEGEN	15
4.2 VOOR	16
5. GROOTSTE CONTROVERSES OMTRENT INDUSTRY PLANTS.....	17
5.1 KANYE WEST VS. CARDI B	17
5.2 KEKE PALMER VS. BOBBI ALTHOFF	17
6. DOORBREKEN ALS INDUSTRY PLANT	19
6.1 TRAMP STAMPS	19
6.2 BABY GOTH.....	21
7. INHOUDSANALYSE.....	23
7.1 VOORONDERZOEK	23
7.2 IANN DIOR.....	25
7.2.1 INSTAGRAM.....	25
7.2.2 TIKTOK	26
7.2.3 SPOTIFY	27
7.2.4 OPVALLENDE INFORMATIE.....	28

7.3	TRAMP STAMPS	29
7.3.1	INSTAGRAM.....	29
7.3.2	TIKTOK.....	30
7.3.3	SPOTIFY	31
7.3.4	OPVALLEND INFORMATIE	32
7.4	CONCLUSIE EN ADVIES	33
8.	<u>DE COMPLEXITEIT VAN INDUSTRY PLANTS</u>	36
8.1	MADISON BEER	36
8.2	BILLIE EILISH.....	38
9.	<u>CONCLUSIE.....</u>	41
10.	<u>BIBLIOGRAFIE.....</u>	42
11.	<u>BIJLAGEN</u>	FOUT! BLADWIJZER NIET GEDEFINIEERD.

Inleiding

Doorbreken in de muziekindustrie is zo goed als onmogelijk. De meeste artiesten zijn getekend bij een muziklabel en brengen zo hun muziek uit op de meest winstgevende manier. Een muziklabel zorgt voor connecties, promotie, maar vooral om deze artiesten te 'verkopen'. Het fundament van een artiest zijn is talent en hard werken. Zonder die aspecten geraak je niet bekend, toch?

Maar wat zijn industry plants? Dit zijn artiesten die zichzelf omschrijven als "onafhankelijk", met andere woorden, ze beweren dat ze niet onder een muziklabel werken, echter zijn zij achter de schermen een puur product van een label. In tegenstelling tot effectief onafhankelijke artiesten, zijn voornoemde industry plants op korte termijn bekend door hevige promotie vanuit labels en niet door eigen inspanning. Talent is hier dus ook niet noodzakelijk. Ieder persoon die er goed genoeg uitziet zal, door middel van autotune, als "*artiest*" kunnen worden beschouwd. Maar welk effect heeft dat nu op de muziekindustrie en wie kunnen we beschouwen als industry plant?

Industry plants roepen de vraag op over integriteit en authenticiteit van muziek. Het succes van deze artiesten zou te danken kunnen zijn aan de investeringen en promotie van grote labels, maar kunnen we dan nog spreken van eerlijke concurrentie tussen hen en onafhankelijke artiesten.

Daarnaast heeft de opkomst van industry plants invloed op de muzieksmaak en voorkeuren van het publiek. Met grote marketingcampagnes en gerichte promotie op sociale media, streamingdiensten en andere platformen, worden luisteraars blootgesteld aan hun nieuwe muziek. Dit kan ertoe leiden dat het publiek minder diversiteit en minder originele muziek ontdekt, omdat de meeste aandacht naar de door labels gecreëerde artiesten gaat.

Management summary

De doelstelling van deze bachelorproef is het onderzoeken hoe industry plants zijn ontstaan en hoe we ze kunnen identificeren in de muziekindustrie. Dit onderzoek wordt gedaan omdat het een complex en controversieel fenomeen is, en om een beter begrip en meer transparantie te bevorderen voor een eerlijkere muziekindustrie.

Er wordt onderzocht naar de definitie en geschiedenis van dit fenomeen, drie soorten artiesten zullen besproken worden en er worden drie grote voorbeelden van vermoedelijke industry plants gegeven. Dan zullen de grootste controverses besproken worden en er zal bestudeerd worden of het altijd mogelijk is om door te breken als industry plant. Ook wordt er besproken waarom de meningen verdeeld zijn over de vraag of industry plants goed zijn voor de muziekindustrie, of niet.

Ook wordt er een inhoudsanalyse gevoerd naar de communicatie op sociale media van twee vermoedelijke industry plants. Hier zoekt men naar of er een verschil is in hun communicatie ten opzichte van 'niet vermoedelijke industry plants' en of we een manier kunnen vinden om de communicatie van industry plants te onderscheiden van de communicatie van andere artiesten.

Als laatste laat men ook op basis van twee bekende voorbeelden de complexiteit van de term zien. Dit dient ter bewijs dat er niet altijd op basis van beperkte informatie ervan uit gegaan kan worden dat iemand wel of niet een industry plant is.

Dit onderzoek toont aan dat het niet altijd evident is om de communicatie van industry plants te onderscheiden van anderen, en dat op basis van sociale media alleen, industry plants niet altijd even snel geïdentificeerd kunnen worden. Ook wordt er op basis van de conclusie advies gegeven aan artiesten om hun promotie op sociale media zo effectief mogelijk te laten verlopen, zodat ze zoveel mogelijk verkeer naar hun muziek kunnen genereren.

1. Definitie en geschiedenis

1.1 Definitie

De term industry plant kent meerdere definities. Aan één kant wordt deze term gedefinieerd als:

“Artiesten die uit de vergetelheid worden geplukt en een nieuw geluid en esthetiek krijgen op aanwijzing van hun platenmaatschappij en vervolgens door de strot worden geduwd van consumenten via wegen als afspeellijsten en radio.” (Rindner, 2020)

Of

“Een artiest die wordt gesteund door een groot/indie label maar zichzelf presenteert als een 'start-up van eigen bodem' om de illusie van een organische aanhang te creëren”.
(Mahamba, 2021)

Anderen beweren dat dit juist een term is die zou betekenen dat de artiest die beschouwd wordt als industry plant, nauwe banden heeft met de muziekindustrie waardoor deze niet met eerlijk hard werk zou bekend geworden zijn. De meest voorkomende definitie, echter, zou variaties van de volgende zijn:

“Industry plant is een negatieve term die wordt gebruikt om muzikanten te beschrijven die zogenaamd populair zijn geworden door nepotisme, erfenis, rijkdom of hun connecties in de muziekindustrie in plaats van op hun eigen verdiensten.” (Wikipedia, 2024)

In het algemeen wordt deze term gebruikt als vernederende term wanneer de waarachtigheid van een artiest in twijfel wordt genomen. Wanneer het succes van een artiest “te mooi om waar te zijn” lijkt, zal deze artiest snel worden beschuldigd als industry plant.

1.2 Geschiedenis

Het begrip kent een interessante geschiedenis. Er is vermoeden dat het eerste gebruik van het woord *industry plant* zou gebeurd zijn rond een decennia geleden, in de hiphop atmosfeer. Er dateren blogs uit 2012 op het platform IGN, waar een profiel mats als gebruikersnaam *dizzY41111*, een rapper genaamd Trinidad James beschuldigde als *industry plant*. Toen James later communiceerde dat hij bij muzieklabell Def Jams getekend had, beschouwde dizzY dit als genoeg bewijs om zijn claim te onderbouwen.

Wat de term heeft doen verspreiden, was de voorpagina van XXL-magazine. Het magazine publiceerde zijn jaarlijkse “Freshman Class”. Hierop poseren opkomende rappers, die het magazine zelf heeft uitgekozen. Deze lokken vaak aandacht op, doordat er minstens 1 artiest wel eens wordt beschuldigd van het ‘niet verdienen’ van de titel. De 2015 editie, echter, lokte een heel ander soort controverse op. Hier poseerde ‘aspiring’ rapper Raury op de voorpagina met een wit T-shirt met de tekst “*industry plant*”. Enkele dagen later publiceerde Complex magazine een korte introductie over de term, en noemde het iets “waar alleen hip-hop cultuur de moeite voor zou hebben gedaan om te bedenken”. (Galil, 2019) (Rindner, 2020)

In Vlaanderen (en België in het algemeen) heeft deze term nog niet door kunnen breken. Het is hier nog een onbekend fenomeen, en op Vlaamse artiesten komt ook voorlopig de beschuldiging van *industry plant* niet voor. Op sociale media, is de term meestal gegeven aan Amerikaanse artiesten, omdat het ook in de Verenigde Staten is ontstaan.

2. De soorten artiesten

Niet elke artiest brengt zijn muziek op dezelfde manier uit. Je hebt dus verschillende soorten artiesten, die elk hebben gekozen zich zo in de muziekindustrie te representeren. Artiesten besluiten op basis van enkele factoren tot welke soort ze willen behoren, van economisch voordeel tot artistieke controle. Uiteindelijk is de prioriteit van een artiest dat hij of zij zijn eigen muziek de wereld in kan sturen, alleen hoe ze dat doen zal verschillen. Dit zijn de 3 voornaamste soorten van artiesten in de muziekindustrie.

2.1 Een onafhankelijke artiest

Een onafhankelijke artiest is een artiest die zijn/haar muziek onder eigen termen uitbrengt, en niet gelinkt is met een muzieklabel. Deze artiesten promoten zelf hun liedjes en albums, en bouwen hun eigen carrière op onder eigen voorwaarden. Een artiest kan ervoor kiezen om niet te tekenen bij een muzieklabel voor verschillende redenen:

- De artiest wil zelf 100% van de inkomsten houden.
- De artiest wil zijn eigen release-datums bepalen (onder een label wordt er een strikt schema gehanteerd en maak je wel eens kans dat je je lied een heel stuk later mag uitbrengen dan wanneer je zou willen).
- De artiest wil creatieve controle over zijn/haar muziek. (Een label zal iets meer strikt zijn op wat bij hen past of niet)
- De artiest wil volledige eigendom over zijn/haar liedjes.

2.2 Een gesigeneerde artiest

Een gesigeneerde artiest is een artiest die openlijk zijn liedjes uitbrengt onder een muzieklabel. Deze artiesten verkiezen om onder een muzieklabel te werken voor diverse redenen, namelijk:

- De artiest wil meer toegang tot grootschalige promotie (via het label).
- De artiest wil financiële steun krijgen voor hogere kwaliteit muziek.
- De artiest weet niet hoe hij/zij het beste zijn/haar 'artist brand' kan opbouwen.
- De artiest weet niet hoe hij/zij aan de 'business'-kant van de muziekindustrie moet werken en zoekt hier steun in.

2.3 Een industry plant

Een industry plant is een artiest die zijn/haar muziek volledig in afstemming met zijn/haar label produceert en uitbrengt. Industry plants zijn (letterlijk) 'geplant' door de muziekindustrie, met als voornaamste doel financiële winst. Talent speelt hier een kleine rol, maar men focust meer op populariteit en aantrekkelijkheid voor het publiek. Het grootste voordeel voor de industry plant zelf, is dat ze hiermee een platform krijgen, zonder zelf (grote) moeite erin te moeten steken.

Toch wordt de term vaak in een verkeerde context gebruikt. Muziekschrijver gericht op technologie en innovatie Cherie Hu, maakt duidelijk dat fraude essentieel is voor het label van industry plant:

"Er is een artiest die beweert DIY, onafhankelijk of huisgemaakt te zijn, maar eigenlijk een zeer onnatuurlijke machine achter zich heeft op de een of andere manier, of dat nu een deal is met een groot label of een vorm van bedrijfssponsoring," zegt Hu. "Plotseling is deze artiest waar niemand van af wist nu op de radio of krijgt hij heel mainstream aandacht, en veel mensen weten niet waarom, dus leidt dit ertoe dat ze liegen over hun achtergrond." (Rindner, 2020)

"Ik heb veel mensen de uitdrukking horen gebruiken om artiesten te beschrijven die echt goede connecties hebben met de muziekindustrie. Hun ouders kennen de belangrijkste man bij een Top 40 radiostation of de persoon bij een label die A&R overziet," zegt ze. "Veel mensen zullen dit soort artiesten zien als planten uit de industrie, maar ik zou ze niet zo karakteriseren." (Rindner, 2020)

Vaak zoeken vaak de kleinste connectie die artiesten kunnen hebben met de muziekindustrie voor hun opkomst, om hun authenticiteit te beschadigen. Enkele voorbeelden hiervan zijn Clairo, wiens vader marketingmedewerker was bij Converse en een van de leidinggevendenden achter hun muziekprogramma Rubber Tracks. Een ander voorbeeld is Billie Eilish, wiens ouder haar vermoedelijk hebben geholpen om door te breken in de muziekindustrie.

