

Strategisch beleidsplan & marketingplan Kovacs – Brabant C

Inhoud

Voorwoord	2
1. Kovacs, internationale potentie en Brabantse wortels	3
2. Waarom investeren in Kovacs?	4
2.1 Missie	4
2.2 Doelstelling van de aanvraag	4
2.3 Artistieke visie	4
2.4 Cultureel ondernemerschap	5
3. Marketingplan	5
3.1 De artiest Kovacs	5
3.2 Doelgroep	6
3.3 Het veroveren van de grote Europese succesmarkten	6
3.4 Meerjarige marketingstrategie	7
3.5 2016	8
3.6 2017	9
3.7 2018	11
3.8 2019 en verdere toekomst	11
4. Financiën	12

Voorwoord

In sommige artistieke disciplines, zoals toneel of dans, is het heel gebruikelijk dat er vanuit publieke middelen in (internationale) exposure en de ontwikkeling van voorstellingen geïnvesteerd wordt. Op die manier kunnen internationale kansen gecreëerd en verzilverd worden. Daarnaast kunnen de artiesten zich, door de beschikbaarheid van financiële middelen in de fase van het ontwikkelproces, in alle rust op hun creatieve werk focussen. De artistieke entourage kan in optima forma uitgewerkt worden, omdat er geld beschikbaar is voor de ontwikkeling van decors, lichtplannen en andere elementen van de performance.

In de pop- en dance muziek zijn er geen of zeer beperkte vanuit de overheid verstrekte financiële middelen voor het uitnutten van de internationale potentie en het (door)ontwikkelen van het artistiek inhoudelijke werk beschikbaar. Terwijl pop- en dance muziek bij uitstek cultuuruitingen zijn die een breed, internationaal en divers publiek aanspreken. Inmiddels heeft, met de toekenning van een meerjarige financiering voor de Staat vanuit het Fonds Podiumkunsten, de werkelijkheid deze aanvraag wat dit punt betreft enigszins ingehaald. De toekenning van de subsidie aan de Staat maakte echter enige discussie los, waaruit wederom bleek dat bij een aantal partijen nog steeds het idee leeft dat er veel geld in de popmuziek verdiend wordt en dat popmuziek als cultuuruiting geen ondersteuning behoeft. Dat geldt misschien voor wereldwijd scorende mega sterren als Beyoncé, maar voor Nederlandse artiesten die hun wortels in het clubcircuit hebben geldt dat de artistiek inhoudelijke ontwikkeling en het verzilveren van eventuele internationale ambities vooral grote investeringen en een berg doorzettingsvermogen vragen.

Waar voorheen platenmaatschappijen forse bedragen in de ontwikkeling van carrières van artiesten investeerden, moet nu het overgrote deel van de benodigde middelen door de artiest zelf gegenereerd worden. Dat legt een enorm beslag op deze partijen en remt internationale carrières. Om internationaal door te kunnen breken moet immers in diverse landen ter plekke een sterke 'fanbase' opgebouwd worden. Het organiseren van buitenlandse tours en de marketing inspanningen die daarbij horen, kosten veel geld. Geld dat dus niet beschikbaar is om in een verdere ontwikkeling van de kwaliteit en uitstraling van de artiest te investeren. En net die zaken zijn weer de sleutel tot succes. Op die manier ontstaat een negatieve spiraal, die de artistieke en zakelijke ontwikkeling van betreffende artiest remt.

Sharon Kovacs hoopt dat deze negatieve spiraal met ondersteuning door Brabant C tot een positief opwaartse getransformeerd kan worden en dat hierdoor haar enorme internationale potentie verder versterkt en verzilverd kan worden.

Ook minister Bussemaker van OC&W onderkent de veranderende verhoudingen binnen de popmuzieksector en de in verband daarmee afgenomen investeringsbereidheid van labels. Ze ondersteunt de internationale ambitie van Nederlandse popartiesten. Bussemaker is enthousiast over de notitie 'Pop naar het buitenland' van de Popcoalitie van december 2015. In deze notitie presenteert de Popcoalitie volgens Bussemaker een goed en vooruitstrevend plan voor publiek-private samenwerking voor het internationaal promotiebeleid voor de Nederlandse pop- en dancemuziek vanaf 2017. Een sterk punt in het plan is volgens Bussemaker de integrale visie op het exportbeleid, waarbij wordt uitgegaan van publiek-private samenwerking. Het plan omhelst zowel de inzet van het Fonds Podiumkunsten als de inzet van een private partij als Buma Cultuur. De inzet van het Fonds Podiumkunsten is vooral gericht op het artistieke profiel en de ondersteuning van beginnend talent. Buma Cultuur richt zich op het meer gevestigde talent, met een groter economisch en promotioneel profiel. Ook heeft het plan aandacht voor de collectieve promotie van de sector als geheel en voor voorlichting in Nederland. Het plan heeft een groot draagvlak.

