



LONDON CALLING

OEGE BOONSTRA

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



50 in saai jaar

Deze column wordt deze maand 50. 5 jaar geleden begon ik u toe te schrijven over de internationale mediaontwikkelingen. Tijdens deze stille zomermaanden heb ik ze nog een keer teruggelezen en was weer onder de indruk van wat er in die tijd allemaal is gebeurd, bijna te veel om op te noemen. Heel anders is het in 2016...

2011 was het jaar van de uiteindelijke doorbraak van *The Voice*. Na de succesvolle introductie in de VS kwamen de wereldwijde verkopen echt op gang. Conclusie: John de Mol had weer een blockbuster op zijn naam staan en vanuit de farmaceutische industrie weten we wat dat (financieel) betekent. Het was ook het jaar van de start van het toen alleen in de VS opererende Netflix in Groot-Brittannië en de opmars van dramaserie als *House of Cards*.

2012 was het jaar van de wisseling van management in de internationale productiesector, waar een nieuwe lichterling managers het voor het zeggen kreeg. Het was ook het jaar waarin het Duitse Sky de race om sportrechten een nieuwe impuls gaf en het dubbele bedrag betaalde voor de Bundesliga-rechten. Tenslotte kwamen publieke omroepen overal in Europa onder zware druk – we weten allemaal nog wel wat dat betekende voor de Nederlandse publieke omroep.

2013 was het jaar van de ‘voorwaartse integratie’: productiehuisen namen commerciële omroepen over. Talpa ontfermde zich over SBS in Nederland, Woestijnvis over SBS in België. Channel 5 in Londen en TVN in Warschau gingen ook in de verkoop. Het was ook het jaar dat Netflix Nederland binnenviel en broadcasters zich gingen interesseren voor digitale initiatieven (RTL Nederland kocht Videoland, RTL investeerde internationaal hevig in MCN's).

In 2014 ging pas echt de vlam in de pan. Het was het jaar van de grote mediadeals: de schaalvergroting in de inter-

ationale tv-productiewereld kwam volop op gang. All3Media werd overgenomen door de combinatie Liberty/Ziggo en de fusie tussen Endemol, Shine en het nietige Amerikaanse Core werd afgekondigd. Warner Bros. nam Eyeworks over en de productiemaatschappij van Mark Burnett werd verkocht aan MGM. Ook op andere mediaterrainen was het bal: Liberty (eigenaar van UPC) ontfermde zich over Ziggo, Channel 5 werd overgenomen door Viacom. In de media gespecialiseerde *investment banks* hadden een geweldige tijd.



De schaalvergroting in de internationale tv-productiewereld kwam volop op gang



In 2015 ijde deze *deal frenzy* nog na. Banijay en Zodiak fuseerden. ITV nam Talpa over. TVN werd geacquireerd door Scripps. MTG meldde zich in de reeks voor MCN's en kocht het Nederlandse Zoomin.TV. De BBC begon, 2 jaar na de grote hervormingen in het Nederlandse publieke bestel, aan een grote reorganisatie en zette en passant BBC Studio's op.

U begrijpt het, er was meer dan voldoende stof om over te schrijven en deze ontwikkelingen te duiden. Maar ineens stopte dit jaar de dynamiek. Netflix ging in januari wereldwijd opereren en Ziggo en Vodafone kondigden aan te gaan fuseren in Nederland. Maar dat was het verder wel, er viel eigenlijk weinig te beleven. Iedereen is gewoon aan het werk, zelfs zeer hard aan het werk. Uitzendschema's moeten er attractief uit blijven zien om de sluipend achteruitlopende kijktijd het hoofd te bieden. De kwaliteitseisen aan programma's blijven onveranderd hoog. Betaaltelevisiezenders moeten knokken om de oplopende sportrechten te financieren.

Ik bezocht een behoorlijk aantal *boardrooms* dit jaar en krijg vaak dezelfde vraag: waar zijn mijn concurrenten mee bezig? Het eerlijke antwoord: ze zijn allemaal zo hard aan het werk dat er geen tijd is voor mooie strategische deals. 2016 dreigt een saai jaar te gaan worden.