

PREMIÈRE ENCONCHE

TopNotch



TITELBLAD AFSTUDEERSCRIPTIE

Gegevens student(e):

Rik Stabel

Studentnummer: 2157292

Afstudeerrichting: M

Voltijd

Afstudeerperiode datum van 03-09-2012 t/m 01-02-2013 (100 werkdagen)

Gegevens bedrijf:

Top Notch NL

Hoofdkantoor Top Notch

Plaats: Baarn

Bedrijfsbegeleid(st)er:

Valentine Dekker PR, manager Top Notch

Docentbegeleid(st)er:

Pieter Wels

Gegevens verslag:

Titel: Premiere Enconche

Datum: 10-01-2013

Getekend voor gezien door bedrijfsbegeleid(st)er:

Datum: 09-01-2013

De bedrijfsbegeleid(st)er,

Valentine Dekker
9 januari 2013 

***“door de techniek is er een soort interessante anarchie ontstaan.
Het is interessant hoe mensen jouw muziek met elkaar kunnen delen”***

-Kees de Koning, directeur Top Notch



PEPIJN 'FABERYAYO' LANEN
DE JEUGD VAN TEGENWOORDIG

VOORWOORD

Zo ver ik me kan herinneren, ben ik altijd gefascineerd geweest van hiphop muziek. Mijn favoriete films waren bijvoorbeeld House Party I en II. De eerste Nederlandse rapper die ik leerde kennen was Extinxe. En ondanks dat ik de helft van zijn teksten niet verstond, was ik fan van hem. De jaren die daarop volgde heb ik de Nederlandse hiphop nauwlettend in de gaten gehouden. De subcultuur die verbonden is aan hiphop heeft me altijd gefascineerd.

In 2009 was Top Notch al een begrip in de Nederlandse hiphop-wereld. Met artiesten als The Opposites, Winne en Zwart Licht onder contract was Top Notch de absolute hofleverancier van de Nederlandse hiphop. In de jaren daarna zou Top Notch zich nog verder uitbreiden met artiesten als Gers Pardoel, Lange Frans, Lucky Fonz III en nog vele anderen. Toen ik in 2009 een bericht op de website van Top Notch zag, waarin stond dat Top Notch op zoek was naar stagiaires, baalde ik enorm. Ik moest namelijk een jaar later stagelopen. Op dat moment sprak ik met mezelf af dat ik, hoe dan ook, een motivatiebrief naar Top Notch zou sturen. En mocht het zo zijn dat ze op dat moment geen stagiaires nodig hadden, dan had ik het in ieder geval geprobeerd.



ADJE 'ADONIS' DONNIE

Helaas ging mijn oriënterende stage niet door bij Top Notch. Toch besloot ik voor mijn afstudeerstage weer een poging te wagen. Deze keer ging het een stuk beter. Ik kreeg vrijwel meteen na het opsturen van mijn motivatie een uitnodiging om op sollicitatie te komen. Tijdens die sollicitatie al meteen dat ik was aangenomen. Nu ik deze stageplek had, nam ik mezelf voor om het maximale rendement hieruit te halen. Ik ben in ieder geval heel blij dat ik deze stage heb gevonden en dat ik deze stage uit eigen initiatief heb geregeld. Het is voor mij zeer belangrijk dat ik een stage zou hebben waarbij ik elke dag met goede energie naartoe zou gaan. Dat is me gelukt. Daardoor heb ik ook meer zin in het maken van dit onderzoek.

INHOUD

1. Inleiding

- 1.1 Aanleiding van het onderzoek
- 1.2 Opbouw van het rapport

2. Bedrijfsbeschrijving

- 2.1 Missie & visie
- 2.2 Organigram
- 2.3 Beschrijving opdrachtgever
(wanneer je bij bureau zit)

3. Doelstelling & probleemstelling

- 3.1 Probleemstelling
- 3.2 Opdrachtoomschrijving
Doelstelling van het onderzoek/
opdracht
Wat ik in mijn deelvragen ver
werk

4. Onderzoek

4.1 Deelvragen

- Over Top Notch artiesten
- Over de huidige situatie
- Over de doelgroep
- Over het internetgedrag van de
doelgroep
- Over het online bereiken van
de doelgroep

4.2 Hoofdvraag:

Hoe kan Top Notch het best
inspelen op internetgedrag?

5. Conclusie

6. Concept/Productontwikkeling

7. Evaluatie & Dankwoord

Literatuurlijst (bronnen)

-Bijlage



ERS PARDOEL

HOOFDSTUK 1
INLEIDING



1.1 AANLEIDING

VAN DIT ONDERZOEK

De aanleiding van dit onderzoek is omdat ik (Rik Stabel) voor mijn afstudeeronderzoek op zoek was naar een interessante, inspirerende, uitdagende en spannende werkomgeving waar ik een goed onderzoek, met een daaraan gekoppeld advies, zou kunnen maken. Aangezien ik het belangrijk vond om een inspirerende stage te doen waarbij ik bezig kon zijn met een afstudeeronderzoek door middel van bijvoorbeeld het interviewen van mensen waar ik al jaren muziek van luisterde. Met Top Notch ben ik om tafel gaan zitten om te bespreken wat voor beide partijen een passend onderzoek zou moeten worden. Aangezien Top Notch een groter platform wil worden op het internet, was dat een goede vraag van het bedrijf om te onderzoeken.



Met Top Notch was ik er al vrij snel uit wat het onderzoek in grote lijnen zou moeten brengen. Met school moest ik dit natuurlijk ook kortsluiten. Dat is uiteindelijk ook goed gegaan. Voor mijn onderzoek had ik ook een bepaald beeld in gedachten over het doorlopen van het proces. Ook dit is met Top Notch besproken. Daarbij werd mij geadviseerd om de focus op één bepaald project van Top Notch te leggen zodat ik niet zou verdrinken in het overschot aan artiesten, informatie en projecten. Bij dat advies werd wel meteen gezegd dat het heel moeilijk is om je op één project te focussen in het tijdsbestek van 5 maanden.

De reden waarom ze dat erbij zeiden was omdat het heel vaak het geval is dat er een project vertraagd wordt. Albums worden bijvoorbeeld vaak uitgesteld. Aangezien ik niet afhankelijk wilde zijn van het verloop van een muzikaal proces van een artiest, was het toch het beste om de focus niet op één bepaald project te leggen. Ik moest ervoor zorgen om tussen de vele projecten het overzicht te bewaren. Dat vond ik een uitdagende opgave. Ook heb ik nog veel meer opdrachten gedaan voor het bedrijf. De belangrijkste daarvan zijn terug te zien in de bijlage. Ook die opdrachten waren ontzettend uitdagend.

1.2 OPBOUW

VAN DIT ONDERZOEK

De opbouw van dit document is gebaseerd op een vraag vanuit het bedrijf Top Notch. De opbouw begint met de uitleg en de gedachten achter het onderzoek. Daarin wordt de nadruk gelegd op wat voor onderzoek het is en waarvoor het onderzoek gedaan wordt.

Vervolgens wordt er onderzoek gedaan in meerdere fases.

In de eerste fase wordt de nadruk gelegd op het bedrijf Top Notch. Daarvoor zal een interview plaasvinden met Kees de Koning, directeur van Top Notch. De geschiedenis en de plannen worden hier besproken. Daarna wordt gekeken naar de activiteit van het bedrijf op de markt. Waar is Top Notch. mee bezig en waar genereren ze omzet mee. Vervolgens zal de doelgroep geanaly-

geanalyseerd worden. Wat is de doelgroep op dit moment en wat is het internet gedrag. Daarna gaat gekeken worden naar de beste mogelijkheden op dit moment. Vooral op het gebied van digitalisering is het belangrijk dat er goed wordt gekeken naar media die het meeste exposure/omzet genereren. Er zal een interview komen met Kees de Koning (directeur van Top Notch) en Erik de Kock (medewerker Universal Music) over het omzet genereren door middel van promotie en over het opbouwen van een fanbase. Voor de doelgroepanalyse wordt een enquête opgesteld. Wanneer ik dat heb onderzocht zal ik een advies leveren gepaard met een ontwikkeld concept/producten die Top Notch kan handhaven in de toekomst.

Palio SuperSpeed Donkey



foto uit Top Notch archief

FRESKU

HOOFDSTUK 2 BEDRIJFSBESCHRIJVING





2.1 MISSIE

& VISIE



WAT IS DE MISSIE & VISIE VAN TOP NOTCH?

WAT VOOR BEDRIJF WILLEN ZE ZIJN?

Sinds ik bij Top Notch stage loop heb ik een vrij goed beeld gekregen van de missie en visie van het bedrijf. Top notch is een zeer dynamisch label. Ik vond het opvallend dat het een vrij klein bedrijf is voor resultaten die ze boeken, maar de goede taakverdeling en de frisse blik op de muziekindustrie zorgen ervoor dat het bedrijf goed loopt. Ook in drukke tijden als de december-maand. De missie en visie van het bedrijf is fris en vooruitstrevend, vandaar dat het bedrijf verder is gaan kijken dan alleen maar hiphop en nu ook op andere vlakken bezig is.

De meeste artiesten die bij Top Notch onder contract staan zijn dus rappers. Deze rappers zijn in zee gegaan met Top Notch (in alfabetische volgorde): Appa, Boef en de Gelogeerde Aap, De Jeugd Van Tegenwoordig, Dio, DuvelDuvel, Extince, Fakkelfbrigade, Flinker Namen, Fresku, Gers Pardoel, Jack Parow, Jayh, Kempfi, Kiddo Cee, Lange Frans, Rbdjan, Reverse en Adje, Salah Edin, Sef, Sjaak, Sticks, THC, The Opposites, Typhoon, U-Niq, Winne, Zo Moeilijk en Zwart Licht.

Daarbuiten zijn er ook veel artiesten bijgekomen die andere muziek maken (bijvoorbeeld rockbands of volkszangers). Dat zijn: Aux Raux (punk), Damaru (zanger), FeestDJRuud (DJ), Guido Belcanto (zanger), JAH6 (reggae), Lefties Soul Connection (soul), Lucky Fonz III (zanger), Promo (DJ), Rats of Rafts (rockband), SirOJ (producer), en The Kik (Nederlandstalig bandje). Vorige week is ook het tienerbandje Palio Superspeed Donkey getekend.

Top Notch geeft de boeken uit van drie schrijvers: James Worthy, Henk van Straten en drs. P.

De film Rabat is in 2011 in samenwerking met Top Notch verschenen. De film kreeg vier nominaties voor een Gouden Kalf en won er één (Beste acteur). De film won ook een Zilveren Krulstaart (beste scenario).

De veelzijdigheid van het bedrijf staat voor de creatieve missie en visie van het bedrijf Top Notch.

2.2 Organogram

Om duidelijk te maken hoe de structuur van het bedrijf 'Top Notch' in elkaar zit heb ik een organogram gemaakt. Het is een weergave van de opstelling van het bedrijf en het beschrijft kort wat de functies zijn van de medewerkers. Deze organogram is definitief geworden op 15 november 2012:

TopNotch



2.3 Beschrijving opdrachtgever



De opdrachtgever is het bedrijf Top Notch. Binnen Top Notch werken we met 5 man in een kantoor dat in het gebouw van Universal Music te vinden is. Universal Music zit in Baarn. Voorheen zaten er 6 personen bij Top Notch, maar aangezien er één stagiaire na 3 maanden weer weg kon, is Top Notch op dit moment een vijf koppig team. Wekelijks wordt er met het hele team vergaderd over alle zaken die gerelateerd zijn aan Top Notch en de artiesten daarvan.

Top Notch doet, buiten hun eigen distributie, ook de distributie van het platenlabel 'Noahs Ark'. Noahs Ark is het platenlabel van rapper Jiggy Dje, en heeft artiesten als Kraantje Pappie, Hef en Spacekees onder contract staan. Kees de Koning, de directeur van Top Notch, heeft zijn eigen kantoor. De andere werknemers van het platenlabel zitten op een aparte afdeling in het Universal gebouw.

Er wordt van +/- 09:30u tot 17:00u gewerkt bij Top Notch. Alle medewerkers van het bedrijf werken 5 dagen per week. Af en toe zitten er langere werkdagen tussen. Meestal is dat tijdens optredens van artiesten die bij Top Notch onder contract staan. Dan worden er andere werkzaamheden bijgevoegd zoals laden & lossen, cd's leveren, posters maken & ophangen, afbouwen en de verkoop regelen. Tijdens de werkdagen is er bij Universal Music de mogelijkheid om te lunchen in de kantine. De mensen bij Top Notch lunchen meestal aan het bureau. Vandaar dat er ook acht uur per dag wordt gerekend. Het overslaan van de lunchpauze geldt dus als compensatie voor het feit dat men hier om 09:30u begint. In het weekend wordt er ook af en toe gewerkt vanuit het thuisadres. Denk hierbij aan het bijhouden van de website en van de sociale media van Top Notch.

HOOFDSTUK 3
DOELSTELLING & PROBLEEMSTELLING



3.1 Probleemstelling

Top Notch is niet altijd even tevreden over de exposure van het label. Zeker op het internet vindt Top Notch dat ze nog veel groter kunnen worden. Top Notch is immers een platenmaatschappij in samenwerking met Universal Music. Ze denken dat er meer aan bekendheid van het label gedaan kan worden. Ook is Top Notch niet heel tevreden over het aantal mensen dat het label via internet volgt. Top Notch heeft bijvoorbeeld ongeveer 11.000 likers op Facebook. Volgens het bedrijf moeten dit er meer kunnen worden. Er zijn namelijk artiesten die bij Top Notch onder contract staan, die veel meer mensen bereiken via het internet. Vooral via sociale media. Daarvoor moet er gekeken worden naar het internetgedrag van de doelgroep en met er geanalyseerd worden welke uitingen die het bedrijf doet effectief zijn, en welke juist niet effectief zijn.

Wat zorgt dus voor veel exposure en hoe kan dit omgezet worden naar een betere omzet? Het is dus de bedoeling dat het merk 'Top Notch' naar een hoger niveau wordt getild. Er moet, mede door middel van de resultaten van mijn onderzoek, een groter bereik met de doelgroep komen. Zowel de mensen die bij Top Notch werken, als de mensen die bij Top Notch onder contract staan, zijn het er over eens dat Top Notch het grootste hiphop label is van Nederland. En zeker nu er ook andere genres zijn bijgekomen moet dit absoluut zijn vruchten afwerpen. Dit probleem wordt de komende periode dus onder de loep genomen en uit het onderzoek moet een overzichtelijk advies-rapport komen waarbij er te zien is waar Top Notch zich de komende tijd op zou moeten richten om de gewenste exposure te krijgen.

Adje Donnie



3.2 Opdrachtomschrijving

Naar aanleiding van de missie en visie van Top Notch, en na de gesprekken over waar het bedrijf naartoe wil is er een duidelijke opdracht voor dit onderzoek ontstaan.

De omschrijving van de opdracht is als volgt: Ik moet er, door middel van mijn deelvragen en hoofdvraag, er achter komen hoe Top Notch het best kan inspelen op internetgedrag. Daarvoor wordt de doelgroep geanalyseerd en ga ik aan de slag met zowel desk research als field research. Ik zal door middel van enquêtes en interviews achter de benodigde informatie moeten komen en daardoor een duidelijk beeld van mijn onderzoeksvraag moeten weergeven. Op deze manier wil ik dus op de antwoorden komen van de vragen die ik voor dit onderzoek heb gesteld. Wanneer dat gelukt ga ik aan de slag met de conclusie en deze zal ik verwerken in een concept voor de productontwikkeling die ik vervolgens aan zal leveren bij Top Notch. Verder zal ik de andere werkzaamheden die ik het afgelopen half jaar heb gedaan ook toelichten. Dit zal in de bijlage gebeuren. Dit geheel maak ik zodat ik een duidelijk beeld kan weergeven over wat ik het afgelopen half jaar tijdens mijn afstudeerstage allemaal heb gedaan.



Doelstelling van het onderzoek/opdracht

Dit document is opgesteld om een overzichtelijk plan te maken waar zowel het bedrijf Top Notch, als de artiesten die getekend zijn bij Top Notch en de doelgroep profijt van hebben. Bepaalde media als Facebook, Twitter, Spotify en Youtube gaan geanalyseerd worden en vervolgens wordt er een rapport opgesteld over het bereik van Top Notch. Daarnaast ga ik een enquête opstellen en die via de kanalen van Top Notch verspreiden om een globaal beeld te krijgen van het gedrag van de doelgroep van Top Notch. Voor bijvoorbeeld de nieuwe website van Top Notch is dit erg belangrijk, want de feeds van sociale media fungeert als een basis voor de nieuwe website. Het is dus belangrijk om te onderzoeken welke media in het internet belangrijk zijn om dit via de website te delen. Er gaat een advies opgesteld worden over hoe Top Notch zich het beste kan opstellen bij het Nederlandse publiek. Het advies zou naast een schriftelijk onderzoek in een digitaal product weergegeven kunnen worden, waarbij bijvoorbeeld motiongraphics en infographics een rol kunnen spelen. Dit onderzoek zou ik in eerste instantie uitbrengen door één project van een artiest onder de loep te nemen. Maar later hebben we toch besloten om dat niet te doen omdat de kans vrij groot is dat projecten worden vertraagd (bijvoorbeeld door het uitstellen van een album).

Maar later hebben we toch besloten om dat niet te doen omdat de kans vrij groot is dat projecten worden vertraagd (bijvoorbeeld door het uitstellen van een album). Vandaar dat er toch is gekozen om de focus te leggen op het bedrijf Top Notch en de manier van online traffic genereren.

Het is dus de bedoeling om met een goed advies als eindproduct te komen, dat ik digitaal aan kan leveren (denk hierbij aan motiongraphics en infographics) om het bedrijf te helpen en ook natuurlijk om mijn portfolio uit te breiden. Ik streef met dit onderzoek naar een belangrijk aandeel in de structuur waarin Top Notch werkt om exposure, online traffic en omzet te genereren.

Wat zal ik in mijn deelvragen verwerken:

Vanuit de opdracht wil ik gebruik maken van verschillende inzichten van mensen die een goede kijk hebben op de muziekindustrie. Dit zal ik in mijn deelvragen verwerken. De inzichten en kennis uit bepaalde bronnen zal ik gebruiken om op antwoorden te komen. Ik heb er veel vertrouwen in dat deze verschillende inzichten mij zullen helpen om tot nuttige informatie te komen.

HOOFDSTUK 4 ONDERZOEK



4.1 DEELVRAGEN

Op de probleemstelling

Deelvragen over Top Notch

Wat voor geschiedenis heeft Top Notch:

Van Spraakwater tot Watskeburt

Het is 1995 wanneer Kees de Koning, die tot die tijd als journalist werkzaam was bij onder anderen Trouw, de Volkskrant en HP/De Tijd en, gefascineerd door hiphop, samen met rapper Extinxe en wat andere vrienden in de hiphop, besloten om een tour te organiseren door het land. Toen ontstond het idee om daar een bedrijf voor op te zetten in de vorm van een management- en bookingskantoor. Dat was de geboorte van Top Notch.