Bussemaker heeft de Popcoalitie gevraagd om het plan verder uit te werken, zodat één partij onder auspiciën van de Popcoalitie dit integrale promotiebeleid de komende jaren kan gaan uitvoeren. Het Fonds Podiumkunsten heeft op Bussemakers' verzoek voor de ondersteuning van dit plan in de periode 2017-2020 jaarlijks maximaal € 500.000 beschikbaar gesteld, binnen de bestaande middelen voor collectieve internationale promotie. Binnen dit budget wordt dus een bedrag specifiek voor de popsector gereserveerd. Buma Cultuur draagt eveneens € 500.000 bij aan de uitvoering van het plan. Ook andere partijen zijn uitgenodigd om een bijdrage te doen. Daarnaast stelt Bussemaker in 2016 een bedrag beschikbaar van € 190.000 voor de opstartkosten voor internationale promotie en marketing.

Kovacs kan niet wachten tot 2017, de kansen om uit te groeien tot internationale popster liggen er nu en dan moet er ook doorgepakt worden. Met behulp van Brabant C kunnen er meteen na de zomer al belangrijke stappen op weg naar internationale faam gezet worden. In 2017 draait dan de motor van Kovacs nog harder, komt haar nieuwe plaat uit en zal een deel van de cofinanciering uit de door Minister Bussemaker beschikbaar gestelde gelden verkregen worden.

In de volgende hoofdstukken informeren wij u over de plannen die aan de basis van Kovacs' mogelijke internationale doorbraak liggen. Om dubbele informatie te voorkomen zijn het strategisch beleidsplan en het marketingplan in dit document samengevoegd.

1. Kovacs, internationale potentie & Brabantse wortels

In het bij dit plan behorende formulier is uitgebreid uiteengezet dat Kovacs' nationale positie succesvol en solide is. Parallel aan dit binnenlandse succes wordt door Kovacs en haar team zowel artistiek inhoudelijk als zakelijk hard aan haar internationale carrière gewerkt. Er doen zich tal van internationale kansen voor, kansen die in de dynamische wereld van de popmuziek 'ingekopt' moeten worden wanneer zij zich aandienen. De aandacht, waardering en erkenning voor Kovacs' werk is structureel en groeiend, het ijzer dient gesmeed te worden nu het heet is.

Het in dit plan beschreven project heeft als doel om Kovacs' internationale carrière vleugels te geven en de inhoudelijke kwaliteit van haar werk en performance te versterken. Dat vergt grote investeringen, die in het verleden door platenmaatschappijen gedaan werden. Dat is tegenwoordig, in tijden van internet en downloaden, niet meer of veel minder het geval. Platenmaatschappij Warner heeft zeker geïnvesteerd in Kovacs en zal dit ook blijven doen, dit zijn echter geen bedragen die voldoende zijn om een internationale doorbraak te financieren. Alles wat momenteel door Kovacs verdiend wordt, vloeit direct terug in haar carrière. Ook haar manager heeft forse bedragen geïnvesteerd. Daarom is Kovacs in zo'n korte tijd dan ook een grote naam geworden. Maar er zit meer in, Kovacs kan sneller door ontwikkelen tot de Europese top artiest die ze belooft te zijn. Dat vergt echter investeringen die door de huidige financiers niet meer alleen te dragen zijn.

Met een financiële impuls vanuit Brabant C kan sneller en krachtiger in de buitenlandse netwerken en tours, in het versneld uitbouwen van Kovacs' internationale carrière, geïnvesteerd worden. Kovacs en het management hebben een duidelijke meerjarige strategie om Kovacs' internationale potentie uit te nutten. Deze strategie wordt in hoofdstuk 3 toegelicht.

Kovacs heeft alles in zich om een grote internationale ster te worden. Krachtig werk, de eigenzinnigheid en 'looks' van een icoon en een tomeloze ambitie en werklust. Voor Kovacs is 'the sky the limit'. Daarnaast is Sharon Kovacs sterk aan Brabant verbonden. Ze is niet vergeten waar ze vandaan komt, waar ze steun en inspiratie in haar ontwikkeling gevonden heeft, waar ze geworteld is en wil blijven.

Kovacs is constant op zoek naar getalenteerde makers op het gebied van muziek, film, fotografie, vormgeving, mode en andere artistieke disciplines en werkt daarbij graag samen met partners uit haar Brabantse netwerk. Het is haar droom om al deze disciplines uiteindelijk op innovatieve wijze te verwerken in haar shows en zo een nieuw soort concertbeleving, een Kovacs Experience, te creëren. Door de unieke positie waarin zij nu al verkeert, vormt zij als het ware een verbindende en wederzijds versterkende factor tussen de grote internationale muziekindustrie en het in Brabant gewortelde jonge en creatieve netwerk.

2. Waarom investeren in Kovacs?

2.1 Missie

Kovacs' missie is duidelijk: artistiek inhoudelijk blijven groeien en de internationale muziekwereld veroveren. Kovacs heeft een unieke eigen sound en performance en spreekt een breed en internationaal publiek van muziekliefhebbers aan. Ook kan ze op grote belangstelling en erkenning van de (inter)nationale muziekers en internationale sterren en producers als Grace Jones en Mark Ronson rekenen. In het bij deze aanvraag behorende formulier is één en ander uitgebreid en concreet toegelicht. Een internationale doorbraak 'hangt in de lucht', maar komt niet vanzelf. Daar gaat een flinke periode van hard werken en fors investeren aan vooraf. In de dynamische wereld van de internationale muziekindustrie moet het ijzer gesmeed worden nu het heet is.

