

The New Sound viert tweejarig bestaan met theateravond, live muziek en focus op muziekbeleving

DEN HAAG – E-commercebedrijf The New Sound vierde afgelopen weekend zijn tweejarig bestaan met een bijzonder jubileumevent in Theater Dakota in Den Haag. Opvallend genoeg stonden tijdens de avond niet de producten centraal, maar de muziek zelf. Met live optredens, persoonlijke verhalen en een theaterproductie wilde het bedrijf laten zien dat audioapparatuur uiteindelijk slechts een middel is om muziek intenser te beleven.

Twee jaar The New Sound

Toen The New Sound in 2024 werd opgericht, was het uitgangspunt eenvoudig: muziek luisteren moet toegankelijker worden. Volgens de oprichters is de audiowereld in de afgelopen jaren steeds technischer geworden, terwijl veel muzikliefhebbers juist op zoek zijn naar een betere luisterervaring zonder zich eerst te verdiepen in specificaties, meetgrafieken en complexe productkeuzes.

Vanuit die gedachte richt The New Sound zich niet op de traditionele audiofiel, maar op de veel grotere groep muzikliefhebbers die simpelweg meer uit hun favoriete muziek wil halen. Die aanpak blijkt aan te slaan. In twee jaar tijd groeide het bedrijf uit van een jonge webshop tot een platform waar productadvies, content, community en muziekbeleving samenkomen.

Volgens oprichters Cornelis Tinga en Jay Bonhof laat die groei zien dat er behoefte is aan een andere benadering binnen de audiomarkt. Niet apparatuur als einddoel, maar muziek als vertrekpunt.

Geen demonstratie, maar een theateravond

Die gedachte vormde ook de basis voor het jubileumevent. Waar bezoekers bij een audio-evenement vaak een demonstratieruimte met apparatuur verwachten, koos The New Sound voor een theater.

Het podium werd ingericht als een woonkamer, met zithoeken zoals bezoekers die ook kennen van het kantoor van The New Sound. Vanuit die setting werd teruggeblikt op de eerste twee jaar van het bedrijf. Niet aan de hand van omzetcijfers of groeigrafieken, maar via verhalen, herinneringen en producten die een belangrijke rol speelden in de ontwikkeling van het merk.

Tijdens de avond werden verschillende producten verlost die symbool stonden voor bijzondere momenten uit de geschiedenis van The New Sound. Van draagbare audio tot draadloze hoofdtelefoons en luidsprekers. Niet de producten zelf stonden centraal, maar de verhalen die eraan verbonden waren.

Volgens het bedrijf sluit die aanpak beter aan bij de reden waarom mensen uiteindelijk investeren in betere audio: niet vanwege de techniek, maar vanwege de muziek die zij dagelijks luisteren.

Muziek centraal met Sonoro Collective

Na het eerste deel van de avond volgde een speciaal voor het jubileum samengestelde voorstelling van componist Pepe Garcia. Samen met de muzikanten van Sonoro Collective en fluitiste Felicia van den End bracht hij een voorstelling waarin alledaagse geluiden werden gebruikt als basis voor een muzikale compositie.

Geluiden van water, papier en verschillende objecten uit het dagelijks leven groeiden langzaam uit tot een dynamische soundscape waarin klassieke invloeden, improvisatie en moderne compositietechnieken samenkwamen.

De voorstelling bouwde op van subtiele geluidsexperimenten naar een energieke finale met slagwerk, ritme en samenspel. Daarbij werd ook ruimte gemaakt voor humor en interactie. Een speelse scène rondom een denkbeeldige bal zorgde voor veel lachende gezichten in de

zaal en liet zien dat muziek niet alleen indrukwekkend hoeft te zijn, maar ook toegankelijk en verrassend kan zijn.

Als afsluiting werd het stuk *Nocturne* opgevoerd, waarin muziek en licht samenkwamen in een choreografie die speciaal voor de theateromgeving tot zijn recht kwam.

Een andere kijk op audio

Met het evenement wilde The New Sound een bredere boodschap uitdragen. Volgens het bedrijf wordt binnen de audiowereld nog te vaak gesproken over de perfecte opname, de perfecte apparatuur of de perfecte technische prestatie.

The New Sound kiest juist voor een andere benadering. Niet wat technisch het beste is, maar wat mensen daadwerkelijk raakt tijdens het luisteren naar muziek. Of dat nu een klassieke opname, een elektronische productie, een liveconcert of een favoriete plaat uit de jeugd is.

De keuze voor een theateravond met live muziek was daarom geen toeval. Het evenement moest bezoekers laten ervaren waar audio uiteindelijk voor bedoeld is: het dichterbij brengen van muziek en emotie.

