


MAATREGELEN VOOR DE UITVOERING VAN HET CONVENANT PREVENTIE GEHOORSCHADE MUZIEKSECTOR

Wat staat erin?	Concrete maatregel	Wie (is verantwoordelijk) ¹ ?	Wanneer (is het klaar)?	Kosten
1 GELUIDSLIMITERING				
<ul style="list-style-type: none"> De VNPF en de VVEM zorgen ervoor dat hun leden de audio-emissies beperken tot een hoogste equivalent gemiddeld geluidsniveau van $Leq=103$ dB (A), gemeten over 15 minuten. Daarbij wordt de piekbelasting beperkt tot een geluidsdruk van maximaal 200 Pascal. Onder geluidsniveau wordt verstaan het Leq-niveau in dB (A) gemeten over een periode van 15 minuten aan de mengtafel op een hoogte van 2 meter boven de vloer. Dit maximale geluidsniveau geldt vanaf 1 maart 2014 met een overgangstermijn tot 1 oktober 2014 om de nodige aanpassingen om dit maximum geluidsniveau te realiseren, en te implementeren. Tijdens deze overgangperiode zal de piekbelasting van een geluidsdruk van maximaal 200 Pascal vertaald worden naar een makkelijk meetbare grootte. 	<ul style="list-style-type: none"> Contractueel wordt door de programmeur vastgelegd dat dit onze norm is en er door onze technici gehandhaafd zal worden. Bij conflicten grijpt de local promotor of de programmeur in. Vastleggen in de house rider. DONE per 1 april 2015: 200 Pascal is 140 dB(C) 	<ul style="list-style-type: none"> Programmeurs Pre productie en Hoofd marketing 	<ul style="list-style-type: none"> z.s.m. in alle contracten en overeenkomsten met artiesten 	

¹ In deze kolom staan suggesties van functionarissen, maar de onderneming/muzieklocatie kan, vanzelfsprekend, zelf bepalen welke medewerker of andere persoon op organisatieniveau wordt toegewezen.

<ul style="list-style-type: none"> De partijen zullen gezamenlijk werken aan een differentiatie van het maximum geluidsniveau in combinatie met aanvullende beschermingsmaatregelen passend bij de aard en het oppervlakte in vierkante meter van de locatie en het type muziek. Het voorstel tot differentiatie zal per 1 mei 2014 uitgewerkt zijn en per 1 februari 2015 geïmplementeerd zijn. 	<ul style="list-style-type: none"> Differentiatie: (jonge) kinderen als doelgroep betekent geluid zachter. <p>DONE per 1 april 2015:</p> <ul style="list-style-type: none"> Jonge kinderen-shows (t/m 13 jaar): max. 91 dB(A) Kinderen-shows (14, 15 jaar): max. 96 dB(A). Als een (jong) kind (al dan niet toevallig) aanwezig is bij een concert voor de oudere doelgroep, geldt de differentiatie niet (en kan volume dus op ouderen gebaseerd blijven). Doelgroep: idee is dat minimaal ongeveer 70% bedoeld is uit die groep te komen (dus als ouders mee mogen komen bij een kinderconcert gaat het volume niet omhoog). 			
---	---	--	--	--

Suggesties:

-Boodschap: “103” is er al lang, niets nieuws.

-Boodschap: “103” is heel nette waarde, ook kijkend naar andere landen.

-Meenemen in precontractuele fase (bv. in de venue informatie, house rider) , en daarna in het contract.

-Begrip kweken in de keten: artiest - manager - agent - booker - locatie – huistechnicus.

-Bij kindershow is “103” is veel te hard, moet zachter, zie differentiatie van 96 en 91.

-Het mag ook bij andere shows best zachter.

- Belangrijk: het publiek moet krijgen wat het verwacht m.b.t. het geluidsniveau, binnen de beperkingen die er zijn.
- Mogelijk als stok achter de deur: boete in contract; dat bespreken we op het promotersoverleg.
- Actiepunt VVEM en VNPF: meeting met promoters organiseren.
- Actiepunt VVEM en VNPF: meeting met promoters van DJ's organiseren.
- Actiepunt VVEM en VNPF: Nederlandse markt mede voorlichten via "Music Managers Forum ("managers-club"), DONE.