De eerste uitgave van Top Notch was de single Spraakwater van Extinxe. Dat was tevens de eerste Nederlandstalige hiphop waar Kees gecharmeerd van was, laat hij weten in een interview met FaceCulture: "Niet alleen op zakelijk perspectief ging er een wereld voor me open, maar ook als fan. Dat was waar LL Cool J en Boudewijn de Groot samenkwamen."

Kees zag dat er een jeugdcultuur opbloeide in Nederland. 1998 was een heel succesvol jaar voor Top Notch. Albums van Extinxe en Postmen waren gigantische successen. Zowel qua verkoop als qua recensies.



Het album van Postmen is tot de dag van vandaag het best verkochte Nederlandse hiphopalbum. Ineens kwamen er Top Notch artiesten op Pinkpop en andere festivals te staan. Op dat moment zag Kees dat het een zeer serieus label begon te worden. Later kwam Def Rhymz bij Top Notch. Zijn album werd ook een groot succes. Met de single Doekoe van Def Rhymz behaalde een Top Notch artiest voor het eerst een nummer 1 hit. Daarna werd het label steeds professioneler. Er kwamen meer artiesten bij Top Notch zoals Raymzter, Duvel Duvel en Opgezwolle. Toen in 2005 De Jeugd van Tegenwoordig tekende bij Top Notch, kreeg het label steeds meer bekendheid. De eerste single genaamd Watskeburt, was meteen een nummer 1 hit. De bekendheid van het label groeide meer en meer toen artiesten als Kempi, Winne en The Opposites bij Top Notch muziek gingen uitbrengen. Rond 2006 kon Top Notch daadwerkelijk zeggen Hofleverancier van de Nederlandse hiphop te zijn.

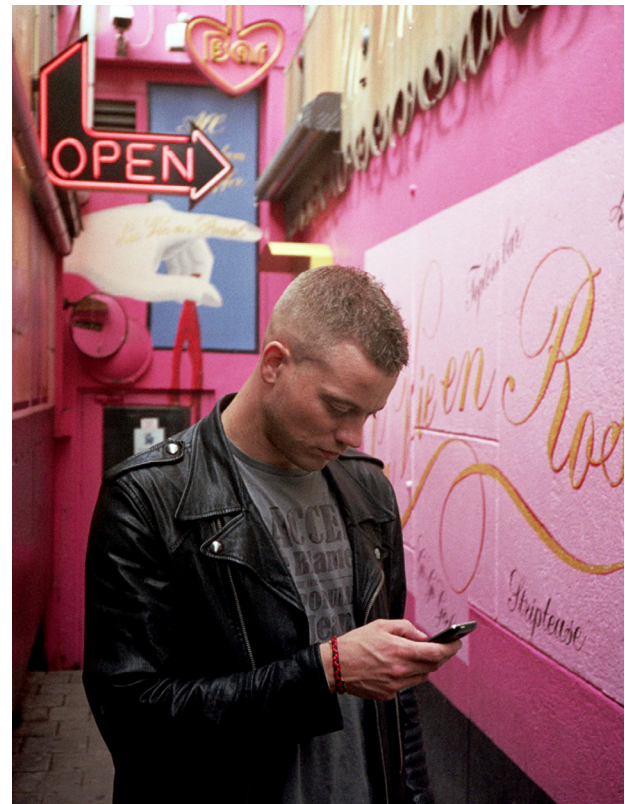
2. Wat voor artiesten heeft Top Notch?

Voor deze deelvraag zijn de artiesten onderverdeeld in bepaalde genres. Het genre hiphop is het meest bezet door artiesten. Daarnaast zijn er ook rockbands die onder contract staan. Er is één punkband die met Top Notch in zee is gegaan. Ook heeft Top Notch een volkszanger, drie schrijvers en een fotomodel onder de vleugels genomen.

Genre- Hiphop

Gers Pardoel:

Als we naar de statistieken kijken kunnen we zeggen dat Gers Pardoel de meest waardevolle Top Notch artiest is. tot 28 november heeft Gers Pardoel maar liefst 58 (!) weken met zijn album 'Deze Wereld Is Van Jou' in de Album Top 100 gestaan. Een record voor een Top Notch artiest. In 2010 werd Gers Pardoel genomineerd voor de State Awards in de categorie 'Rookie of the year' (een award voor de meest veelbelovende talenten in de hiphop industrie). Deze award wist hij niet binnen te slepen. 2011 was het jaar dat Gers Pardoel zijn eerste prijs in ontvangst mocht nemen. Hij won de Mega Award (een initiatief van 3FM, de Tros en de GfK Dutch Charts) in de categorie 'Beste Nederlandse artiest'. Zijn single 'Ik neem je mee' staat bekend als de meest succesvolle Nederlandse hit op basis van het aantal behaalde punten in de Nederlandse Top 40. Daarmee brak hij een 41-jaar oud record.



Gers Pardoel, foto: Dennis Branko

Lange Frans:

Lange Frans is één van de gezichten van de Nederlandse hiphop. Het duo 'Lange Frans en Baas B' bestormden in 2004 de Nederlandse hitlijsten met het nummer 'Moppie'. Dit nummer was 14 weken te vinden in de Top 40, met als hoogste notering de derde plaats. Het nummer 'Zinloos', dat gaat over zinloos geweld, stond in 2004 maar liefst 3 weken op nummer 1. Een jaar later wist het duo weer een nummer 1 hit te scoren. Het nummer 'Het land van' stond in 2005 twee weken op nummer 1. In totaal stond het nummer 16 weken in de Nederlandse Top 40. Daarna werd het wat rustiger rondom de twee rappers. In 2009 ging het duo uit elkaar en niet veel later besloot Lange Frans een contract te tekenen bij Top Notch. Onder Top Notch bracht hij als solo artiest zijn debuut album genaamd 'Levenslied' uit. Op zijn album stonden bijdrages van o.a. Trijntje Oosterhuis en Jeroen van der Boom (beide zijn bekend van het programma 'The Voice of Holland'). Zijn album stond in 2012 maar liefst 21 weken in de Nederlandse Top 40.



foto: Esquire

Sef:

De groep genaamd 'Flinke Namen' staat al jaar en dag onder contract bij Top Notch. De groep bestaat uit MC Fit, Murth Mossel, Dj The Flexican en MC Sef. Laatstgenoemde is de meest bekende artiest van de Flinke Namen. Sef heeft zich momenteel als solo artiest op de kaart gezet met zijn EP genaamd 'De Leventje' en zijn debuutalbum 'De Leven'. In 2008 won Sef een State Award voor 'Rookie of the year'. Drie jaar later mocht hij weer een State Award mee naar huis nemen. Deze keer omdat hij de prijs voor 'Beste single' had gewonnen.

Zwart Licht:

In 2008 stapte de driekoppige rapformatie Zwart Licht over van Appletree Records naar Top Notch. Een jaar later brachten de heren, genaamd Akwasi, Hayzee en Leeroy, hun debuutalbum 'Bliksemschicht' uit. In 2011 bracht Zwart Licht het tweede album, genaamd 'No JuJu' uit en een jaar later zag het derde album 'Leeroy Draait Door' het daglicht. Door de jaren heen wonnen ze maar liefst 6 State Awards. Waaronder drie jaar achter elkaar in de categorie 'Beste Live act'.

The Opposites:

Het rapduo, dat bestaat uit Willy en Big2, staat sinds 2005 onder contract bij Top Notch. Onder Top Notch brachten de mannen al 3 albums uit. Het derde album genaamd 'Succes/Ik ben Twan' heeft zowel in Nederland als in België in de hitlijsten gestaan. Begin 2013 zal het vierde album van the Opposites verschijnen. Met de eerste single van het album, genaamd 'Slapeloze nachten', heeft het duo voor het eerst een nummer 1 hit gehaald. The Opposites hebben de afgelopen jaren meerdere prijzen gewonnen. De mannen hebben o.a. een 3FM Award, een TMF Award en een Zilveren Harp in hun prijzenkast staan.

Adje & Reverse:

Rapper Adje (voorheen A'Donis) en producer Reverse (die verantwoordelijk is voor de producties van o.a. 'Gers Pardoel - Ik neem je mee' en 'De Jeugd van Tegenwoordig - Shenkie') produceerde begonnen in 2010 een samenwerking onder Top Notch. Voor die tijd waren de artiesten op eigen houtje aan de weg aan het timmeren.

In 2010 brachten ze de mixtape 'Slordig' uit. De mannen zijn op dit moment bezig met het maken van hun debuut album en ze zijn verantwoordelijk voor de soundtrack van de film 'Alleen Maar Nette Mensen' die in oktober van 2012 in première is gegaan.



De Jeugd van Tegenwoordig:

Toen de Jeugd van Tegenwoordig (bestaande uit rappers Faberyayo, Vjeze Fur, Willie Wartaal en producer Bas Bron) in 2005 de hitlijsten bestormden met de single 'Watskeburt?!', stonden ze maar liefst 3 weken op nummer 1 in Nederland. Ook de Belgische hitlijsten werden bestormd door het viertal. Het bleek achteraf slechts één van de vele hits die 'de Jeugd' zou maken. De nummers 'Steffenstof', 'Hollereer', 'Shenkie' en 'Get Spanish', waren allen goed voor noteringen in zowel de Nederlandse als in de Belgische hitlijsten. De heren wonnen in 2005 een Dutch Mobo Award in de categorie 'Beste Doorbraak'. Later wisten ze nog 2 3FM Awards, een Edison Music Award, 2 3Voor12 Awards, een Dutch MTV Award en een State Award. In 2012 wonnen de heren de Popprijs 2011. De Jeugd van Tegenwoordig zijn ook één van de meest verkopende artiesten die bij Top Notch onder contract staan.

Fresku:

De Eindhovense rapper Fresku staat sinds 2009 onder contract bij Top Notch, nadat hij door middel van een rapnummer Top Notch directeur Kees de Koning benaderde. Voor zijn eerste single onder Top Notch, genaamd 'Twijfel', bracht hem in 2009 2 State Awards op. Ook werd hij in dat jaar uitgeroepen tot 'Rookie of the Year'. In 2010 bracht hij zijn debuutalbum 'Fresku' uit. Ook daarvoor won hij een State Award. Fresku werd ook steeds bekender als acteur. Hij had een rolletje in de film 'New Kids Turbo' en 'New Kids Nitro'. Tegenwoordig is hij ook wekelijks te zien op Veronica tijdens het programma '#Kansloos'. Hij speelt dan een Antilliaanse dealer genaamd 'Gino Pietermaai'. In 2012 bracht Fresku zijn tweede album uit genaamd 'Maskerade'. Tijdens de State Awards van 2012 won Fresku voor zowel de categorie 'Beste album' als 'Beste artiest'.

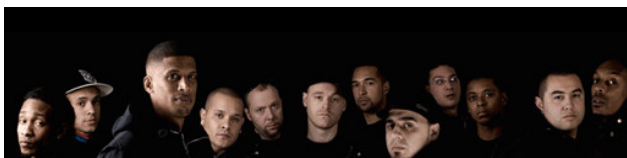


foto: fakkelteitgroep.nl

De Fakkelteitgroep:

In de beginjaren van het nieuwe millennium kregen de 3 mannen van Opgezwolle (rappers Sticks, Rico en producer Delic) aandacht in de muziekindustrie. In 2002 werd Opgezwolle getekend door Top Notch. Van 2002 tot 2007 bracht Opgezwolle 4 albums uit. Het laatste album, genaamd 'Eigen Wereld', heeft 19 weken in de Album Top 100 gestaan. Met als hoogste notering de vierde plaats. Dat was op dat moment de op één na hoogste notering van een Nederlands hiphop album. In 2007 ging het trio uit elkaar. Niet veel later werd er door Sticks en Rico een hiphopformatie genaamd 'De Fakkelteitgroep' samengesteld. Het werd een sub-label onder Top Notch. De artiesten van de Fakkelteitgroep zijn: Rappers Sticks, Rico, Typhoon, Boef & de Gelogeerde Aap, James, hiphopformatie Zo Moeilijk en producer ART. In 2009 bracht de Fakkelteitgroep het album Colluci Era uit. Momenteel zijn de leden van de Fakkelteitgroep bezig met het uitbrengen van solo materiaal.

Sjaak:

Na eerder muziek te hebben uitgegeven bij SPEC Entertainment (het platenlabel van Ali B), tekent de Amsterdamse rapper Sjaak in mei 2011 een contract bij Top Notch. Sjaak werd landelijk bekend door gastbijdrages op nummers van The PartySquad en Yellow Claw. Sjaak gaat eind 2012 zijn EP releasen, wat het voor proefje moet zijn op zijn album, genaamd 'Strijder Systeem', dat begin 2013 in de winkels moet liggen.

Winne:

Voordat Winne in 2006 een contract bij Top Notch tekende, was hij al een tijdje bezig met het maken van muziek. Hij tourde mee met de mannen van DuvelDuvel, die in die tijd bij Top Notch onder contract stonden. Nadat hij officieel was benoemd tot Top Notch artiest, begon Winne met het maken van zijn debuutalbum. Het album 'Winne Zonder Strijd' kwam in 2009 uit. De plaat kwam binnen op de elfde plaats in de Nederlandse Album Top 100. Winne heeft op dit moment 5 State Awards achter zijn naam staan. Momenteel is Winne bezig aan zijn tweede album.



foto: screenshot

Genre: Zangers



foto: luckyfonziii.nl

Lucky Fonz III:

Lucky Fonz III (spreek je uit als Lucky Fonz de Derde) is een Nederlandse singer- songwriter. Hij wordt ook wel de Troubadour van de Lage Landen genoemd. Voordat hij bij Top Notch tekende maakte hij Engelstalige muziek. In 2008 kreeg hij veel bekendheid in Nederland omdat hij de huisartiest werd van het VARA-programma 'De Wereld Draait Door'. Toen hij in 2010 bekendmaakte dat hij een Nederlandstalig album zou gaan maken, kwam Top Notch in beeld. Hij tekende een contract en bracht het album 'Hoe je honing maakt' uit. De eerste single van het album heette 'Ik heb een meisje'. Het nummer heeft op nummer 5 gestaan in de Single Top 100. Het album van 'Lucky' heeft 4 weken in de Album Top 100 gestaan.

Damaru:

Damaru bestormde in 2009 de hitparades met zijn single genaamd 'Tuintje in mijn hart (Mi Roswu)'. Daarvoor had hij al wat bekendheid opgebouwd in Suriname. Toen hij naar Nederland kwam om door te breken, tekende hij een contract bij Top Notch. De Voldendamse volkszanger Jan Smit assisteerde Damaru op het nummer 'Tuintje in mijn hart (Mi Roswu)'. De single stond 3 weken op nummer 1 in de Nederlandse Top 40 en bleef 20 weken in de hitlijsten. Momenteel is het rustig rondom Damaru. In tegenstelling tot in Suriname, heeft hij in Nederland nog geen album uitgebracht.

Guido Belcanto:

Guido Belcanto is in België bekender als in Nederland. Hij staat bekend als een Vlaamse kleinkunst-zanger. Belcanto is al zo'n 40 jaar bezig met het maken van muziek. In 2011 tekende hij een platencontract bij Top Notch. Zijn album 'Ik zou mijn hart willen weggeven' liet hij in Nederland uitbrengen onder Top Notch. Daarvoor had hij al 12 albums achter zijn naam staan. Guido Belcanto heeft ook twee boeken geschreven: "Man van lichte zeden" en "Koning en clochard". Deze boeken zijn niet uitgegeven door Top Notch, omdat hij nog niet onder contract stond toen de boeken uitkwamen.

Genre: Bandjes



Rats on Rafts:

De vierkoppige Rotterdamse band Rats on Rafts staan bekend als een newwave-/post-punkband. De bands bestaan sinds 2005 en in 2012 is de band getekend door Top Notch. Hun tweede album 'The Moon Is Big' werd in 2011 op Vinyl-LP uitgebracht, en nadat ze getekend waren bij Top Notch, kwam er een CD-heruitgave van het album. Naast Nederland, heeft Rats on Rafts ook getoerd door Duitsland en Groot-Brittannië.

Palio SuperSpeed Donkey:

De pas 16 jarige bandleden van Palio SuperSpeed Donkey hebben het al aardig voor elkaar. Vorig jaar kwam de demo van de scholieren in de handen van Top Notch baas Kees de Koning, die meteen fan was. Meerdere partijen waren in de race voor de handtekeningen van Palio, maar de pubers kozen zelf voor Top Notch. De reden om voor Top Notch te kiezen was grotendeels te danken aan het feit dat de jongens fan waren van een aantal Top Notch artiesten. Vooral Fresku is zeer geliefd bij het rockbandje. In november van 2012 presenteerde Palio hun eerste EP genaamd 'Wateramp EP'. Momenteel zijn ze bezig met hun debuutalbum.

The Kik:

The Kik is een bandje uit Rotterdam/Tilburg die jaren 60-geinspireerde muziek maken. De Kik kreeg in september landelijke bekendheid toen bekend werd gemaakt dat het bandje de huisband van De Wereld Draait Door werd en daarmee maandelijks in de show te zien is. Het debuutalbum van The Kik heet Springlevend en dat werd gereleased in 2012. In december bracht the Kik een kerstsingle genaamd 'A Christmas Song For You' uit.

Genre: Schrijvers

James Worthy:

James Worthy is een Amsterdamse schrijver die in 2011 een contract tekende bij Top Notch, om niet veel later zijn boek door zowel Top Notch als Lebowski Achievers te laten uitgeven. Het was de eerste samenwerking tussen Lebowski en Top Notch. James Worthy is momenteel ook verslaggever voor Top Notch. Ook werkt hij voor de Nieuwe Revu, Blend, CJP, Nowhere en Statemagazine.

Henk van Straten:

Henk van Straten, wonend in Eindhoven, is journalist en schrijver. Wekelijks schrijft hij voor de Nieuwe Revu en het Eindhovens Dagblad. Ook werkt hij regelmatig voor Vrij Nederland, NRC Handelsblad, Das Magazin en Hollands Maandblad. Henk van Straten schreef al vier romans en een kinderboek. Zijn laatste Roman 'Superlul' werd uitgegeven door Top Notch. In 2010 en in 2012 werd hij genomineerd voor de BNG Nieuwe Literatuurprijs.



Foto: Jamesworthy.nl



Wat is de huidige situatie van Top Notch?

foto: Aaron van Valen

Ik spreek met Kees de Koning (directeur van Top Notch) over de huidige situatie van het bedrijf. Wat heeft de digitalisering van de muziekindustrie gedaan met Top Notch? Wat is er veranderd en waar liggen de mogelijkheden?

