

LOWLANDS

Lowlands-campagne STEP wegens succes geprolongerd

“1.500 PER CHEQUE-ITEM VIND IK GOED RESULTAAT”

Vorig jaar, toen de Lowlands-campagne onder de CPG-vlag debuteerde, gingen er tegen de 35.000 promotie-cd's over de toonbank. STEP-directeur Nick Holzenbosch gaat er vanuit dit jaar op hetzelfde aantal uit te komen. “Als we hetzelfde niveau halen als vorig jaar, denk ik dat de campagne het goed gedaan heeft, gezien de huidige marktontwikkeling.”

Door Werner Schlosser

De voortekenen voor een voorspoedig verloop van de nieuwe actie zijn gunstig: van de Lowlands-cd werden 19.000 exemplaren voorgenoteerd, slechts een fractie minder dan vorig jaar. Op het moment van schrijven (6 augustus, red.) waren er nog geen nabestellingen binnengekomen maar dat verbaast Holzenbosch niet. “De promotie-cd ligt sinds 24 juli in de winkel en een verstandige winkelier moet zeker tien dagen met zijn eerste inlading kunnen doen. Maar ik zie in het EDH-systeem wel de doorverkopen. Dat zijn er nu al een kleine 4000 en dat vind ik heel positief, ook gezien de hitte. Ik verwacht dan ook binnen een week wel nabestellingen.” Op verschillende manieren is getracht het promotietool nog aansprekender te maken voor het publiek, meldt Holzenbosch: “We communiceren dit jaar dat het een 3cd betreft. Vorig jaar werd gesproken van een dubbel met bonus-cd. In de commercials maken we meer dan voorheen gebruik van de unieke graphics van Peter te Bos. Die hebben een stemmetje gekregen en gaan daardoor meer leven.”

Cheque-items

Ook met de wensen van de deelnemers is rekening gehouden. Vooral op verzoek van de popspeciaalzaken wordt dit jaar niet gewerkt met cheque-items maar met een tijdelijk verlaagde prijs. Dat wil echter niet zeggen dat dit de standaard wordt bij toekomstige STEP-campagnes. “Bij de Global Sounds-actie heeft dat niet gewerkt. Mensen willen toch iets van korting en bij een prijsverlaging is dat verband niet

direct duidelijk. De komende Aangenaam... Klassiek-campagne zal dan ook zeker weer met cheques werken. Maar aangezien de Lowlands-campagne een heel andere doelgroep aanspreekt, hebben we in dit geval besloten het prijswapen te hanteren. Het zal blijken of dat de juiste beslissing was.”

Vorig jaar gaven diverse industriepartners aan ontevreden te zijn over de doorverkoop van de cheque-items. Holzenbosch deelt die mening echter niet. “Bij de eerste campagne werden er 35.000 promotie-cd's verkocht en 45.000 cheque-items. Dat zijn er gemiddeld 1.500 per item en dat vind ik een goed resultaat. Vanzelfsprekend zijn er van verschillende cheque-items minder verkocht maar volgens mij richtte de kritiek van die maatschappijen zich op het feit dat zij niet konden achter-

halen of de winkeliers de cheque-items wel goedkoper verkochten.”

Campagne

Gevraagd op welke punten er verder nog lering getrokken is uit de eerste campagne, antwoordt Holzenbosch een aantal zaken te hebben aangepast. “We hebben geleerd dat de media-inzet goed was, en op het juiste moment. We hebben die nu iets naar voren getrokken zodat winkeliers en maatschappijen nog langer kunnen profiteren. Daarbij wordt er iets meer aan print gedaan, mede door bartering.” Het festival vindt dit jaar plaats in het weekend van 29, 30 en 31 augustus; evenals vorig jaar ligt de nadruk van de campagne op de periode daarvoor. Vooral op de zenders zullen spots uitgezonden worden en rondom de programma's, die zich zullen uitputten in uitgebreide voorbeschouwingen, reportages en algehele covering van het festival. De campagne loopt echter nog door tot en met 27 september.

Specials

Ook MTV trekt de lijn van vorig jaar door en zal in de eerste week na het festivalweekend weer diverse Lowlands Specials uitzenden. Van maandag tot en met vrijdag zendt de muziekgender dagelijks vanaf 23.00 uur verschillende specials uit van één uur, waarin specifiek groepen en acts uit de Lowlands-campagne centraal staan. Een punt van kritiek dat na afloop van de vorige Lowlands-campagne te horen was, betrof het niet uitzenden van toegezegde specials op MTV. “We hadden vorig jaar met zijn allen de illusie dat alles opgenomen kon worden”, aldus Holzenbosch, “maar dat bleek praktisch onmogelijk. Daarom hebben we dit jaar niet naar de industrie gecommuniceerd dat er van elke act een special komt en dat ook niet beloofd bij het clearen van de tracks. Afgesproken is, dat de speerpunten uitgezonden worden en de maatschappijen hebben een stem in het bepalen daarvan. Wel zal in de eindselectie het marktaandeel van de maatschappij meespelen.”



OVERZICHT CAMPAGNETITELS:

| Act | Album titel | Bestelnummer | Label |
|----------------------------|-----------------------------|---------------|--------------|
| Audio Bullys | Ego War | 5823882 | EMI/Labels |
| Bettie Serveert | Log 22 | 941.0095.028 | PIAS |
| Caesar | Caesar | Excel96058 | Excelsior |
| Calexico | Feast Of Wire | 5804702 | EMI/Labels |
| Das Pop | The Human Thing | 5821532 | EMI/Labels |
| Dusminguet | GO> | 5808052 | EMI |
| Feeder | Comfort In Sound | RR 84092 | CNR |
| Foo Fighters | One By One | 74321 96269 2 | BMG |
| Goldfrapp | Black Cherry | 391.0196.028 | PIAS |
| Guano Apes | Walking On A Thin Line | 74321 97040 2 | BMG |
| GusGus | Attention | 512.0020.028 | PIAS |
| Interpol | Turn On The Bright Lights | 8128492 | EMI/Labels |
| Mando Diao | Bring 'em In | 5418422 | EMI |
| Matthew Herbert Big Band | Goodbye Swingtime | 004.2005.028 | PIAS |
| Michael Franti & Spearhead | Everyone Deserves Music | 5837582 | EMI/Virgin |
| Mint Royale | Dancehall Places | 5101642 | Sony |
| Moloko | Statues | RR 84122 | CNR |
| Raymzter | Royalistisch | 5836932 | EMI/Virgin |
| Saybia | The Second You Sleep | 5380352 | EMI |
| Slovo | Nommo | 2005277 | CNR |
| Sugarcult | Start Static | 128.6670.028 | PIAS/Epitaph |
| t Hof van Commerce | Rocky 7 | KS 040 | Bang! |
| The Ataris | So Long, Astoria | 5105302 | Sony |
| The Blood Brothers | ...Burn Piano Island, Burn | 232.1134.028 | PIAS |
| The Coral | Magic And Medicine | 5125602 | Sony |
| The Raveonettes | Chain Gang Of Love | 5123782 | Sony |
| The Spades | Learnin' The Hard Way | BURBCD 021 | Suburban |
| The Vandals | Internet Dating Super Studs | 787962 | Suburban |
| Turin Brakes | Ether Song | 581941 2 | EMI/Virgin |
| Vive La Fête | Nuit Blanche | SURPRISE 10 | Lowlands |