2.2 Doelstelling van de aanvraag

In plaats van het snel verzilveren van een nationale positie, waarna mogelijk ooit nog een internationale doorbraak volgt, heeft Kovacs de kans om een groter, uiteindelijk wereldwijd, doel te realiseren. Het behalen van dat doel zal ook Brabant goed doen, in meerdere opzichten. In het bij deze aanvraag behorende formulier is dat uitgebreid toegelicht.

Een band als Kensington verdient goed in Nederland, maar heeft geen expliciete internationale ambitie en wat dat betreft dus ook geen kosten. Kovacs' heeft die ambitie en potentie nadrukkelijk wel. Deze internationale ambitie verwezenlijken vergt grote investeringen, internationaal touren brengt hoge kosten met zich mee. Een bijdrage in de artistiek inhoudelijke ontwikkeling en internationale carrière van Kovacs vanuit Brabant C zal Kovacs en haar werk naar een hoger plan tillen. Een niveau waarop zij zich ook na 2018 zal kunnen handhaven en van waaruit zij internationaal nog verder zal kunnen doorgroeien. Met andere woorden: Brabant C zal aan een versterking van blijvende aard bijdragen.

Het realiseren van een internationale doorbraak vergt een langere aanloop, meer aandacht en een strategie met onderliggende deelstrategieën per land. Een unieke kans, maar tegelijkertijd ook de urgentie om nú toe te slaan. Juist nu, nu de eerder genoemde seinen op groen staan.

Ondersteund door o.a. haar eigen professionele team, het team van de grootste zaal van het clubcircuit 013, major platenmaatschappij Warner, uitgever Sony ATV, forse eigen investeringen en een meerjarige strategie, heeft Kovacs reeds een sterke start gemaakt. Het 'next level' kan echter niet meer alleen gerealiseerd worden, vandaar het verzoek tot investering vanuit Brabant C zodat de volgende grote sprong in Kovacs' carrière mogelijk wordt.

2.3 Artistieke visie

Kovacs is uniek, origineel, jong en tegelijkertijd retro. Kovacs heeft een diepe, donkere en doorleefde sound, geweldige zang en een unieke performance. Ze wordt vanwege haar rauwe stijl en donkere stem vaak vergeleken met Portishead en Amy Winehouse. Zelf zegt ze beïnvloed te zijn door Billie Holiday, Etta James, Ella Fitzgerald, Nina Simone en Dinah Washington. Ook Tina Turner en Janis Joplin behoren tot haar favorieten. Allen zangeressen met persoonlijkheid, die het leven écht geleefd hebben, wat terug te horen is in hun stem. "My music has soul", aldus Kovacs. Beter kan haar muziek niet omschreven worden. Kovacs maakt niet zomaar doorsnee popmuziek. Muziekliefhebbers en –professionals zijn het erover eens dat Kovacs muziek uniek in zijn soort is.

Zoals reeds vermeld is Kovacs constant op zoek naar getalenteerde makers in allerlei artistieke disciplines. Disciplines en invloeden die uiteindelijk op innovatieve wijze in haar Kovacs Experience geïntegreerd zullen worden. In de meerjarige strategie is het door ontwikkelen en versterken van de Kovacs Experience expliciet opgenomen.

Het boeiende aan Kovacs, ook nu al, is dat ze door de unieke positie waarin zij verkeert als het ware een verbindende en wederzijds versterkende factor tussen de grote internationale muziekindustrie en het in Brabant gewortelde jonge en creatieve netwerk vormt. Zij en haar team opereren immers binnen een internationaal professioneel netwerk en het genoemde jonge en creatieve netwerk en Kovacs inspireren elkaar wederzijds.

2.4 Cultureel ondernemerschap

Kovacs en haar team zijn cultureel ondernemers bij uitstek. Alles wat verdiend wordt, wordt weer in de artistiek inhoudelijke ontwikkeling van Kovacs' werk en show en haar internationale carrière geïnvesteerd. Dit hele project focust op het stap voor stap veroveren van nieuwe markten en op het maximaliseren van de potentie van de artiest Kovacs. Doel is om Kovacs als artiest vleugels te geven en een solide basis te creëren om zelfstandig, groots en uiteindelijk duurzaam te kunnen opereren en verder te kunnen groeien.

Kovacs' nationale reputatie is inmiddels gevestigd en wordt versterkt en geconsolideerd. Internationaal is er duidelijk beweging. Het winnen van de EBBA, de ondersteuning door EBU, een contract bij het hoofdkantoor van Warner in Duitsland, een Griekse nummer 1 hit, een show op Glastonbury, etc.

Om internationaal écht door te breken is een gestructureerde en strategische aanpak geformuleerd. Daarbij dient geïnvesteerd te worden. Eerst in de belangrijkste Europese muzieklanden, alvorens ook de rest van Europa en de wereld bereikt kan worden.