Hu zegt dat naarmate technologie de muziek in het afgelopen decennium heeft hervormd, ook de manier waarop een industry plant kan worden gecreëerd is veranderd. Ze wijst op het in scène zetten van virale momenten op platforms als YouTube en TikTok, zowel hoeveel gebruikelijker ze tegenwoordig zijn dan in het verleden, als hoe influencers kunnen worden betaald om hashtags en zelfs liedjes te promoten.

"Het concept van iets dat viraal gaat, denk ik, is ouder [dan het idee van een industry plant], en zodra er meer bewustzijn was van hoe gemakkelijk het was om dingen viraal te laten gaan online, begonnen mensen misschien meer gesprekken te voeren over het concept van een industry plant," zegt ze. Terwijl het internet de muziek heeft gedemocratiseerd, legt Hu uit dat er vanuit fans een bredere vraag is naar transparantie. Hoewel goed bedoeld, zegt ze dat dit vaak leidt tot verkeerd gerichte scepsis over een artiest waarvan ze de opkomst naar bekendheid niet volledig begrijpen. (Rindner, 2020)

"Als er iets is dat voor hen niet klopt en ze niet helemaal begrijpen, heb ik het gevoel dat dat gebrek aan begrip hen onmiddellijk ertoe brengt een bepaalde artiest te categoriseren als een plant," concludeert ze. (Rindner, 2020)

3. Grootste voorbeelden van industry plants

Een industry plant zal uiteraard nooit toegeven dat hij/zij dit is, dus online zal je niet snel een artikel vinden dat een artiest zou bekennen dat hij/zij een industry plant is. Wel gaan er zeer veel speculaties rond op het internet over bekende artiesten die misschien wel eens een industry plant kunnen zijn. Dit zijn 3 van de meest bekende artiesten die als industry plant beschouwd worden, samen met hun reden voor vermoeden.

3.1 Iann Dior

Michael Ian Olmo, beter bekend als Iann Dior, begon zijn muziekcarrière met zijn single 'WYA' op SoundCloud, hij vertelt aan XXL magazine dat de track ineens 40 000 streams had, en dat hij hierdoor in shock was. Na het afstuderen in 2017 besloot Iann zich full time te focussen op het maken van muziek.

"Ik dacht bij mezelf, oké, dit is wat ik wil doen," vertelt Iann over zijn hiphopambities. "Ik zal mijn leven hieraan wijden. Ik zou ervoor sterven. Ik werd uit huis gezet omdat mijn vader probeerde me naar de marine te sturen—hij dacht dat dat een alternatief was. Dus liet ik mijn handen tatoeëren, want je kunt je niet aanmelden bij de marine als je zichtbare handtattoos hebt." (Cline, 2021)

Uiteindelijk zette zijn vader hem uit huis door dit incident. Ook kwamen zijn ouders erachter dat hij ontslagen was van zijn werk bij UPS, wat voor hen nog een reden was om Michael eruit te gooien. Hij bracht 2018 door met het opnemen van meer muziek, en maakte liedjes zoals "Cutthroat" en "Emotions" in zijn voormalige slaapkamer in Texas. Zijn perfect moment om de Westkust te bereiken kwam in 2019, toen Touch of Trent, een producer die vroeger bij het Internet Money Productions zat, contact opnam met Iann nadat hij zijn nummers op SoundCloud had gehoord. De twee begonnen samen te werken. Taz Taylor, oprichter van Internet Money, hoorde de nummers die ze aan het maken waren en vloog hem kort daarna naar L.A. Daar werd zijn nieuwe artiestennaam geboren— een combinatie van zijn middelnaam en een merk waarvan hij dacht dat hij het nooit zou kunnen betalen—zodra hij Texas voorgoed verliet. "Ik hield niet van wie ik was, begrijp je?" geeft Iann toe. "Ik wilde iemand nieuw zijn."

Iann Dior is in 2020 is opgeblazen voor zijn single 'Mood' met 24kGoldn (een hit met inmiddels meer dan 1 miljard streams). Het lijkt alsof hij uit het niets in de muziekindustrie is opgedoken met zijn mixtape genaamd 'nothings ever good enough', een mixtape met collaboraties met zeer grote artiesten (hier wordt meer in detail over gesproken in de inhoudsanalyse). Dior kreeg al sinds het begin van zijn carrière het label van industry plant, doordat het precies leek alsof hij verscheen met een label achter hem en een mixtape met miljoenen streams.

Ook wekte zijn eerste album veel controverses op. Hij noemde zijn eerste album 'Industry Plant', een direct teken om te laten weten dat hij de beschuldigingen heeft gehoord, en hij het zich absoluut niet aantrekt. In een persmededeling meldde hij het volgende (vertaald):

"Mensen willen artiesten tegenwoordig in hokjes stoppen en hen vertellen wie en wat ze zijn, terwijl ze niet zien wat er zich achter de schermen afspeelt," aldus Iann. "Dit is mijn manier om te zeggen: 'Ik ben wat jij zegt dat ik ben' en om mensen zich te laten concentreren op de muziek." (Fu, 2019)

Op de dag van vandaag krijgt Iann Dior al veel minder het label van industry plant. Heel af en toe krijgt hij wel op zijn sociale media enkele bemerkingen waar hij dit nog wordt genoemd, maar in het algemeen heeft hij zichzelf goed kunnen afweren van het label.

3.2 One Direction

De populaire Britse boyband 'One Direction' is het perfecte voorbeeld van een cash cow in de muziekindustrie. Deze 5 groepsleden, genaamd Harry Styles, Louis Tomlinson, Liam Payne, Niall Horan, en Zayn Malik, zijn begonnen als individuele deelnemers van de populaire zangwedstrijd 'X-factor UK'. Ze slaagden er jammer genoeg niet in om verder te geraken in de "Boys" categorie tijdens de bootcampfase van de wedstrijd. De jury wilde hen dan toch niet zo snel naar huis sturen, dus besloten hen allemaal in een groep te zetten (zodat ze wel gekwalificeerd konden worden voor de "Groups" categorie.)

De Amerikaanse zangeres Nicole Scherzinger, een gastjurylid, en jurylid Simon Cowell beweerden beiden op het idee te zijn gekomen om de band te vormen. In 2013 zei Cowell dat het "hem 10 minuten kostte om ze als groep samen te stellen". In 2022 bewees een nooit eerder vertoonde video dat Scherzinger inderdaad de belangrijkste rol speelde bij het vormen van de band. In de video werd Horan gekozen als eerste lid van de band, gevolgd door Styles, Tomlinson, Payne en Malik. Voor hun kwalificatienummer in "juryhuizen", en hun eerste nummer als groep, zong One Direction een akoestische versie van "Torn". Cowell merkte later op dat hun optreden hem ervan overtuigde dat ze "zelfverzekerd waren, leuk, als een bende vrienden, en ook een beetje onbevreesd." Binnen de eerste vier weken van de liveshows waren ze zijn laatste act in de competitie. In het Verenigd Koninkrijk begon de groep snel aan populariteit te winnen.

Toch is het hen niet gelukt om de wedstrijd te winnen, en zijn ze op de derde plaats geëindigd. Kort na hun eliminatie werd er bevestigd dat de boyband getekend werd door jurylid Simon Cowell voor een platencontract van 2 miljoen pond bij Syco Records.

Op de dag van vandaag, na de splitsing van de groep in 2016, vraagt het grote publiek zich nog steeds af hoe de jongens in 2010 verder zijn geraakt na hun 'slechte' audities. Men gaat er dus van uit dat de jury een kans zagen om geld te verdienen en dit risico hebben durven nemen. Dit was natuurlijk een groot succes, want One Direction is ontploft in populariteit. Met 177 awards en 285 nominaties was de groep een van de grootste boybands ooit.

Zelfs ex-1D lid Niall Horan beweert dat hij zijn eigen auditie niet goed vond. Toen hij mocht deelnemen aan de populaire internetshow 'Hot Ones', reflecteerde hij even over zijn tijd als jurylid bij The Voice US. Horan kreeg daarna de vraag of hij zijn stoel zou draaien voor zijn 16-jarige zelf, waarop hij reageerde met deze (vertaalde) quote:

"Ik zou niet omgedraaid zijn. Niet voor die man. Ik was op de juiste plaats, op het juiste moment. Nee, ik denk niet dat ik voor mezelf zou zijn omgedraaid, laat ik het zo zeggen. Ik zou nu voor mezelf draaien! Ik heb veel geleerd. Ik ben al een paar keer de revue gepasseerd, en dat is heel wat voor iemand van 29 jaar. Maar ja, ik zou nu omdraaien, toen niet. Dat is de waarheid." (Behnke, 2023)

Ook andere opinieblogs reflecteren over de 'slechte' audities, met de volgende (vertaalde) opmerkingen:

"Ze waren vals, konden de hoge noten niet halen en klonken af en toe als katten die gewurgd werden. Het spijt me, ik haat het om je tienerdromen te verpletteren, maar na het opnieuw bekijken van de eerste audities van One Direction kan ik hun talent niet langer verdedigen." (Venn, 2020)

"De problemen begonnen in serie zeven, toen Nicole Scherzinger voorstelde om vijf mislukte solozangers te pakken en ze tot een ietwat terughoudende boyband te maken: One Direction. Plots ging de show niet meer over bestelwagenchauffeurs en supermarktstapelaars, maar over het opbouwen van een net-goed-genoeg product dat zou verkopen." (Sampson, 2017)

3.3 The Beatles

Ook de wereldberoemde groep The Beatles wordt op de dag van vandaag nog verdacht als industry plant. (Ja, een groep dat eerder bestond dan de term zelf!)

Dit vermoeden ontstond nadat Giles Martin, zoon van George Martin (Britse muziekproducent, producer voor de groep) een video van zijn vader op X zet waarbij zijn vader terugdenkt aan het eerste moment dat hij The Beatles heeft ontmoet, in 1962, nadat ze werden afgewezen bij Decca (een andere muziklabel). Hij herinnerde zich hoe hij de muziek van de groep eigenlijk 'OK' vond en 'niet briljant' (Taylor, 2023)

Hij zei dat de echte magie kwam toen hij de jongens, en hun verschrikkelijk goede persoonlijkheden, leerde kennen. "Ze waren grappig, ze waren heel slim en ze zeiden allemaal leuke dingen. En het waren het soort mensen waar je graag mee omging. Dus ik dacht: 'Als ik zo over hen denk, zullen andere mensen ook zo over hen denken' concludeerde Martin. (Taylor, 2023)

Als je daar al het positieve uit haalt, dan heb je eigenlijk de kritiek dat wordt gegeven aan Industry plants. Zoals eerder vermeld, zijn Industry plants ook maar 'commercieel voordelige mensen' die worden verkozen boven hun eigen 'talent' en 'harde werken'.

Natuurlijk kwam deze video pas lang na het bestaan van The Beatles hebben uit (en nadat George Martin is overleden), dus waren ze in hun 'actieve' tijd niet echt publiekelijk beschuldigd als industry plant. The Beatles waren in retrospectief alleen maar beschouwd als vermoedelijke industry plant.

4. Argumenten tegen en voor

4.1 Tegen

Hoewel industry plants voordelig kunnen zijn voor de platenlabels, kunnen ze toch als heel schadelijk worden beschouwd voor de muziekindustrie. De belangrijkste reden waarom men tegen industry plants is, is dat zij de authenticiteit en geloofwaardigheid van andere artiesten in twijfel trekken. Als een luisteraar ontdekt dat zijn favoriete 'onafhankelijke' indie-artiest eigenlijk een puur product van een muzieklabel is, kan dit leiden tot een groot wantrouwen jegens deze artiest. Dit 'verraad' kan er ook voor zorgen dat luisteraars in de toekomst zeer sceptisch zullen zijn tegenover andere artiesten, vooral als deze plotseling 'opblazen'.

