



LONDON CALLING

OEGE BOONSTRA

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



Aan het werk

Een maand geleden schreef ik u dat 2016 een saai jaar dreigt te gaan worden. Protesten van vele lezers waren het gevolg, want er gebeurt toch ontzettend veel? Zie ik niet al die uren content die worden geproduceerd, de onvoorstelbare groei in dramaproductie wereldwijd, de nieuwe wegen die men zoekt in betaaltelevisie (zie de laatste deal van Fox Sports in Nederland), de vele startups in het Verenigd Koninkrijk?

Er gebeurt natuurlijk ontzettend veel, stilstand is immers achteruitgang en dat is de audiovisuele media vreemd. Velen van ons werken keihard aan innovatieve programmering, zenders worden omgebouwd naar nieuwe profielen. Er wordt keihard geknokt om kijkcijfers in een qua kijktijd op de lange duur ongetwijfeld teruglopende markt.

Nieuwe commerciële routes worden bewandeld. Meest bijzondere daad deze zomer: *The Great Bake-Off* gaat in Engeland van zender wisselen. Love Productions kreeg niet de gewenste deal bij de BBC voor zijn megahit, die ook in Nederland zo goed scoort bij Omroep MAX. Het resultaat is dat Channel 4 het nieuwe thuis wordt van de *Bake-Off*, net zoals *The Voice* vorig jaar ook al verhuisde van de BBC naar ITV.

Nog meer opvallende gebeurtenissen waren er deze zomer te noteren in Frankrijk. De Talpa-catalogus verhuist van Shine France (nog steeds niet gefuseerd met Endemol France) naar ITV Studios. Dat was natuurlijk wel te verwachten, maar toch. *The Voice* heeft mythische proporties gekregen bij TF1 en deze overgang zal ontzettend pijn doen bij het internationale fusiebedrijf Shine-Endemol. Vele mediadeskundigen zien dit als een grote verandering in het Franse medialandschap.

In mijn tweede woonstede Londen zagen maar liefst 7 nieuwe ventures op het gebied van tv-productie het levenslicht, vrijwel in alle gevallen opgezet door ervaren

producenten. In de meeste gevallen zit er een gevestigd mediabedrijf achter die de starters een financieel duwtje in de rug geeft. All3Media, ITV, Channel 4 en vele andere mediaorganisaties denken op deze wijze getalenteerde producenten aan zich te kunnen binden.

Zelfs de Australische broadcaster Seven heeft zich in de rij van investeerders geschaard. Opvallend genoeg is het aantal investeringen na de Brexit sterk gedaald. Simon Cowell, de bedenker van *X-Factor* en *Got Talent*, deed ook van zich spreken door een nieuwe 3-jarige deal met ITV. De deal die FOX Sports maakte op de Nederlandse markt

deed ook stof opwaaien. De open zender van FOX heeft een laag marktaandeel en kan het aantal abonnees van de betaalzenders niet aanjagen (de oorspronkelijke strategie van 3 jaar geleden). Dus bedacht men een truc: FOX Sports toevoegen aan het basispakket en zo een aanzienlijke financiële impuls aan het FOX-sportaanbod geven. Innovatief gedacht en na zware onderhandelingen met distributeurs nog gelukt ook.

Maar u leest het: bij geen van deze initiatieven is sprake van een grote strategische doorbraak. Iedereen is echt hard aan het werk, bezig met het opbouwen van

marktaandelen, het optimaliseren van financiële resultaten, het starten van nieuwe initiatieven. De enige grote 'deal' die eraan zat te komen, was de overname van eOne door ITV. € 1,2 miljard was voor de aandeelhouders van eOne kennelijk geen juiste prijs en ITV zag zich gedwongen haar bod weer in te trekken.

Misschien dat in 2016 toch nog iets in het vat zit, want ITV is door de val van het Britse pond wellicht van jager prooi geworden. We gaan het zien. De volgende keer neem ik u mee naar verre continenten, want ik geef de komende week college in Taiwan en bezoek gewaardeerde klanten in Australië. Ook in deze 2 landen is men keihard aan het werk...



In Londen zagen liefst 7 nieuwe ventures op het gebied van tv-productie het levenslicht