Inhoudelijk heeft Kovacs een kwaliteit die vele mensen in verschillende landen in vervoering brengt. Niet voor niets verkocht ze in Nederland al meer dan 25.000 platen en in het buitenland zelfs nog meer. Ook stond ze in vele uitverkochte zalen en op de grootste festivals van Europa. Om verder door te groeien is echter ook hier ontwikkeling gewenst. Een nieuw album is essentieel en vordert gestaag. Een beter doordachte show, met custom made lichtplan, decor en video, staat op de planning en in de toekomst is in een uitbreiding van haar begeleidingsband voorzien, waardoor alle instrumenten live gespeeld kunnen worden. Belangrijk is dat er rust en ruimte is om de beste resultaten te behalen, om het creatieve proces optimaal te laten verlopen. In het voorjaar van 2017 moet dit allemaal gerealiseerd zijn, waarna een nog artistiek volgroeider en beter Kovacs haar internationale opmars kan voortzetten.

3. Marketingplan

3.1 De artiest Kovacs

Sharon Kovacs is een fenomeen op zich. Ze is uniek, jong maar ook retro, heeft een doorleefde rauwe sound en een breed repertoire. Haar shows zijn opgebouwd met achtergrondzangeressen, strijkers, blazers, dansers, visuals, decorstukken, lichteffecten en burlesque- en show elementen.

Met haar frêle voorkomen, geschoren hoofd en grote bontmuts is Kovacs een markante verschijning. Met enerzijds een duidelijke link naar de underground en artistieke scene, anderzijds dusdanig ontwapenend en toegankelijk dat ook een breed publiek van alle leeftijden zich aangesproken voelt. Met haar uitstraling heeft ze een universele 'star quality', niet voor niets wordt ze door het internationaal vermaarde Parijse modellenbureau VIVA (vertegenwoordiger van oa. Doutzen Kroes) ingelijfd. Doel is om Sharon Kovacs met haar uiterlijk en uitstraling aan een aantal zorgvuldig geselecteerde grote internationale merken te koppelen. De andere kant van Sharon is haar maatschappelijke betrokkenheid. Na een heftige jeugd, bleek muziek haar redding te zijn. Ze wil dan ook graag iets voor kinderen en hun culturele ontwikkeling betekenen. Er lopen momenteel oriënterende gesprekken over een mogelijke inzet als ambassadeur voor het Jeugd Cultuurfonds

Uiteraard is er ook nog de band rondom Kovacs, zonder wie dit spannende avontuur natuurlijk niet mogelijk is, bestaande uit: Ruud de Groot (Guitar/Backing vocals), Sabine Biesbroeck (Bass /Backing vocals), Teun van Zoggel (Drums), Wouter Hardy (Keys/Trumpet/Accordeon), Myrthe van de Weetering (Violin), Maaïke Peeterse (Cello).

3.2 Doelgroep

Kovacs bedient zowel nationaal als internationaal een breed publiek. In eerste instantie spreekt Kovacs de échte muzikliefhebbers aan, jong en oud, man en vrouw. Mensen die veelal goed opgeleid zijn, wat te besteden hebben, nog geluidsdragers (CD's en vinyl) kopen en van pure muziek houden. Ook het meer algemene radio luisterend publiek schaart zich na meerdere hits en veel airplay moeiteloos achter Kovacs. Bij optredens is er dan ook sprake van een zeer divers publiek, met de liefde voor Kovacs' muziek als grootste gemene deler. Liefhebbers van soul, liefhebbers van poppy jazz, liefhebbers van 60's muziek en liefhebbers van nog veel meer specifieke muziekstijlen of genres: het zijn allemaal grote markten die Kovacs kan bespelen.

Ook bij de zakelijke doelgroep bestaande uit pers, boekers en andere zakelijke relaties is het spectrum breed. Het management ontvangt, naast de boekingen binnen de reguliere club- en festivalscene, veel aanvragen voor optredens op corporate events, presentaties, gala's, TV-shows en dergelijke. Met die aanvragen wordt zeer zorgvuldig en selectief omgegaan, Kovacs muzikale carrière en de bewaking van 'het merk' Kovacs staan voorop.

3.3 Het veroveren van de grote Europese succesmarkten

Europa omvat een aantal belangrijke muziekmarkten, met de UK op eenzame hoogte. Als een artiest daar doorbreekt, dan is de succesvolle stap naar de andere Europese landen nog maar klein. De andere markten houden deze succesmarkten goed in de gaten. Wat daar uitkomt wordt al gauw gezien als een potentiële hitmaker voor het eigen land, waardoor het platenlabel in dat land sneller een release uitbrengt, de pers er meer aandacht aan besteedt, etc. Deze succesmarkten zijn UK, Duitsland (inclusief Oostenrijk en Zwitserland), Frankrijk en de Benelux.