Een andere kritiek op industry plants is dat ze volgens andere artiesten een 'ongelijk voordeel' hebben. Ze hebben niet dezelfde middelen als industry plants, zoals top producenten, songwriters en marketingexperts. Dit creëert ook het gevoel dat succes niet langer gebaseerd is op hard werken en talent, maar eerder op financiële middelen en strategische marketing.

Een ander tegenargument tegen industry plants is dat ze de creativiteit belemmeren. Critici beweren dat door het snelle succes van industry plants, de muziekindustrie zal lijden onder een 'homogenisatie' van muziek. Als labels zien welke muzikale trends werken, zullen ze hun planten zo veel mogelijk exploiteren. Dit kan ervoor zorgen dat nieuwe artiesten minder snel de kans krijgen om nieuwe trends te introduceren of een nieuwe muziekstijl in de industrie te brengen.

Daarnaast bestaat de mogelijkheid dat industry plants beschuldigd worden van manipulatie door gebruik te maken van virale momenten en trends om 'snel populair te worden'. Hierdoor kunnen sociale media de voorkeur geven aan dergelijke kortetermijnsuccessen, waardoor artiesten die harder werken om hun muziek te promoten, benadeeld worden.

Ook een groot nadeel is dat vermoedelijke industry plants zoveel kritiek krijgen, wat een grote impact kan hebben op hun mentale gezondheid. Zoals eerder besproken, wordt het label als een soort scheldwoord gezien, en dit is dus allesbehalve leuk voor een artiest om te horen. Dit zou er uiteindelijk toe kunnen leiden dat de artiest niet meer wil werken als industry plant en geen waarde meer ziet in het voortzetten van hun carrière in de muziek.

Kortweg, hoewel industry plants veel voordelen hebben in hun carrière, zoals de snelle exposure en de middelen, toch is dit wel degelijk schadelijk voor de muziekindustrie en authenticiteit van artiesten.

4.2 Voor

Gezien worden als een industry plant heeft meestal een negatieve connotatie, maar waarom eigenlijk? Wat is er mis met industry plants? Hoewel dit fenomeen misschien niet gunstig is voor de artistieke integriteit van een artiest, biedt het wel een uitstekende kans voor platenlabels om financieel te profiteren, terwijl ze tegelijkertijd een artiest een platform bieden om in de schijnwerpers te staan en te groeien.

Platenlabels zullen niet lukraak een artiest lanceren; hier gaan doorgaans weloverwogen strategieën aan vooraf. Als een label potentieel ziet en gelooft dat een artiest een veelbelovende toekomst heeft, zijn ze bereid hierin financieel te investeren. Ze maken gebruik van hun uitgebreide netwerk om de artiest te laten groeien, wat vaak leidt tot snelle winstgevendheid en exposure.

Daarnaast dragen industry plants bij aan vernieuwing binnen de muziekindustrie door nieuwe trends te introduceren op het gebied van muziek, mode, en meer. Ze beschikken over de middelen om hoogwaardige producties en effectieve marketingcampagnes te creëren, wat resulteert in een bredere variëteit aan muziek voor het publiek.

Sommige industry plants fungeren ook als rolmodellen voor andere artiesten. Ondanks financiële ondersteuning moeten ze hard werken om zichzelf te bewijzen als waardige en competente artiesten. Dit kan inspirerend werken voor opkomende artiesten om vastberaden te blijven streven naar succes, ondanks de obstakels.

Verder helpen industry plants ook om barrières weg te nemen voor andere artiesten door investeringen en groei te stimuleren, wat resulteert in meer kansen en middelen voor nieuw talent en onafhankelijke artiesten. Dit bevordert de diversiteit en creativiteit binnen de industrie.

Tot slot kan de controversie rondom industry plants, zoals de twijfel over de authenticiteit en het succes van andere artiesten, een positief debat in de industrie aanwakkeren. Het kan leiden tot meer duidelijkheid en eerlijkheid over hoe artiesten worden ondersteund en gepromoot. Het kan fans en sceptici aanmoedigen om dieper na te denken over welke waarden ze belangrijk vinden in artiesten en hun muziek, wat kan leiden tot een diepere waardering voor authentiek talent en goede muziek.

5. Grootste controverses omtrent industry plants

Natuurlijk brengt zo een term bepaalde controverses met zich mee. Over wereldberoemde schandalen kunnen we voorlopig nog niet over spreken, maar dit zijn enkele controverses die de voorbije jaren de meeste aandacht van de media hebben gekregen.

5.1 Kanye West vs. Cardi B

In 2022, werd er in oktober een video gelekt uit de documentaire van Ye, vroeger bekend als Kanye West. In de video claimt Ye het volgende:

*“Cardi B is een plant van de illuminatie. Ze schrijft haar eigen raps niet. Ze is er alleen om zo onwetend mogelijk te klinken. En dan maakt ze nummers als 'f**k 'em and then get some money'”,* voegt hij toe, verwijzend naar een lied dat G-Eazy heeft uitgebracht, in samenwerking met Cardi B. Daarna zegt hij dat ze Nicky Minaj *“letterlijk met opzet heeft vervangen, en nu weet ze niet wat ze moet doen. Ze heeft geen idee wat er aan de hand is”* en dat ze denkt dat het een zegen is vaan het universum, maar *“het is geen f*cking zegen”* (II, 2023)

Na dit te horen te krijgen, besloot Cardi B publiekelijk te antwoorden. Op X reageert zij met een video waar een interview tussen Ye en Hollywood Unlocked. Hierin meent hij dat hij altijd in Cardi heeft geloofd sinds zij op de show was, punt. Cardi ondertitelde deze video met een hartjes-emoticon.

5.2 Keke Palmer vs. Bobbi Althoff

Bobbi Althoff is razendsnel bekend geworden als een populaire podcaster die binnen no-time viraal ging. Ze heeft onlangs enkele van de grootste namen in de entertainmentindustrie geïnterviewd, waaronder Drake, Michael Cera en Offset, voor haar populaire podcast “The Really Good Podcast”. Tijdens een podcast sprak Keke Palmer, bekend actrice, over het onderwerp van industry plants omdat mensen zich afvroegen hoe Althoff zo snel beroemd kon worden.

Tijdens het gesprek verklaarde Althoff dat ze de betekenis van de term niet goed begreep, en maakte hier grapjes over met betrekking tot haar eigen situatie. Palmer legde uit dat een ‘industry plant’ iemand is die, dankzij zijn connecties en zonder veel talent te hebben, beroemd wordt. Althoff merkte op dat haar leven aanzienlijk eenvoudiger zou zijn geweest als ze dergelijke connecties had gehad, maar benadrukte dat ze die niet had gekregen voordat ze beroemd werd. Daarnaast wees Palmer er ook op dat zij en Althoff een gemeenschappelijke manager hadden en hoe snel Althoff bekend werd, terwijl het bij haar veel langer duurde. Dit zorgde voor verschillende reacties op sociale media, waar sommige mensen Palmer prezen omdat hij deze directe vraag stelde, terwijl anderen vonden dat enkele sarcastische opmerkingen van Althoff niet goed begrepen werden.

Tijdens een exclusief interview met Rolling Stone, besprak Althoff de kritiek die haar unieke interviewstijl ontving. Ze verklaarde dat er veel mensen zijn die haar verkeerd interpreteren en denken dat ze een gemene persoon is, terwijl ze in werkelijkheid slechts een specifieke rol speelt tijdens haar podcast. In deze podcasts legt ze sterk de nadruk op het contrast tussen haar persoonlijkheid en wie ze werkelijk is. Ondanks de kritiek blijft Althoff succesvol en bewijst ze haar onafhankelijkheid in de wereld van entertainment.

6. Doorbreken als industry plant

Doorbreken als industry plant is niet altijd eenvoudig. Om populair te worden in de muziekindustrie moet een artiest een manier vinden om het publiek aan te trekken. Vaak gebeurt dit door zich te richten op een niche, zoals een specifiek genre (bijvoorbeeld girly pop), maar er spelen ook andere belangrijke factoren mee. Om door te breken en ervoor te zorgen dat hun muziek wordt gehoord, moeten artiesten zichzelf actief promoten.

Sommigen kiezen ervoor om deel te nemen aan talentenjachten, zoals The Voice of Got Talent, regelmatig kleine concerten te geven, hun sociale media te overspoelen met hun muziek, en nog veel meer. Voor industry plants is dit proces vaak vergelijkbaar, met als belangrijk verschil dat de inspanningen en financiële middelen door anderen worden gefaciliteerd. Consistentie is echter voor alle artiesten cruciaal om relevant te blijven in de ogen van het publiek.

Niet alle industry plants slagen er echter in om mainstream artiesten te worden. Dit kan verschillende redenen hebben, zoals een gebrek aan consistentie, onvoldoende promotiemiddelen (bijvoorbeeld wanneer het muziklabel het budget niet meer kan toewijzen en betaalde promotie stilvalt), of simpelweg doordat het algoritme of het publiek geen interesse toont. Bekende voorbeelden van mislukte industry plants zijn onder andere de pop-punkgroep 'Tramp Stamps' en rapper/zangeres 'Baby Goth'.

6.1 Tramp Stamps

De groep 'Tramp Stamps' is een pop-punkband die bekend is geworden op TikTok. De groep is ontstaan door een toevallige ontmoeting in een bar in Los Angeles. Tramp Stamps bestaat uit Marisa Maino, Caroline Baker en Paige Blue. Toen ze elkaar voor het eerst ontmoetten, kregen ze meteen een band door hun gedeelde liefde voor muziek. Ondanks hun verschillende achtergronden werden ze al heel snel goede vrienden en besloten ze samen muziek te maken.

Toen ze TikTok ontdekten, werd hun talent al snel ontdekt en bliezen ze op. Hun energie en 'relatable lyrics' sloegen aan bij kijkers en hierdoor gingen ze al snel viraal. Hun top 5 liedjes op Spotify hebben een totaal streamaantal van 21.600.000 op de dag van vandaag.

Naarmate Tramp Stamps groeide, werden meer en meer kijkers sceptisch over hun authenticiteit. Op TikTok werden ze al heel snel beschuldigd van industry plant te zijn, en dat hun snelle opkomst precies 'georganiseerd' werd en dat ze niet op organische manier bekend werden.

TikTokers maakten video's waarin ze beweerden dat de groep een PR-klare website hadden, en dat hun Instagram profiel te 'gepolijst' leek voor een groep die 'toevallig' elkaar in een bar hebben ontmoet en ontdekt hebben dat ze alle 3 'toevallig' een passie voor muziek deelde.

Deze beschuldigingen werden serieuzer toen bepaalde mensen op TikTok wat meer zijn gaan zoeken achter hun band, en ondervonden dat ze bepaalde banden hadden met Dr. Luke, een zeer controversiële muziekproducer. Deze personen zagen de geheime banden als bewijs dat deze groep niet authentiek was, en dat deze allesbehalve 'toevallig' werd opgericht.

Ondanks de beschuldigingen verdedigde de groep zich op Instagram en bleven ze aandringen dat hun passie voor muziek serieus was en ze technisch gezien hun eigen label zijn begonnen genaamd 'Make Tampons Free', onder het bedrijf 'AWAL' (Artists Without A Label). Wat ze niet hebben vermeld is dat de eigenaar van dit bedrijf Kobalt Music Group is, een van de grootste muziekluitgeverijen wereldwijd.

Ze vermelden niet dat AWAL eigendom is van Kobalt Music Group, een van 's werelds grootste muziekluitgeverijen.