Toen ik aan Kees de vraag stelde welke sporen het internet heeft achtergelaten op de industrie begon hij te lachen en refereerde hij naar het feit dat hij een aantal weken geleden tijdens een event genaamd Buma Rotterdam Beats benoemd werd als digitale pionier. Maar hij vindt totaal niet dat hij een digitale pionier is: "Omdat alles zo prehistorisch wordt benaderd door bepaalde platenmaatschappijen krijg ik nu deze titel, maar ik ben niet verder dan

een individu. Iedereen heeft social media. Het verschil is juist dat we op het niveau zitten van de fan, daarom lijken we nu ontzettend progressief. Alleen als je jezelf bewust bent van je tekortkomingen als platenlabel, kun je daar je voordeel uit trekken."

Toen ik vroeg wanneer hij zich ervan bewust werd dat hij mee moest in de digitalisering, moest hij een aardig stukje terug in de tijd: "Wanneer het begonnen is weet ik niet precies, maar het ging een beetje samen met de opkomst van het online hiphopmagazine StateMagazine. In die periode werd ik me steeds bewuster dat als ik fans wilde vinden, ik online moest gaan.

De reguliere media wilde op dat moment namelijk geen aandacht aan hiphop besteden. Mijn idee was toen heel simpel; Het hart van het label is online. Toen de verkoopcijfers achteruitgingen realiseerde ik me vrij snel dat het helemaal niet het belangrijkste is of iemand een schijfje koopt, het gaat erom wat er op dat schijfje staat. Het gaat om de inhoud. Vanaf het moment dat ik dat realiseerde zijn de poorten voor mij open gegaan. Je moet denken als je fans."

"Het geromantiseerde beeld van een gitarist in een kroegje die ontdekt wordt en zo cd's gaat verkopen is weg. We kijken nu via Youtube wie er talentvol is"

Kees benadrukt dat het verschil tussen Top Notch en andere maatschappijen zit in de benadering van de ontwikkelingen van het internet: *"Je merkte dat de muziekindustrie boos werd op de luisteraar. Ze gingen de luisteraar criminaliseren en dat is de grootste fout die je als ondernemer kan maken. Je moet juist naar jezelf kijken als je vindt dat mensen niet goed met je product omgaan. Nogmaals, je moet loslaten dat je een schijfje maakt en je moet in talent investeren. De toegevoegde waarde van een label is meer dan alleen een distributiekanaal. Het heeft alleen heel erg lang geduurd tot mensen zich dat gingen realiseren."*

Voor een label als Top Notch leek het internet dus heel handig en op sommige gebieden ook een stuk nuttiger volgens Kees:

"Door de digitalisering zijn al onze releases die we ooit hebben gemaakt beschikbaar op een legale manier. Vroeger moesten we een studio huren voor een paar honderd gulden per dag. Een paar jaar later neemt Opgezwolle een één van de meest succesvolle Nederlandse hiphop albums op vanuit het huis van Delic (de producer van Opgezwolle). Het speelveld is gewoon een beetje veranderd. Het geromantiseerde beeld van een gitarist in een kroegje die ontdekt wordt en zo cd's gaat verkopen is weg. We kijken nu via Youtube wie er talentvol is, het is digitaal geworden. Je bent niet meer met 30 man in een kroegje, je bent met miljarden mensen online. Alles is veel praktischer. Alles is clean. Zolang je niet doorslaat in de digitalisering en we kunnen bestaan mag je internet nooit als vijand zien. Kijk bijvoorbeeld naar Hef (Een Nederlandse rapper die niet bij Top Notch zit). Hij stond op nummer 1 in iTunes zonder enige recensie. Dat is de macht van Twitter. De stem van de luisteraar telt veel meer dan een stuk in de volkskrant. Dat vind ik prachtig en daarom wil ik dat ons label het internet juist omarmt. Maar we zijn nog lang niet door onze mogelijkheden heen. We kunnen en moeten nog veel groter worden. Dat gaat gebeuren wanneer we de stem aan de luisteraar kunnen geven."

Top Notch is veel meer begaan met het online bestaan dan dat ik voor mijn onderzoek gedacht had. Dat vind ik een heel interessant punt. De huidige situatie is vrij duidelijk, waar Top Notch heen wil is ook duidelijk. Je kan blijkbaar nooit genoeg exposure hebben en het is altijd goed om je tussen de fans te bevinden.

DEELVRAGEN

Op de probleemstelling

Deelvragen over de doelgroep

Wat is de doelgroep van Top Notch?



Toen het genre hiphop vanuit Amerika kwam overwaaien naar Nederland was de doelgroep zeer snel te herkennen. De jeugd. Een jonge generatie die rebellerend een stem willen hebben in de maatschappelijke aspecten die ons land bezighouden. Het vertegenwoordigde daadwerkelijk een groep jongeren die zich niet gehoord voelden in de samenleving. Voor velen was hiphop dus een soort uitweg. Tegenwoordig is dat anders. De hiphop is de laatste jaren geaccepteerd door het grote publiek en dat heeft ervoor gezorgd dat de doelgroep meer is uitgebreid. De vele samenwerkingen tussen het hiphop genre en het pop genre hebben hier ook een zeer groot aandeel in.

Het platenlabel Top Notch is in Nederland, samen met het programma 'Ali B op Volle Touren', verantwoordelijk voor de belichaming van de hiphop die is gefuseerd met de Nederlandse popmuziek.

Een goed voorbeeld hiervan is het project 'Versies/Limmen Tapes': Een uniek project van Doe Maar in samenwerking met artiesten van Top Notch. Op een album genaamd 'Versies' hebben Top Notch gerelateerde artiesten hun draai gegeven aan bekende nummers van Doe Maar. Op deze EP zijn onder andere Gers Pardoel, The Opposites, Sef, Fresku, Extince, en Sticks te horen.

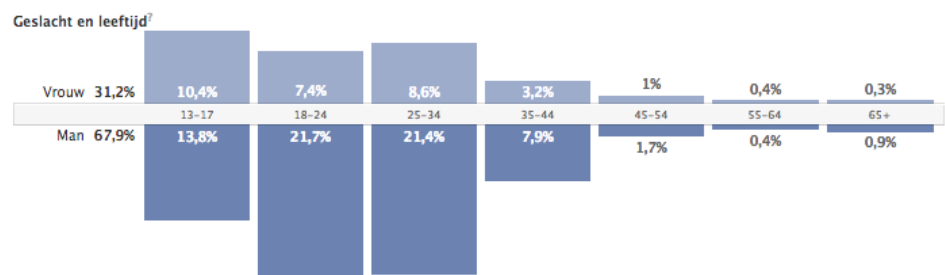
Als we kijken naar de huidige statistieken zien we hoe de verdeling van de doelgroep in elkaar zit. Wat opvallend is, is het feit dat steeds meer vrouwen geïnteresseerd zijn in Top Notch.

Ook is te zien dat Top Notch in België de afgelopen jaren veel meer is gaan leven.

Grafiek op de volgende pagina.

Concreet kijkend naar de doelgroep die Top Notch via Facebook heeft, zijn er een paar dingen opvallend. Dat hiphop bij mannen veel populairder is, blijkt in de grafiek die Facebook Insights laat weergeven aan beheerders van Facebook pagina's. In het buitenland heeft Top Notch een kleine achterban.

Top Notch blijkt vrij bekend in België. Er zijn bijna 4.000 Belgen die top Notch volgen. Top Notch is het populairst bij mensen in de leeftijd van 18 tot 35. In mijn enquête heb ik onderzocht wanneer men voor het eerst van Top Notch hoorde. Bij ruim 46 procent was dat in de periode 2003 - 2007.



Landen ⁷	Plaatsen ⁷	Talen ⁷
8.079 Nederland	2.225 Amsterdam	9.950 Nederlands
3.953 België	724 Rotterdam	1.614 Engels (US)
163 Verenigde Staten	298 Utrecht	563 Engels (UK)
78 Suriname	289 Antwerpen, België	380 Nederlands (België)
60 Verenigd Koninkrijk	198 Tilburg	115 Frans (Frankrijk)
59 Duitsland	185 Eindhoven	49 Duits
35 Iran	155 Nijmegen	31 Spaans
28 Nederlandse Antillen	150 Gent, België	19 Spaans (Spanje)
24 Spanje	141 Haarlem	16 Afrikaans
19 Frankrijk	133 Groningen	15 Engels (Piraten)
17 Italië	131 Breda	14 Russisch
17 Zuid-Afrika	100 Almere-Stad, Flevoland	10 Perzisch
17 India	96 Arnhem	8 Italiaans
16 Australië	92 Mechelen, België	7 Turks
15 Aruba	91 Zwolle	7 Portugees (Portugal)
14 Mexico	86 Den Haag	6 Indonesisch
14 Zwitserland	82 Deventer	6 Portugees (Brazilië)
13 Canada	72 Amersfoort, Utrecht	5 Pools
13 Turkije	70 Paramaribo, Suriname	5 Zweeds
12 Indonesië	67 Anvers, Antwerpen	4 Arabisch

DEELVRAGEN

Op de probleemstelling

Deelvragen over het internetgedrag van de doelgroep



Het internetgedrag van de doelgroep?

-De behoefte van de doelgroep:

Als we kijken naar de resultaten van de enquête (ingevuld door mensen die Top Notch volgen via sociale media) is er een vrij duidelijk beeld te zien wat het internetgedrag is van deze doelgroep.

Zo blijkt uit de resultaten dat de meest waardevolle Top Notch artiesten (kijkende naar de Nederlandse Top 40) minder populair zijn bij de volgers dan artiesten die wat minder landelijke bekendheid hebben. Onder de volgers van Top Notch zijn Fakkelfrigade en Fresku veruit de populairste artiesten. Samen zijn deze acts goed voor ruim 62 procent (!) van alle stemmen. Gers Pardoel, The Opposites en Lange Frans (artiesten die geregeld terug zijn te vinden in de Nederlandse en Belgische hitlijsten) zijn aanzienlijk minder populair.

Deze resultaten worden redelijk versterkt door de artiesten die gevolgd worden door mensen die Top Notch volgen. Sticks (frontman van de Fakkelfrigade) en Fresku zijn hier weer de meest populaire artiesten. Van de 94 mensen die de enquête hebben ingevuld, zijn er 85 mensen die minstens één artiest volgen op Twitter of Facebook. Van die 85 zijn er maar liefst 63 mensen die Fresku volgen. Daarmee blijft hij Sticks (59 volgers) nipt voor.

Winne, Faberyayo (De Jeugd van Tegenwoordig) en Rico (lid van de Fakkelfrigade) zitten daar achter met ieder ruim 30 volgers.

Wat ook opvallend is, is dat de volgers erg veel releases van verschillende Top Notch artiesten luisteren. Veel volgers van Top Notch (53,9 procent) laten in de enquête weten dat ze maar liefst alle releases van het label beluisteren. 21,3 procent luistert tussen de 4 en 6 releases per kwartaal. Dat zelfde aantal luistert 1 tot 3 releases per kwartaal. 4,3 procent luistert geen releases die door Top Notch zijn uitgebracht.

Het concrete internetgedrag van de doelgroep geeft een vrij duidelijk beeld weer. Van de 94 ondervraagden, gebruikt iedereen Facebook. Ruim de helft van deze mensen (57,5 procent) is ook op Twitter te vinden. De doelgroep is gedurende de hele dag op het internet te vinden, maar s'avonds is men wel het meest actief. Over de middelen waarmee de doelgroep op internet zit is vrij verdeeld. 39,4 procent zit voornamelijk op internet via zijn/haar laptop. Ook de smartphone wordt veelvuldig gebruikt om te internetten (ongeveer 31 procent). Zo'n 25,5 procent surft nog met zijn/haar vaste pc. Van een tablet wordt nog nauwelijks gebruik gemaakt (slechts 4,3 procent).

FAKKELTEITGROEP (RICO, TYPHOON & JAMES)
Foto: Boogiedown Breda

De manier waarop de doelgroep muziek luistert is ook vrij verdeeld. Het kopen van fysieke exemplaren (cd's/vinyl) is nog steeds erg populair bij de luisteraars van Top Notch. Ruim 34 procent luistert nog het vaakst muziek op die manier. Spotify is ook populair. 23 procent van de luisteraars gebruiken vaak Spotify en hebben daarop een voorsprong op Youtube (20 procent). Wat opvalt is dat downloaden heel weinig voorkomt bij de doelgroep. Slechts 11 procent download muziek illegaal en zo'n 5 procent doet dat op de legale manier. Wanneer men dus voor muziek betaald, gebeurt dat dus veruit het meest door middel van het aanschaffen van fysieke exemplaren. Ruim 75 procent van de ondervraagden koopt nog cd's of vinyl. Daarmee laten ze Spotify en iTunes (beide rond de 13 procent) ver achter zich.

De reden waarom de doelgroep Top Notch volgt is vrij duidelijk. Maar liefst 67,8 procent volgt Top Notch voornamelijk om op de hoogte te blijven van nieuwe releases van de artiesten van Top Notch. 18,3 procent volgt het platenlabel om muziek te beluisteren en zo'n 6,5 procent om videoclips te bekijken. 2,2 procent wil op de hoogte blijven van evenementen en 5,4 procent zit er om andere redenen.

De reden waarom onze volgers andere artiesten volgen is voornamelijk ook om op de hoogte te blijven van de nieuwe muziek van die desbetreffende artiest (ongeveer 82 procent). Ook worden artiesten gevolgd omdat ze in de ogen van hun volgers leuke berichten op twitter (tweets) plaatsen. Dat geldt voor ruim 39% van de ondervraagden. Zo'n 29 procent volgt artiesten op Twitter om op de hoogte te willen blijven van evenementen van de artiest.

Welke acties genereren veel internettraffic?

In de enquête heb ik de vraag gesteld waarom mensen Top Notch nou precies volgen. Daarop werd duidelijk antwoord gegeven:



Waarom volg je Top Notch?



Ook op de open vraag wat de doelgroep nog mist bij de online activiteiten van Top Notch is er een duidelijk beeld te zien dat samenhangt met eerdere resultaten uit de enquête. 57 ondervraagden hebben geen op- en/of aanmerkingen op de online activiteiten van het bedrijf. Zo'n 12 Top Notch volgers zouden graag wat meer audiovisueel materiaal te zien krijgen. Denk hierbij aan videoblogs, back-stage footage of teasers.



Online acties:

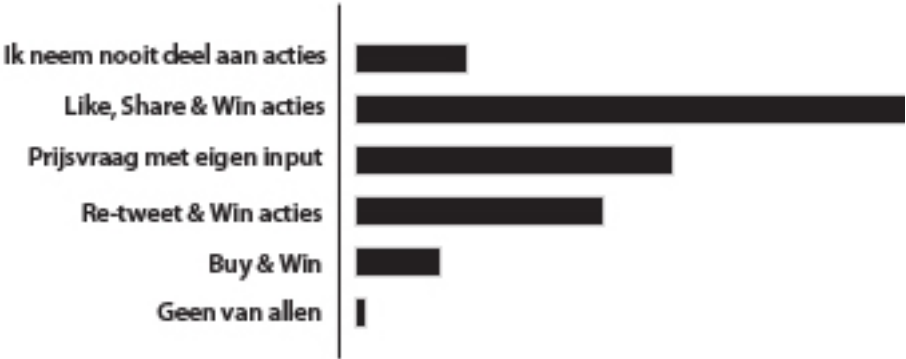
De online acties die de volgers van Top Notch aanspreekt zijn eveneens overduidelijk. Uit de resultaten van de enquête is te merken dat maar liefst 71,3 procent wel eens meedoet aan Like, Share & Win acties: Je ziet een bericht, en wanneer je dat bericht liked en shared, krijgen jouw vrienden het bericht ook te zien. Daarmee kan een bedrijf er natuurlijk voor zorgen dat het meer naamsbekendheid krijgt.

Ook prijsvragen met eigen input zijn populair. Zo'n 39 procent doet daar geregeld aan mee. Retweet & Win acties (een Tweet delen met je eigen Twitter volgers) wordt af en toe gedaan door ongeveer 31 procent van de ondervraagden en een kleine 11 procent doet ook mee aan Buy & Win acties. Zo'n 13,8 procent voelt niet veel voor online acties en nemen daarom geen deel aan deze.



Fresku, Foto: House of Hiphop

Aan wat voor acties neem je wel eens deel?



Welke mogelijkheden heeft Top Notch gekregen door het internet?

De afgelopen jaren is de muziekindustrie erg veranderd. Dat heeft vooral te maken met de opkomst van het internet. Het internet heeft de mogelijkheden voor de consument ontzettend verhoogd om aan muziek te komen. Dat begon allemaal in 1999 met Napster, waarmee mensen op illegale wijze gratis muziek aan elkaar kon uitwisselen. Maar hoe comfortabel dat was voor de consument, zo vervelend bleek het te zijn voor de muziektak. In het eerste decennium waar het internet zijn sporen kon nalaten (1999 tot 2009) zijn de opbrengsten uit de muziekverkoop en licenties in Amerika meer dan gehalveerd. De opbrengst was in 1999 maar liefst 14,6 miljard dollar. 10 jaar later was het nog maar 6,3 miljard dollar.

Nu zijn we weer een aantal jaar verder. De muziekindustrie lijkt niet verder in de verloedering geraakt. Want naast de traditionele muziekverkoop (die naar onderzoek van CNN Money nog verder zal dalen naar 5,5 miljard dollar in 2014) zijn er nieuwe mogelijkheden bijgekomen. Het internet zorgt er namelijk ook voor dat de consument veel makkelijker nieuwe muziek kan ontdekken. Nog nooit kwamen mensen zoveel in aanraking met muziek als door het internet. Kijk bijvoorbeeld naar Youtube, waarbij de artiest bij elke view (elke keer dat de video wordt bekeken) een klein geldbedrag krijgt. Of de digitale

muzieklicenties voor diensten die toegang bieden tot muziek op internet. Met die licenties haalde de industrie in 2009 zo'n 84 miljoen binnen. CNN Money verwacht ook dat dit de komende jaren verder zal gaan toenemen.