Behalve dat deze landen een positieve uitstraling op de omliggende landen hebben, is er in deze landen ook sprake van een goed georganiseerd netwerk van popzalen en festivals. Waar meer popzalen zijn, zijn vaak ook meer muzikfans en kunnen daardoor tours opgezet worden waarmee ook geld verdiend kan worden. Bovendien kunnen artiesten in deze landen vaak optreden, 'kilometers maken', en daardoor een steeds betere live show neerzetten. In Oost Europa, Zuid-Europa en de Scandinavische landen is er niet zo'n sterk netwerk van popzalen, waardoor de tours kort zijn, de afstanden tussen optredens lang en de organisatoren helaas vaak ook wat minder betrouwbaar. Daarom wordt dit soort landen vaak als onderdeel van een Europese tour aangedaan. In 2018 staat voor Kovacs een uitgebreide Europese tour op de planning.

In de Benelux gaat het erg goed met Kovacs en wordt er elke show goed verdiend. Geld dat allemaal direct in het internationale avontuur geïnvesteerd wordt, Sharon Kovacs leeft zelf van een sobere toelage. De zalen die Kovacs in Nederland uitverkoopt zijn de grote popzalen van Nederland, waar gemiddeld tussen de 1200 en 2000 mensen per avond komen. Eind 2016 staat de grootste show tot dan toe in Nederland gepland, in de 3000 capaciteitszaal van O13. De verwachting is dat deze uit zal verkopen.

In Duitsland gaat het eveneens goed. De directeur van Kovacs' platenlabel Warner Duitsland gelooft helemaal in Kovacs en ondersteunt haar op alle mogelijke fronten. Dat resulteert in allerlei TV-optredens, showcases en andere optredens. Omdat het land echter groot is, er vaak voor losse shows lang gereisd dient te worden en de artiesten dan vaak 2 dagen van huis weg zijn, zijn de kosten per optreden dusdanig hoog dat er vaak geld bijgelegd dient te worden of in ieder geval nog niets verdient wordt. Voor showcases en TV optredens wordt helemaal niet betaald, waardoor de rekening alsmaar hoger wordt. In 2017 staat de eerste lange tour door Duitsland, Zwitserland en Oostenrijk gepland, in de zalen met een capaciteit van tussen de 500-1200 bezoekers. Tijdens die tour zal elke dag een andere stad worden aangedaan, waardoor de kosten flink verlaagd zullen worden. Ondersteund door een krachtige pers- en promotiecampagne en de aandacht voor het nieuwe album is de verwachting dat deze zalen regelmatig uit zullen verkopen, één van de belangrijkste marketingsuccessen om voor de toekomst op door te kunnen bouwen.

De aandacht en waardering in de Benelux en Duitsland ziet men in Europa dan meteen terug in optredens op de grote Oost-Europese festivals als Sziget, de release van het eerste album van Kovacs in Griekenland en meteen een nummer 1 notering.

De verdere artistieke ontwikkeling van Kovacs en haar werk, het veroveren van de UK en Frankrijk en het sterker worden op de Duitstalige markt, zijn de doelen van dit project waarvoor bij Brabant C een financiële impuls gevraagd wordt. Met deze ondersteuning kan een volgende grote sprong in Kovacs' carrière gemaakt worden.

Het management heeft een meerjarige strategie geformuleerd. Per markt is er een ontwikkelstrategie bepaald, waarbij management, platenmaatschappij en een team van specialisten samen aan een optimale positionering van Kovacs werken.

In grote lijnen bevat de marktwerking van de diverse landen de volgende elementen:

- Een album release
- Eén of meerdere showcases met het uitgebreide netwerk
- De inhuur van een team van lokale marketing- en promotie specialisten, met een uitgebreid professioneel netwerk in de betreffende markten/landen en regio's. Deze teams creëren een 'buzz' bij pers (radio, tv, schrijvende pers off- en online), zakelijke relaties als reclamebureaus en muziekprofessionals (bijvoorbeeld t.b.v. inzet muziek bij commercials, samenwerking/duet met lokale artiesten) en publiek.
- Inhuur van online- & data expertise met een focus op analyse digitale consumenteninformatie, online activatie door onder andere targeting op Facebook en Youtube, online playlisting (bv Spotify), inzet bloggers en vloggers en andere early ambassadors, etc.
- Een promotietour
- Optredens op de belangrijkste festivals
- Een grotere landen tour
- In 2018 nogmaals het land aandoen als onderdeel van de grote Europese tour.

Essentieel is dat in elk van deze landen het album uitgebracht wordt. Zonder een release heeft touren weinig tot geen zin. De 'lokale' platenmaatschappijen in elk land (dochterondernemingen van Warner) beslissen allemaal zelf of het waard is om te investeren in een release van de plaat in dat betreffende land. De kloppende mix van netwerk (optimaal), showcases (zeker te noemen), optredens op belangrijke festivals (zeker) is hierin erg belangrijk. Een eigen budget om marketing en promotie te voeren is cruciaal.

Als de UK en Frankrijk overwonnen zijn, staat niets Kovacs in de weg om haar internationale carrière verder uit te bouwen. De volgende mijlpaal is dan de VS. Een complexe markt met een geheel eigen dynamiek. Met een stevige Europese bodem kan Kovacs hier dan op doorpakken en zelf investeren in de mondiale groei van haar bekendheid.

