

Bart Brusselaers start 'entertainment label' BoomStick met reclamebureau GERMAINE.

Bart Brusselaers, voormalig jurylid van Idool, gewezen platenbaas van BMG en ex-directeur van 4FM, bundelt zijn kennis en ervaring in een nieuw initiatief. Samen met reclamebureau GERMAINE richt hij BoomStick op. Deze joint venture wordt door beiden omschreven als een 'entertainment label'.

Het nieuwe bedrijf heeft als missie artiesten en merken samen te brengen in projecten waar beiden beter van worden. Die projecten worden vaak omschreven als 'branded entertainment'. In tegenstelling tot passieve sponsoring versterkt de actieve inbreng van de artiest hier de positieve merkbeleving. Dat leidt tot een veel grotere acceptatie van de merkboodschap door het publiek. Op voorwaarde dat de artiest zijn integriteit behoudt. En dat is voor adverteerders vaak een moeilijke evenwichtsoefening.

Reclamebureau GERMAINE heeft al enkele geslaagde cases op zijn actief op dit gebied. Zo scoorde het bureau een gouden plaat met de song 'Breathing Room' van Sarah, die werd gecreëerd in opdracht van Chrysler als onderdeel van een multilevel marketingcampagne. Voor zijn klant Dag Allemaal lanceerde GERMAINE de song 'Allemaal' van Wim Soutaer en bedacht het de bijbehorende videoclip die werd verwerkt tot een reeks tv-spots. Ook deze plaat kreeg goud. Nog een voorbeeld van verregaande integratie zijn de mini-tv-formats die het bureau, in samenwerking met VT4, ontwikkelde in zijn 'wat is uw excuus'-campagne voor de overheid. Daar werd de techniek van 'celebrity endorsement' gebruikt om weggebruikers tot beter gedrag te overhalen.

Bart Brusselaers is uiteraard uitstekend vertrouwd met artiestenmanagement en muziekmarketing. Met BoomStick legt hij nu een brug naar adverteerders die op zoek zijn naar een vernieuwende marketingaanpak. Alhoewel het potentieel voor zowel merken als artiesten enorm is, slaagden tot nu toe weinigen erin om beide partijen structureel samen te brengen. Het is het streven van BoomStick om een duurzame samenwerking te realiseren met een win-winsituatie als gezonde basis.

Wat Bart Brusselaers en GERMAINE verenigt, zijn 3 C's: Chemie, Complementariteit en Congruente visie. Met BoomStick zetten ze een sterk aanbod in de markt waarin ze het beste van 2 werelden verenigen. Merkenstrategie en muziekmarketing, gerichte creativiteit en artistieke vrijheid, muzikaliteit en commerciële flair, pophits en consumententrends, communicatie en entertainment. Muziek is bovendien een grensoverschrijdend fenomeen. De eerste opportuniteiten op dat vlak dienen zich al aan. Daarover hoort u binnenkort ongetwijfeld meer.

Adverteerders kunnen bij BoomStick terecht voor het bedenken en uitvoeren van 'branded content', uiteenlopende samenwerkingsmodellen met artiesten, carrière- of repertoiresponsoring, merkmeccenaat, en alle vormen van celebrity marketing. Maar ook voor het ontwikkelen van jingles, corporate songs en muzikale bedrijfsevents.

BoomStick werkt met artiesten uit het hele muzikale spectrum: van populair en toegankelijk tot specifieke singer-songwriters. Binnenkort maakt het label de namen bekend van artiesten waarmee het overeenkomsten heeft. BoomStick laat ook weten nog plaats te hebben voor artiesten die via het label volledig gecoached en gemanaged willen worden.

Ondanks zijn roots in de muziekwereld, heeft BoomStick de uitdrukkelijke ambitie breder te gaan en het volledig spectrum van branded entertainment aan te bieden.

Het label kan formules op maat uitwerken voor alle merken en communicatiebureaus.

Contactgegevens BoomStick:

Bart Brusselaers: 0475/84.88.56 (niet voor publicatie), bart@boomstick.be

Kristiaan Cloots: 0474/459.460 (niet voor publicatie), kristiaan@boomstick.be