

BOEP.NL opent de wereld voor jou als artiest!

Het is bekend dat het als beginnend artiest ontzettend moeilijk is om jouw nieuwe opname op alle portals (als iTunes en Downloadmusic.nl) en streaming services (als Spotify) geplaatst te krijgen. **BOEP.NL** kan dit voor jou verzorgen tegen aantrekkelijke royalties!

BOEP.NL is het grootste Nederlandse onafhankelijke muziekplatform dat Nederlandse talenten, al dan niet via hun eigen platenlabel, toegang biedt tot alle streaming en downloadplatforms.

BOEP.NL is een strategische samenwerking van een aantal gerenommeerde partijen met veel ervaring in de Nederlandse muziekindustrie.

Volg de succesformules van o.a. Gerard Joling, Glennis Grace, Django Wagner, Thomas Berge en Frans Bauer!

Via **BOEP.NL** kunnen al je fans binnen een paar dagen jouw nieuwste opname beluisteren en kopen...

BOEP.NL is de weg waar het succes van iedere Nederlandse artiest begint!

Wil je meer informatie? bel naar **035.5426107** of mail naar **info@boep.nl** dan ontvang je direct alle info van Boep.NL zodat jouw liedjes ook binnen een paar dagen op alle platforms te luisteren en te koop zijn!

www.boep.nl

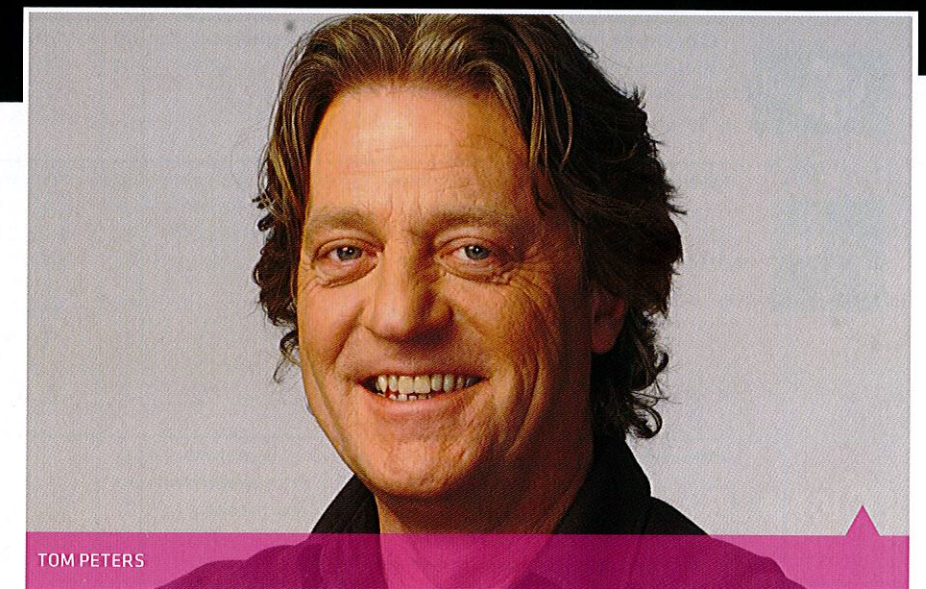
Digital Music Distribution



BoeP wil nationaal product samenbrengen

Slechts met een compleet streamingaanbod bereik je de massa, stelt Tom Peters. Hij is niet alleen directeur/eigenaar van NRGY Music, maar ook een van de oprichters van BoeP, de grootste Nederlandse independent digitale muziekdistributeur.

DOOR: EDGAR KRUIZE



TOM PETERS

BoeP is een strategische samenwerking van het overgrote deel van de independent partijen binnen de Nederlands(talig)e muziekindustrie. BoeP zorgt er niet alleen voor dat de muziek van artiesten beschikbaar is op streamingplatforms zoals Spotify en downloadplatforms als iTunes, maar ook dat deze gemarket worden op de diverse platforms door een eigen marketingmanager. "Daarin is BoeP absoluut onderscheidend", vertelt Tom Peters. "Wij werken vanuit de gedachte van een traditionele platenmaatschappij omdat we ook vanuit zo'n partij voortkomen. We zetten de kennis die we hebben ook door binnen de online promotie van onze artiesten. Als je als artiest of platenmaatschappij je materiaal alleen maar beschikbaar maakt en denkt dat het genoeg is, sla je de plank mis. De consument zal je muziek niet weten te vinden. Het is van belang dat de nieuwste releases op homepages staan, het is van belang dat je actief werkt, het

uiteindelijk gaat winnen van downloads. Neem nu de groeiprognoze van bijvoorbeeld Spotify, waar straks zo'n 600.000 KPN abonnees op worden aangesloten. Van dat abonnementsgeld blijft vanaf 2013 netto zo'n tweeënhalf miljoen euro op maandbasis over voor de muziekbranche. Ziggo komt met een streamingdienst, waar zo'n vier tot

of zij wil horen niet kan vinden, zullen we als branche de strijd niet winnen."

Goede tijden

Dat besef is er dan ook bij de meeste partijen die onder de BoeP-vlag hangen. Ze willen zich op eenduidige en heldere manier positioneren. "We hebben een tijd in een soort niemandsland gelopen met zijn allen, de branche heeft in een dip gezeten. De huidige digitale platforms zorgen dat de boel weer in de lift gaat. Hoewel de cd voor de doelgroep nog een paar jaar een belangrijke drager blijft, zal de fysieke markt hoe dan ook verder teruglopen. Uiteindelijk zal deze zich wel stabiliseren. Maar als je bovenop die teruggelopen fysieke markt de inkomsten uit digitale bronnen legt die er gaan komen, gaan we als branche zeker goede tijden tegemoet. Daarom is het zo belangrijk dat we ons verenigen, zodat al het nationale product daar de vruchten van kan plukken. ■

'Wij geloven stellig dat streaming het uiteindelijk gaat winnen van downloads'

is van belang dat je luisteraars op gelijksoortige artiesten attendeert. Die toegevoegde waarde probeert BoeP te bieden."

Compleet aanbod

Volgens Peters kan de branche alleen een vuist kan maken als de streamingdiensten een zo compleet mogelijk aanbod aanbieden. "Wij geloven stellig dat streaming het

vijf miljoen per jaar uit zal kunnen vloeien. Maar als die diensten succesvol willen zijn, moeten de gebruikers bij het samenstellen van een playlist ook elk gewenst liedje kunnen vinden. Daarom moeten partijen die met ongeveer hetzelfde repertoire werken de krachten verenigen. Zodra de consument voor verschillende liedjes naar verschillende platforms moet, of juist de nummers die hij