In hun verdediging (een post van enkele slides die ze op verschillende sociale media hebben geplaatst) zeggen ze ook het volgende (vertaald):

*"Jullie zijn naar het einde van de f*cking wereld gegaan om op ons te schijten, hebt ons verteld zelfmoord te plegen en hebt samenzweringstheorieën op TikTok gebruikt als trend om meer views op je eigen video's te krijgen. F*ck you. Hou je niet van onze muziek? Luister er dan niet naar." (Jennings, 2021)*

Door hun toewijding aan hun muziek en hun drijfveer, bleef Tramp Stamps groeien en kregen ze snel steun van fans die het apprecieerde dat ze authentiek bleven. Toch, door onbekende redenen, zijn ze na dit incident gestopt met het maken van muziek als groep en zijn Tramp Stamps niet meer actief in de industrie.

Op de dag van vandaag krijgt Tramp Stamps ongeveer 74.000 luisteraars per maand en hebben ze circa 21.700 volgers op Instagram. De groep heeft ook hun laatste lied op 14 april 2021 uitgebracht (rond wanneer de controversie begon) en hun laatste Instagram post was op 28 januari 2022.

We kunnen dus ervan uitgaan dat dit een voorbeeld was van een mislukte industry plant. Deze groep werd 'ontmaskerd' en is uiteindelijk gestopt met bestaan. De 3 leden werken wel nog apart in de muziek: Marisa Maino is een soloartiest, Caroline Baker is een solo artiest en helpt andere artiesten als songwriter/producer en Paige Blue is ook een muziekproducent, songwriter en 'mix engineer'.

6.2 Baby Goth

Bria Bueno, beter bekend als Baby Goth, is een Amerikaanse zangeres en rapper die vanaf het begin van haar carrière het label industry plant op zich heeft gekregen. De zangeres verscheen uit het niets op de scène en had al een platencontract bij Republic Records, waarbij er relatief weinig informatie online beschikbaar was nadat ze haar artiestennaam had veranderd.

Desondanks blijft ze benadrukken dat haar artistieke keuzes haar eigen zijn, waarbij ze een industry plant definieert als iemand wiens artistieke beslissingen door het label worden bepaald, niet door henzelf. Deze beschuldigingen kwamen nadat ze van een 'onschuldige' singer-songwriter plotseling veranderde in een goth-rapper met gezichtstattoos en een 'druggie'-persoonlijkheid.

Op 28 februari plaatste ze een video op Instagram waarin ze een interview met Genius liet zien, waarin ze de tekst en betekenis achter haar single 'Mary' uitlegde. Baby Goth had inderdaad alle beschuldigingen gehoord, zoals ze onderschrift bij deze video plaatste (vertaald uit het Engels):

“Heb mijn eerste @genius interview gehad 🤔 zo blij en trots en het kan me NIETS schelen wat jullie te zeggen hebben, ik heb mijn kontje eraf gewerkt om te komen waar ik nu ben. Ik doe al mijn hele leven muziek en om eindelijk 6 maanden geleden getekend te worden door mijn droomlabel en al die droommuziekvideo's en performance sets te kunnen betalen die ik uit mijn hart, ziel en geest heb geschetst. Ik heb dubbel zoveel liedjes geschreven en opgenomen als ik uitbreng op de EP en het eerste album, EN video behandelingen, EN ik ben op mijn allereerste tournee waar ik in een maand meer verdien dan ik in een heel jaar zou doen, TERWIJL ik zorg voor mijn twee kleine jongens als een jonge alleenstaande moeder in de muziekindustrie. Ik geef mijn familie een leven dat ik nooit heb gehad en altijd als kind van droomde. Als je me wilt bekritisieren omdat ik hard werk en snel erkenning krijg, terwijl deze andere kinderen hier hun geld verkwisten aan sieraden en de stijlen van andere artiesten kopiëren, niet eens hun eigen muziek of video's schrijven, of zichzelf aankleden, ga dan terug naar de jaren 50. Als je me een industry plant wilt noemen, kunnen jullie mijn salade opeten 🥗👁️ we gaan dit jaar omhoog 💪🔥” (babygoth, Instagram, 2019)

In januari 2019 plaatste een YouTube-account genaamd 'Progress' een video waarin de artiest werd beschuldigd een industry plant te zijn. Deze video bereikte snel meer dan 1 miljoen views, en naar verluidt spreekt Baby Goth ook over deze video in haar interview, waarbij ze vermeldt dat ze 'één content creator heeft geconfronteerd'.

"Ik werd ook gelabeld [als plant] omdat een YouTuber een video over me had gemaakt en hij minstens de helft van de feiten verkeerd had," meldt ze. "Ik en een ex-collega hebben contact met hem opgenomen en hem gevraagd de post te verwijderen omdat er zoveel onjuiste informatie in stond. We boden hem mijn allereerste interview aan als ruil. Hij weigerde omdat hij al views op de video had." (Galil, 2019)

Na het uitbrengen van haar eerste EP en het uitbrengen van meerdere singles, en na haar verschijning op de soundtrack van *Birds of Prey*, begon Baby Goth langzaam maar zeker af te stappen van het label van industry plant en werd ze serieuzer genomen in haar carrière.

Desondanks besloot Baby Goth in 2020 plotseling te stoppen met muziek maken. Haar laatste lied werd uitgebracht op 20 november 2020, en momenteel heeft ze minder dan 34 duizend luisteraars per maand. Dit aantal is aanzienlijk lager dan voorheen, gezien haar hits die meer dan 7 miljoen keer zijn beluisterd en haar samenwerkingen met wereldberoemde artiesten zoals Trippie Redd en Wiz Khalifa.

Sinds 28 juli 2021 blijft ze echter volhouden dat ze nieuwe muziek klaar heeft liggen op Instagram. Tot op heden heeft ze echter nog niets nieuws uitgebracht. In haar bijschriften stelt ze voortdurend de releasedatum van haar nieuwe album uit, van 'binnenkort' tot 'in 2023' en zelfs 'in 2024', enzovoort. Bovendien promoot ze niet langer haar muziekplatforms, maar eerder haar OnlyFans-account en haar samenwerking met het kledingmerk Fashion Nova.

7. Inhoudsanalyse

7.1 Vooronderzoek

Artiesten moeten hun muziek op de meest effectieve manier promoten, en sociale media zijn hierbij een krachtig instrument. Dit bouwt een platform voor de artiest op, wat kan leiden tot meer exposure en verkeer naar hun muziek.

Sociale media kunnen ook financieel voordelig zijn voor artiesten als ze een organische groei weten te realiseren. Twee van de meest effectieve platforms voor muziekpromotie zijn Instagram en TikTok.

Instagram is een van de meest gebruikte sociale media onder artiesten, en dat is niet voor niets. Het biedt een perfecte omgeving voor organische groei en heeft een groot bereik, wat veel interesse van artiesten genereert. Berichten en content kunnen zowel via mobiel als pc worden geplaatst, en er kunnen automatische posts worden ingepland.

Een ander groot voordeel van Instagram is het gebruiksgemak. Muziekpromotie op Instagram vereist geen complexe vaardigheden, en alle tools zijn eenvoudig en duidelijk. Dit trekt artiesten aan omdat ze op een professioneel niveau hun promotie kunnen uitvoeren, wat kan bijdragen aan betere resultaten.

TikTok is ook een zeer effectief sociaal medium voor artiesten, vooral vanwege de focus op video- en audiocreaties. Het is ideaal om viraal te gaan en kan veel aandacht genereren voor de muziek van artiesten. Door het begrijpen en benutten van het algoritme kunnen artiesten snel de aandacht krijgen die ze verdienen. TikTok biedt ook mogelijkheden voor gebruikers om gepromote nummers in hun eigen content te gebruiken, wat voor nog meer exposure zorgt.

Een verschil met Instagram is dat content op TikTok gecommmercialiseerd kan worden, waardoor artiesten kunnen bijverdienen aan hun promotie en dit geld weer kunnen investeren in verdere promotie. Helaas is dit op Instagram nog niet mogelijk.

Het beste streamingplatform voor artiesten om hun muziek uit te brengen is Spotify. Het is essentieel om via juiste promotie op andere sociale media het publiek naar de Spotify-pagina van de artiest te leiden, wat ook professioneel overkomt. Spotify heeft de meeste maandelijkse luisteraars, waardoor het een ideaal platform is voor artiesten om hun bereik te maximaliseren.

Andere voordelen van Spotify zijn onder meer de mogelijkheid om nummers te pitchen voor grote afspeellijsten die door Spotify worden samengesteld, wat weer gepromoot kan worden op andere sociale media. Ook kunnen de songteksten gemakkelijk worden gedeeld, wat zowel voor artiesten als fans een perfect medium is voor meer exposure.

Deze analyse richt zich op de communicatie van industry plants op Instagram en TikTok, evenals hun profielen op Spotify, om mogelijke afwijkingen of onregelmatigheden te onderzoeken.

7.2 Iann Dior

7.2.1 Instagram

Profiel (bio)

De gebruikersnaam van Iann Dior op Instagram is @iann Dior. In zijn biografie staat een aankondiging van zijn nieuwste single 'Edge Of Tomorrow'. Hij heeft momenteel 1,3 miljoen volgers en 71 posts. In zijn bio staat er ook een link waarin zijn profiel op verschillende streaming-mediaplatformen te zien zijn. (Geconsulteerd op 3 juni 2024)

Eerste post

Zijn eerste post, heeft hij geplaatst op 11 april 2019. Deze post was ter promotie van 'nothings ever good enough', zijn eerste mixtape. Het is opmerkelijk dat zijn allereerste post al meteen een aankondiging van zijn muziek is.

Dit kan laten blijken dat hij is begonnen aan sociale media met de intentie om zijn muziek serieus te nemen. Aan de andere kant kan dit ook van toepassing zijn als dit vanuit het label van Iann Dior werd geplaatst, om hem in de muziekindustrie te planten als 'Up and Coming' artiest.

Nog een heel belangrijk aspect te onderzoeken is dat zijn allereerste post geliket werd door wereldberoemde drummer Travis Barker. Hoe hij op het begin van zijn carrière al contact had met zo een beroemd persoon, is voorlopig een mysterie.

Profiel (alle posts)

Van de 71 posts die Iann Dior momenteel op zijn Instagram heeft staan, praten er ca. 50 posts over zijn muziekcarrière. Deze zijn dan bv. Promotie voor zijn nieuwe single, EP, Album, sfeerbeelden van zijn tournees (wel opmerkelijk dat hij geen posts heeft over de effectieve promotie van zijn tours, met data en locaties), teasers, optredens en nog meer over hem als artiest zijnde. Dit betekent dat hij ca. 70% van de tijd post over zijn muziek, en 30% over hemzelf als persoon zijnde.

Posts die niet over zijn muziek gaan, zijn meestal selfies, sfeerfoto's of foto's uit een fotoshoot. Deze zijn dus niet gericht op het promoten van zijn muziek, maar eerder om een kijkje te geven binnen zijn leven, en een persoonlijkere band op te bouwen met zijn publiek.

Ook is het heel duidelijk dat Iann Dior heel inconsistent postte van 2019 tot 2021 (in 2022 heeft hij zelfs helemaal niets geplaatst). Vanaf februari 2023 begon hij iets of wat meer consistent op Instagram te plaatsen, met 1 nieuwe post elke ca. 3 tot 15 dagen.

7.2.2 Tiktok

Profiel (bio)

De gebruikersnaam van Iann Dior op TikTok is @ianndior. Hier heeft hij 543.9K volgers en op al zijn video's heeft hij in totaal ca. 5 miljoen likes. Hier staat alweer een aankondiging van zijn nieuwe single 'Edge Of Tomorrow' en ook hier in zijn bio staat er een link waarin zijn profiel op verschillende streaming-platformen te zien zijn. (Geraadpleegd op 6 juni 2024)

Eerste post

Zijn eerste TikTok heeft hij op 26 oktober 2019 geplaatst. Dit is een TikTok waar hij vermoedelijk zijn single promoot door hierop te lipsyncen samen met zijn vrienden. Hij gebruikt zijn lied 'Strings' die hij samen met beroemde rapper Gunna heeft uitgebracht.