Wat staat erin?	Concrete maatregel	Wie (is verantwoordelijk) ² ?	Wanneer (is het klaar)?	Kosten
2 GELUIDSMETING				
<ul style="list-style-type: none"> Het geluidsniveau wordt gedurende de muziekactiviteit gemeten met geschikte apparatuur (minimaal IEC 61672:2003, klasse 2). De geluidsmetingen moeten worden vastgelegd in een logboek. De geluidsmetingen dienen te worden uitgevoerd vanaf 1 oktober 2014. De muzieklocaties evalueren en rapporteren elk kwartaal op basis van een uniform format hun loggegevens aan de VNPF en de VVEM. De VNPF en de VVEM sturen op basis van deze data elk kwartaal een voortgangsrapportage aan het ministerie van VWS. De eerste voortgangsrapportage wordt vóór 1 maart 2015 aan het ministerie van VWS verstuurd. De voortgangsrapportages vormen de basis van de voortgangsgesprekken tussen de partijen. 	<ul style="list-style-type: none"> Aanwezigheid (aanschaf of huur) van geschikte meet apparatuur. Het geluidsniveau wordt gedurende alle relevante muziekactiviteiten doorlopend gemeten met meetapparatuur aan de mengtafel op een hoogte van 2 meter boven de vloer (minimaal IEC 61672:2003, klasse 2). De waarden kunnen steeds worden gebruikt door degenen die het geluid monitort en door de persoon achter de mengtafel. De geregistreeerde waarden worden bewaard en doorgegeven aan meten@ilovemyears.nl. 	<ul style="list-style-type: none"> Hoofd prod. techniek Hoofd prod. techniek 	<ul style="list-style-type: none"> Offerte aangevraagd. Operationeel per <datum> Bij alle versterkte concerten in <ruimten> 	
	<ul style="list-style-type: none"> Metten bij de mengtafel. Optie: in zicht van de geluidstechnicus. Doorlopend, real time. Als bij de soundcheck al blijkt dat er "problemen" verwacht worden, dan overlegt de technicus met de local promotor. 	<ul style="list-style-type: none"> 1^e technicus 	<ul style="list-style-type: none"> Bij alle versterkte concerten in <ruimten> 	

² Zie noot 1.

Suggesties:

- Overwegen het publiek niet alles te laten zien, want het betreft steeds momentopnamen, zegt niet voldoende over geheel. Wellicht t.z.t. wel na afloop laten zien wat geregistreerd is, bv in kleuren.
- Wel: het publiek moet krijgen wat het verwacht m.b.t. het geluidsniveau.
- Wel: het publiek moet erop kunnen vertrouwen.
- Geluidswaarden worden bewaard, mede vanwege “boetes” die bij overschrijding kunnen worden uitgedeeld (bv aan bands die te had gaan met eigen technici) en voor klachtafhandeling.
- Het bewaren van geluidswaarden: in elk geval gedurende de convenantsperiode, dan kunnen we ervan leren en dingen analyseren.
- Handig: maak het registreren en bewaren van gegevens niet arbeidsintensief. Want dan weet je niet zeker of het gebeurt en kost het steeds weer geld.
- Handig: bij het registreren is het handig ook de bijbehorende audio tegelijk op te nemen; dan kan je analyseren wat een eventuele hoge waarde veroorzaakte (denk aan mc, aankondiging, schreeuwend publiek). Dit mag, het hoeft niet op basis van het convenant.
- VNPF en VVEM gaan toelichting geven bij verschillende mogelijke meetsystemen.

Wat staat erin?	Concrete maatregel	Wie (is verantwoordelijk) ^{3?}	Wanneer (is het klaar)?	Kosten
3 GEHOORBESCHERMING				
<ul style="list-style-type: none"> • Bezoekers kunnen uiterlijk vanaf 1 mei 2014 in de muzieklocaties gehoorbeschermingsmiddelen kopen. • Deze gehoorbeschermingsmiddelen zijn op een laagdrempelige wijze (bijvoorbeeld bij de bar, bij merchandise stands, toiletten, kassa, ingang of verstrekt bij de entreebewijzen) beschikbaar voor de bezoekers. • Deze gehoorbeschermingsmiddelen dienen voldoende te dempen (minimaal SNR 17). • De muzieklocaties informeren de bezoekers over het belang van het dragen van gehoorbeschermingsmiddelen, bijvoorbeeld via posters of het vertonen van de afbeelding van een oordopje bij geluidsniveaus boven de 87 dB (A). • De muzieklocaties houden de verkoopcijfers van de gehoorbeschermingsmiddelen gerelateerd aan het aantal bezoekers bij en leveren deze gegevens op verzoek bij de partijen aan. 	<ul style="list-style-type: none"> • <⁴...> is verantwoordelijk voor het aanschaffen en beschikbaar stellen van goede gehoorbescherming in goede verkoopverpakking aan publiek • Posters ophangen (24 verschillende posters beschikbaar op www.ilovemyyears.nl) • Grote afbeelding logo bij verkooppunt ophangen (logo in allerlei kleuren beschikbaar op www.ilovemyyears.nl) • Publieksflyer bij verkooppunt beschikbaar maken (flyer A6 beschikbaar op www.ilovemyyears.nl) • Medewerkersfolder met uitleg neerleggen in je kantine, backstage (flyer gevouwen A4 beschikbaar op www.ilovemyyears.nl) 	<ul style="list-style-type: none"> • <⁵...> 	<ul style="list-style-type: none"> • 1-5-2014, speciale campagne materialen vanaf oktober 2014 	
<ul style="list-style-type: none"> • Controle op aanwezigheid voldoende en juiste voorraad gehoorbescherming voor 	<ul style="list-style-type: none"> • <⁶...>controleert dagelijks op voldoende voorraad en bestelt zo 	<ul style="list-style-type: none"> • <⁷...> 	<ul style="list-style-type: none"> • 1-5-2014 	