Maar hoe zit het nou precies bij Top Notch? Tijdens een interview met de Nederlandse site 'HiphopLeeft.nl' laat Farid Benmbarek (de A&R manager van Top Notch) duidelijk weten hoe de situatie bij het bedrijf is. Hij liet weten dat als je globaal naar de muziekindustrie kijkt, het inderdaad minder goed lijkt te gaan dan vroeger. *"De grote melkkoe die de compactdisc ooit was, heeft droge uiers. Maar als je vanuit het Top Notch perspectief kijkt is er nauwelijks iets verslechterd. Omdat Top Notch een hiphop label was, zijn ze altijd een underdog geweest. Op het moment dat ik instapte was de Nederlandse hiphop best wel een niche. We hebben geen hoge salarissen of grote budgetten. Als je dat gewend bent, zoals wij, ben je ook flexibel bij veranderingen om je heen."* Toen HiphopLeeft benadrukte dat Top Notch zichzelf geen underdog kon noemen, omdat het Nederlands grootste hiphop label is, dat ook nog eens onder Universal valt, benadrukt Farid een belangrijk punt: *"Mensen denken vaak dat Top Notch een heel groot bedrijf is. Dat klopt niet. Top Notch is vijf medewerkers, vorig jaar waren het er nog vier."*

“We hebben één of twee stagiaires. Meer niet. Daarvoor, al die jaren, bestond Top Notch uit drie werknemers. Ook in de tijd dat er zeer succesvolle albums uitkwamen als De Machine van De Jeugd Van Tegenwoordig of Du Zoon van Kempf. Wij hoeven ook niet bang te zijn als de muziekverkoop terugloopt. We zijn niet al te afhankelijk en kunnen makkelijk op zoek naar andere manieren om geld te verdienen. We hebben ons daarbij goed aangepast aan de digitale tijd.”

“Vroeger was Top Notch een hiphop uitgeverij, daarna een muziek-uitgeverij en nu is het steeds meer een uitgeverij van mooie dingen”

Farid benadrukt dat vooral de komst van Youtube zeer positief is geweest voor Top Notch: *“De democratie van Youtube heeft Top Notch alleen maar gesterkt. Het aantal views maakt duidelijk hoe populair sommige hiphop acts zijn.”* Wanneer Top Notch zich blijft ontwikkelen en creatief met nieuwe ideeën omgaat, ziet hij het ook niet achteruitgaan: *“Vroeger was Top Notch een hiphop uitgeverij, daarna een muziek uitgeverij en nu is het steeds meer een uitgeverij van mooie dingen. Het zou mij niks verbazen als wij op een dag een pak koekjes op de markt brengen”.* Top Notch heeft op dit moment al poppetjes, legerjassen, boeken, cd's verpakt in stoeptegels en mixtapes van schrijvers uitgebracht.



FARID BENMBAREK
Top Notch A&R

Foto: Krijnphoto

DEELVRAGEN

Op de probleemstelling

Deelvragen over het online bereiken van de doelgroep



SJAAK & RIK STABEL

-Welke (Sociale) Media gebruikt Top Notch?

We zetten alle sociale media van Top Notch even op een rij:

Twitter, Facebook en Youtube:

Top Notch gebruikt verschillende soorten Social Media. Sinds 2009 is Top Notch actief op Twitter (<http://www.twitter.com/TopNotchNL>). Top Notch heeft op dit moment (03-12-2012) zo'n 6.900 volgers. Ook heeft Top Notch een Facebook community pagina (<http://www.facebook.com/TopNotchNL>). Op dit moment volgen zo'n 13.000 mensen Top Notch op Facebook. Op Youtube is Top Notch ook erg actief (<http://www.youtube.com/TopNotchNL>). Top Notch heeft een Youtube account sinds 2006 waar ze o.a. videoclips, teasers, stills van singles en interviews delen met hun volgers ze hebben maar liefst 1929 video's op hun kanaal staan. Op Facebook en Twitter worden vaak nieuwtjes van artiesten, aankondigingen van shows of prijsvragen geplaatst. Deze pagina's worden meerdere malen per dag bijgewerkt.

Spotify en 22Tracks:

Top Notch heeft een eigen Spotify kanaal. Vanaf het Top Notch kanaal kan men op Spotify naar nummers luisteren van artiesten die getekend zijn bij het label. 22Tracks is, net zoals Spotify, een website en een smartphone app. Het unieke aan 22Tracks is dat er muziek voor jou geselecteerd wordt door early adopters. Voor elk genre selecteert een gespecialiseerd persoon nummers voor jou, zodat je op de hoogte blijft van de nieuwste en meest potentiële nummers in het genre dat je kiest. Voorbeelden van genres bij 22 Tracks zijn: Pop, Soul, Beats, Hiphop, House en Funk. Sinds 2012 heeft Top Notch een eigen kanaal op dit platform. Daarin staan dus 22 nummers die door Top Notch geselecteerd zijn en ook van artiesten zijn die bij het label getekend zijn.

Sinds 2011 is Top Notch gestopt met het updaten van statussen op Hyves aangezien de doelgroep daar zo was uitgedund dat het niet meer aantrekkelijk was voor het label om zich hierop te richten.



-Welke Social Media zijn het meest effectief?

Volgens onderzoek van Marketing Sherpa gaat het vooral om sharing (het delen van informatie). De relaties die het belangrijkste lijken te zijn, zijn relaties met bloggers.

Het vergt wel het meeste werk om een goede relatie met relevante bloggers op te bouwen. Dit onderzoek is gehouden onder 3.342 Social Media Marketeers. Facebook trekt de meeste unieke bezoekers. Twee jaar geleden was Hyves nog de best bezochte social media site. Daar waar Hyves de afgelopen jaren drastisch is gedaald, is Facebook ontzettend gestegen als meest effectieve social media site.

Voor het aantal uren dat men op een site besteedt, staat hyves nog wel boven Twitter. Maar deze vergelijking is zeer moeilijk aangezien het gebruik van een microblog grotenfeels buiten desktopbezoek plaatsvindt.

Semiocast heeft na onderzoek laten weten dat er momenteel 7,6 miljoen Nederlandse Twitter accounts geregistreerd staan. Veel accounts blijken echter inactief. Uit cijfers van Multi-scope blijkt dat er maar zo'n 1 miljoen accounts daadwerkelijk actief zijn.

Nederland blijkt wel echt een Twitterland geworden. Van de 7,6 miljoen accounts zijn er 2,5 miljoen accounts in het eerste half jaar van 2012 gemaakt. Ook de cijfers van de tweets liegen er niet om. Nederland is namelijk goed voor zo'n 1,6 procent van alle publieke tweets wereldwijd. Dat komt neer op zo'n 6,4 miljoen tweets per dag.

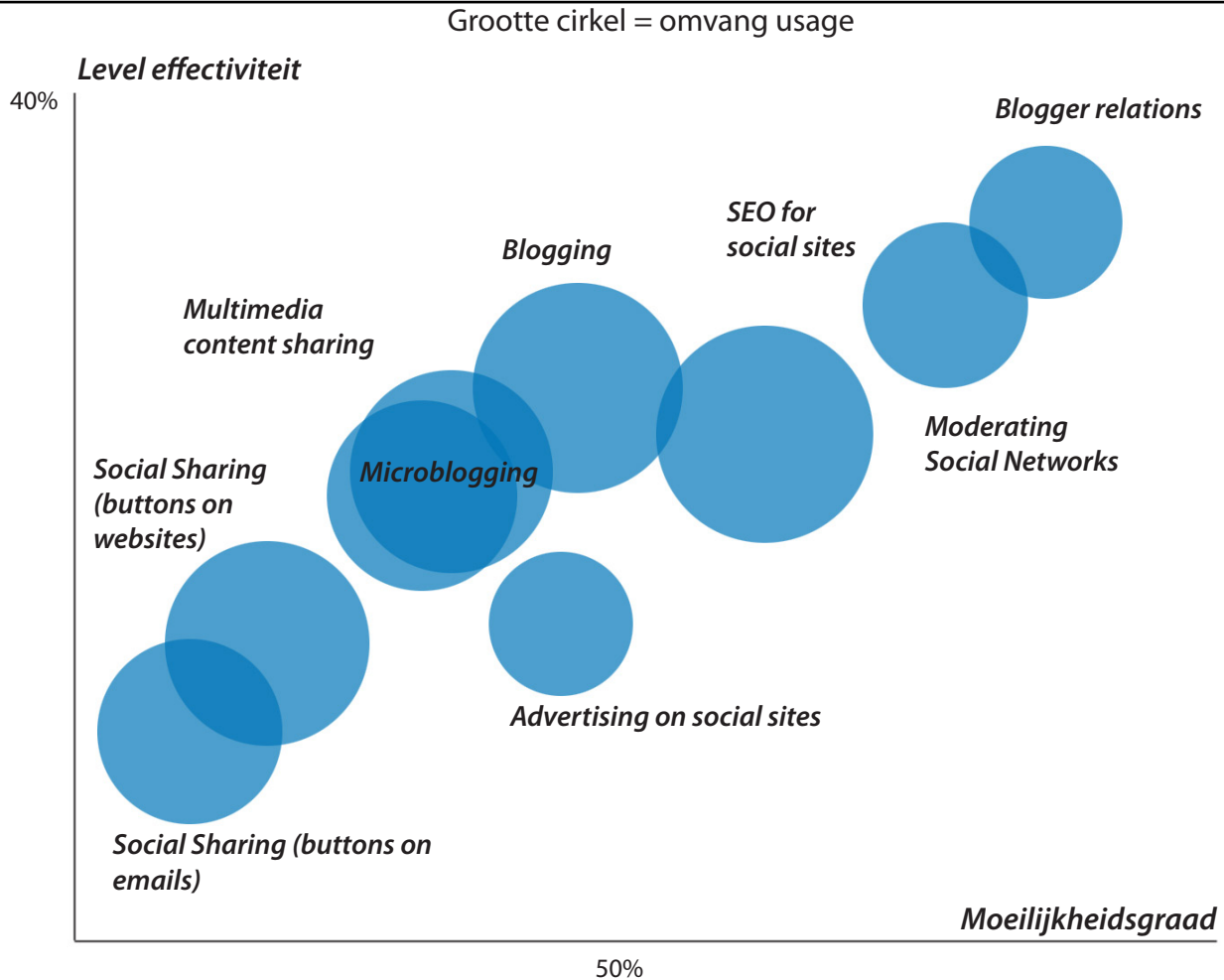
Facebook is de halverwege 2012 uitgegroeid naar boven de 9 miljoen. Daarmee is het nu al groter dan Hyves in haar glorie-dagen. In juni 2012 besteedden Facebook bezoekers maar liefst 271 minuten op het sociale netwerk.

In een blog op Marketing Facts stond het volgende: "In Nederland kent Facebook iets meer dan 6,6 miljoen gebruikers, een groei van 40 procent ten opzichte van de 4,7 miljoen gebruikers die Facebook een jaar eerder had.

De groei van Facebook blijkt erg nuttig voor de bedrijven. De gemiddelde interactie van Facebook pagina's is groeiende. Je kan er met een Facebook pagina dus voor zorgen dat je veel meer interactie krijgt met je doelgroep.

Overzicht van Social Media tactieken

(bron: Marketing Sherpa)



Het beheren van Sociale netwerken & relaties met bloggers lijken dus het meest effectief.

Wat is de rol van Youtube?

Youtube is tegenwoordig onmisbaar voor een platenmaatschappij. Aangezien de videoclip na het verval van muziekenzenders TMF en The Box in Nederland nog maar zelden op televisie worden uitgezonden is de online video-dienst Youtube de beste vervanging. Platenmaatschappijen krijgen ook betaald door de views van Youtube.

Om meer duidelijkheid te krijgen over de cijfers ben ik bij David Binkhorst terecht gekomen. David Binkhorst is Digital Account Manager bij Universal Music. Als eerst vroeg ik me af wanneer een Youtube view nou eigenlijk telt als één view. Dat blijkt 30 seconden te zijn. Wanneer je een halve minuut of langer naar een videoclip kijkt, gaat de teller van die videoclip op +1. Dit is zo gemaakt om fraude te voorkomen. Als ze dit niet zouden doen, konden mensen blijven klikken op een Youtube link zonder te kijken naar het product.

Maar om hoeveel geld hebben we het nou precies? Aangezien het per platenmaatschappij verschilt, en er daarom weinig betrouwbare en bruikbare informatie over te vinden is, hebben we Universal als voorbeeld genomen. Ook Top Notch hoort hieronder. Er is een formule die in dit bedrijf wordt gebruikt. Daarmee is er een helder beeld te zien over de financiële situatie van online media bij deze platenmaatschappij.

De formule telt zo:

De omzet die we voor 1 CD krijgen staat gelijk aan:

-10.000 Youtube views

-2500 Vevo views (Vevo is een aparte Youtube pagina voor een artiest, bij Top Notch hebben o.a. Gers Pardoel, The Opposites en Fresku een VEVO account)

-1000 Spotify hits

Als voorbeeld hiervoor kijken we even naar twee clips.

één van de Top Notch youtube en één van een Vevo account van een Top Notch artiest.

De Jeugd van tegenwoordig - Sterrenstof (Top Notch Youtube):

De clip is 6679736 keer bekeken.

$6679736 : 10000 = 668$

Dat betekent dus dat de Youtube views goed zijn voor 668 albums van De Jeugd van Tegenwoordig

Het album van De Jeugd van Tegenwoordig kostte 15 euro.

$15 \times 668 = 10020$ euro

Gers Pardoel - Ik Neem Je Mee (VEVO account)

De clip is 14208743 keer bekeken

$14208743 : 2500 = 5684$

Het album van Gers Pardoel kostte ook 15 euro

$15 \times 5684 = 85260$ euro

Vanaf dit bedrag ligt het aan de contracten van artiesten hoe de verdeling is, maar de formule geeft een goed beeld weer van de waarde van Youtube.

HOOFDSTUK 4.2
HOOFDVRAAG



Hoe kan Top Notch het best inspelen op internetgedrag?

4.2 Onderzoek - Hoofdvraag

Voor de hoofdvraag onderzoek ik vier aspecten die in de deelvraag naar voren zijn gekomen en belangrijk blijken te zijn; Streaming, Youtube, Facebook en (micro)blogs.

Streaming

Voor deze hoofdvraag ben ik eerst gaan zoeken naar de invloeden van het internet op de muziekindustrie. Wat als eerste opvalt is dat streaming ongekend populair is geworden. In Nederland is het streamen van muziek op dit moment ook niet meer weg te denken. Voornamelijk Spotify is hier een grote speler op de markt. De hoge stijging van de download- en streamingmarkt liegt er niet om. Onderzoeksbureau GfK Retail and Technologie meldt in Entertainment Business dat de digitale muziekmarkt (zowel downloads als streaming) in 2011 goed was voor een omzet van maar liefst 33 miljoen euro.

Over heel 2010 bedroeg de muziek-downloadmarkt (zowel singles en albums) 17,2 miljoen euro. Dat geeft aan dat streaming een veel snellere opmars kent dan betaald downloaden. Dankzij nieuwe initiatieven als Ziggo, Deezer en Downloadmusic.nl, verwacht GfK dat de opmars van streaming alleen maar verder toeneemt.



Het GfK meldt ook dat TV programma's als The Voice of Holland en Popstars veel invloed hebben op de Nederlandse digitale muziekmarkt. De verkoop van digitale albums nam met 41 procent toe. De verkoop van losse singles maar liefst met 52 procent.

Het streamen blijkt dus zeer goed voor de muziekindustrie. Vroeger was P2P namelijk de populairste manier op aan muziek te komen. P2P is een afkorting van Peer to Peer: P2P is het online uitwisselen van muziek. Het begon eind jaren 90 met Napster en is de jaren later voornamelijk door torrents groot geworden. In 2009 kwam Music Ally met een onderzoek waarin het liet zien dat jongeren steeds vaker P2P ver-ruilen voor streaming muziek.

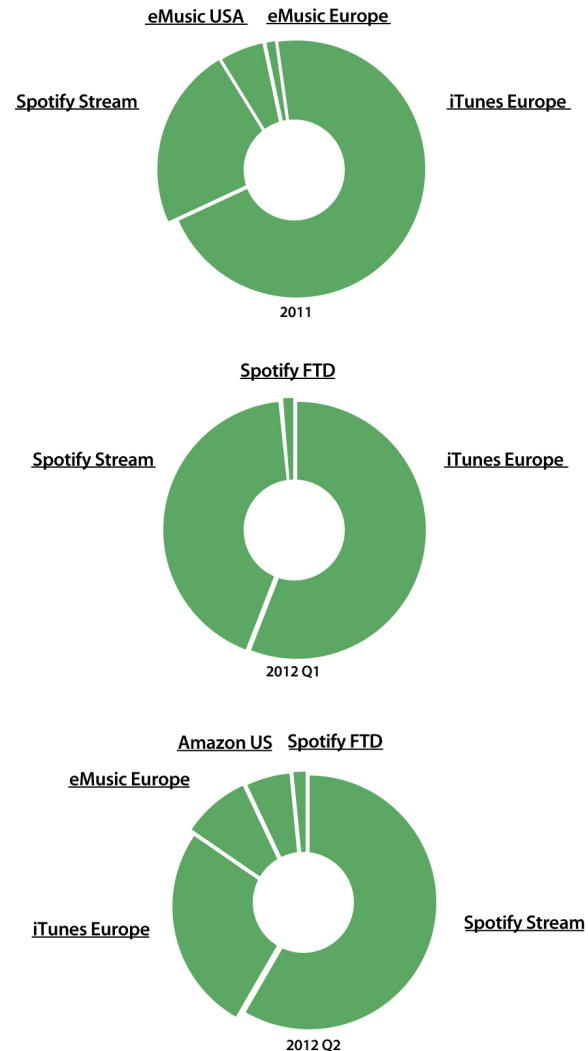
Spotify:

Spotify is een muziekdienst op internet waar bij je door middel van streaming kan luisteren naar muziek. Spotify is een volkomen legale muziekdienst. Sinds mei 2010 is Spotify ook in Nederland beschikbaar, nadat het bedrijf een licentieovereenkomst heeft gesloten met Buma Stemra, de muziekrechtenorganisatie in Nederland.

Er zijn 3 versies van Spotify op de markt:

- 1. De open versie:** Deze versie is gratis. Je kunt ongeveer 20 uur per maand naar de gratis versie van Spotify luisteren. Tussendoor krijg je dan wel reclame-advertenties en banners/pop-ups.
- 2. Spotify Unlmmited:** Met het Spotify Unlmmited abonnement (4,99 euro) kun je ongelimiteerd downstreamen, zonder dat je last hebt van advertenties tussendoor, pop-ups of andere reclame middelen.
- 3. Spotify Premium:** Spotify premium kost 10 euro per maand. Ook hierbij krijg je geen last van reclame. De geluidskwaliteit bij Spotify Premium is veel beter dan bij de andere versies (320 kbps in plaats van 160 kbps).

Met Spotify heb je de mogelijkheid om je favoriete muziek te delen met je Facebook vrienden en met volgers op Twitter. Ook kun je de nummers die je afspeelt met Spotify toevoegen aan je last.fm profiel. Last.fm is een communitywebsite, ze richten zich voornamelijk op internetradio en digitale muziek.