Dit lied maakt deel uit van zijn 'Industry Plant' album, die 2 weken later uitkwam. Dit zou dus betekenen dat hij niet zijn account is gestart met zijn eerste lied, maar net na zijn eerste mixtape is uitgekomen.

Profiel (alle posts)

Van de 140 video's die hij online heeft gezet, bevatten er circa. 90 zijn eigen liedjes. Dit is ongeveer 65 procent. Andere video's laten concerten zien, shoots voor muziekvideo's en kleine trends waarop de muzikant inspeelt.

De video's waarin hij zijn eigen muziek speelt, variëren van zijn oudste tot nieuwste liedjes. Hiermee post hij telkens maar 1 video per lied. Echter, wanneer hij een specifiek lied wil promoten (omdat deze binnenkort zal uitkomen, of pas uitgekomen is) post Iann Dior deze meerdere keren, tussen 4 en 11 keer.

Ook op dit sociaal medium plaatst hij onregelmatig, met pauzes van enkele maanden. De enige momenten waar we wel een regelmatig schema van posts zien, is wanneer hij een nieuw lied promoot. Dit doet hij dan ook met teasers, behind-the-scenes van de shoots voor zijn muziekvideo's, en interactieve posts waar hij vragen stelt zoals 'wat is jullie favoriete lyric van mijn nieuwe single'.

Zo probeert hij ook zoveel mogelijk engagement te creëren met zijn kijkers/volgers en een nauwere band te ontwikkelen met zijn fanbase.

7.2.3 Spotify

Profiel (bio)

Iann Dior heeft op dit moment 1.84 miljoen volgers, en ongeveer 13.65 miljoen luisteraars elke maand. De top 5 steden waaruit hij de meeste luisteraars haalt, zijn:

1. Sydney, Australië (170 189 luisteraars)
2. Chicago, VS (132 322 luisteraars)
3. Melbourne, Australië (131 658 luisteraars)
4. London, VK (124 575 luisteraars)
5. Brisbane, Australië (122 941 luisteraars)

In zijn artiestenbeschrijving, heeft hij niet zijn verhaal of bio staan. In de plaats daarvan heeft hij simpelweg de emoticons '😔💔' staan. Dit kan eventueel dienen voor het opwekken van mysterie, of het verbergen van zijn achtergrond als artiest. (Geconsulteerd op 6 juni 2024)

Eerste release

Zijn eerste mixtape, genaamd 'nohings ever good enough', kwam uit op 22 mei 2019. Deze EP bevat 8 liedjes, waaronder ook zijn eerste single ooit 'cutthroat' die hij in februari 2019 op SoundCloud heeft uitgebracht. Van de 8 liedjes, zijn er 2 collaboraties. Dit zijn 'romance361', een collaboratie met PnB Rock (overleden in 2022, ca. 4 miljoen luisteraars per maand, meest bekend voor zijn lied 'Selfish' met meer dan 416 miljoen streams). De 2^e samenwerking is molly, een collaboratie met Bernard Jabs (ca. 27 duizend luisteraars per maand, meest bekend voor zijn lied 'Come Again' met ongeveer 6.8 miljoen streams). Zijn eerste EP heeft momenteel bijna 740 miljoen streams.

'Mood' van 24kGoldn is uitgekomen op 24 juli 2021, in zijn album 'El Dorado'. Dit is het lied dat de carrière van Iann Dior helemaal heeft omgekeerd, en hem als serieuze artiest in de muzikindustrie heeft geplaatst. Dit lied heeft ook meer dan 1,5 miljard streams behaald.

Discografie

Van april 2019 tot mei 2024 heeft Iann Dior 4 albums, 1 EP, 1 mixtape, 12 aparte singles en 8 liedjes waar hij op heeft gecollaboreerd. Het populairste lied dat hij zelf heeft uitgebracht is 'emotions' met maar liefst 372 miljoen streams. Het meest populair lied waar hij als collaboratie mee heeft gezongen, echter, is de single 'Mood' van 24kGoldn. Dit lied heeft meer dan 1.8 miljard streams. Zijn minst populair lied is de versnelde versie van eerdere single 'saddest soundtrack', met iets meer dan 36 duizend streams. Kortweg, de muzikale reis van Iann Dior tot nu toe toont een mix van artistieke prestaties, succes op vlak van samenwerkingen en de onvermijdelijke ups en downs van de industrie.

7.2.4 Opvallende informatie

Zijn eerste Instagram post praat over zijn eerste mixtape (die uitkwam op 22 mei 2019), maar zijn eerste single 'Cutthroat' kwam al eerder uit op Soundcloud (nl. in februari 2019). Het label 10K Projects besloot hem in april 2019 te tekenen bij hun label, en de single werd uiteindelijk toegevoegd aan de mixtape en zo voor het eerst op zijn Instagram gepromoot.

In april 2019, dezelfde maand dat zijn eerste post online kwam, tekende Iann Dior bij het label 10K Projects, wat een belangrijke mijlpaal markeert in zijn opkomende carrière. Opmerkelijk genoeg lijkt hij echter weinig te refereren naar zijn label op sociale media, ondanks het gemakkelijk beschikbaar zijn van deze informatie online. Deze keuze kan wijzen op een bewuste strategie om zijn persoonlijke merk te benadrukken boven dat van het label, en benadrukt mogelijk zijn verlangen naar artistieke autonomie.

Zijn eerste TikTok is ook pas ongeveer 200 dagen na zijn eerste Instagram post uitgekomen, wat eventueel zou kunnen betekenen dat het een eigen keuze was.

Wat een andere verklaring kan zijn voor de latere TikTok, is het feit dat volgens Business Of Apps (Iqbal, 2024) het sociaal medium zijn grandioze groei heeft gehad tijdens het laatste kwartaal van 2019 en het tweede kwartaal van 2020. De gemiddelde gebruikers per maand steeg toen van 508 miljoen naar 700 miljoen. Dit is dus ook het moment waarop Dior zijn eerste post online heeft gezet.

Nog een interessante opmerking, is dat hij nooit een TikTok heeft geplaatst met de single 'Mood' waar hij aan heeft meegewerkt. Deze single van 24kGoldn is helemaal viraal gegaan op het sociaal medium, en heeft op de dag van vandaag 2,1 miljoen video's onder het origineel lied (hier tel je dan ook nog eens niet de video's die het lied gebruiken, maar onder een andere audio). Hier is men dus ook niet zeker of dit vanuit het label niet mocht, omdat dit lied in uitgekomen in oktober en hij tussen mei en november van 2021 helemaal niets op zijn TikTok heeft geplaatst.

Het is ook zeker heel opmerkelijk dat tijdens het schrijven van deze bachelorproef, op 11 juni 2024, Iann Dior al zijn posts (behalve zijn eerste) van zijn Instagram heeft besloten te verwijderen. De reden hierachter is nog een mysterie, aangezien hij dit nergens heeft aangekondigd. De voornaamste reden zal zijn dat hij buzz wil creëren, en eventueel binnenkort een nieuw album of nieuwe single zal uitbrengen. Dit zal pas duidelijk worden in de toekomst.

Op 13 juni 2024 besloot hij 31 posts terug op zijn Instagram te zetten. Enkelen waren degenen die hij eerder heeft verwijderd, andere zijn posts die hij op een ander ogenblik heeft gearchiveerd en terug online gezet. Ook dit wekt nieuwsgierigheid uit op wat zijn volgende plannen zijn, of dat dit gewoonweg een 'refresh' was voor hem.

7.3 Tramp Stamps

7.3.1 Instagram

Profiel (bio)

De gebruikersnaam van Tramp Stamps op Instagram is @trampstamps. In hun biografie staat er alleen een linkt die verwijst naar hun Spotify, Apple Music YouTube. Ze hebben momenteel 21.6K volgers en 114 posts. (Geconsulteerd op 8 juni 2024)

Eerste post

Hun eerste post verscheen op 30 november 2020 en was ter promotie voor hun cover van 'All The Small Things' van bekende rockband Blink 182. Deze was nog niet beschikbaar op Spotify, maar wel op SoundCloud te luisteren.

Ook dit zou een teken kunnen zijn dat de groep is begonnen met sociale media om hun muziek te promoten. Dit kan toevallig uit het initiatief van de band zelf komen, maar dit kan ook een teken zijn dat het label een nieuwe 'alternatieve' groep wil introduceren aan de muziekindustrie.

Profiel (alle posts)

Van de 113 posts die Tramp Stamps momenteel op Instagram heeft, praten ongeveer 93 over hun muziek. Dat komt uit tot ca. 82%. Deze posts zijn teasers van nieuwe muziek, releases, credits voor hun liedjes, promoties voor hun muziekvideo's etc. Het is dus duidelijk dat hun focus voornamelijk niet ligt op het tonen van hun persoonlijk leven, maar op het opbouwen van hun imago en reputatie en het promoten van hun muziek.

De andere posts, die wat niet direct hun muziek zouden promoten, bestaan uit foto's van fotoshoots. Deze fotoshoots helpen met hun visuele merkidentiteit, maar geven weinig inzicht in hun persoonlijke leven buiten de muziek. Ook telde ik in mijn analyse niet de posts ter promotie van hun merchandise, wat ze ook 5 keer hebben gedaan. Ook dit zou een poging kunnen geweest zijn om hun imago en fanbase loyaliteit te vergoten.

Ze postten regelmatig, met bijna elke 1-2 dagen een nieuwe post (en soms zelfs 2 of 3 keer per dag!). Dan zijn er ook wel 2 periodes waar ze even gepauzeerd zijn met het regelmatig posten, en wachtten ze enkele maanden om een nieuw lied aan te kondigen. Verder zijn er ook enkele korte periodes geweest waar ze maar 1-2 keer per week postten, maar in het algemeen waren ze wel regelmatig met hun promoties.

7.3.2 TikTok

Profiel (bio)

Het profiel op TikTok van Tramp Stamps is @trampstamps. Ze hebben een totaal van 348 duizend volgers en 5.8 miljoen likes op al hun video's (die nu niet meer online staan). In hun bio hebben ze simpelweg een '♥' staan, en een link naar hun streaming-platformen.

Profiel (posts)

Het blijkt dat Tramp Stamps al hun content heeft verwijderd, wat voor veel vermoedens zorgt. TikTok was het platform waar ze de meeste volgers hadden, en in plaats gewoon te stoppen met video's te plaatsen (gelijk ze op Instagram hebben gedaan), hebben ze blijkbaar besloten om ook nog eens al hun oude content te verwijderen.

Dit kan meerdere redenen hebben. Zoals vermeld in hoofdstuk 6.1, waren ze vooral gefocust op TikTok, en het is door dit sociaal medium dat ze werden ontdekt. Het is na de criteria op hun (omdat ze vermoedelijke industry plants waren) dat ze met een statement zijn uitgekomen en zijn gestopt met muziek (alhoewel ze nooit hebben gemeld dat ze gingen stoppen met muziek, het blijkt dat ze dit project gewoonweg hebben 'verlaten').

Het is dan bizar dat ze hebben besloten alles van op TikTok weg te halen, het medium waar ze het grootste bereik hebben, en op Instagram alles te behouden.

Een eventuele betekenis voor dit allemaal kan zijn dat de haat te extreem werd, en ze dit niet meer aankonden. Op Instagram zijn de comments wel redelijk tam, dus ze zouden hier minder nut aan gezien hebben om hun content hier te verwijderen.