³ Zie noot 1

⁴ Zie noot 1

⁵ Zie noot 1

verkoop;	nodig bij			
----------	-----------	--	--	--

Suggesties:

- Verkooppunt van gehoorbescherming op plattegrond laten zien, zoveel mogelijk met standaard icoon.
- Verkooppunt van gehoorbescherming zoveel mogelijk plaatsen bij de garderobe / muntverkoop / wc's. Zichtbaarheid verkooppunt vergroten door gebruik standaard icoon.
- Icoon ook als button naar website locatie en website organisator, zodat daar achtergrondinformatie te krijgen is.
- Verkoop van gehoorbescherming noemen in "last info-mail" zoals bij festivals.
- Ontwikkeld: standaard icoon voor dit onderwerp. Daarmee een luchtig en vriendelijk signaal dat wel steeds terugkomt, bij informatie en bij het verkooppunt. Voorbeeld:



- Verkoop van gehoorbescherming noemen bij algemene infopagina van muzieklocaties. VNPF en VVEM zullen tekstvoorstel maken, met verwijzing naar www.ilovemyears.nl

⁶ Zie noot 1

⁷ Zie noot 1

-Mogelijke activiteit venue: geluidsluwe plek laten zien op plattegrond. Voorstel van te gebruiken kleuren: groen, geel, oranje.

Wat staat erin?	Concrete maatregel	Wie (is verantwoordelijk) ⁸ ?	Wanneer (is het klaar)?	Kosten
4 COMMUNICATIE EN BEWUSTWORDING				
<ul style="list-style-type: none"> • De VNPF en VVEM zullen via hun eigen communicatiekanalen (website, tickets, informatieschermen, posters, etc.) werken aan de bewustwording van het publiek, zodat bezoekers weten dat het luisteren naar harde muziek een risico voor het gehoor vormt. • Het ministerie van VWS zal de VNPF en de VVEM hierbij ondersteunen. Hiertoe wordt nog een communicatieplan opgesteld dat voor 1 mei 2014 klaar is. • Daarnaast zullen de VVEM en VVEM ook actief naar hun leden over het belang van en de mogelijkheid tot het nemen van maatregelen ter voorkoming van gehoorschade communiceren, zodat ook de bewustwording van de preventie van gehoorschade in de muzieksector toeneemt. • In het voorjaar van 2014 wordt begonnen met de communicatie over de maatregelen om bezoekers op een voor het gehoor veilige manier naar muziek te kunnen laten luisteren. • Door het vergroten van de bewustwording van de mogelijke risico's van harde muziek voor het gehoor, kunnen bezoekers een bewuste keuze maken door bijvoorbeeld gehoorbeschermingsmiddelen te dragen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing zorgt voor informatie op de website, [niet op de tickets]. VNPF en VVEM zullen voorstel voor een standaardtekst maken. • Verstandig: opnemen standaard bepaling in Algemene Voorwaarden. VNPF en VVEM zullen voorstel voor een standaardtekst maken. • Op de website logo als button gebruiken, dat linkt naar website met informatie over het onderwerp, als sleutel naar meer informatie. • Posters ophangen (24 verschillende posters beschikbaar op www.ilovemyyears.nl) • Grote afbeelding logo bij verkooppunt ophangen (logo in allerlei kleuren beschikbaar op www.ilovemyyears.nl) • Publieksflyer bij verkooppunt beschikbaar maken (flyer A6 beschikbaar op www.ilovemyyears.nl) • Medewerkersfolder met uitleg neerleggen in je kantine, backstage (flyer gevouwen A4 	<ul style="list-style-type: none"> • Hoofd marketing 	<ul style="list-style-type: none"> • 1-05-2014 	

⁸ Zie noot 1

<ul style="list-style-type: none"> • Daarnaast zal door het vergroten van de bewustwording bij de bezoekers en de muzieksector het draagvlak voor de te nemen maatregelen breder worden. • De interne en externe communicatie over de voortgang en resultaten van het convenant wordt in overleg met de partijen gedaan. 	beschikbaar op www.ilovemyyears.nl)			
--	---	--	--	--

Suggesties:

-Goede bepaling(en) opnemen in de bezoekersvoorwaarden.

