



TV kijken in de toekomst centraal op Mediapark Jaarcongres

Overal en altijd in contact

Connected TV en het tweede scherm stonden overduidelijk centraal tijdens het vierde Mediapark Jaarcongres (MPJC). Connected TV is hard op weg om Nederland te veroveren en bij het tweede scherm houdt het tegenwoordig niet meer op in de huiskamer. Op het congres was het van ontbijt tot en met de late borrel goed toeven en nuttig netwerken.

■ Jessica van den Bergh ■ Marieke van der Heijden

Locatie van de dag: Studio 21 in Hilversum. Met prachtige grote beeldschermen op drie wanden. Maar waarom lopen die de hele dag niet sync met wat op het podium gebeurt? Het geeft helaas een onrustig gevoel. Brecht van Hulsten, dagvoorzitter van dienst, neemt de bezoekers mee de dag door en koppelt regelmatig tweets vanuit de zaal terug. De opening van minister Marja van Bijsterveldt komt via een videoboodschap ("de Kamer roept") en is zeker niet de kortste. De minister kan altijd nog van baan wisselen, de autocue heeft ze prima onder controle. Op het moment dat ze zegt dat de omroepen veel zelf moeten doen en zij zich bescheiden opstelt, wordt het her en der onrustig in de zaal... Er volgen gedurende de

dag genoeg sprekers die hun ongenoegen over haar plannen delen met de zaal.

Bert Habets, CEO van RTL Nederland, vindt dat alles om de consument moet draaien. "Die zit in de *driver seat*," legt hij uit. Het tweede scherm is de gewoonste zaak van de wereld en er worden bij RTL het liefst nog sociale media aan toegevoegd. Het duurt ongetwijfeld niet lang meer of ieder gezinslid heeft zijn eigen scherm tot zijn beschikking. Lang werd gedacht dat de verschillende *devices* op zichzelf stonden, maar steeds meer wordt duidelijk dat veel integratie plaatsvindt. Habets kan dat wel verklaren: "Het maakt de kijkbeleving intensiever en zorgt voor

"RTL heeft bewust afscheid genomen van het in zichzelf gekeerde omroepwereldje"

meer interactie. Zelfs dusdanig dat jonge doelgroepen terugkomen naar televisie."

RTL heeft naast de secties TV, Radio en Digital tegenwoordig nog twee takken: Entertainment, waarin onder andere theatertours, filmactiviteiten en de samenwerking met Wentink is ondergebracht, en Ventures. Tot die laatste afdeling behoren 'vreemde' bedrijven als Couverts, Sizz en Pepper. Het typeert dat RTL "bewust afscheid heeft genomen van het in zichzelf gekeerde omroepwereldje," zoals Habets het formuleert. Hij vindt dat de minister ten aanzien van de publieke omroep "een kans heeft gemist omdat de behoefte van de kijker in haar plannen geen enkele keer voor komt" en benadrukt nogmaals open te staan voor partnerships met de publieken. "Ik zou graag de krachten willen bundelen."

Vrijhandelsplaats

Waar RTL zich volgens Habets focust op drie gebieden ("de consument vol-



Technicolor voerde een ijscoke ten tonele, dj's van V-radio praatten de boel aan elkaar, Rudy Stroink (TCN) overtuigde en Erik van der Hoff quizmasterde.

gen, investeren in het programma-aanbod en open staan voor de expertise van derden”), daar werkt Rudy Stroink van vastgoedexploitant TCN hard aan de profilering van ‘zijn’ Media Park. Dat moet niet alleen dé mediaontmoetingsplek worden, maar ook de spil zijn in een grotere ambitie, vindt Stroink. “Het gaat niet tussen Amsterdam of Hilversum. We moeten als Nederland, net als in de zeventiende eeuw, weer een vrijhandels-

plaats willen zijn, alleen nu voor data in de hele wereld.”

Voor de gezelligheid verschijnt gelegenhedenquizmaster Erik van der Hoff dan op het toneel. Uitgedost in glimmende kleding speelt hij vol enthousiasme de RetroQuizShow met het publiek. Natuurlijk ontbreken ook de spelmissen niet. Aan de hand van beelden uit de afgelopen zestig jaar televisie worden vragen beantwoord en uiteindelijk winnaars bekroond. Het hoeft geen nader betoog dat de tijden danig zijn veranderd... Om dat nog eens ondubbelzinnig te bevestigen, meldt Barbara Schouten van GfK Benelux dat in 2013 liefst 60 procent van de mensen toe-

Tweede scherm

Ook Lara Ankersmit, kersvers hoofd Nieuwe Media bij de NOS, is zeer enthousiast over het tweede scherm. Zo heeft de publieke omroep tijdens de Tour de France een extra informatiebron. Via het tweede scherm kun je precies in de gaten houden waar de renners zijn. Ook de nieuwe videosite moet de consument op de wenken bedienen.

Dick Molman, CEO van Sanoma Media, staat te trappelen om bij SBS aan de slag te gaan. Maar, zo zegt hij, “de NMA hijgt nog even in de nek.” Molman moet wel even kwijt dat hij zich heeft verbaasd dat de combi Sanoma/Talpa zo lang uit de media is gebleven. Hij neemt voor de aanwezigen de meest gestelde vragen nog een keertje door. Ja, bij SBS gaat het financieel goed. “Met de zender gaat het minder. SBS ligt niet op sterven, SBS heeft een griepje.” Nee, er komt geen Libelle of Donald Duck TV. “Dat doen ze nergens, waarom zouden wij dat dan wel doen?” De muzikale afsluiting laat het over de hele linie geslaagde congres helaas als een nachtkaars uit gaan. Tijdens het gezongen dagoverzicht loopt de grote zaal voorzichtig leeg. Muziek doet zappen op tv, maar blijkt dat effect dus ook tijdens een congres te hebben...

Op www.mediaparkjaarcongres.nl zijn alle presentaties en videobijdragen overigens terug te zien. Ook via de tab ‘BMTV’ is op www.broadcastmagazine.nl een impressie te bekijken van het MPJC. ■

Uit onderzoek blijkt dat de kijktijd door multitasken juist toeneemt

gang heeft tot Connected TV, televisie met een internetaansluiting dus. Nederland groeit het snelst als het om Connected TV gaat. Nederlanders lopen graag voorop en hebben veel sneller gadgets in huis. Toch vinden critici dat je het zo simpel mogelijk moet houden. Als internetgebruik op tv net zo makkelijk wordt als zappen, dan weet de consument het wel te vinden. Je zou denken dat door al die mogelijkheden minder tv wordt gekeken, maar niets is minder waar, meldt Schouten. Door multitasken neemt de kijktijd juist toe. In de zaal blijkt uit een snelle telling dat ongeveer een derde van de aanwezigen internet op tv wel eens heeft geprobeerd of het thuis tot zijn beschikking heeft.