7.3.3 Spotify

Profiel

Tramp Stamps heeft op Spotify een aanzienlijke aanwezigheid opgebouwd met meer dan 35.000 volgers en een maandelijkse luisteraarsbasis van ongeveer 74.000. De vijf steden waaruit ze de meeste luisteraars aantrekken, zijn de volgende:

1. Chicago, VS (1550 luisteraars)
2. New York City, VS (1274 luisteraars)
3. Sydney, Australië (1094 luisteraars)
4. Melbourne, Australië (1075 luisteraars)
5. Los Angeles, VS (1034 luisteraars)

Het is opmerkelijk dat hun artiestenbio op Spotify momenteel leeg is. Dit gebrek aan informatie kan een bewuste keuze zijn om een soort van mysterieuze persoonlijkheid rond de groep te creëren, maar het kan ook een gemiste kans zijn om een diepere connectie met hun luisteraars op te bouwen. (geconsulteerd op 10 juni 2024)

Eerste lied

De eerste single van Tramp Stamps, 'Sex With Me', werd uitgebracht op 27 januari 2021. Dit nummer heeft bewezen hun meest succesvolle track te zijn, met bijna 10 miljoen streams. Het succes van deze debuutsingle zette hen direct op de kaart en vormde een stevige basis voor hun verdere releases.

Discografie

Tramp Stamps hebben in minder dan een jaar tijd toch wel wat uitgebracht. Tussen januari 2021 en december 2021 hebben ze één EP en vier andere singles gelanceerd, wat resulteert in een totaal van tien originele nummers.

Hun populairste nummer bis hun eerste single, 'Sex With Me', met meer dan 9 miljoen streams. Dit is ook het nummer waar ze deels voor bekend stonden, en nieuwe luisteraars aantrok. Aan de andere kant is hun minst populaire nummer 'Not So Silent Night', met net iets minder dan 75.000 streams.

Het is ook opvallend dat ze uiteindelijk geen samenwerkingen hebben uitgebracht en geen volledig album hebben geproduceerd. Het gebrek aan samenwerkingen kan ook een gemiste kans zijn om hun bereik en diversiteit te vergroten.

7.3.4 Opvallend informatie

Het is opmerkelijk hoe Tramp Stamps op Instagram bij elk nieuw lied dat uitkomt, een post maken met de volledige credits voor alles rondom het lied. Dit zijn vaak de namen van de schrijvers, producers, en anderen die hebben geholpen bij de productie van het nummer. Het feit dat Tramp Stamps deze informatie bij elk lied deelt, kan twijfel oproepen over hun authenticiteit. Hoewel in elke post wordt gemeld dat de drie artiesten de liedjes hebben geschreven, blijft er onzekerheid bestaan over de mate waarin zij daadwerkelijk verantwoordelijk zijn voor het creatieve aspect en of zij financieel werden gesteund door hun label. Het delen van credits kan gezien worden als een manier om transparant over te komen, maar het kan ook worden gezien als een defensieve reactie op eerdere beschuldigingen van bedrog en manipulatie.

De carrière van Tramp Stamps was opmerkelijk kort. In slechts één jaar tijd hebben ze tien originele nummers uitgebracht en in totaal iets meer dan 23 miljoen streams weten te behalen. Hoewel dit geen kleine prestatie is, gezien de concurrentie in de muziekindustrie, roept het de vraag op hoe hun carrière zich had kunnen ontwikkelen als ze langer waren doorgegaan. Het is mogelijk dat de band zich had kunnen ontwikkelen tot een meer gevestigde naam met een groter repertoire en fanbase, maar dit blijft vermoedelijk. We kunnen daarom nooit met zekerheid achterhalen of de groep een positieve of negatieve evolutie zou hebben doorgemaakt in de toekomst.

Een belangrijk punt is dat Tramp Stamps in de muziekindustrie opdoken als een alternatieve 'pop-punk' coverband (Chaudhry, 2021). Deze positionering suggereerde een rebelle en alternatieve authenticiteit die wellicht aansloot bij een specifieke doelgroep. Echter, de vraag blijft in hoeverre deze identiteit organisch was of dat het een zorgvuldig opgebouwd imago was, bedacht door hun label om een nichemarkt te bedienen.

Een andere opmerking is dat Tramp Stamps nooit op tournee zijn gegaan. Tours zijn vaak cruciaal voor muzikanten om een diepere band met hun publiek op te bouwen en hun muzikaal talent live te tonen. Als industry plants, kan het ontbreken van tournees worden gezien als een teken van een gecontroleerd experiment door hun label dat uiteindelijk niet het gewenste succes opleverde. Hun abrupte terugtrekking uit de muzikscene en het verwijderen van al hun content van TikTok, waar ze het grootste bereik hadden, suggereert dat de band mogelijk niet in staat was om de druk van publieke kritiek en de verwachtingen van hun label te weerstaan.

Al en al bieden Tramp Stamps een fascinerend voorbeeld van de risico's die gepaard gaan met het fenomeen van industry plants. Hoewel ze aanvankelijk enige mate van succes wisten te behalen, wijzen de strategische keuzes in hun communicatie en hun snelle terugtrekking erop dat hun carrière grotendeels werd gestuurd door externen, wat hun authenticiteit als artiesten in twijfel trekt.

7.4 Conclusie en advies

De communicatie van industry plants zoals Iann Dior en Tramp Stamps illustreert hoe strategisch geplande promotiecampagnes en doordacht beheer van sociale media worden ingezet om artiesten in de muziekindustrie te lanceren en te positioneren. Beide artiesten gebruiken hun platforms voornamelijk voor muziekpromotie, waarbij een aanzienlijk deel van hun content gericht is op hun muzikale activiteiten.

Iann Dior toont vanaf het begin een sterke focus op serieuze muziekpromotie via zijn Instagram-profiel. Zijn eerste post was gewijd aan de promotie van zijn mixtape, en de vroege steun van mainstream act Travis Barker suggereert substantiële industriële backing. Op TikTok volgt hij een vergelijkbare benadering, waarbij ongeveer 65% van zijn content muziekgerelateerd is. De consistente promotie van specifieke nummers en tijdige posts op diverse platforms wijzen op een goed doordachte marketingstrategie. Zijn indrukwekkende bereik op Spotify en strategische samenwerkingen met andere artiesten, zoals het nummer "Mood" met 24kGoldn, onderstrepen hoe een label de carrière van een muzikant kan sturen en bevorderen.

Aan de andere kant belicht Tramp Stamps een ander facet van het industry plant fenomeen. Hoewel ook hun Instagram-profiel voornamelijk gewijd is aan muziekpromotie, wijzen hun korte carrière, het verwijderen van alle content op TikTok ondanks een groot aantal volgers, en bescheiden succes op Spotify op een mislukt label-experiment. Hun focus op alternatieve muziek en lichte personalisatie duiden op een overwogen strategie om een specifiek imago te creëren, maar ook op de uitdagingen en beperkingen van het zijn van een industry plant.

Een interessante observatie is dat volgens Bax Music de ideale promotieverhouding 3:1 is, met drie persoonlijke posts tegenover één salespost. In beide gevallen lijkt deze verhouding niet gevolgd te worden, met een sterke nadruk op salesposts.

In beide gevallen is duidelijk dat de labels achter deze artiesten een grote rol spelen in hun ontwikkeling en marketing. De communicatie van industry plants draait om zware inhoudelijke focus op muziek, timing en mediaselectie, en ze proberen bewust een specifiek imago op te bouwen. Dit kan leiden tot aanzienlijk succes, zoals bij Iann Dior, of een relatieve terugtrekking uit de publieke belangstelling, zoals bij Tramp Stamps. De presentatie en marketing van deze acts bieden inzicht in enkele methoden die labels gebruiken om nieuw talent te introduceren en marktaandeel te veroveren in de competitieve muziekindustrie.

Een artiest, industry plant of niet, moet dus de adequate manier vinden om zijn muziek zo effectief mogelijk te promoten. Enkele goede tips voor het promoten van muziek op Instagram, TikTok, en Spotify zijn:

1. Kies een thema die bij het imago past

Naast de muziekstijl is het onderwerp van de video's ook cruciaal voor een artiest. Het kiezen van een niche kan de kans vergroten dat de artiest binnen die specifieke doelgroep populair wordt, wat op zijn beurt kan leiden tot organische groei in het algemeen.

2. Authenticiteit

Het is essentieel voor een artiest om zichzelf op sociale media te profileren, en daarbij spelen verschillende elementen een belangrijke rol. Content die het dagelijkse leven van de artiest belicht, helpt een nauwere band op te bouwen met het publiek en wekt interesse op. Behind-the-scenes beelden, boeiende video's en andere interactieve content kunnen ervoor zorgen dat de artiest boeiend blijft voor zijn of haar volgers, en uiteindelijk kan dit leiden tot meer aandacht voor hun muziek.

3. Speel in op trends

TikTok is een app waar je allerlei trends en challenges kunt volgen (en er eventueel aan mee kunt doen). Ook als artiest is het de bedoeling dat de artiest hier soms aan meedoet, om hun platform op te bouwen, zodat je meespeelt met het algoritme van de app. Het is natuurlijk niet de bedoeling dat de artiest al zijn tijd en moeite steekt in het volgen van trends en challenges, en al zijn content hierop baseert. Echter is het een beter idee om dit te incorporeren in hun content, en dit te mengen met hun promotioneel materiaal.

4. Analyseer de data

Op zowel Instagram en TikTok, als op Spotify, zijn er handige tools die ervoor zorgen dat de artiesten hun statistieken kunnen volgen. Het is heel belangrijk om dit in de gaten te houden, zodat de artiesten kunnen zien wat wel of niet werkt, en of ze een andere aanpak in gedachten moeten nemen.

5. (Op Spotify) Maak gebruik van een strategische releaseplanning

Een goede manier om de fans van artiesten warm te maken voor hun nieuwe liedjes zijn pre-save campagnes. Deze campagnes kunnen via Spotify worden opgezet en gepromoot worden op alle andere sociale media platforms. Op die manier kunnen luisteraars het lied direct bij de release toevoegen aan hun bibliotheek op Spotify. Dit is voordelig voor zowel de promotie op sociale media als voor de luistercijfers van het lied.

6. Interactie met fans

Content creëren waar fans bij kunnen betrekken, zorgt voor een hogere betrokkenheid en meer interesse. Artiesten moeten manieren vinden om volgers en kijkers zo lang mogelijk geïnteresseerd te houden, en betrokkenheid is daarbij een perfecte oplossing. Ook moeten artiesten zelf met fans kunnen communiceren. Op TikTok kunnen artiesten duetten maken met hun liedjes, erop reageren of deze video's herplaatsen. Op Instagram kunnen video's worden herplaatst, op stories worden geplaatst, geliket en er kan worden gereageerd. Op Spotify kunnen artiesten ook playlists maken met favoriete nummers van hun luisteraars om te laten zien dat ze geïnteresseerd zijn.

7. Samenwerkingen

Op alle sociale media is het ook belangrijk om af en toe samen te werken met anderen om je zichtbaarheid te vergroten. Influencers of andere artiesten die binnen je niche/genre vallen, zijn perfecte kandidaten om samen een video of lied mee te maken. Deze kan dan via verschillende platformen worden gepromoot op diverse sociale media. Dit is voordelig en zorgt voor wederzijdse promotie, waardoor nieuwe volgers aangetrokken worden vanuit beide kanten. Het is dus een win-winsituatie!

8. Gebruik de juiste hashtags

Het gebruik van de juiste hashtags kan cruciaal zijn voor het algoritme en het succes van een video. Het is belangrijk dat de hashtags relevant zijn voor de video en tegelijkertijd trending zijn, zodat het bereik vergroot kan worden. Hashtags helpen ook om de posts van de artiest beter zichtbaar te maken en met specifieke zoekwoorden hoger op de zoekpagina's te verschijnen.

9. Blijf consistent

Regelmatige video's zorgen ervoor dat de content van artiesten 'up-to-date' blijft en dat sociale media deze niet naar de achtergrond van kijkers duwen. Door regelmatig te posten krijgt de artiest ook de kans om te experimenteren met wat wel en niet werkt, waardoor de promotiestrategie kan worden aangepast op basis van die bevindingen.

10. Gebruik stories

Stories zorgen voor directe communicatie met volgers. Hier kun je Q&A's organiseren, teasers plaatsen en exclusieve behind-the-scenes content delen. Stories trekken ook meer kijkers aan dan gewone posts, omdat ze makkelijker te bereiken zijn. Op Instagram staan ze bovenaan het scherm wanneer je de app opent, en op TikTok zijn ze te vinden in de inbox, bovenaan de lijst. Stories zijn dus perfect voor meer zichtbaarheid.

