



LONDON CALLING

OEGE BOONSTRA

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



Duitse creatieve armoede

De Britse televisie-industrie blijft succesvolle formats genereren. We zien het ook met grote regelmaat op de Nederlandse zenders, waar Britse dramaserieën en slimme formats als *Heel Holland Bakt* (bedacht door het creatieve genie Richard McKerrow) uitstekende kijk- en waarderingscijfers scoren. Hoe zit het eigenlijk met de andere grote landen in Europa, Duitsland voorop?

Duitse dramaserieën deden het in een ver verleden niet slecht op de Nederlandse televisie. Series als *Tatort* en *Derrick* werden goed bekeken. Maar daar is het eigenlijk wel een beetje bij gebleven: sindsdien heeft vrijwel geen Duitse dramaserie (een enkele krimi daargelaten) en zeker geen Duits format de Nederlandse zenders gehaald.

Voor Nederlandse producenten is dit Duitse onvermogen een zegen, want de gigantische Duitse markt met haar aantrekkelijke budgetten is een waar paradijs gebleven voor Endemol en Eyeworks (inmiddels Warner Bros. Duitsland). Ook de Britten vonden hun weg naar onze oosterburen: All3Media heeft er een *joint venture* met BBC Worldwide, ITV heeft er twee productiebedrijven en Fremantle is zelfs marktleider via haar dochteronderneming UFA.

Waarom krijgen de Duitsers het niet voor elkaar op het *small screen* creatieve successen te boeken die ook in het buitenland tellen? Alleen ARD en ZDF bestellen al 360 (!) televisiefilms per jaar, wat toch successen zou moeten voortbrengen op het gebied van drama. Entertainment wordt in Duitsland ook groots aangepakt met budgetten om van te watertanden, maar na *Wetten Dass* is er eigenlijk geen internationaal succesnummer meer geweest. Er heerst bij onze oosterburen creatieve armoede!

De reden voor dit onvermogen ligt voor een deel in de structuur van de Duitse tv-markt. De almachtige broadcasters verwerven door het principe van *total buy out* de

volledige rechten van alle programmering. Wie gaat dan zijn ziel en zaligheid investeren om nieuwe ideeën tot wasdom te brengen, met alle investeringen van dien, om vervolgens de rechten af te staan aan de zenders? Dit is wel een mooie zaak voor ZDF Enterprises en Red Arrow van ProSiebenSat1, die met internationale exploitatie nog een aardige cent verdienen. Voor de producenten is het echter de dood in de pot.



De reden voor dit onvermogen ligt voor een deel in de structuur van de Duitse tv-markt



op creatief terrein iets te bieden heeft, begint al snel een eigen onderneming. Deze creatieven worden ondersteund door gisse zakenmensen, die weten hoe kapitaal aan te trekken en businessmodellen voor hun creatieve talenten te bedenken. In Duitsland ontbreekt het totaal aan beide competenties en komt ook geen gezonde onafhankelijke sector tot stand. De enige manier waarop de Duitsers creatief een beetje meespelen, is door coproducties met Scandinavische en Franse producenten.

Wij hebben er bij 3Rivers op onze eigen manier iets aan proberen te doen. We hebben Vincent Dijkema, ex-Talpa en tot vorig jaar werkzaam bij de BBC, op een prominente creatieve positie bij ProSiebenSat1 weten te plaatsen. Vincent is goed begonnen en gaat hopelijk zijn eerste shows het komende jaar op de Duitse buis brengen. Als de Duitsers het in eigen land creatief niet voor elkaar krijgen, doen wij Nederlanders het wel...