-Facebook: *In mijn deelvraag over Social Media werd al duidelijk dat Facebook momenteel veruit het grootste netwerk is op het gebied van sociale media. Maar hoe kan je als bedrijf nu het beste inspelen op de doelgroep door middel van Facebook?*

Voor de optimalisatie van de Facebook pagina heb ik afgesproken met Erik de Kock. Erik was vroeger stagiair van Top Notch. Tegenwoordig werkt hij voor Top Notch en is hij bezig om samen met Top Notch een speciale vestiging Coffee Company op te zetten. De vestiging zal 'Quartier Putain' gaan heten, genoemd naar een nummer van Doctorandus P. (het betekend hoerenbuurt). Het kantoor annex koffiehuis zal op het Oudekerksplein in Amsterdam te vinden zijn. In september van het jaar 2012 waren er nog dagelijks prostituees in dit pand te vinden.

Op de zolder van het pand zal het managementkantoor van Kees de Koning (directeur van Top Notch) komen. De verdieping daaronder moet een Top Notch kantoor worden. De twee verdiepingen daaronder moeten het koffiehuis vertegenwoordigen. Het moet een unieke samenwerking worden die goed is voor beide bedrijven. De band tussen de artiesten en het kantoor van Top Notch (die nu al prima is volgens beide partijen) moet hierdoor nog beter worden. Het is ook de bedoeling dat de band met de fans nu veel toegankelijker wordt. Zij hebben dan daadwerkelijk een plek om naartoe te gaan.

Erik is op dit moment beheerder van veel Facebook pagina's van artiesten. Hoe je op het gebied van sociale media de doelgroep het beste kan bereiken gaat als volgt: Wanneer je een Facebook pagina in beheer hebt kun je door middel van Ad Manager te installeren, voor bepaalde pagina's adverteren.

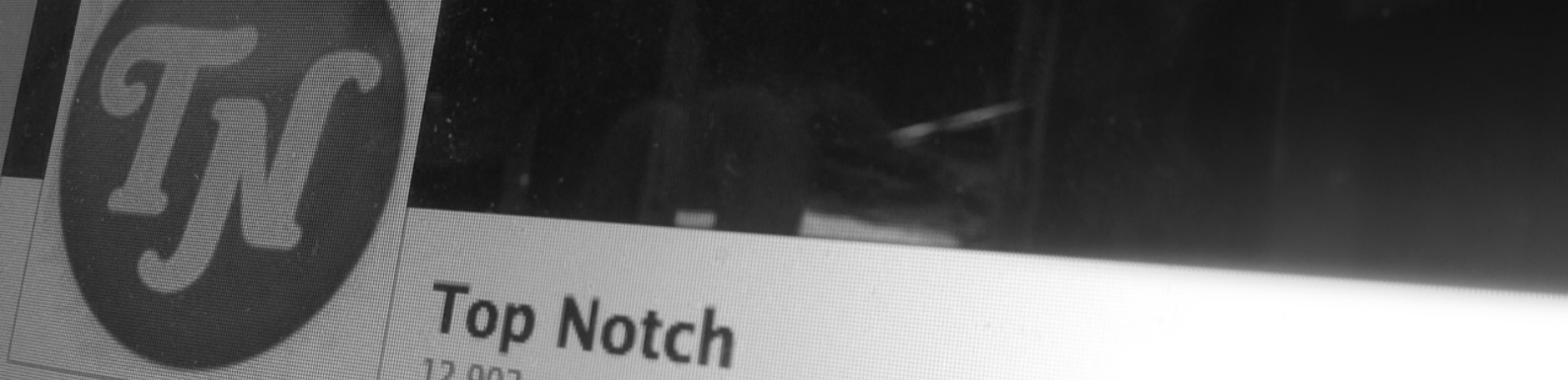
Adverteren via Ad Manager kan op twee manieren:

Like Ads:

Like Ads zijn Facebook advertenties die het mogelijk maken om direct vanuit de advertentie fan te worden van een pagina (door de pagina te liken). Dit kan dje doen zonder de Facebook ervaring te verstoren. Een bezoek aan de bepaalde Facebook pagina is dus niet nodig om fan te worden van de pagina.

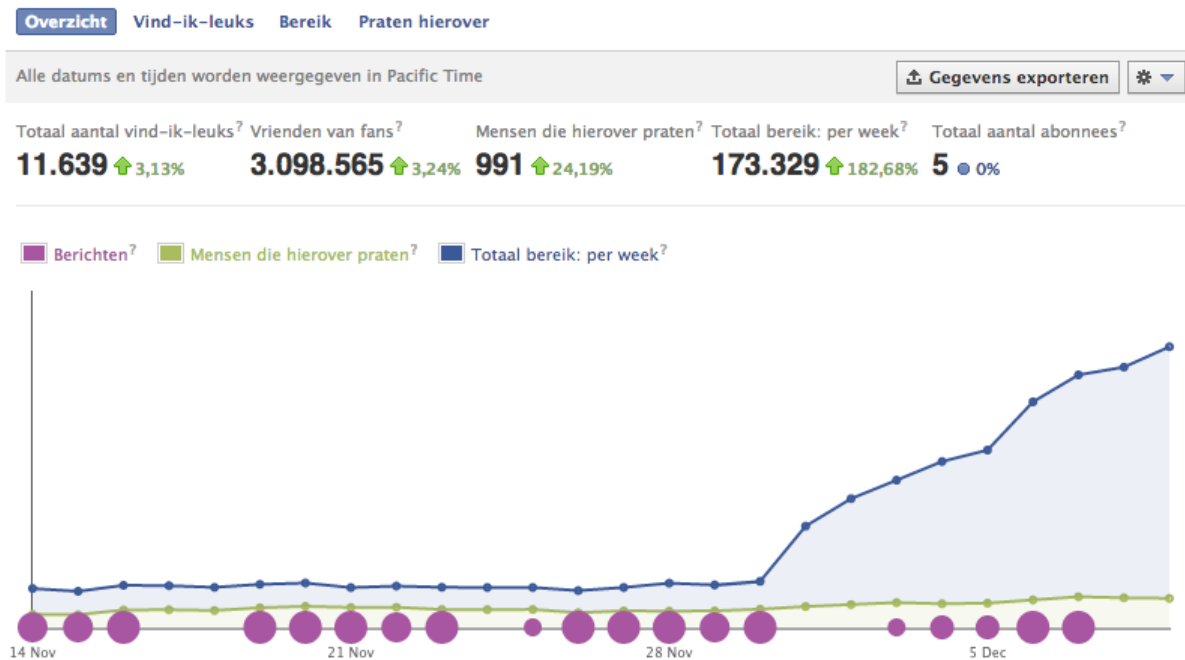
Sponsored Story:

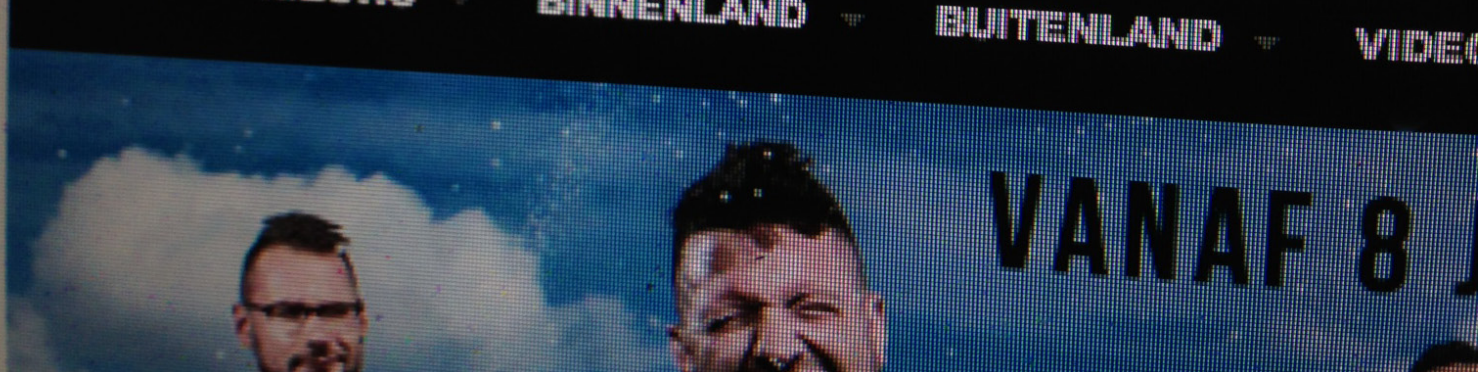
Wanneer een Facebook gebruiker Top Notch (of een artiest daarvan) gaat volgen, komt er bij alle vrienden van die persoon de aanbeveling van Top Notch (of van de artiest). Aangezien Top Notch meer dan 10.000 volgers heeft, wordt de Ad Target geschat op zo'n 12.000.000 (twaalf miljoen) mensen. Dat maakt de Sponsored Story een zeer effectief middel om te gebruiken. Aangezien de vrienden van de mensen die Top Notch al volgen de advertenties te zien krijgen, blijf je op deze manier dicht bij de doelgroep. Dat is natuurlijk belangrijk voor het bedrijf.



Resultaten zichtbaar

Voor 300 euro (voor de Top Notch pagina en voor pagina's van artiesten onder contract bij Top Notch) is er duidelijk te zien dat de statistieken flink omhoog gaan. Hierbij is alleen al op de pagina van Top Notch te zien (bron: Facebook Insights) dat het bereik veel groter wordt:





-Relaties met (Micro)Blogs

Zoals in mijn deelvraag naar voren kwam, zijn de relaties die je opbouwt met bloggers erg belangrijk. Via Twitter (dat als microblog gezien wordt) kan dat heel erg snel. Met 140 tekens kun je je nieuwste media uitingen delen.

Top Notch staat in relatie met veel mensen die een groot publiek hebben. Top Notch staat via Twitter in contact met bijna 7.000 volgers. Waaronder alle artiesten die bij Top Notch onder contract staan. Het bereik van deze artiesten kunnen oplopen tot meer dan 82.000 volgers, dat is bij Gers Pardoel het geval. Ook Lange Frans is erg populair met bijna 45.000 volgers. Faberyayo van de Jeugd van Tegenwoordig is met ruim 26.400 volgers ook zeer relevant op het gebied van micro blogging en rapper Winne heeft met 19.547 mensen ook een hoop volgers. Mochten er dingen gedeeld worden door deze mensen, dan kunnen bepaalde media zich veel sneller verspreiden dan ooit tevoren.

Voor het meten van blogs op het net heb ik een video geupload via Vimeo. Een kleinere versie van Youtube die laat zien vanaf welke site mensen bepaalde video's bezoeken. De video is ruim anderhalve maand geleden online gezet en is via de Facebook van Top Notch door verschillende sites opgepikt. Van de 2.313 views die de video heeft gehad, zijn er maar liefst 1.467 (!) afkomstig van het hiphop blog Puna (<http://www.puna.nl>).

Op het blog van Puna is te zien dat het een zeer succesvolle formule heeft weten te creëren: Puna bestaat sinds 2006. Puna.nl werd gelanceerd als een online muziek magazine met hiphop als specialisatie. In 2008 besloten de oprichters van Puna het format om te gooien naar een blog, waarin ze het aanbod filterden op actualiteit, exclusiviteit en kwaliteit. Ze legden vanaf dat moment de nadruk op muziek van Nederlandse bodem. Het bleek voor veel mensen dé graagmeter voor hiphop in Nederland. Puna trekt inmiddels ruim 400.000 unieke bezoekers per maand, waarmee ze meer dan 2 miljoen pageviews genereren. Puna is hiermee marktleider op het gebied van online platformen voor de Nederlandse muziekindustrie die zich specialiseren op hiphop.

HOOFDSTUK 5
CONCLUSIE



CONCLUSIE

Voordat ik aan mijn hoofdvraag begon wilde ik door middel van mijn deelvragen een goede basis neerleggen voor mijn hoofdvraag. Hoe kon Top Notch het best inspelen op het internetgedrag van de doelgroep? Hoe moet Top Notch zich online opstellen? Na aanleiding van de vragen die ik heb gesteld kwam ik tot de conclusie dat de macht van de digitalisering in een heel ver stadium zit.

De punten die het meest belangrijk zijn aan de digitalisering van de muziekindustrie blijken Social Media en (legaal) Downloaden/Streamen.

Conclusie op het gebied van Social Media en blogs:

Social Media is het nieuwe medium, het is het meest effectieve middel om eigen media te verspreiden (denk hierbij vooral aan persberichten en videoclips). En het mooie van Social Media is dat je er op een creatieve manier mee om kan gaan. Je kan op je eigen manier je media delen.

Facebook is het grootste medium om in één keer je eigen media te delen. Tijdens mijn onderzoek kwam ik ook tot de conclusie dat de relaties met blogs en microblogs essentieel zijn voor de verspreiding van eigen media.

Mensen kunnen heel snel iets in hun eigen netwerk gooien. Wat me erg opviel is dat het hiphop blog Puna een zeer groot bereik heeft met ruim 400.000 unieke bezoekers, en zo'n 2 miljoen per maand. Daaruit blijkt maar dat er veel internet traffic rondom blogs plaatsvindt.

Streaming en legale downloads:

Ook ben ik erachter gekomen dat, op gebied van muziek, men nog steeds vaak betaald voor singles, albums e.d. In mijn hoofdvraag kwam naar voren dat Spotify erg in de groei zit en dat legaal downloaden via iTunes ook vaak voorkomt. Het digitaal opslaan van muziek is voor Top Notch ook heel praktisch. Bijvoorbeeld omdat er altijd voorraad is.

Houding van Top Notch:

Ook ben ik tot de conclusie gekomen dat Top Notch de digitalisering van de muziekindustrie nooit als vijand heeft gezien maar het internet juist heeft omarmt en vanaf het begin daarvan zeer ondernemend is geweest om online de luisteraar te zien van muziek. Die filosofie stond lijnrecht tegenover andere platenmaatschappijen in de begintijden van het internet.

HOOFDSTUK 6
CONCEPT/PRODUCTONTWIKKELING



foto: Spotlight TV

CONCEPT/PRODUCTONTWIKKELING

Nadat ik het bovenstaande heb onderzocht, kwamen er bepaalde ideeën en concepten om de online status van Top Notch te optimaliseren:

- Facebook optimalisatie**
- Relaties met (micro)blogging optimaliseren**
- Promoten van Spotify**
- Youtube optimalisatie**

Door middel van zowel ads is de Facebook pagina van Top Notch bij veel meer mensen aan het licht gekomen dan voorheen. Tijdens mijn gesprek met Erik de Kock is duidelijk geworden dat Facebook ads goed zijn voor een stijging van ruim 183 procent van het bereik van de Top Notch- Facebook pagina.

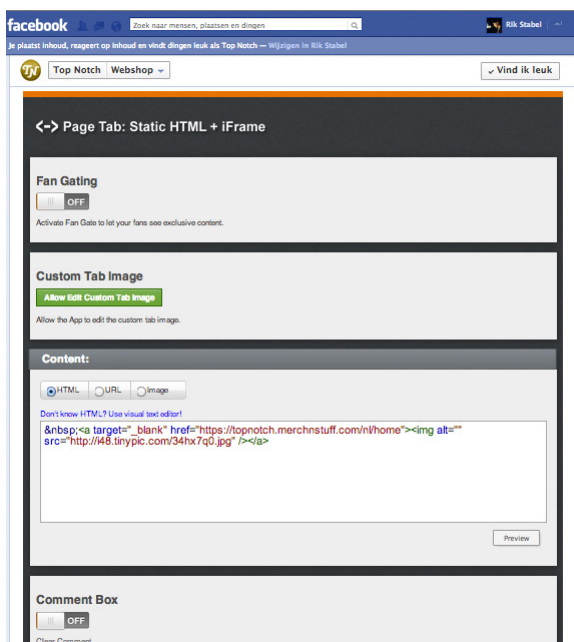
Ook is er een Likebox geplaatst in de website van Top Notch, in de vorm van een banner. Een Likebox is een banner waar weergegeven wordt hoeveel likes een bepaalde Facebook pagina heeft.

Op de Facebook van Top Notch hebben we een koppeling met iTunes, Spotify en de Top Notch webshop geplaatst.

Kijk op de volgende pagina's voor voorbeelden hiervan:



foto: Spotlight TV



promotie van de Webshop via Facebook.