8. De complexiteit van industry plants

8.1 Madison Beer

Madison Beer is een Amerikaanse zangeres, die sinds haar 12^e in de muziekindustrie is getreden. Op een jonge leeftijd plaatste ze covers op haar YouTube, en hier kreeg ze al snel aandacht door van popster Justin Bieber. De zanger plaatste een video van haar cover van 'At Last' op zijn X (toen nog Twitter). Hij heeft haar ook laten tekenen bij het label waar hij werd getekend, namelijk Island Records, en werd ze gemanaged door Bieber's manager Scooter Braun.

In 2016, op haar 16e, werd ze uit het label gegooid, vermoedelijk door heel slechte prestaties van haar (toenmalige) laatste releases. Ook Braun is gestopt met zijn rol als haar manager. Beer voelde zich een 'gegeneerde mislukkeling'. Ze had het gevoel dat ze haar belangrijkste jaren had verwaarloosd, en dat ze in een heel donkere plek zat. Naast suïcidale gedachten en een zware eetstoornis, voelde ze zich ook gewoonweg enorm bedrogen, en dit drukte ze uit met de volgende quote (vertaald):

"Ik kon niet begrijpen waarom mijn label me liet vallen en waarom mensen die beloofden voor altijd in mijn leven te blijven, nooit meer tegen me spraken. Het was echt moeilijk en dat uitte zich in veel woede, wat er vervolgens toe leidde dat ik mezelf ging haten." (BANG Showbiz, 2022)

In 2017 is ze de samenwerking aangegaan met First Access Records (FAE), waar ze haar debuut EP 'As She Pleases' heeft uitgebracht. Hier werkt ze nog steeds mee samen. In 2018 werd ze ook getekend met Epic Records. Op de dag van vandaag werkt ze dus bij beide FAE en Epic Records.

Madison Beer is vandaag een bekende zangeres. Met meer dan 16 miljoen luisteraars per maand op Spotify en haar 3^e wereldtournee, kunnen we concluderen dat ze wel degelijk heeft kunnen bewijzen dat ze een plaats heeft in de muziekindustrie.

Op 2 augustus 2021 uitte de artiest haar frustraties over Epic Records, met een serie van social media posts. Op X (het huidige Twitter) postte Madison enkele tweets waarin ze beweert dat de 'machtige mensen' niets hebben gedaan om haar carrière te ondersteunen sinds ze in 2019 bij hen tekende. In één van de inmiddels verwijderde tweets schrijft ze (vertaald): *'Ik haat mijn l**** zo hard,'* waarin ze impliceert dat het gecensureerde woord 'label' is. Op de dag van vandaag zou ze nog steeds bij het label zitten, maar zijn er geruchten dat ze deze zal verlaten. (MadisonNationHQ, 2024) (madisonchart, 2024)

Maar toch werd zij doorheen heel haar carrière al te vaak beschouwd als industry plant. Dit zorgt voor enorme complexiteiten met deze term. Mensen met een beperkte kennis over de term zullen vaak heel snel de accusatie rondgooien naar een artiest die gewoonweg snel populair is geworden. Toch zijn er degelijk geldige redenen van waarom zij als industry plant beschouwd zou kunnen worden.

We kunnen beginnen met hoe ze werd ontdekt. Als het niet lag aan wereldsensatie Justin Bieber, kan het dat ze dan nooit ontdekt zou zijn geweest? Of dat dit veel langer zou hebben geduurd? Nog een heel interessant punt, is dat Bieber zijn connecties besloot te gebruiken om haar met een label te laten samenwerken, maar voor welke redenen?

Enkele plausibele mogelijkheden zijn bijvoorbeeld dat Bieber potentie zag, en haar de exposure wou geven die ze verdiende. Een andere mogelijkheid is dat hij een potentie zag voor financiële winst, en dat hij zijn kans heeft gegrepen. Het feit dat ze uit het label werd gegooid door 'geen goede prestaties' kan het bewijs zijn dat ze haar gewoonweg wouden exploiteren, en dat het niet is gelukt en dus geen interesse meer hadden in Beer.

Wat ook een grote rol zou kunnen spelen, is dat ze conventioneel knap is. Ze heeft 'de look' die haar de perfecte ster zou kunnen maken. Op sociale media kreeg ze al van een heel jonge leeftijd altijd commentaar op hoe mooi ze is, en dat ze met de jaren alleen maar knapper werd. Dit zou een reden zijn dat labels potentie zagen, en daardoor een potentiële kans zagen om haar een platform te geven.

We kunnen ook het scenario helemaal omdraaien in dit geval. Het is zij die toegewijd op social media plaatste en door haar rauw talent ontdekt werd en het zou haar talent zijn die haar naar een label bracht. Ook hier kan je dan zeggen dat het door haar stem en hard werken, ze de aandacht heeft gekregen die ze verdiende.

Nog iets wat dit scenario zou ondersteunen is het volgende. Als een label ziet dat een artiest van een ander label wordt gedropt door 'geen goede prestaties', waarom zouden zij dan toch de kans en risico willen nemen om haar aan boor te nemen? Dat zou betekenen dat zij potentie zagen, waar Island Records dit niet deed, en zij besloten hun best te doen Madison Beer de erkenning te geven die ze verdiende.

Dit is een voorbeeld van hoe moeilijk het is om te bepalen wat of niet kan tellen als industry plant. De term kan heel beperkt zijn, maar het kan ook enorm breed gaan. Een industry plant zal nooit snel toegeven of hij/zij dit effectief is, maar het zijn door het bestuderen van enkele factoren dat het duidelijk wordt (zoals achtergrond, promotiestrategieën, ...).

8.2 Billie Eilish

In 2016 bracht Billie Eilish Pirate Baird O'Connell, beter bekend als Billie Eilish, samen met haar broer Finneas het lied 'ocean eyes' uit op SoundCloud. Het lied bleef absoluut op en in hetzelfde jaar werd ze getekend bij het platenlabel Interscope Records. Het is opmerkelijk hoe Billie vanwege 1 nummer op SoundCloud werd getekend bij 1 van de grootste platenlabels in de VS. (Götting, 2024)

In maart van 2017 mocht ze ook een lied maken voor de bekende Netflix-serie '13 Reasons Why' en 5 maanden later kwam al meteen haar eerste EP uit, genaamd 'Don't Smile At Me'. Op het begin van 2018 mocht ze ook opnieuw een lied maken voor 13 Reasons Why, en samen met bekende artiest Khalid maakten ze 'Lovely'.

Haar debuutalbum 'When We All Fall Asleep, Where Do We Go', uitgekomen in oktober 2019, was een enorm success. Het werd al snel één van de bestverkochte en meest beluisterde albums van 2019. (Clay, 2019) Met dit debuutalbum wist ze ook liefst 5 Grammy Awards te winnen. Deze waren voor beste nummer en beste muziekopname (voor 'Bad Guy'), beste album en beste popalbum en beste nieuwe artiest. Dit gebeurde allemaal bijna 2 jaar na de start van haar carrière. Op het einde van 2019 bracht ze ook het lied 'Everything I wanted' uit, dat haar ook nog eens een Grammy heeft doen winnen voor het nummer van het jaar. Ook mocht ze op het einde van 2019, na 3 Amerikaanse tours tussen 2017 en 2019, op eerste wereldtour gaan. Dit was de 'When We All Fall Asleep World Tour'.

Enkele grote prestaties die ze tussen 2020 en 2023 nog heeft bereikt zijn het volgende:

- In 2020 een lied gemaakt voor de James Bond film 'No Time To Die'. Hiervoor heeft ze Grammy Award gewonnen en een Oscar.
- In 2020 ging Billie op haar tweede wereldtour, namelijk op de 'Where Do We Go? World Tour'
- Op 30 juli 2021 kwam haar 2^e album 'Happier Than Ever' uit. Hier heeft ze maar liefst 6 Grammy Award nominaties voor gekregen.
- Van februari tot september 2022 tourde ze over heel de wereld. Dit werd verfilmd en te zien op Apple Music.
- Ze heeft, samen met haar broer 3 nummers mogen schrijven voor de bekende Disney animatiefilm 'Turning Red'.
- In 2022 was ze één van de hoofdacts van populaire muziekfestivals Coachella en Glastonbury.
- In 2023 maakte ze haar debuut als actrice in de serie 'Swarm'.
- Voor de nieuwe film 'Barbie' maakte ze het nummer 'What Was I Made For?'. Hier heeft ze ook 2 Grammy Awards mee gekregen, één voor lied van het jaar en één voor het beste nummer geschreven voor visuele media.

Het is dus niet te ontkennen dat Billie Eilish één van de grootste namen van de muziekindustrie is. Ze heeft al wat kunnen bereiken, en blijft als artiest groeien in luisteraars. Wanneer iemand zo snel, zo bekend wordt, komt er vaak het vermoeden en de beschuldigingen van industry plant. Ook Billie heeft deze beschuldigingen gehoord. In een interview met Loud and Quiet zegt ze het volgende (vertaald):

“Ik wil gewoon de redenen horen waarom dat gezegd wordt,” vertelt ze “Ik geloof niet in de bullshit van de industry plant omdat het eigenlijk onmogelijk is om iemand echt succesvol te maken en het nep te laten zijn. Je kunt beroemd worden en nep zijn, maar niet dat mensen je koesteren en kunst maken die echt goed is.” (Wray, sd)

Nog een reden waarom er gespeculeerd wordt dat Billie Eilish een mogelijke industry plant, is vanwege haar ouders. Maggie Baird en Patrick O’Connell zijn beide acteurs die hebben gewerkt op het podium en op het scherm. Maggie is in TV series als ‘Friends’ en ‘Curb Your Enthusiasm’ verschenen. Ze heeft ook aan improvisatiecomedie gespeeld met the Groundlings met bekende acteur Will Ferrell. Ze heeft zelfs improvisatie geleerd aan bekende comedienne Melissa McCarthy. O’Connell heeft al gastrollen gehad in afleveringen van ‘The West Wing’ en ‘NYPD Blue’ en hij heeft ook enkele shows op Broadway gespeeld.

Jammer genoeg zijn ze niet verder succesvol kunnen worden na het starten van een gezin. Billie zei dat het haar ‘gek’ maakte dat haar ouders bleven afgewezen worden na elke auditie. “Jarenlang zag ik mijn ouders in teleurgesteld worden over het feit dat ze het niet beter hadden,” vertelde ze eerder aan Rolling Stone. (Marcos, 2023)

In 2020 kwam er een artikel uit over het feit dat Eilish een ‘nepo baby’ is (een kind dat geboren wordt met beroemde familieleden, die voordelig voor haar kunnen zijn in de toekomst). Finneas, haar broer, reageerde op deze controversie in een nu verwijderde tweet. Hierin meldde hij het feit dat zijn ouders het financieel heel moeilijk hadden als acteurs, en dat ze helemaal niemand kenden uit de platenindustrie.

Er is dus een grote mogelijkheid dat Billie Eilish als een industry plant gezien kan worden. Haar snelle doorbraak na het uitbrengen van één nummer op SoundCloud en het direct tekenen bij een groot platenlabel, samen met haar snelle opeenvolging van successen en de mogelijke connecties via haar ouders in de entertainmentindustrie, ondersteunen deze beschuldiging. Hoewel ze zelf de beschuldigingen ontkent, blijft er voldoende aanleiding om te speculeren dat ze aanzienlijke steun heeft gekregen die niet zichtbaar is voor het publiek.

Ook na alle voorbeelden van waarom ze wel als industry plant gezien kan worden, is het moeilijk te bewijzen dat ze dit effectief is. De term gaat zo breed, en het scenario kan hier ook volledig omgedraaid worden. We kunnen hier misschien spreken van talent en geluk. Ze werd ontdekt door een platenlabel op SoundCloud, zij zagen potentie en hebben haar

geholpen doorbreken als een internationale sensatie. Het is na haar hard werken, samen met haar broer, dat ze is kunnen openbloeien en haar plaats in de muziekindustrie heeft kunnen claimen. Dit is een grote reden van waarom het zo complex is om ervan uit te gaan dat iemand een industry plant is, het is veel meer dan een belediging.