3.4 Meerjarige marketingstrategie

Om artistiek inhoudelijk door te ontwikkelen, een succesvolle internationale doorbraak te realiseren en Kovacs internationale positie te versterken en vervolgens te consolideren, is een meerjarige aanpak vereist. Een aanpak waarbij landen parallel aan elkaar bewerkt worden. Kovacs carrière bevindt zich immers simultaan in verschillende fasen in de verschillende landen of markten. Elk land vergt dus een specifieke en uitgekende marketingaanpak in de diverse fasen van Kovacs carrière. Zoals in voorgaande paragraaf beschreven is zullen eerst de grote Europese landen veroverd dienen te worden. Een sterke positie in die landen heeft een positieve uitstraling naar de markten in andere landen. Tevens bieden successen in de grote Europese landen een financiële dekking voor een verdere ontwikkeling van Kovacs' artistiek inhoudelijke werk, internationale carrière en succes en shows en productie tot uiteindelijk een duurzaam bedrijf.

In de totale meerjarige planning is opgenomen wanneer nieuw materiaal gecomponeerd en opgenomen en de show artistiek en productioneel doorontwikkeld zullen worden.

In de volgende paragrafen wordt per jaar toegelicht wat de inhoudelijke focus is, welke markten bewerkt worden en wat er op de planning staat. Uiteraard zullen deze activiteiten in de loop der tijd aangevuld worden en zal er ook 'opportunity driven' gehandeld worden wanneer kansen zich aandienen.

De mogelijk door Brabant C beschikbaar gestelde middelen zullen volledig in de volgende grote sprong in Kovacs' carrière geïnvesteerd worden. De focus ligt op de verdere artistieke ontwikkeling van Kovacs, het veroveren van de UK en Frankrijk en het duurzaam versterken van Kovacs' positie in de Duitstalige markt. Om een volledige context en beeld van de meerjarige strategie van Kovacs en haar management te geven, zijn in de jaarplanningen ook de activiteiten die in de Benelux ondernomen worden opgenomen. Dit deel van de plannen valt, na overleg met scout Joy Arpots, buiten de aanvraag bij Brabant C aangezien dit geen nieuwe activiteiten betreft.

3.5 2016

In 2016 ligt de focus op het versterken van Kovacs' positie in de Benelux en de Duitstalige markt. Optredens, nieuwe singles en aandacht en aanwezigheid in prominente radio- en tv programma's dragen hier aan bij. Ook wordt er met Bjorn Tagemose (Gutterdämmerung, Tiësto, Shoot The Artist) en het team van 013, zowel artistiek als productioneel, aan het versterken van de show gewerkt wordt. 2016 staat ook in het teken van het schrijven van nieuw materiaal, in de tweede helft van het jaar wordt de tweede plaat opgenomen. In die periode wordt ook aan het versterken van Kovacs positie in de UK gewerkt.

In de diverse markten stond en staat in 2016 het volgende op de planning:

Benelux

- Uitreiking gouden plaat (mogelijk later zelfs een platina plaat)
- Nominatie Edison
- Nominatie 3FM Award
- Ambassadeur van de Vrijheid, optredens op Bevrijdingsfestivals (recordaantal bezoekers: meer dan 1 miljoen, veel nationale pers en TV-exposure)
- Release nieuwe single(s)
- Optredens op festivals als Down the Rabbit Hole, Bospop, etc.
- Optredens met het Metropole orkest in Carré en Theaters Tilburg
- Grote show in 013 (capaciteit 3000 man) ter afsluiting van de album cyclus.

Duitsland, Oostenrijk, Zwitserland

- Optreden bij de exclusieve perspresentatie van Gutterdämmerung in Berlijn. Gutterdämmerung is zowel artistiek als qua exposurewaarde een zeer hoogwaardig project, waarbij film en muziek gecombineerd worden en waaraan grote sterren als Grace Jones, Iggy Pop, Slash (Guns n' Roses), Josh Homme (Queens Of The Stone Age) en vele anderen zich verbonden hebben.
- Release nieuwe single(s)
- Optredens in diverse nieuwe delen van deze landen en het opnieuw aandoen van eerdere bezochte regio's.
- Optredens in zowel landelijke als regionale prominente radio- en tv- programma's als WDR's Rock Palast, ARD Breakfast TV, Ego FM, NRG, Radio Eins, Flux en talkshow 'Ina's Nacht' op ADR en NDR

UK

- Optreden op Glastonbury, het belangrijkste en meest toonaangevende festival van de wereld.
- Showcase voor alle grote Engelse bookers en promotors op het Internationaal Festival Forum in Londen (najaar), dé plek waar alle agenten, festivalboekers en promotors uit Engeland en vele andere landen elkaar jaarlijks ontmoeten.
- Opstarten promotie releasevoorbereiding in de UK, onder andere door het inhuren van essentiële lokale pers promotors en marketingspecialisten voor zowel off- als online activatie.
- Focus op radio exposure, m.n. BBC 2 (marktaandeel 15%), verder BBC Radio 1 (jonge doelgroep) en BBC 6 (ruimte voor sessies & interactie met luisteraars)

Overig

- Contract bij het Parijse modellenbureau VIVA (vertegenwoordiger van o.a. Doutzen Kroes).

