



LONDON CALLING

OEGE BOONSTRA

Oege Boonstra is internationaal media consultant en founding partner van management adviesbureau 3Rivers



Gokken en gamen

Vijftien jaar geleden vond Joop van den Ende een nieuwe programmaformule uit voor dagtelevisie. In zijn voortdurende zoektocht naar nieuw, jong talent bedacht hij simpele spelletjes, die in de ochtend- en middaguren konden worden uitgezonden op de Nederlandse commerciële televisie. In tegenstelling tot de situatie bij onze oosterburen was voor dagtelevisie echter geen budget ter beschikking, dus moesten nadere inkomstenbronnen worden aangeboord. Endemol, altijd innovatief in het bedenken van nieuwe businessmodellen, ging aan de slag en al snel was Call TV geboren: aantrekkelijke sms-tarieven boden de perfecte oplossing voor het financieringsvraagstuk.

In mijn vorige bijdrage ging het onder meer over de pijlsnelle distributie van nieuwe programmaformules in een zich globaliserende televisiemarkt. Rond het jaar 2000 was dat minder het geval en een vernieuwend concept als Call TV verspreidde zich langzamer. Toen nieuwe aanbieders zich realiseerden dat met dit concept veel geld viel te verdienen, was het hek echter van de dam. Zoals wel vaker gebeurt, werd steeds meer risico genomen en ontstonden nieuwe programmaformules die misbruik uitlokten. De rest is geschiedenis: deze vorm van *gaming* op televisie werd door de wetgever in vele landen verboden. Het betekende een flinke tegenvaller voor veel broadcasters en producenten, die een prettig belegde boterham met dit fenomeen verdienden.

Gaming en gambling staan nu, enkele jaren later, weer op de agenda van de Nederlandse televisiespelers. Het ziet er naar uit dat de regels in de toekomst zullen worden versoepeld, dat zou zelfs begin 2015 een feit moeten zijn. Talloze bedrijven in de broadcastsector onderzoeken op dit moment hoe met deze kansen om te gaan en ook wij bij 3Rivers richten ons al langere tijd op dit onderwerp.

De aandacht lag al snel in de Verenigde Staten, waar enorm veel ervaring op dit terrein aanwezig is. Maar we zouden de naamgeving van deze rubriek verloochenen als we ook niet even over de Noordzee zouden kijken. Groot-Brittannië is immers een land waar gokken een geaccepteerd fenomeen is, het succes van bedrijven als Ladbrokes spreekt boekdelen.

Het is interessant om te zien hoe ver broadcasters daar al zijn met nieuwe modellen, die ook door de wetgever zijn geaccepteerd. De publieke dan wel semipublieke omroepen (BBC, Channel 4, UKtv) houden zich op dit terrein gedeisd, maar de commerciële partijen hebben *gaming* en *gambling* ontdekt als dé oplossing voor de exploitatie van hun nachtelijke zendtijd. ITV zendt op weekdagen 's nachts het programma *Live Roulette* uit, waar een hele reeks online games aan vasthangt. Channel 5 bleef niet lang achter en doet exact hetzelfde onder de wervende titel *Super Casino*.



Het ziet er naar uit dat de regels in de toekomst zullen worden versoepeld



Daarnaast hebben ook productiebedrijven deze nieuwe mogelijkheden ontdekt. Een programma als *Deal Or No Deal* leent zich uitstekend voor *gaming* doeleinden, de Britse arm van Endemol kent al jaren ongekend successen met *gaming* varianten van deze show. Daarnaast zegt Endemol te profiteren van second screen applicaties van een andere succesvolle game-show van het bedrijf, *The Money Drop*, waarmee op uiteenlopende manieren in verschillende landen geld wordt verdiend.

Als deze ontwikkelingen ook in Nederland worden geïntroduceerd, betekent dat een belangrijke nieuwe bron van inkomsten. Hopelijk vertaalt die zich niet alleen in toenemende marges binnen de sector, maar leidt het ook tot het vieren van de teugels met betrekking tot de programmabudgetten. Want de hoop is natuurlijk dat deze nieuwe geldstromen uiteindelijk leiden tot meer investeringen in creativiteit, de motor achter het Nederlandse televisiesucces.