

Nieuws: Cools krijgt er ook UK-marketingverantwoordelijkheid bij

Door een aanpassing in de regiostructuur die EMI hanteert, heeft Bart Cools de verantwoordelijkheid voor de marketingactiviteiten in het Verenigd Koninkrijk in zijn takenpakket gekregen. Sinds mei vorig jaar overzag hij in de functie van senior vicepresident (svp) marketing EMI Music EMEA de gebieden Europa, het Midden-Oosten en Afrika. In de nieuwe indeling is het Verenigd Koninkrijk bij de regio Europa gevoegd. Daarnaast onderscheidt EMI nog slechts de Verenigde Staten en de rest van de wereld (voortaan inclusief het Midden-Oosten en Zuid-Afrika) als regio's.

Behalve deze nieuwe regiostructuur hanteert EMI ook een nieuwe bedrijfsstructuur, bestaande uit de businessunits new music, catalogue en music services. De marketingorganisatie van EMI bestaat uit twee teams (opererend vanuit Londen en New York) die zich gaan bezighouden met de wereldwijde prioriteitsreleases op het gebied van nieuwe muziek. Een derde team doet hetzelfde voor catalogusprioriteiten. Deze drie wereldwijde teams worden aangevuld met drie regionale marketingunits, die zich gaan bezighouden met wereldwijde en lokale releases van zowel de new music- als catalogusafdeling. Cools is dus svp marketing geworden van de regionale marketingafdeling voor Europa (inclusief de UK). Hij rapporteert aan Sam van der Feltz, president of global marketing bij EMI Music.

"We werken intern nu met een matrix, waarbij de regio's op de ene as staan en de businessunits op de andere. Die zijn we momenteel aan het invullen", zegt Cools in een toelichting. "Doelstelling hiervan is meer structuur en focus aan te brengen in het algemeen belang van EMI. Een grotere harmonie in de wijze van aanpak moet ertoe leiden dat we meer projecten gaan 'thuisbrengen'." Landen als Nederland, België en Italië doen het met een marktaandeel van 16-17% nu al beduidend beter dan bijvoorbeeld de UK, waar het aandeel 10% is, erkent Cools. Dat komt vooral door het aandeel lokaal product. "In Engeland is te weinig goede nieuwe muziek getekend en gebroken. Een van de opdrachten is dan ook het aantal succesvolle lokale artiesten te verhogen."

Cools omschrijft zijn nieuwe functie als 'een vrij nomadisch bestaan'. Hij is twee dagen per week in Nederland en de andere drie in een andere Europese hoofdstad, waarvan één of twee in Londen. "We zijn met spoed aan het kijken naar een manier om het management van het Nederlandse kantoor werkzamer te maken", zegt hij, "hoewel het afgelopen halfjaar is gebleken dat de organisatie niet omvalt als ik er minder ben." Tot

welke concrete aanpassing(en) die wijziging zal leiden, kon
Cools nog niet aangeven.