Het promoten van Spotify d.m.v. implementatie op Facebook:

facebook Zoek naar mensen, plaatsen en dingen Rik Stabel

Je plaatst inhoud, reageert op inhoud en vindt dingen leuk als Top Notch — Wijzig In Rik Stabel

TN Top Notch Spotify Vind ik leuk



LUISTER **NU** NAAR DE NIEUWSTE
TOP NOTCH RELEASES OP **SPOTIFY!**

1. Dansen In Jou
Dio
Top Notch In 2012

▶ 1. Dansen In Jou	Dio	3:19
▶ 2. Dodenvit	Drs. P	5:12
▶ 3. Microfoonje Test	Extinct	3:31
▶ 4. Een Echte	Fabryayo	3:26
▶ 5. Hedde Druksop	Fresku, Theo Maassen	3:21
▶ 6. Bagagedrager	Gers Pardoel, Sef	3:42
▶ 7. Patient	Ritz On Rafts	2:40
▶ 8. Ze Houdt Van Me	Dio, Hadewych Minis	3:15
▶ 9. Eenzaam Op De Bank		

Voeg applicatie toe aan Favorieten Add

Nieuws Playlists Artiesten

UITGEVER
SEPT 1995

TopNotch

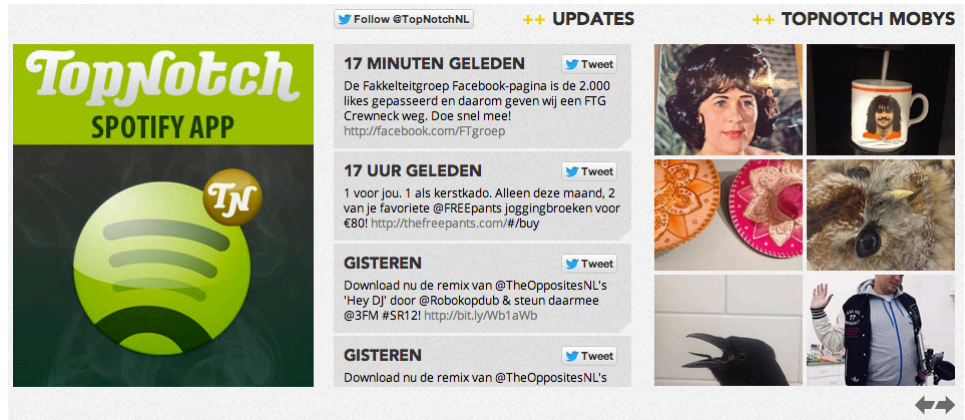
NEDERLAND'S
HOPLEVERANCER



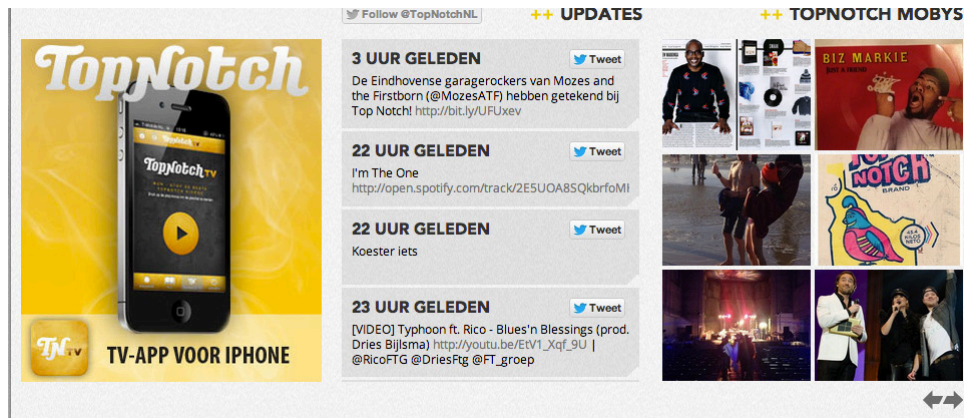
Stream nu 'Problem' van Fit op Spotify!
07-01-2013 Fit van de Flinkse Namen komt vandaag met zijn eerste videoclip. Het nummer 'Problem' is geproduceerd door Morgan Avenue en de videoclip is gemaakt door KraftStuf. Momenteel is Fit druk bezig bezig met zijn debuutalbum.
[Lees verder](#)

Problem

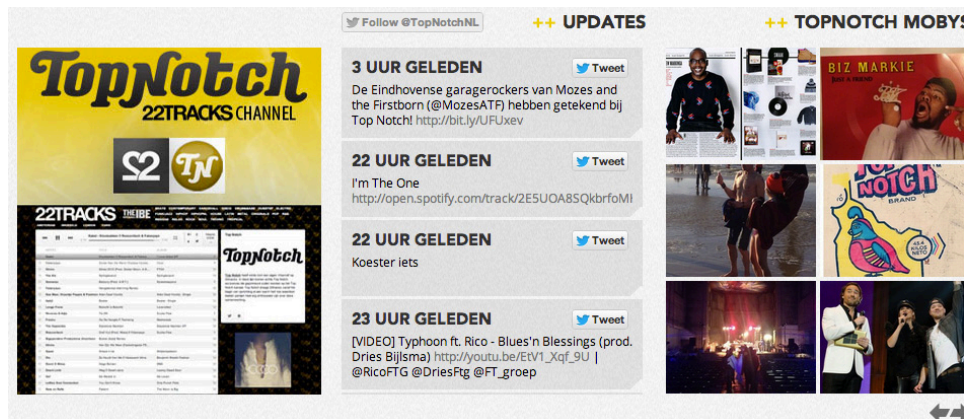
Aangezien Spotify groeiende is, en verwacht wordt dat Spotify in de toekomst nog groter zal gaan worden, heb ik een banner ontworpen voor op de site die linkt naar de Top Notch Spotify App:



Niet alleen voor de Spotify App heb ik een banner ontworpen, maar ook voor de Top Notch video App voor Android en iPhone. Uit resultaten van de enquête bleek dat er vrij veel vraag was naar video's, daarom zijn deze uitingen zeer nuttig:



Ook is er een Top Notch 22 Tracks kanaal dat het bedrijf natuurlijk moet promoten. Hiervoor heb ik ook een banner ontworpen:



Uit resultaten van mijn onderzoek kwam ik er achter dat het hiphop blog Puna.nl het meeste internet traffic genereert op het gebied van de Nederlandse hiphop. Aangezien Top Notch nog steeds onomstotelijk met hiphop geassocieerd wordt, zit er een ontzettend groot deel van de (potentiële) doelgroep op deze site. Aangezien dit blog maar liefst 2 miljoen pageviews per maand heeft, is het verstandig om via dit kanaal te adverteren. Buiten het feit dat onze nieuwsberichten door deze site worden gedeeld, heb ik ook een aantal banners gemaakt voor Top Notch die op Puna.nl komen te staan:

Banner ontworpen voor de re-release van Opgeduveld, album uitgebracht door Top Notch

PUNA.NL | HIPHOP VANDAAG

HOME NIEUWS BINNENLAND BUITENLAND VIDEOS CONTACT

TRUE Search

OPGEDUVELD

2012 RELEASE - 5 EXTRA TRACKS

DE RE-RE-RE-ISSUE IS VANAF 7 DECEMBER VERKRIJGBAAR

TopNotch

EP: SEVDALIZA – ZWARTGOUD

category: Binnenlandse EP

20/11/12
posted: 01:43

share share

SEVDALIZA

ZWARTGOUD

Punablog op Facebook

Vind ik leuk

Punablog

EP: Sevdaliza – Zwartgoud – <http://wp.me/p1y2jq-fkf>

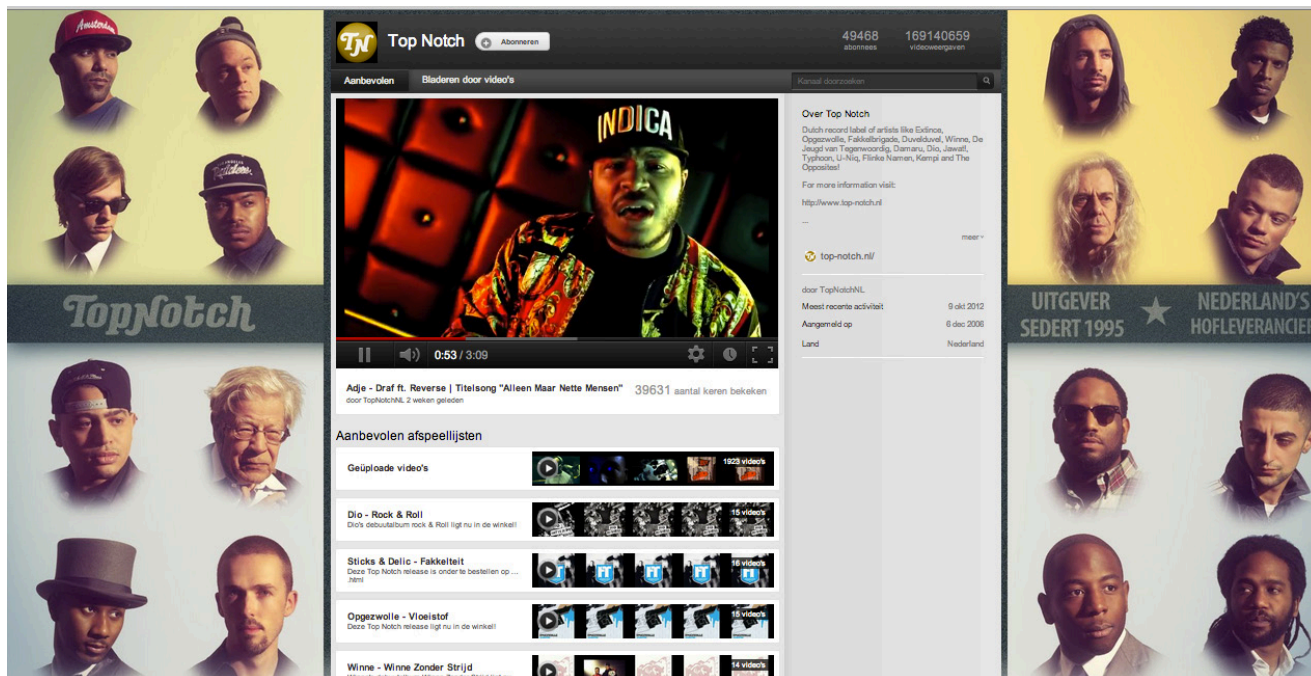
Nadat eerder al de video van 'Delfstblauw' te zien was, presenteert Sevdaliza vandaag haar debuut EP 'Zwartgoud'. Zeven jaar na

Youtube optimalisatie

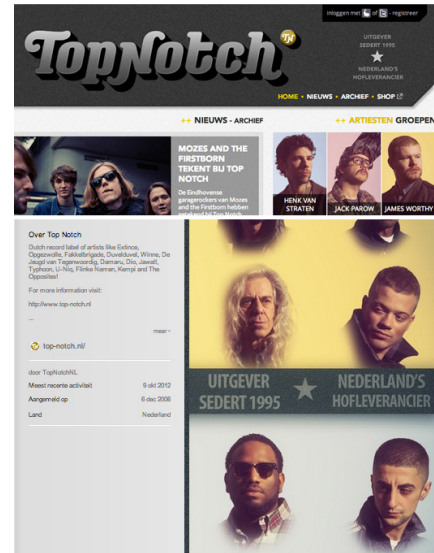
Omdat de views van Top Notch op Youtube omzet voor het bedrijf genereren, is het van belang dat er geen illegale uploads het internet opkomen, daardoor gaan de views op de rechtmatige video afnemen en levert dat dus ook minder op. Ik onderschep momenteel deze illegale uploads op youtube en neem hiervoor wekelijks contact op met iemand van het bedrijf Brein. Ik geef de illegale links door en Brein heeft het recht om deze illegale uploads te verwijderen. Het onderscheppen van illegale uploads op Youtube staat vanaf dit moment in de nieuwe stagehandleiding en zal na mijn stageperiode worden overgedragen aan nieuwe stagiaire(s).

Ook heb ik de Youtube pagina gecustomized en de pagina meer een identiteit gegeven.

De Youtube pagina van Top Notch had nog een standaard uiterlijk. Er was totaal niet aan te zien dat deze pagina in beheer was van Top Notch en dat moest veranderen. Het was belangrijk dat er te zien werd dat deze pagina de uitstraling kreeg van Top Notch. Vervolgens ben ik gaan kijken naar de website van Top Notch en daarna ben ik een opzet gaan maken. Daarna heb ik mijn opzet besproken met mensen op het kantoor en na een aantal kleine aanpassingen is er een akkoord gegeven om de aangepaste pagina online te zetten:



De Youtube pagina heb ik zo vormgegeven, dat het uiterlijk van de pagina overeenkomt met het design van de nieuwe website van Top Notch. De portretfoto's van Daniel J. Ashes, die ook gebruikt worden op de website van Top Notch, zijn te zien op deze pagina en de kleuren van de website worden nu ook toegepast op de Youtube pagina van Top Notch. Door deze pagina dezelfde identiteit te geven, ontstaat er een duidelijker beeld over de huisstijl van Top Notch. Bovenaan de Youtube pagina staat een banner (momenteel linkt die naar de webshop van Top Notch, maar wanneer het bedrijf ergens een andere voorkeur krijgt, is dit vrij simpel aan te passen).



Advies - concept/product voor optimalisatie van Top Notch online:

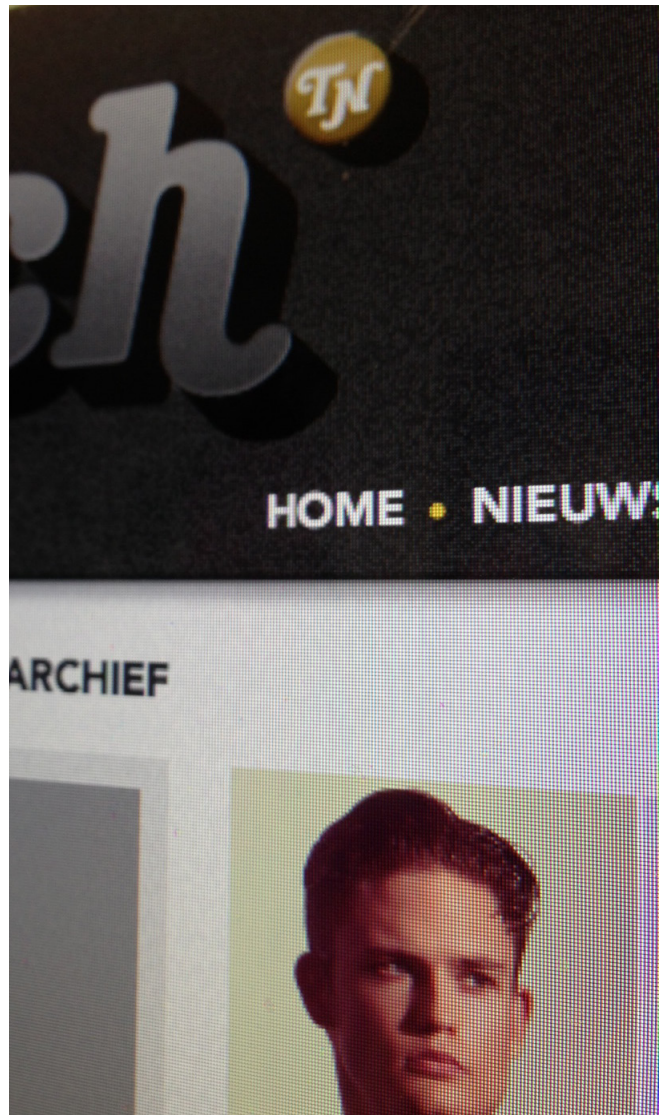
De resultaten van de enquête hebben een aantal belangrijke dingen duidelijk gemaakt. Aangezien de mensen s'avonds (begin van de avond) het meest actief online zijn lijkt het nuttig om de belangrijke media op deze momenten online te zetten. Daarmee wordt de kans vergroot dat het online bekeken en gedeeld wordt. Ook zal dit ervoor zorgen dat de kans groter is dat het meer wordt opgepikt door (micro)bloggers. Na onderzoek over blogs die media van Top Notch hebben gedeeld, moet er geconcludeerd worden dat er één blog is, die verreweg het meeste bereik heeft.

Dat blog is Puna NL (<http://www.puna.nl>). De cijfers van de bezoekersaantallen van Puna zijn terug te vinden in de hoofdvraag van dit onderzoek. Het is belangrijk dat Top Notch een goede relatie onderhoudt met deze bloggers omdat zij heel machtig blijken te zijn in het Nederlandse hiphop-landschap. Wanneer mensen opzoek gaan naar nieuwe dingen op het gebied van Nederlandse hiphop, gaan ze vaak naar dit blog. Voor de optimalisering van je bereik is het goed dat je media hierdoor gedeeld wordt en ook is het nuttig om via dit blog te adverteren.

Zoals we eerder bij Top Notch hebben gedaan, is het promoten van de Top Notch Spotify app zeer nuttig aangezien na dit onderzoek duidelijk is geworden dat Spotify erg in de groei zit en de concurrenten momenteel ver achter zich laat. Aangezien promoten via de huidige website en Facebook al gedaan wordt, lijkt het een goed advies om via blogs als Puna NL te adverteren voor deze app. Ook kan het 22 Tracks kanaal van Top Notch hier gepromoot worden.

Aangezien Youtube omzet genereert voor Top Notch door middel van het tellen van views (kijkcijfers), is het belangrijk dat de video's van Top Notch uniek blijven. Het is vaak het geval dat mensen de video's van Youtube rippen om ze vervolgens opnieuw te uploaden, dit is illegaal. Aangezien er meer video's van een nummer online komen te staan, betekent dit dat de views verdeeld worden onder verschillende filmpjes. Daarom krijgt Top Notch minder views en komt er dus ook minder geld binnen. Daarom is het een vereiste om één keer per week de filmpjes op Youtube te vinden en deze door te sturen naar Stichting Brein.

Wanneer deze adviezen gehandhaafd worden moet dit ten goede komen van de positie van het bedrijf en moet de omzet verhoogd worden.



HOOFDSTUK 7
EVALUATIE & DANKWOORD



EVALUATIE

Als ik terugkijk op het afgelopen half jaar merk ik dat ik in deze korte tijd erg veel kennis heb opgedaan op een vrij geleidelijke weg. Door elke dag bij te leren en je aan te passen in de werkomgeving van het bedrijf, dat al jaren goed draait, leer je stiekem toch heel veel. Aan de andere kant is het natuurlijk vrij lastig om mee te kunnen draaien in een bedrijf dat in een hoog tempo werkt. Aangezien je werk ook toegankelijk is voor een groot publiek, is het belangrijk dat je gefocust en scherp bent. Mijn stageperiode was zeer indrukwekkend, leerzaam, leuk maar ook zeer intensief. De lange reistijden en de het werk buiten kantooruren kunnen de dagindeling af en toe wel eens hectisch maken. Ook het feit dat ik zowel aan een scriptie werkte als mee moest draaien in het bedrijf, zorgde ervoor dat ik deze stageperiode wel heel erg druk was. Het mooie aan deze drukte en hectische periode, is dat ik aan het eind van de dag wel voldaan was. Ik wist dat ik met iets bezig was dat goed zou zijn voor mijn ontwikkeling en dat gaf mij een goed en geruststellend gevoel. Ik was er heel erg op gebrand dat ik een stageplek zou vinden waar ik ook werkelijk thuis zou horen. Dat gevoel heb ik bij Top Notch al vrij snel gekregen. Ik heb mee kunnen kijken in een wereld waarvan ik niet verbaast zou zijn als ik er later in terecht kom. Het was voor mij een ontzettend inspirerende omgeving en ik heb erg veel dingen mogen doen die van toegevoegde waarde zijn voor mijn portfolio.

Voor de inspirerende omgeving was iets waar ik echt behoefte aan had. Deze stage was de laatste stap naar een diploma en ik wilde ervoor zorgen dat dit geen half jaar zou worden waar ik mijn dagen af moest tellen. Ik wilde een stageperiode hebben waar ik voor de rest van mijn carrière iets aan zou hebben. Dat heb ik gevonden bij Top Notch.

Als ik terugkijk op mijn scriptie ben ik tevreden. Ik vind het heel fascinerend dat je met een bepaalde blik een onderzoek gaat doen, en gaandeweg erachter komt dat het beeld dat je van bepaalde zaken hebt, heel anders in elkaar zitten. Dat maakt het onderzoek natuurlijk een stuk moeilijker, maar het geeft wel aan dat de aspecten die je onderzoekt zeer nuttig zijn. Met bepaalde dingen liep ik soms wel eens tegen de lamp. Bij bijvoorbeeld bepaalde afspraken over interviews. De mensen waarmee ik afspraken had staan hebben het zo ontzettend druk, dat er soms afspraken niet door kunnen gaan. Daardoor kun je heel moeilijk je planning handhaven. Op die momenten moet je op een creatieve manier je antwoorden kunnen zoeken om alsnog de informatie te vinden die je nodig hebt. Dat is natuurlijk vrij lastig, maar ook heel erg uitdagend.

