



Media

INTERVIEW KEES TOERING



De nummer één van de **Top 2000** mag tot vervelens toe Bohemian Rhapsody zijn, de formule van de eindejaarslijst is ijzersterk. Geestelijk vader Kees Toering weet waarom: 'Iedereen blikte terug. Daar hoort deze muziek bij.'

Door **Bart Jungmann** Foto **Adriaan van der Ploeg**

# Is this the real life?

**O**p een grijze wintermiddag vraagt ze opeens: 'Is this the real life?' Haar vriendin, ook 14 jaar, weet meteen wat van haar wordt verlangd. 'Is this just fantasy?' Waarna de rest van het reïfren eindigt in gemurmelde harmonie over de niet te ontsnappen werkelijkheid.

Daarover zal Kees Toering, geestelijk vader van de Top 2000, een paar dagen later zeggen: 'Je kunt er van alles van vinden en mijn favoriete liedje is het ook niet. Maar ik begrijp het wel. Het is majestueus en het komt precies tegen de klok van twaalf. Alles klopt gewoon aan *Bohemian Rhapsody*, alsof het hiervoor bedacht is.'

Vanaf Eerste Kerstdag zal de Top 2000 weer als de niet te ontsnappen werkelijkheid door het land schallen. Voor de meesten voelt dat als een warme deken, de onmisbare soundtrack bij de jaarwisseling. De spaarzame scepticus zal het soms een beetje benauwd krijgen onder die deken. Misschien vormen die tegenstrijdige gevoelens wel de beste definitie van wat een ritueel is. Onvermijdelijk én vertrouwd.

De ervaring in huiselijke kring vormt de aftrap voor een gesprek met de geestelijk vader. Is dat niet verontrustend, twee pubermeisjes die zwijmelen bij existentieel gegalm dat drie keer zo oud is als zichzelf? En, in het verlengde daarvan: zitten we voor altijd opgescheept met *Bohemian Rhapsody* als de nummer één in de lijst der lijsten?

De eerste vraag laat Kees Toering wijselijk onbeantwoord, maar het onderstreept voor hem wel de rituele kracht van de Top 2000. Daarom volgt op de tweede vraag een volmondig ja.

Ze hebben dit jaar de zesenhalf miljoen stemmen (wéér een record) in generaties gesplitst. De 55-plussers bleken een lichte voorkeur te hebben voor *Hotel California*, die andere evergreen in de Top 2000. *Bohemian Rhapsody* dankt zijn ruime overwinning vooral aan de jongeren, de leeftijdsgroep tot 35 jaar. 'Fascinerend, hè?'

In het Hilversumse omroepmuseum Beeld & Geluid is de Top 2000 deze vrijdagmiddag al volop aan de gang. Een

groot deel van de entree is in beslag genomen door het overbekende café dat sinds een paar jaar het epicentrum vormt van de muziekmarathon.

Met een medewerker bespreekt Toering de onverwoestbare inrichting. Hoe vaak is er de afgelopen jaren niet gesproken over eventuele modernisering? 'Designcafé', zeggen ze op een toon die niets te raden laat. En dus hangt ook in 2016 de popgeschiedenis van de vorige eeuw uitbundig aan de muur. Perzische kleedjes op de tafeltjes. 'Waar zullen we zitten?', vraagt Kees Toering.

Advertentie

Louis Theroux  
my scientology movie

vpro

vanavond 21.00 uur

sponsor van de vooruitgang

“**Bohemian Rhapsody dankt zijn ruime overwinning vooral aan de jongeren, de leeftijdsgroep tot 35 jaar**”

Toering is een 61-jarige man met een kuif die een swingend verleden doet vermoeden. Tot voor een paar jaar was hij zendermanager van Radio 2. In die hoedanigheid schoot de Top 2000 hem tijdens een slapeloze nacht te binnen als een formule om het nieuwe millennium in te luiden. Na een kwarteeuw heet dat nog altijd 'een beetje mijn kindje'.

Hij weet nog goed hoe hard dj's destijds tegensputterden. Was dat idee van hem niet heel erg Sky, de commerciële concurrent die behang maakte van muziek? En wie moest het behang uitkiezen? De luisteraars? Sinds wanneer hadden luisteraars verstand van muziek? Kees Toering dreef zijn zin door.