Juist de belangstelling voor het evenement bevestigde volgens het bedrijf dat daar behoefte aan bestaat. Bezoekers kwamen niet alleen voor producten of demonstraties, maar vooral voor een gezamenlijke muziekervaring. Een opvallend signaal in een markt die traditioneel sterk op techniek gericht is.

Grote belangstelling voor de Sennheiser HE 1

Ook de aanwezigheid van de Sennheiser HE 1 trok veel aandacht. De elektrostatische hoofdtelefoon, die wereldwijd wordt beschouwd als een van de meest exclusieve hoofdtelefoons ooit gebouwd, was gedurende de avond te beluisteren.

Bezoekers kregen de gelegenheid om via een speciaal samengestelde muziekselectie kennis te maken met het systeem. Dat leidde gedurende de avond tot een constante rij van geïnteresseerden die de luisterervaring zelf wilden meemaken.

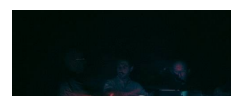
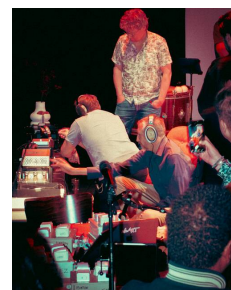
Volgens The New Sound laat de belangstelling voor de HE 1 zien dat hoogwaardige audio mensen blijft fascineren, mits deze wordt gepresenteerd vanuit de beleving van muziek en niet uitsluitend vanuit technische specificaties.

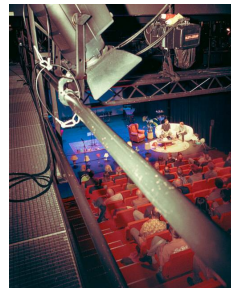
Een volgende stap

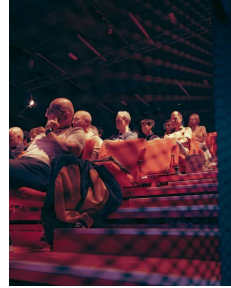
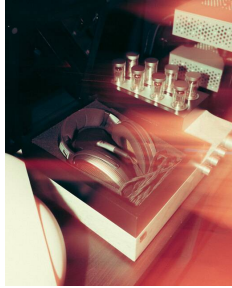
Het jubileumevent markeert voor The New Sound een volgende stap in de ontwikkeling van het bedrijf. Wat begon als een webshop is in twee jaar tijd uitgegroeid tot een platform dat zich richt op muziekbeleving, content, evenementen en persoonlijk advies.

Met de theateravond wilde het bedrijf niet alleen stilstaan bij zijn eigen groei, maar vooral laten zien waar het de komende jaren naartoe wil. Minder focus op apparatuur als doel op zich, meer aandacht voor muziek, beleving en de mensen die daar dagelijks van genieten.

Daarmee hoopt The New Sound een bijdrage te leveren aan een toegankelijker audiowereld waarin niet techniek, maar muziek weer centraal staat.







Over The New Sound

The New Sound is een Nederlandse e-commerce specialist in audio, lifestyle en muziekbeleving uit Den Haag, opgericht in 2024 door Cornelis Tinga en Jay Bonhof. Het bedrijf combineert audioapparatuur, content, evenementen en persoonlijk advies voor muzikliefhebbers die meer uit hun muziek willen halen. Onder het motto 'Muziek voor iedereen' staat niet de techniek, maar de luisterervaring centraal.

Over The New Sound

Muziek is gekaapt door de audiofiel — en wij willen het teruggeven aan de 99 % andere liefhebbers. Vroeger wist iedereen wat je nodig had: van gettoblaster tot stereo-torentje, muziek hoorde gewoon bij het leven. Nu, in een tijd waarin streaming, vinyl en festivals populairder zijn dan ooit, wordt er volop van muziek genoten, maar goede apparatuur blijft vaak buiten bereik. Te duur, te technisch, te ingewikkeld. The New Sound doorbreekt die barrière. Wij maken hoogwaardige audio bereikbaar voor iedereen die van muziek houdt — niet met elitair jargon, maar met een eerlijke, persoonlijke en soms wat rebelse aanpak. Of je nu je eerste hoofdtelefoon koopt, een set stereo-speakers wilt upgraden of droomt van surround-sound in je woonkamer: wij helpen je om geluid te beleven op een manier die past bij jouw lifestyle. Zichtbaar, benaderbaar en met een flinke dosis humor. Geen chatbot, maar échte mensen met passie voor muziek.

Contactgegevens

Cornelis Tinga
cornelis@thenewsound.nl

Kopieer link

<https://the-new-sound.pr.co/267151-the-new-sound-viert-tweejarig-bestaan-met-theateravond-live-muziek-en-focus-op-muziekbeleving/>