DANKWOORD

De afgelopen jaren zijn bij de Fontys snel voorbij gegaan, voor mijn gevoel tenminste. Ik heb veel hoogtepunten gehad tijdens deze studie. Het delta traject dat ik heb gevolgd was ontzettend uitdagend, leerzaam en inspirerend. De stageplek die ik bij PSV heb gehad vond ik ook geweldig, zeker omdat er als fan een hele wereld voor je open gaat en omdat je een bedrijf kan helpen waarmee je begaan bent. Voor deze stage geldt dat eigenlijk ook. Het is een bedrijf waar je eigenlijk ook fan van bent. Ik volgde Top Notch al jaren in grote lijnen en ik vond het geweldig dat ik binnen deze lijnen een half jaar heb mogen functioneren. Ik zie het als een geweldige afsluiting voor mijn studie op de Fontys.

Allereerst wil ik u, de lezer, bedanken voor de getoonde interesse. Ik hoop dat dit onderzoek een van inspirerende waarde is geweest en dat u er veel plezier aan hebt beleefd. Daarna wil ik natuurlijk mijn begeleiders van mijn school bedanken. Ik heb veel plezier aan deze opleiding beleefd en ook tijdens deze stageperiode heb ik veel gehad aan de begeleiding vanuit de opleiding. Mijn dank gaat ook uit naar het bedrijf Top Notch die mij de gelegenheid hebben gegeven om bij deze geweldige plek af te studeren. Ik heb veel vertrouwen van dit bedrijf gehad en daar ben ik ze zeer dankbaar voor. Ik heb deel uitgemaakt van een heel tof, jong, fris team. Ik heb me er heel erg thuis gevoeld en ik hoop dat dit terug is te zien in mijn scriptie, waar ik met veel plezier aan heb gewerkt.

Bedankt!

Literatuurlijst

<http://pc-en-internet.infonu.nl/diversen/55573-wat-is-spotify-en-wat-kun-je-er-mee.html>

<http://webwereld.nl/nieuws/61566/jongeren-verruilen-p2p-voor-streaming-muziek.html>

<http://denisdoeland.com/2011/04/07/bezit-maakt-plaats-voor-toegang/>

<http://www.digimuziek.nl/p2p.htm>

<http://www.deezer.com/en/legal/partners.php>

<http://www.entertainmentbusiness.nl/nieuws/2011-W49/download-streamingmarkt-groeit-2011-naar-33-miljoen>

<http://www.entertainmentbusiness.nl/nieuws/2012-W04/digitale-muziekmarkt-harder-gegroeid-dan-ooit>

<http://www.adformatie.nl/nieuws/bericht//omzet-nederlandse-muziekindustrie-daalt-verder?>

<http://3voor12.vpro.nl/nieuws/2012/september/Palio-Superspeed-Top-Notch.html#gallery-close>

<http://www.henkvansraten.nl/boek/Het-grote-omgaan-T843.php>

http://www.downloadwinkels.nl/view_news/13/'Muziekbranche_reageerde_te_defensief_op_digitalisering'.html

<http://www.onemorething.nl/2010/02/hoe-het-de-muziekindustrie-verging-in-de-afgelopen-10-jaar/>

http://money.cnn.com/2010/02/02/news/companies/napster_music_industry/index.htm?hpt=Sbin

<http://www.hiphopleeft.nl/artikelen/4606>

<http://www.lopendvuur.nl/2009/05/19/smr-waar-eindigt-promotie-en-begint-verkopen/>

<http://www.nrc.nl/nieuws/2011/02/28/muziekindustrie-verdient-maandelijks-miljoenen-op-youtube/>

<http://www.veldmerk.nl/2011/06/01/social-media-marketing-2011-welke-tactieken-zijn-effectief/>

<http://www.meclabs.com/training/publications/benchmark-report/2011-social-marketing/overview?8913>

<http://mcmedia.nl/2012/09/11/effectiviteit-van-social-media-binnen-bedrijven/>

<http://www.marketingfacts.nl/berichten/bedrijfsintegrale-inzet-van-social-media-veel-geblaas-weinig-wol>

<http://www.puna.nl/contact/>

<http://www.faceculture.nl/artist.php?id=1006>

<http://www.muziekencyclopedie.nl/action/entry/Gers+Pardoel>

<http://www.fransfrederiks.nl/biografie>

http://dewerelddraaitdoor.vara.nl/Gastendetail.2291.0.html?tx_ttnews%5Btt_news%5D=22797&cHash=26a51a84bb4e9d1ee3f47c11e6d17145

<http://www.podiuminfo.nl/artist/38617/Sef/>

http://www.ecicultuurfabriek.nl/programma/details/7/381?layout=eci_pop

<http://www.topbillin.nl/acts/zwart-licht/>

<http://dev.top-notch.nl/page/artiest-biografie/Sjaak/>

<http://stemvandestraatwinne.webs.com/biografie.htm>

<http://dev.top-notch.nl/page/artiest-biografie/Winne/>

<http://www.3fm.nl/artiest/12615/Lucky-Fonz-III/biografie>

<http://www.3fm.nl/artiest/12640/Damaru-&-Jan-Smit/biografie>

<http://dev.top-notch.nl/page/artiest-biografie/Damaru/>

<http://www.guidobelcanto.be/bio/>

<http://www.3fm.nl/artiest/43602/Rats-On-Rafts/biografie>

<http://www.luckyfonziii.nl>

<http://www.urbancontrol.nl>

<http://www.3fm.nl/artiest/43487/Palio%20Superspeed%20Donkey/biografie>

<http://3voor12.vpro.nl/nieuws/2012/september/Palio-Superspeed-Top-Notch.html>

<http://www.jamesworthy.nl/bio/>

<http://james-worthy.tumblr.com/bio>

<http://www.henkvanstraten.nl/biografie.php>

<http://www.sterren.nl/alibopvolletoeren-tv-actueel/>

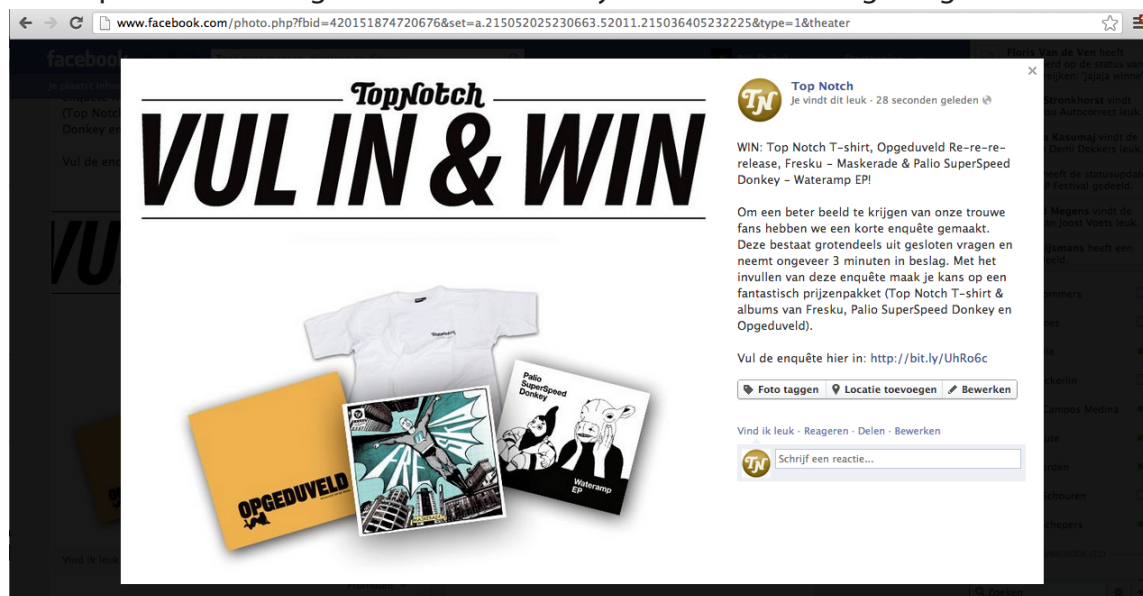
Boeken:

Van Brooklyn naar Breukelen, 20 jaar hiphop i
Nederland

Door Saul van Stapele (pagina 77, 116 & 117)

Bijlage

De enquête die ik heb gemaakt voor de analyse van het internetgedrag



Verspreiding
via Facebook.

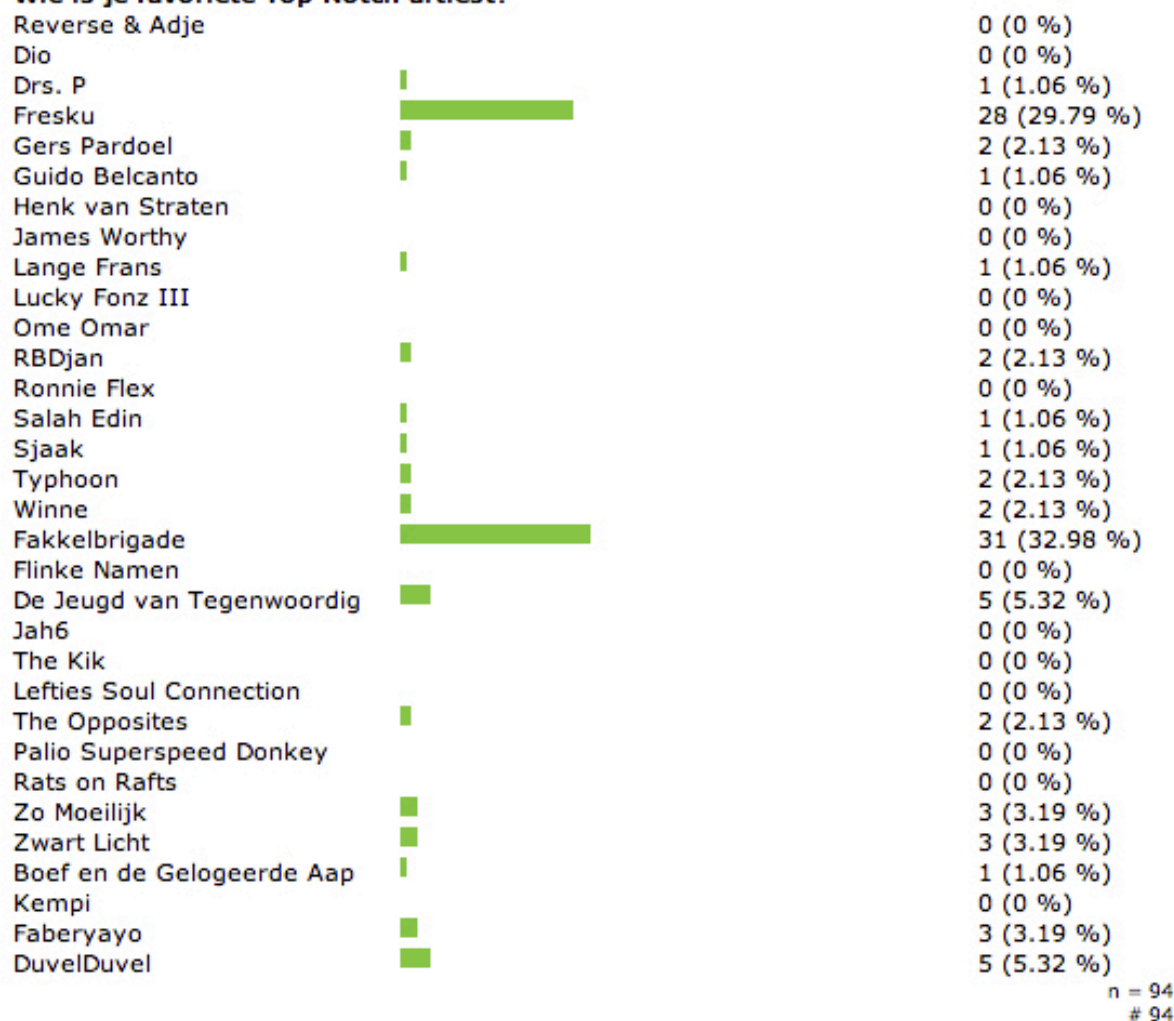
Wanneer hoorde je voor het eerst van Top Notch, of van artiesten van Top No...



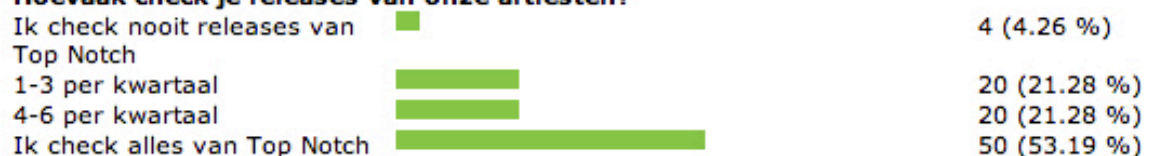
Waarvan ken je Top Notch?

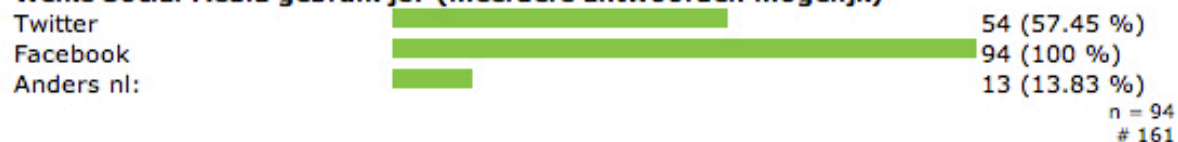
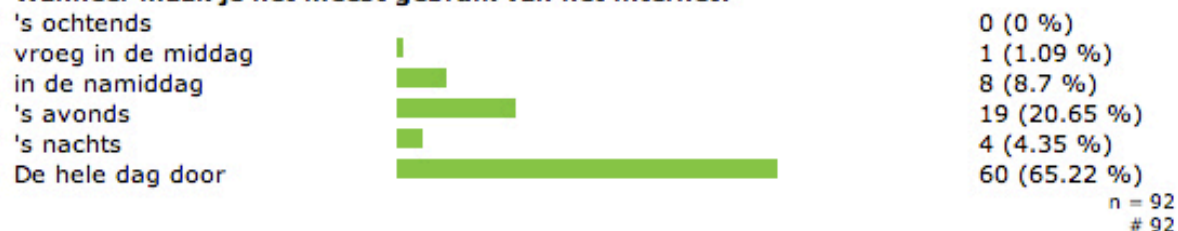


Wie is je favoriete Top Notch artiest?



Hoe vaak check je releases van onze artiesten?



Welke Social Media gebruik je? (meerdere antwoorden mogelijk)**Wanneer maak je het meest gebruik van het internet?****Welk middel gebruik je het meest om te internetten?****Waarom volg je Top Notch op internet?**

Op welke manier luister je meestal muziek?

Legaal downloaden	5 (5.32 %)
Via fysieke exemplaren (cd/vinyl)	32 (34.04 %)
Youtube	19 (20.21 %)
Spotify	22 (23.4 %)
Illegaal downloaden	11 (11.7 %)
Anders nl:	5 (5.32 %)

Op wat voor manier koop je muziek? (meerdere antwoorden mogelijk)

Ik koop eigenlijk nooit muziek	13 (13.83 %)
Ik koop fysieke albums (cd/vinyl)	71 (75.53 %)
Ik koop albums via iTunes	13 (13.83 %)
Ik betaal voor Spotify	12 (12.77 %)
Anders nl:	4 (4.26 %)

Volg je Top Notch artiesten op Twitter en/of Facebook? Zo ja, welke? (meerdere...)

Ik volg geen artiesten op Twitter en/of Facebook	9 (9.57 %)
Gers Pardoel	12 (12.77 %)
Sef	22 (23.4 %)
Kempi	15 (15.96 %)
Fresku	63 (67.02 %)
Winne	34 (36.17 %)
Ronnie Flex	9 (9.57 %)
Sjaak	10 (10.64 %)
Adje	10 (10.64 %)
Akwasi	21 (22.34 %)
Big2	14 (14.89 %)
Dio	12 (12.77 %)
Faberyayo	30 (31.91 %)
MC Fit	4 (4.26 %)
Lange Frans	11 (11.7 %)
James Worthy	12 (12.77 %)
Ome Omar	7 (7.45 %)
RBDjan	6 (6.38 %)
Reverse	7 (7.45 %)
Rico	30 (31.91 %)
Salah Edin	4 (4.26 %)
Sticks	59 (62.77 %)
The Flexican	11 (11.7 %)
Willem	10 (10.64 %)
Vjeze Fur	16 (17.02 %)
Typhoon	24 (25.53 %)
Wiwa	17 (18.09 %)
Anders, nl:	5 (5.32 %)

Waarom volg je artiesten op Twitter/Facebook? (meerdere antwoorden mogelijk...

Ik volg geen artiesten op Twitter/Facebook		10 (10.64 %)
Om op de hoogte te blijven van nieuwe muziek		77 (81.91 %)
Om op de hoogte te blijven van evenementen		28 (29.79 %)
Omdat de artiest leuke tweets plaatst		37 (39.36 %)
Anders nl:		2 (2.13 %)

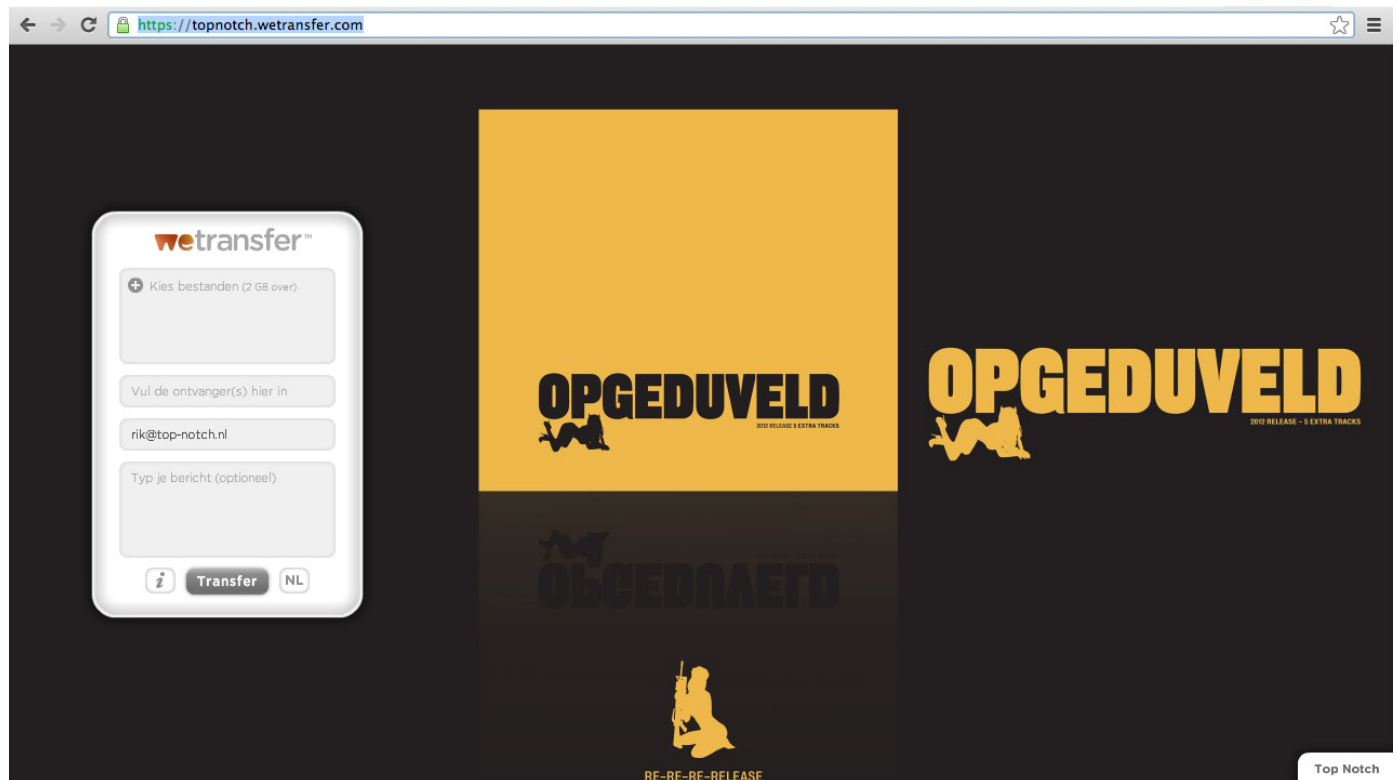
Neem je wel eens deel aan acties? Zo ja, welke?