**Die eerste keer in 1999** was de Top 2000 goed voor drieënhalve miljoen luisteraars. Vergelijken met de acht miljoen luisteraars van nu lijkt dat een schamel aantal. Destijds was het de oppepper die een radiozender met een vaag profiel goed kon gebruiken. Toering: 'De eerste keren hebben we ons wel afgevraagd wanneer de formule uitgewerkt zou zijn. Maar na vijf jaar dacht ik: dit is zo sterk, dit gaat nooit meer over.'

Op weg naar het derde decennium van zijn bestaan is de Top 2000 een muzikale fruitmand waarin Jacques Brel zich wonderwel laat combineren met Bon Jovi en nieuwkomers geruisloos aanschuiven. Dat lukt volgens Toering geen andere hitlijst.

'Dat komt simpelweg doordat het de Top 2000 is. Je kunt een favoriet nummer thuis honderd keer draaien, maar in de Top 2000 is het toch anders. Het voelt als een erkenning van je smaak.'

Hij weet van musici die 's avonds opblijven wanneer hun hit aan de beurt komt. Toering: Jerney Kaagman heeft me weleens verteld dat ze de wekker zette omdat een nummer van Earth and Fire midden in de nacht zou worden gedraaid. Voor haar was dat een magisch moment.'

Een verklaring voor het veelomvattende succes dat de Top 2000 inmiddels is, kan Kees Toering slechts vinden in een keten van juiste beslissingen, toevalligheden en

## Helaas geen beeldmerk

Kees Toering slaat de krant open en legt zijn wijsvinger op een advertentie. Zowel in typografie als in uitvoering haakt autofabrikant Ford overduidelijk in op het succes van de Top 2000. 'We hebben het nooit als beeldmerk kunnen deponeren om-

dat een hitlijst universeel is.' In zijn tijd als zendermanager van Radio 2 waren de commerciële verlokkingen groot. Veel bedrijven wilden aanhaken bij de Top 2000. 'Supermarktketen C1000, die nu niet meer bestaat, heeft weleens

gevraagd of ze twee weken C2000 mochten heten. Dat ging om een hoop geld, maar als publieke zender mag je daaraan natuurlijk niet meewerken. Eigenlijk wel jammer. Niet zozeer om het geld, maar vanwege het idee.'



Een luisteraar van de Top 2000 zingt mee met *Wake me up before you gogo* van Wham!

misschien ook wel de tijdgeest. Neem internet, normaal gesproken een concurrent van oude media. In het geval van de Top 2000 versterken de sociale media juist het gemeenschapsgevoel.

Zeker zo belangrijk is volgens hem de toevoeging van *Top 2000 a gogo* geweest. De radiomakers vreesden aanvankelijk het onderspit te delven, maar het tv-programma werkte vanaf het begin als een katalysator. De presentatoren Matthijs van Nieuwkerk en Leo Blokhuis mogen zich daarin graag beklagen over de onderwaardering van zwarte muziek. Echt helpen doet dat tot nu toe niet. De top van de piramide is en blijft een blank bastion. Toering: 'Het zijn vooral witte mensen die stemmen, witte mensen met een vooral witte smaak.'

De voorkeur voor witte gitaarrock ligt volgens Toering ook verankerd in de wortels van Radio 2. Maar de Top 2000 is inmiddels zo ver in de samenleving doorgedrongen dat verkleuring een kwestie van tijd lijkt. De aanwas zit vooral bij de jeugd. Van de acht miljoen luisteraars is eenderde jonger dan 35 jaar.

**Na zoveel jaar ziet Kees Toering** in de Top 2000 al de contouren van een levensloop. 'Kinderen luisteren, min of meer noodgedwongen omdat het thuis gebeurt. Daarna zie je een knik, zo'n beetje aan het eind van de middelbare school. Zodra de kinderen van toen zich rond hun 30ste gaan settelen, keren ze weer terug.'