9. Conclusie

Deze bachelorproef heeft de complexiteit en het effect van industry plants in de muziekindustrie onderzocht. Door een combinatie van literatuuronderzoek en inhoudsanalyse van specifieke gevallen hebben we inzicht gekregen in hoe industry plants ontstaan, hoe we ze kunnen herkennen en welk effect ze hebben op de muziekindustrie.

Het grootste gevolg van industry plants is twijfel. Deze twijfel wordt doorgetrokken over de hele muziekindustrie, waarbij ook de authenticiteit van andere artiesten in vraag wordt gesteld. Luisteraars willen artiesten steunen voor al hun harde werk, maar kunnen niet zeker weten of hun steun naar authentieke of 'fake' artiesten gaat.

De inhoudsanalyse van de communicatie van industry plants heeft aangetoond dat het niet altijd even evident is om een industry plant te identificeren. Hoewel er enkele patronen zichtbaar zijn, kunnen deze niet altijd honderd procent de kunstmatigheid van een artiest bewijzen. Het blijft dus lastig om de authenticiteit van een artiest te bepalen via sociale media.

Ten slotte heeft het onderzoek aangetoond dat industry plants een blijvend fenomeen zijn dat de muziekindustrie blijft beïnvloeden. Of dit nu positief of negatief is, hangt af van de perspectieven van verschillende posities in de industrie. Wat duidelijk is, is dat transparantie en eerlijkheid noodzakelijk zijn om de industrie zo gezond en eerlijk mogelijk te houden.

Ook blijkt dat het niet altijd evident is om vast te stellen of iemand wel of niet een industry plant is. Men vermoedt dat elke artiest een industry plant is als hij of zij rijke ouders heeft, weinig laat weten over zijn achtergrond, snel beroemd wordt, enzovoort. Natuurlijk is dit geen juiste definitie, en zijn er veel meer factoren die bepalen of iemand een industry plant is of niet. Daarom is dit zo'n complex maar delicaat onderwerp.

Op basis van deze conclusies wordt artiesten geadviseerd om strategisch gebruik te maken van sociale media en samenwerkingen om hun bereik en impact te vergroten. Tegelijkertijd is het belangrijk voor de industrie om kritisch te blijven kijken naar de balans tussen authenticiteit en marketingstrategieën om de geloofwaardigheid van de muzieksector te waarborgen.

Door deze inzichten hopen we bij te dragen aan een beter begrip van industry plants en aan een bredere discussie over de dynamische en veranderende aard van de muziekindustrie.

10. Bibliografie

- Andy. (2020, 18 februari). *Madison Beer unveils music video for new track titled Selfish*. Purple Revolver. <https://purplerevolver.com/music/new-music/madison-beer-unveils-music-video-for-new-track-titled-selfish/>
- Antwi-Buosiako, P. (2018, 25 maart). What Are Industry Plants and are they Ruining the Rap Culture? *Medium*. <https://medium.com/@ftp96/what-are-industry-plants-and-are-they-ruining-the-rap-culture-1588ebc2ce6b>
- BANG Showbiz. (z.d.). *Madison Beer felt "suicidal" after being dropped by her label*. Yahoo! News. <https://uk.news.yahoo.com/madison-beer-felt-suicidal-being-020000708.html#:~:text=The%2023%2Dyear%2Dold%20star,l%20was%20so%20suicidal>
- Behnke, M. (2023, 17 maart). Would The Voice's Niall Horan Have Turned His Chair For His Own X Factor Audition? The One Direction Alum Has A Brutal... *CINEMABLEND*. <https://www.cinemablend.com/television/would-the-voices-niall-horan-have-turned-his-chair-for-his-own-x-factor-audition-the-one-direction-alum-has-a-brutal-take>
- Camus, A. (2019, 2 oktober). *Billie Eilish, Between fake industry transplant and the Real Deal*. Rock NYC. <https://rocknyc.live/billie-eilish-between-fake-industry-transplant-and-the-real-deal.html>
- Chaudhry, A. (2021, 24 april). Is this viral band really who they say they are? *Slate Magazine*. <https://slate.com/culture/2021/04/tramp-stamps-tiktok-controversy-pop-punk-feminist-queer.html>
- Clay, J. (2019, 4 december). *Spotify releases most-streamed songs and artists of 2019 and the decade*. WSYX. <https://abc6onyourside.com/news/entertainment/spotify-releases-most-streamed-songs-and-artists-of-2019-and-the-decade>
- Cline, G. (2021, 30 januari). *Iann Dior Plans to Completely Dominate Every Genre After Topping the Charts*. XXL Mag. <https://www.xxlmag.com/iann-dior-interview/>
- Coleman, C. V., II. (2023, 2 oktober). *Cardi B Responds to Kanye West Saying She's an Industry Plant in Leaked Video*. XXL Mag. https://www.xxlmag.com/cardi-b-responds-kanye-west-industry-plant/?utm_source=tsmclip&utm_medium
- Fenney, J. (2023, 10 augustus). *Leave It Out!: In Defence of 'Industry Plants'*. Belwood Music. <https://belwoodmusic.com/2023/08/10/leave-it-out-in-defence-of-industry-plants/>
- First Access Entertainment | Madison Beer signs to Epic Records*. (2019, 16 augustus). <https://web.archive.org/web/20200623220844/https://www.firstaccessent.com/2019/08/16/madison-beer-signs-to-epic-records/>
- Fu, E. F. (z.d.). *Accused industry plant Iann Dior to release debut album titled 'Industry Plant'*. Genius. <https://genius.com/a/accused-industry-plant-iann-dior-to-release-debut-album-titled-industry->

- Kreeftenberg, J. (z.d.). *MAAK FANS VAN JE VOLGERS – 6 SOCIAL MEDIA-TIPS VOOR ARTIESTEN*. Bax Music. <https://www.bax-shop.be/blog/marketing-business/maak-fans-van-je-volgers-6-social-media-tips-voor-artisten/>
- Lw. (2024, 18 januari). Podcaster Bobbi Althoff hits back at critics who call her an 'industry plant': 'They don't get it' *MARCA*. <https://www.marca.com/en/lifestyle/celebrities/2024/01/19/65a9b7fe22601d94628b4626.html>
- MacKenzie, K. (2023, 11 oktober). Industry plants aren't the problem - the current. *The Current - MSU Current Magazine*. <https://thecurrentmsu.com/2023/10/17/industry-plants/>
- Mahamba, J. A. (2022, 9 februari). Industry plants and what they mean - Bubblegum Club. *Bubblegum Club - A cultural organisation working across all platforms and mediums*. <https://bubblegumclub.co.za/music/industry-plants-and-what-they-mean/>
- Marcos, G. (2023, 17 mei). Is Billie Eilish a nepo baby? *TheThings*. <https://www.thethings.com/is-billie-eilish-a-nepo-baby/>
- Mckinney, J. (2023, 24 mei). *How 24KGoldn and Iann Dior's "Mood" Became One of the Biggest Songs in the World*. Complex. <https://www.complex.com/music/a/j-mckinney/24kgoldn-mood-global-success-story>
- Nast, C. (2020, 24 januari). *iann dior*. *The New Yorker*. <https://www.newyorker.com/goings-on-about-town/night-life/iann-dior>
- Peleg, N. (2024, 2 juni). 22 Best Music Platforms for Artists to Unlock Success. *SoundCampaign*. <https://soundcamps.com/blog/music-platforms-for-artists/#:~:text=Which%20music%20platforms%20pay%20artists,and%20a%20greater%20potential%20reach>
- Rindner, G. (2023, 5 februari). *What Is an Industry Plant?* Complex. <https://www.complex.com/pigeons-and-planes/a/grant-rindner/what-is-industry-plant>
- Sampson, I. (2017, 29 december). When good TV goes bad: why X Factor lost its way with One Direction. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2017/mar/13/x-factor-one-direction-boybands>
- Spotify*. (z.d.-a). https://open.spotify.com/artist/6ASri4ePR7RlsvIQgWPJpS?si=VR_cuvcyR1e1Cwz8UAs3LA
- Spotify*. (z.d.-b). https://open.spotify.com/artist/6ASri4ePR7RlsvIQgWPJpS?si=VR_cuvcyR1e1Cwz8UAs3LA
- Spotify*. (z.d.-c). <https://open.spotify.com/artist/27dC1hPiY4d4MVVFyBSC9W?si=g5ob-JxcRvqfujd4CzUdbA>
- Taylor, T. (2023, 11 juni). David Bowie and The Beatles? The three greatest 'industry plant' bands in history. *Far Out Magazine*. <https://faroutmagazine.co.uk/david-bowie-and-the-beatles-the-three-greatest-industry-plant-bands-in-history/>

TikTok - *Make your day*. (z.d.-a). <https://www.tiktok.com/@ianndior>

TikTok - *Make your day*. (z.d.-b). <https://www.tiktok.com/@ianndior>

TikTok - *Make your day*. (z.d.-c). <https://www.tiktok.com/@trampstamps>

Tinubu, A. (2021, 3 augustus). Madison Beer Revealed She Basically Paid for Her ‘Reckless’ Music Video. *Showbiz Cheat Sheet*.
<https://www.cheatsheet.com/entertainment/madison-beer-revealed-basically-paid-reckless-music-video.html>/<https://www.cheatsheet.com/entertainment/madison-beer-revealed-basically-paid-reckless-music-video.html/>

Trust, G. (2020, 23 november). 24kGoldn & Iann Dior’s ‘Mood’ Tops Hot 100 for Fifth Week, Billie Eilish’s ‘Therefore I Am’ No. 2. *Billboard*. <https://www.billboard.com/pro/billie-eilish-therefore-i-am-hot-100-number-two/>

Ucaya. (z.d.). *Soundcharts | Market Intelligence for the Music Industry*.
<https://soundcharts.com/blog/tiktok-guide-for-artists-and-music-professionals>

Venn, L. (2020, 8 oktober). I rewatched One Direction’s X Factor auditions and literally none of them can sing. *The Tab*. <https://thetab.com/uk/2020/10/08/i-rewatched-one-directions-first-auditions-and-literally-none-of-them-can-sing-177808>

Where Your Music is Everything – Spotify for Artists. (z.d.). <https://artists.spotify.com/home>

Wiki, C. T. M. B. (z.d.-a). *Access records*. Madison Beer Wiki.
https://madisonbeer.fandom.com/wiki/Access_Records

Wiki, C. T. M. B. (z.d.-b). *Madison Beer*. Madison Beer Wiki.
https://madisonbeer.fandom.com/wiki/Madison_Beer

Wikipedia contributors. (2024a, mei 8). *List of awards and nominations received by One Direction*. Wikipedia.
https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_awards_and_nominations_received_by_One_Direction

Wikipedia contributors. (2024b, juni 11). *Industry plant*. Wikipedia.
https://en.wikipedia.org/wiki/Industry_plant

Wikipedia contributors. (2024c, juni 13). *One direction*. Wikipedia.
https://en.wikipedia.org/wiki/One_Direction

Williams, E. (2022, 23 december). 8 Best Social Media for Artists in 2024: Benefits & Rating. *FixThePhoto.com*. https://fixthephoto.com/best-social-media-for-artists.html#google_vignette

Wray, D. D. (2023, 8 maart). *Just what is an “industry plant” anyway? - Loud And Quiet*. Loud And Quiet. <https://www.loudandquiet.com/short/just-what-is-an-industry-plant-anyway/>

X.com. (z.d.-a). X (Formerly Twitter).
<https://x.com/madisonchart/status/1780238184787349796>

X.com. (z.d.-b). X (Formerly Twitter).
<https://x.com/MadisonNationHQ/status/1780265180330357029>

X.com. (z.d.-c). X (Formerly Twitter).
<https://x.com/mashupmartin/status/1483759321603354630>