Ik neem nooit deel aan acties		13 (13.83 %)
Like (Share) & Win		67 (71.28 %)
Prijsvraag met eigen input (bijv. iets met creativiteit)		37 (39.36 %)
Re-Tweet & Win acties		29 (30.85 %)
Koop & Win		10 (10.64 %)
Anders nl:		1 (1.06 %)

n = 94
157

Werkzaamheden bij Top Notch

Ik heb ook de Top Notch Wetransfer page een makeover gegeven:







YouTube NL intro opgeduveld 2

Uploaden

GIDS

MEER RESULTATEN

NEUW
intro opgeduveld 2

Nooit meer de weg kwijtraken
Browse vanaf de vorige pagina door video's, waaronder de homepagefeed, kanaalvideo's en zoekresultaten.
Ik snap het!



Intro Opgeduveld 2 - Re-re-re-release vanaf 7 december op vinyl & cd!

TopNotchNL · 1929 video's

8477

Abonne... 59349

93 2

Fakkelbrigade - Groen Gras
door TopNotchNL
163140 weergaven

Fakkelteitgroep - 101BARZ Studiosessie

Prijsvragen organiseren:

10.000 LIKERS!

TN

PRIJSVRAAG:



**Win het nieuwe Top Notch T-shirt!
Een lekker basic Top Notch-shirt
met logo bedrukt op de borst.
Sedert 1995!**

TopNotch **VULIN & WIN**





12 november 2012 om 14:17 · Vind ik leuk

Wouter van Loon 8 x
12 november 2012 om 14:17 · Vind ik leuk

Mitch Melgert 25
12 november 2012 om 15:03 · Vind ik leuk

Tim Salomon 77 keer
12 november 2012 om 15:08 · Vind ik leuk

Robin Seefat 49 keer
12 november 2012 om 15:10 via mobiel · Vind ik leuk

Max Conrads 11x
12 november 2012 om 15:19 · Vind ik leuk

Max van Doremalen Antwoord 96 x ·
Heb ze geteld en het zijn er exact 96 'Je weet tochs'
12 november 2012 om 15:19 · Vind ik leuk · 1

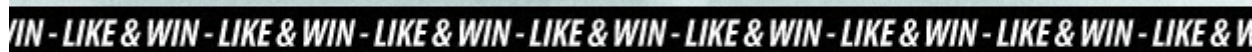
Eibert Draisma 3 x (gokje, ff geen tijd om te luisteren)
12 november 2012 om 15:21 · Bewerkt · Vind ik leuk

Max Ottenhoff 87 x en als het meer was was het niet te verstaan
12 november 2012 om 15:24 · Vind ik leuk

...

Gotti Rysheer 89
12 november 2012 om 15:30 · Vind ik leuk · 1

TN Schrijf een reactie...



Promosingles ontwerpen en uitwerken voor radiostations:



Staygold - Wallpaper

01. Staygold feat. Style Of Eye & Pow - Wallpaper [04:12]

Composer: Mats Glaeser, Carl Lof, Linus Eklow
Author: Pauline Olofsson
Producer: Mats Glaeser, Carl Lof, Linus Eklow
Mixer: Carl Lof, Linus Eklow
Publishing: Magnetron Music Publishing/Universal Music Publishing, Universal Publishing Sweden
Recording country: Sweden

TopNotch **MAGNETRON** **UNIVERSAL**
UNIVERSAL MUSIC

For promotional use only - NOT FOR SALE

For promotional use only - NOT FOR SALE

TopNotch **UNIVERSAL**
UNIVERSAL MUSIC

Publishing: The Publishing / Universal Music Publishing / Promos from Beamen
Track: Staygold
Release: Staygold
Copyright: Staygold
01. Staygold feat. Style Of Eye & Pow - Wallpaper [04:12]
02. Staygold feat. Style Of Eye & Pow - Wallpaper [04:12]

SEF - Op Een Bankje

Gerard Ekdorf (foto:3FM)

Het maken van poster en flyers tijdens concerten behoorde ook tot één van mijn taken:



Gers Pardoel



CLUBTOUR

15-11 Paard van Troje, Den Haag

07-12 Duycker, Hoofddorp

08-12 Oosterpoort, Groningen (sold out)

14-12 013, Tilburg

21-12 Metropool, Hengelo

22-12 Tivoli, Utrecht

28-12 Effenaar, Eindhoven

29-12 Parkstad Limburg Theater, Heerlen

03-01 Paradiso, Amsterdam



www.gerspardoel.nl

www.top-notch.nl

TopNotch





Palio SuperSpeed Donkey

Tour info:

Jan 12 Groningen-Noorderslag

Feb 08 Amsterdam-Paradiso

Mar 01 Utrecht-Ekko

Mar 02 Rotterdam-Rotown

Mar 08 Nijmegen-Merleyn

Mar 10 Zeewolde-Where The Wild Things Are

Mar 16 Amsterdam-Paradiso

www.paliosuperspeeddonkey.com

TopNotch

Palio SuperSpeed Donkey

Wateramp
EP



Nu in de winkel!



DOE MAAR

WIFI'S

WIFI'S

EN OM DAT TE VIEREN BIEDEN WIJ GRATIS TER DOWNLOAD AAN:

'SEF & SPINVIS - DORIS DAY'

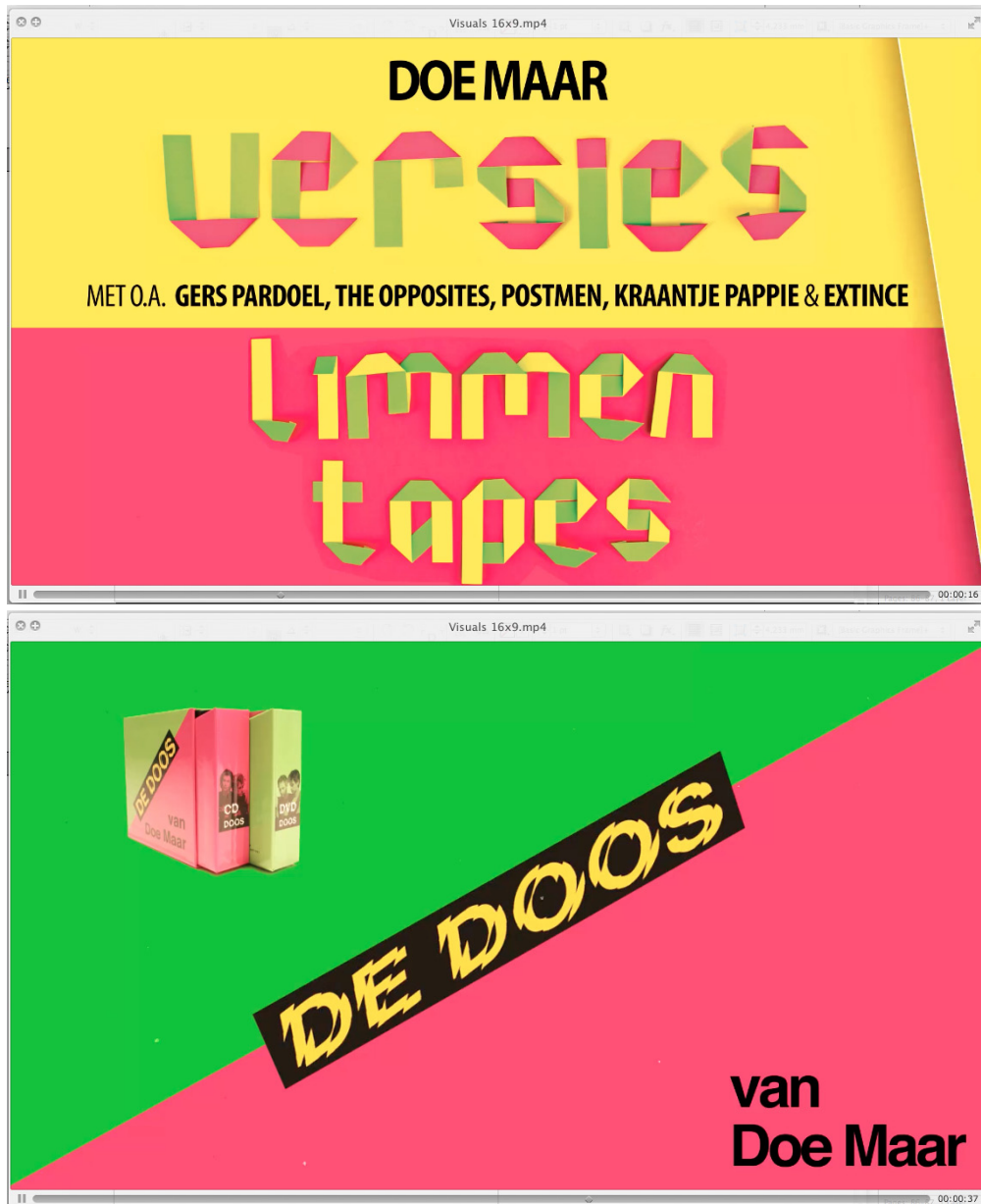
KIJK OP DE WIFI-LOGINPAGINA

TopNotch

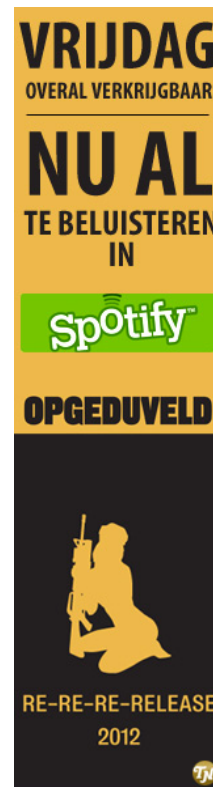
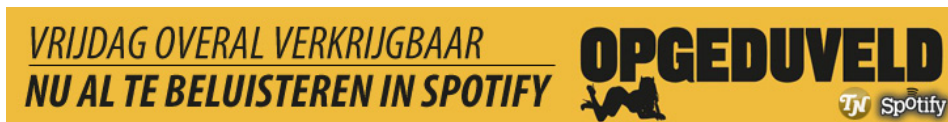
Ook heb ik artiesten moeten begeleiden tijdens fotoshoots:
Artiest: Ronnie Flex, Fotograaf: Marc de Groot



Visuals gemaakt voor Doe Maar - Versies/Limmen Tapes
in de North Sea Jazz Club in Rotterdam:



Ontwerpen voor Spotify banners:



Aftermovie van een Glow presentatie in samenwerking met Fresku (artiest van Top Notch), leraren en medestudenten. Ik heb de aftermovie gemaakt, een persbericht voor Top Notch geschreven en gedeeld. Hiermee heb ik ook gemeten welke blogs het hebben opgepikt en vanuit welke blogs de meeste views kwamen:

♥
LIKE

🕒
LATER

🔗
SHARE

FRESKU - Y'SKID - LUCAS MAASSEN - WOODY VENEMAN - LES PROJECTEURS

THE SINGING BUILDING

01:21

▶

HD

PROJECTEURS

The Singing Building - Behind the scenes
(Fresku, Y'Skid, Lucas Maassen, Woody Veneman & Les Projecteurs)

from Les Projecteurs [PLUS](#) 1 month ago

✓ Follow

+ Add to...

📊 Stats

↓ Download

Switch to HTML5 Player

All-Time

Weekly

2,332 Plays

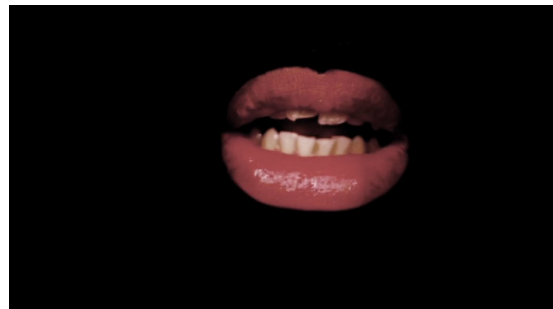
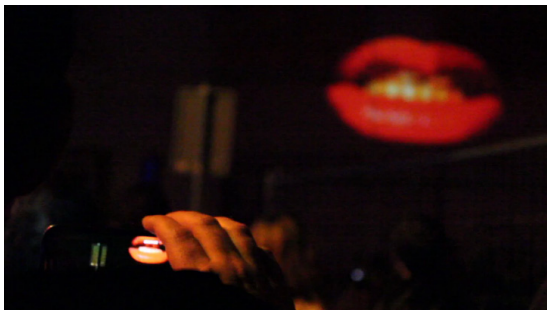
Jan 3, 2013 – Jan 10, 2013

◀ Prev / Next ▶

Weekly Overview

Top URL Embeds

Domain	Loads	Plays
puna.nl	1,831	1,470





Top Notch

Je vindt dit leuk · 14 november 2012

Fresku bij Glow Festival!

Fresku De Echte is deze week te bewonderen in Eindhoven tijdens het Glow Festival. Ontwerper Lucas Maassen heeft op uitnodiging van Tromp Percussion in samenwerking met kunstenaar en componist Woody Veneman en VJ collectief Les Projecteurs een pand aan de Vestdijk te Eindhoven getransformeerd tot The Singing Building. Op de witte muur is de mond van een rappende Fresku t...Meer weergeven

Foto taggen · Locatie toevoegen · Bewerken

Vind ik leuk · Reageren · Delen · Bewerken

24 personen vinden dit leuk.

22 keer gedeeld



Claire Nijhof FRESKU IS DA BESTE!!!

14 november 2012 om 17:26 · Vind ik leuk



Schrijf een reactie...



Top Notch

Je vindt dit leuk · 27 november 2012

Fresku De Echte was vorige week te zien tijdens het GLOW Festival in Eindhoven. Op een pand aan de Vestdijk te Eindhoven was de mond van een rappende Fresku te zien. Bij de uitvoering liet hij zich begeleiden door een beatbox van Y'skid. Het bleek één van de hoogtepunten van het lichtkunstfestival dat maar liefst 450.000 bezoekers trok. Bekijk hier de making of van 'The Singing Building': <http://bit.ly/QJ76aU>

Foto taggen · Locatie toevoegen · Bewerken

Vind ik leuk · Reageren · Delen · Bewerken

17 personen vinden dit leuk.

1 keer gedeeld



Schrijf een reactie...

afgelopen r'dam beats

Aantekeningen - Interview Kees

digitale pioniers
eigenlijk ben ik geen pionier

omdat alles zo prehistorisch is in de industrie

we zitten op het niveau van de fan
daarom zijn we lijken we ontzettend progressief

we zijn niet verder dan een individu, want iedereen heeft social media
we zijn ons er bewust van dat we erin te kort schieten dus dat heeft een voordeel voor ons

ik vind dat wij het doen als label maar ik zou graag nog vele malen verder zijn
ik zou andere dingen uitgevonden hebben
wanneer het begonnen is weet ik niet, het ging een beetje samen met state
in die periode werd ik me steeds bewuster dat als ik de fans wilde vinden, moest ik online gaan
want de reguliere media wilde daar geen aandacht aan besteden.
mij idee was toen: het hart van het label is online.

toen de verkoopcijfers achteruit gingen realiseerde ik me: het maakt niet uit of iemand een schijfje koopt, het gaat erom
wat er op zit, de inhoud is belangrijker. vanaf dat moment zijn de poorten open gegaan. je moet denken als je fans
de muziekindustrie werd boos op de luisteraar en gingen de luisteraar criminaliseren en dat is de grootste fout die je als
ondernemer kan maken, je moet naar jezelf kijken als mensen niet goed met je product omgaan.

je moet loslaten dat je een schijfje maakt maar je moet in talent investeren. de toegevoegde waarde van een label is
meer dan alleen een distributiekanaal, maar het heeft heel lang geduurd tot mensen dat realiseren.

als label is alles beschikbaar. alles moet in youtube,spotify itunes komen te staan.

het speelveld is een beetje veranderd. het geromantiseerde beeld van een gitarist in een kroegje is weg.

nu kijken we online kijken hoeveel views artiesten heeft. het is digitaal geworden, je bent niet meer in een kroegje
maar met miljarden online. maar het oog voor talent blijf je houden. als je je dat realiseert sta je heel sterk als bedrijf. je
moet meegaan met de verschuivingen van de industrie. het is nu allemaal veel praktischer. je hebt geen pakhuis meer
met fysieke cd's. met itunes is alles beschikbaar en altijd. dingen hoeven niet meer geleverd te worden. alles is gewoon
clean.

je moet gewoon goede dingen uit blijven geven en mensen blijven prikkelen. niet alleen de muziek is veranderd maar
het hele medialandschap is veranderd. de macht van twitter is enorm: kijk bijvoorbeeld naar hef. hij staat op 1 in itunes
zonder enige recensie. de stem van de consument gaat veel meer tellen. dat telt tegenwoordig meer dan een stuk in de
volkskrant. het is heel erg veranderd.

je moet niet doorslaan in de digitalisering, dingen moeten natuurlijk niet gratis zijn want zo kunnen we niet bestaan.
dus ik ben blij met youtube, spotify en itunes. mensen moeten de makers beschermen, maar ik ben tegen de mystérie
die de grote labels heeft gehad. internet is geen vijand.

er ontstaat ook betere software waardoor mensen muziek kunnen luisteren. vroeger moest je een studio afhuren voor
een paar honderd euro per dag. die platen moesten natuurlijk (postman extinct)
daarna kwamen ineens cds die werden opgenomen bij delict thuis (opgezwollen) die net zo succesvol zijn.

het komt altijd aan op talent, of het nou talent is in ondernemen of in muziek maken.