3.6 2017

In 2017 volgt in maart de release van haar tweede album, ondersteund door volle club tournees, optredens in tv-shows en shows op A-festivals. In 2017 ligt daarnaast de focus op het verder uitbouwen van Kovacs' positie in de UK en Duitsland en wordt een start in Frankrijk gemaakt.

Kovacs populariteit in Griekenland zal geconsolideerd worden met een show in Athene, ondersteund door optredens in Griekse tv-shows. In de tweede helft van 2017 is Kovacs support bij de Europese tour van een grote artiest. In december wordt het tweede album in Italië uitgebracht, ondersteund door een belangrijk showcase optreden. Ook eind 2017 staat een festival rondom Kovacs in het Klokgebouw in Eindhoven op het programma.

In de diverse markten staat in 2017 het volgende op de planning:

Europa algemeen

- Release 2^e cd (maart) via Warner Music met in diverse landen prioriteit op het gebied van albumpromotie. Hierbij staan interviews en persdagen voor diverse media, inclusief muziek vakbladen en de grotere dagbladen, gepland.
- Optredens op A-festivals (North Sea Jazz, Pinkpop, Lowlands, Sziget, Rock Am Ring, Rock Im Park, etc.)
- Support bij de Europese tour van een grote artiest (tweede helft 2017)

Benelux

- Optredens op A-festivals (Norths Sea Jazz, Pinkpop, Lowlands, etc.)
- Clubtour in het najaar, de belangrijkste periode voor clubtours in Nederland, waarbij gemikt wordt op een 10 tal zalen met een capaciteit van 1.000 man.
- Instore optredens
- Optredens bij o.a. De Wereld Draait Door, RTL Late Night, Canvas, BRT
- Eigen festival in het Klokgebouw op Strijp-S in Eindhoven, met gastoptredens van diverse grote artiesten en Nederlandse première van Gutterdämmerung

Duitsland, Oostenrijk en Zwitserland

- Optredens in diverse prominente zalen
- Instore optredens

- Optreden op Rock Am Ring, Rock Im Park, WDR Crossroads, Reeperbahn, Rolling Stone Weekender, Rock am See, Rock in Wald, Burg Herzberg Festival en andere prominente festivals.
- Optredens in zowel landelijke als regionale prominente radio- en tv- programma's als WDR's Rock Palast, ARD Breakfast TV, Ego FM, NRG, ZDF Kultur, NDR Kulturjournal, TVNoir, Sky, Radio Eins, Flux en talkshow 'Ina's Nacht' op ADR en NDR
- Optredens/interviews op Internet Tv als Joiz, Noir, MTV channels, Putpat.tv.
- Interviews in (online) magazines als Musikexpress, Rolling Stone, Visions, Fuze, Slam Magazine, Festivalguide.de, Tipp Berlin, Oxmox Hamburg, Frizz, Coolibri, PRINZ (stadsmagazine voor alle grote Duitse steden)
- Interviews in lokale kranten als Berliner Zeitung, Müncher Merkur, Westdeutsche Zeitung.
- Online analyse en activatie. Websites als Spiegel.de, Musikreviews.de. Adverteren met banners op Spotify en via Google en Youtube.

UK

- Optreden op The Great Escape, het belangrijkste showcase festival van Engeland, vergelijkbaar met Eurosonic/Noorderslag in Nederland.
- Clubtour in het najaar, waarbij een zestal grote steden aangedaan wordt en gemikt wordt op zalen met een gemiddelde capaciteit van 600 bezoekers, met als doel hoge ogen te gooien door deze clubtour in zijn geheel uit te verkopen.
- Instore optredens
- Inhuren essentiële lokale perspromotors t.b.v off- en online activatie
- Focus op radio exposure, m.n. BBC 2 (marktaandeel 15%), verder BBC Radio 1 (jonge doelgroep) en BBC 6 (ruimte voor sessies & interactie met luisteraars)
- TV-optredens bijvoorbeeld bij 'Later with Jools' van Jools Holland
- Bewerken geschreven pers; dagbladen, NME, Q, Uncut & Mojo
- Adverteren met banners op Spotify en via Youtube en Google

Frankrijk

- Showcase in Parijs en promotietour, gekoppeld aan release 2^e CD (maart)
- Inhuren essentiële lokale perspromotors t.b.v off- en online activatie
- Instore optredens
- Optredens in de regio Noord Frankrijk en in Parijs om een sterke basis voor de rest van Frankrijk op te bouwen.