-Actie brancheorganisaties: voorzet maken voor tekst Algemene Voorwaarden.

-Actie brancheorganisaties: Voorzet maken voor tekst websites.

-Actie brancheorganisaties: Voorzet maken voor plattegronden. Kleuren definiëren: groen, geel, oranje. Geen rood.

-Actie brancheorganisaties: informatiefolder + aanbieden teksten + aanbieden logo + uitleg van het geheel. DONE. Zie ook www.ilovemyyears.nl en dan het deel voor de professionals. Inlog kreeg je via je brancheorganisatie of vraag je aan op info@ilovemyyears.nl

OVERIGE BEPALINGEN CONVENANT

Goed om te weten: de overwegingen bij het convenant:

- Dat gehoorschade door harde muziek een maatschappelijk probleem is en dat de preventie van gehoorschade belangrijk is.
- Dat de partijen het van belang vinden dat bezoekers op een voor het gehoor veilige manier van muziek kunnen genieten.
- Dat de muzieksector de afgelopen jaren al actief is geweest op het gebied van geluidsmanagement en het beperken van het risico op gehoorschade door harde muziek bij bezoekers en werknemers. Werknemers van uitgaansgelegenheden zijn door de arbo-wetgeving beschermd tegen gehoorschade door hard geluid tijdens het werk.
- Dat partijen het van groot belang vinden dat bezoekers zich bewust zijn van de risico's op gehoorschade door harde muziek.
- Dat dit convenant de mogelijkheid niet uitsluit dat er wettelijke maatregelen genomen kunnen worden ter preventie van gehoorschade door harde muziek in de muzieksector.
- Dat de VNPF en VVEM in dit convenant de bij hen aangesloten muzieklocaties vertegenwoordigen zodat bezoekers van deze muzieklocaties gestimuleerd kunnen worden op een voor het gehoor veilige manier van muziek te genieten.

Goed om te weten: de Resultaten als gesteld in het convenant

De VNPF en VVEM maken een plan van aanpak voor de uitvoering van de in dit convenant overeengekomen afspraken. In dit plan van aanpak staan concrete stappen inclusief tijdsplanning om de in dit convenant gemaakte afspraken te realiseren. Dit plan van aanpak wordt vóór 1 mei 2014 aan het ministerie van VWS gestuurd en zal voor de zomer 2014 door de stuurgroep besproken worden. Eind 2015 zal de stuurgroep evalueren of de getroffen maatregelen tot de gewenste resultaten hebben geleid en of het convenant een succes is gebleken. Hierbij zal specifiek gekeken worden naar:

- De uitkomsten van de geluidsmetingen
- Het aantal muzieklocaties met een geluidsmeter
- De getroffen maatregelen om een grens aan het geluidsniveau van $L_{eq}=103$ dB (A) en een piekbelasting van 200 Pa te implementeren.
- Het aantal muzieklocaties dat de preventie van gehoorschade heeft opgenomen in beleidsstukken, zoals een geluidsplan.
- Verkoopcijfers van gehoorbeschermingsmiddelen gerelateerd aan het aantal bezoekers in de muzieklocaties
- Onderzoeksgegevens van het aantal bezoekers van muzieklocaties dat na het uitgaan last heeft van het gehoor.

Suggesties:

- Actie brancheorganisaties: Op de website waar het onderwerp besproken wordt monitoren hoe vaak de informatie gelezen wordt.
- Actie brancheorganisaties: Op de website waar het onderwerp besproken wordt een reactieformulier plaatsen. DONE
- Actie brancheorganisaties: Beoordelen hoe we B2B-locaties meenemen. Ons idee: is activiteit van de locatie, die handelt als volumes > 96 dB(A) worden.
- Actie brancheorganisaties: Idee: producenten voorlichten, bv CLC-Vecta en IDEA, zorgen dat er geen negatief gevoel ontstaat.
- Gevoel: onderwerp dicht bij ons houden, is van levensbelang voor de branche. Dus goed regelen!
- Actie brancheorganisaties: Onderzoeken: VSCD mee laten doen aan Convenant met eigen waarden en aantal eigen bepalingen, maar zelfde methodiek.
- Actie brancheorganisaties: Vraagteken: een campagne kost geld. Vgl. soort campagne met WWJK. Logo, persberichten, website. DONE dankzij VWS.
- Actie brancheorganisaties: Vraagteken maar logisch: VNPF en VVEM trekken grotendeels samen op.