Meer dan in het grote bereik ligt de ware betekenis voor

### PERSONLIJKE VERHALEN

#### Teenage opera

Het liep tegen de feestdagen en ik wilde van mijn eerste centen een cadeau kopen voor mijn moeder die toen zwanger was van mijn jongste zusje. Mijn moeder lag op de bank naar de radio te luisteren en zong altijd mee. Vooral *Teenage Opera* van Keith West en *The day I met Marie* van Cliff Richard werd voluit meegezongen. Ik toog naar de Javastraat waar de platenzaak Con Brio was. Ik kocht daar de twee singles die mijn moeder zo mooi vond. Bij mijn moeder liepen de tranen over haar gezicht, toen ik haar dit cadeau gaf. Dagenlang hoorde ik deze nummers op de Erres-platenspeler.

#### Avond

Bij haar ben ik 'thuis'gekomen en heb ik de balans gevonden waarnaar ik zo vaak gezocht heb. Ik sta nu vast en stevig met mijn voeten op de grond, laat buiten de stormwind maar razen in het donker, want binnen is het warm en licht en goed! *Avond* is ons nummer, waar we vaak samen naar luisteren, ik geloof ik geloof ik geloof in jou en mij luidkeels meezingend.

#### Go Like Elijah

Ik ben beslist geen gelovig mens en weet tot op de dag van vandaag niet wie Elijah was, maar ik kon horen dat ze meende wat ze zong. Ik tastte dan ook direct in mijn zakgeldbuidel en kocht het plaatje. Hoe oud was ik nou helemaal, een puber waarschijnlijk, makkelijk beïnvloedbaar. Ban de bom, love en peace. Veel van die adolescente idealen heb ik allang achter mij gelaten. Na jaren later Chi Coltrane weer te hebben gehoord, vind ik nog steeds de oprechtheid terug die mij jaren geleden trof. De overtuiging van Chi ken ik niet, maar het feit, dat sommige dingen pas de moeite waard worden als ze met overtuiging worden gebracht, geeft aan dat *Go Like Elijah* allesbehalve zomaar een liedje is.

(Herinneringen van luisteraars aan nummers uit de Top 2000, afkomstig uit het Nationaal Archief)

hem besloten in de reacties van de luisteraars. De Top 2000 is een podium geworden voor persoonlijke verhalen, losgewoeld door de muziek van toen. 'Je leert veel van het gewone leven van een halve eeuw geleden. Hoe er bij het melken van de koeien werd geluisterd naar een transistorradio.'

Die anekdotische herinneringen liggen nu als cultureel erfgoed opgeslagen bij het Nationaal Archief in Den Haag. Toering: 'Daar ben ik nog altijd erg trots op.'

Vijf jaar geleden bogen wetenschappers zich over het belang van de Top 2000. Bij die gelegenheid stelde historicus Huub Wijffjes vast wat de peilers zijn. Nergens anders wordt zo'n duidelijke koppeling gelegd tussen muziek en emotie. En die koppeling werkt nu eenmaal het sterkst in de laatste week van het jaar. Toering, zelf ook historicus, noemt het eindejaarsgevoel essentieel. 'Iedereen blikt terug: wat heeft het jaar opgeleverd? Daar hoort deze muziek bij.'

Met de komst van het Glazen Huis in 2004 heeft de publieke radio een monopolie verworven in de goedgunstige gemeenschapszin die bij de tijd van het jaar hoort. Je zou kunnen zeggen Radio 2 en 3FM het kerstgevoel verklanken, maar in zekere zin hebben ze het ook ge-kaapt. De bijbehorende kerstmuziek klinkt er nauwelijks in door. Toering: 'Met de Top 2000 heb je er nu in elk geval goede muziek bij. Voor veel mensen is Kerstmis toch een saai bedoening.'

De belangrijkste succesfactor is volgens hem de zorgvuldige bereiding. Het is die ene week in het jaar waarin de presentator zich volledig ondergeschikt maakt aan het concept en de luisteraar wordt bevestigd in zijn goede smaak. Lange tijd werd dat gelardeerd met persoonlijke herinneringen. Tegenwoordig wordt luisteraars vooral gevraagd waar en in welke omstandigheid ze luisteren naar hun favoriete nummer. Dat versterkt het idee van een onontkoombaar ritueel.

Zo spint Radio 2 een web door heel het land, niet alleen in huiskamers, maar ook in de openbare ruimte. Zelfs de spaarzame scepticus ontkomt er niet aan op enig moment in zijn goede smaak bevestigd te worden.

“**Jacques Brel laat zich wonderwel combineren met Bon Jovi en nieuwkomers schuiven geruisloos aan**”