Griekenland

- Optreden in Athene
- Tv-optredens

Italië

- Release 2^e CD in december
- Ondersteunend showcase optreden specifiek voor de Italiaanse markt

Overig

- Ambassadeurschap goed doel (2^e helft 2017)

3.7 2018

Vanaf 2018 wordt de markt Europa-breed verder bewerkt. Ook Italië, Griekenland en de grotere Oost-Europese markten worden aangedaan. In de UK en Frankrijk wordt Kovacs positie verder versterkt. De live show wordt inhoudelijk en productioneel doorontwikkeld tot een ware Kovacs Experience. In 2018 wordt aan materiaal voor de 3^e plaat gewerkt, deze wordt de 2^e helft van het jaar opgenomen. In de diverse markten staat in 2018 het volgende op de planning:

Europa algemeen

- Grote Europese tour, inclusief kleinere markten als Italië, Denemarken, Griekenland en voormalig Oost-Europa
- Grote festivals

UK

- Uitgebreide tour, aanhakend aan de Europese tour, mogelijk als special guest van een A-status artiest.
- Uitgebreide radio- en tv-campagne, qua radio focus op BBC 2. TV optreden bij 'Later with Jools' van Jools Holland
- Bewerken geschreven pers; dagbladen, NME, Q, Uncut & Mojo
- Online analyse- en activatie
- Optredens op meerdere A-festivals

Frankrijk

- Uitgebreide tour
- Optredens op A-festivals
- Live reputatie in Frankrijk verder uitbouwen, waarbij Noord Frankrijk en Parijs opnieuw aangedaan worden en Midden- en Zuid-Frankrijk voor het eerst bespeeld zullen worden.
- Continueren off- en online activatie door lokale marketingspecialisten

3.8 2019 en verdere toekomst (geen onderdeel van de aanvraag Brabant C)

In 2019 volgt de release van de derde cd, met alle ondersteunende activiteiten, waarbij het doel is dat Kovacs een internationaal doorgebroken artiest met succes in heel Europa is. De VS wordt vanaf 2019 actief bewerkt, maar in de jaren voor 2019 zullen ook al 'opportunity driven' activiteiten in de VS ondernomen worden. Denk hierbij aan persdagen voor de vele regionale en college radio stations die Amerika rijk is en het prestigieuze South by South West festival. In 2019 zal Kovacs, mede door de vanuit Brabant C middelen mogelijk gemaakte groei, een solide positie in de internationale muziek business verworven hebben en selfsupporting zijn. De gegenereerde inkomsten worden geïnvesteerd in een verdere groei van haar internationale carrière en in het verder verrijken van haar show, de Kovacs Experience, met licht, geluid en artistieke- & showelementen. De geïnvesteerde Brabant C gelden vormen in die zin een basis voor een volgende groeispurt, leveren in feite een dubbel rendement en resulteren in een duurzame carrière.

In de diverse markten staat in 2019 en de jaren daarna het volgende op de planning:

Europa algemeen

- Release 3^e CD
- Grote Europese tour
- Optredens op A-festivals
- Optredens in belangrijke radio- en tv-shows in de diverse landen

VS

- Optreden(s) op South by South West festival in Austin, Texas
- Inhuren essentiële lokale perspromotors t.b.v off- en online activatie
- Aansluitend op South by South West pers trip door Amerika voor radio optredens en -interviews bij de vele regionale/state radio stations en college radio stations die Amerika rijk is. Dit ter bevordering van de vraag naar Kovacs.

4. Financiën

De ontwikkeling die Kovacs versneld wil doormaken wordt mogelijk gemaakt door een investering van €272.000 uit Brabant C Fonds. Dit is 22% van de totale begroting van €1.233.000, verdeeld over de jaren 2016, 2017 en 2018, en ingezet op zowel artistieke ontwikkeling als internationale marketing.

In de laatste maanden van 2016 wordt dit geld ingezet voor de ontwikkeling van een nieuwe show, ter voorbereiding op de optredens t.b.v. het nieuwe album.

In 2017 wordt het tweede album gelanceerd. Met het geld van Brabant C wordt o.a. een intensieve Europese marketingcampagne gefinancierd en worden veel internationale optredens mogelijk gemaakt. In 2018 pakt Kovacs door op haar succes en maakt ze een nieuw album en show, passend bij haar volgende niveau. Vanaf 2019 is Kovacs selfsupporting.

De muziekindustrie blijft de muziekindustrie. Voor bijna alle muzikanten geldt dat het een pover bestaan is, met inkomsten die zelden boven het bestaansminimum uitstijgen. Zelfs voor artiesten als Kovacs, die toch haar sporen meer dan verdiend heeft. Factoren als de kleine afzetmarkt die Nederland is, de grote band rondom Kovacs, alleen inkomsten als er optredens zijn en niet zoals bij de andere kunsten een stabiel inkomen als er gerepeteerd wordt, etc., maken dat het moeilijk is om verder te investeren en grote stappen te zetten. Hopelijk is dit met ondersteuning van Brabant C wel mogelijk, zodat Kovacs' internationale potentie verzilverd kan worden.

En mocht Kovacs binnen de projectperiode op een dusdanige schaal internationaal doorbreken dat de wereldhit en wereldfaam gerealiseerd worden en 'het grote geld' verdiend wordt, dan zal uiteraard het geld aan Brabant C terugbetaald worden.

Voor de onderliggende cijfers, zie de meerjarenbegroting in bijlage 1.