

## Je fanbase is goud waard, wees er zuinig op!

Toen ik dit artikel schreef, was het nog maar een dag geleden dat Dotan via social media het boetekleed had aangetrokken voor wat ik noem 'frauduleuze digitale marketing'.

De Volkskrant onthulde dat de zanger zo'n 140 fictieve accounts gebruikte om positieve berichten over hem te verspreiden op Facebook, Twitter, YouTube en Instagram.

Voor een artiest is het dus blijkbaar waardevol om een grote digitale fanbase te hebben en veel positieve en lovende likes of reacties.

Het streelt niet alleen zijn of haar ego, maar levert ook harde valuta op.

In de afgelopen jaren hebben zich drie typen media gevormd: *Owned*-, *Paid*- en *Earned Media*. Vooral *Earned Media* zijn met name voor artiesten erg hot, maar ook het meest kwetsbaar.

### Owned Media

Hieronder vallen media die je zelf beheert, bijvoorbeeld je eigen website. Er komt geen derde aan te pas die je vertelt wat wel of niet mag. De kosten van de inzet van *Owned Media* zijn naast een investering in tijd meestal een eenmalige financiële investering in een platform. De communicatie is eenrichtingsverkeer. Voordeel is dat via *Owned Media* direct, zonder uitgever, met fans of geïnteresseerden kan

worden gecommuniceerd. Omdat je als artiest zelf als zender fungeert, heeft *Owned Media* over het algemeen een relatief lage geloofwaardigheid bij de ontvanger.

### Paid Media

Dit zijn media waar je voor betaalt om op te verschijnen. Voor het bereik en de mogelijkheden ben je afhankelijk van derden. Bijvoorbeeld de nieuwsbrieven van een platenlabel of de advertenties van een website of (digitale) krant. Het voordeel van *Paid Media* is dat zij doorgaans al een flink bereik hebben opgebouwd waarop je (betaald) kunt meeliften. Bovendien blijf je vol-

ledig controle houden over de boodschap die je wilt zenden. Bij *Paid Media* koop je advertentieruimte in.

Een nadeel is dat de kosten van *Paid Media* vaak hoog zijn en dat je, op het moment dat er wordt gestopt met adverteren, direct een terugval ziet van het aantal nieuwe fans.

### Earned Media

Hiermee wordt bedoeld alle media-aandacht waar je niet voor hoeft te betalen, maar die door anderen 'gratis' voor je wordt gecreëerd. Bijvoorbeeld een fan die uit eigen beweging een tweet van je retweet, jouw Youtube-filmpje deelt met zijn vrienden op Facebook of een review schrijft.

*Earned Media* komt bij een artiest vooral voort uit zijn digitale fanbase die is ontstaan doordat Fans ooit hebben besloten om de artiest te volgen op een of meerdere social media-kanalen. Als je eenmaal een publiek hebt

opgebouwd is het erg fijn als ze je content ook gaan delen met anderen. Waarom is dat zo? Ten eerste gelden dezelfde voordelen als bij *owned media*. Zo is aandacht via *earned media* gratis, is het bereik goed meetbaar en de houdbaarheid lang.

Daarnaast is de geloofwaardigheid hoog: jezelf in een positief daglicht zetten is goed, maar het is beter als anderen dit doen.

Het oude gezegde dat mond-tot-mond-reclame de beste reclame is, geldt juist in een informatiesamenleving.

Tot slot: wanneer je alles volgens de spelregels speelt, moet je je als artiest goed realiseren dat je je fanbase en je opgebouwde reputatie zo weer kwijt bent als je niet oppast. Dotan is daar een triest voorbeeld van.

Wees daarom zuinig op je fanbase. Hij levert je veel voordelen en is goud waard!

Hans Dobbenberg  
voorzitter Dutch DJ Foundation

- ingezonden mededeling -

## Schipper legal:

mr. Bjorn Schipper is een ervaren entertainment advocaat en oprichter van **SCHIPPER LEGAL** in Amsterdam. Een intakegesprek van een half uur is gratis. Voor leden van de Ntb geldt een gereduceerd uurtarief van euro 150,= (exclusief btw en externe kosten). Voor procederen geldt een urenmaximum van 50 uur tegen het genoemde gereduceerde uurtarief. Het normale (basis)uurtarief is euro 200,= (exclusief btw en externe kosten) en geldt bij procedures vanaf 50 uur.

### SCHIPPER LEGAL:

**mr. Bjorn Schipper**

**Postbus 36424**

**1020 MK Amsterdam**

m +31619610500

f +31208908580

e [bjorn@schipperlegal.nl](mailto:bjorn@schipperlegal.nl)

w [www.schipperlegal.nl](http://www.schipperlegal.nl)

tw @bjornschipper