



LONDON CALLING

OEGE BOONSTRA

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



Doorstart

Half januari trachtte de gezagvoerder van mijn City Jet toestel 25 passagiers veilig op City Airport af te zetten. Het was denk ik mijn tweehonderdste aankomst op dit kleine stripje in het oosten van Londen van de laatste vijf jaar, maar gelijk ook de benauwdste. Het Fokkertje was een speelbal van de wind, die met kracht 11 buiten-sporig hard aan het blazen was. Bij de eerste poging misten we de landingsbaan met een metertje of 50, dus dat betekende een doorstart. Met het water in onze handen was de tweede poging wel succesvol...

In de televisiewereld is doorstarten op dit moment aan de orde van de dag. ITV lag vier jaar terug aan de beademingsapparatuur, de grootste commerciële broadcaster van het Verenigd Koninkrijk was meer dood dan levend. Met een beetje mazzel (want de advertentiemarkt trok aan na een lange recessie) en voortreffelijk management kwam de trots van de Britse commerciële televisiewereld er weer helemaal bovenop. De combinatie van een sterke broadcastpositie en een krachtige wereldwijde tv-productieorganisatie deed wonderen.

Een ander mooi voorbeeld is het Duitse ProSieben Sat1. Na de overname van de zendergroep door een tweetal private equity bedrijven kwam het aandeel van het bedrijf op een desastreus laag niveau te liggen, vooral door de enorme schuldenpositie waarmee de onderneming door de nieuwe eigenaren werd opgezadeld. Een aandeeltje ProSieben deed 85 cent op de DAX, de Duitse effectenbeurs.

Maar er kwam nieuw management, dat begon aan een ambitieus vernieuwingsprogramma. De kern lag ditmaal niet in de combinatie van succesvolle broadcasting en internationale tv-productie: ProSieben bracht de Duitse broadcastbusiness op orde en investeerde hevig in nieuwe media. Met haar business unit Maxdome, de marktleider op het gebied van *Over The Top* in Duitsland, en vele andere nieuwe 'digitale' activiteiten

creëerde het bedrijf een nieuwe toekomst. Het resultaat: het aandeel ProSieben doet nu meer dan 35 euro! Inmiddels raakt de tv-wereld in de ban van de nieuwe video on demand toepassingen. In de jaren '90 stak dit fenomeen voor het eerst de kop op. Er werden enorme verwachtingen gecreëerd die in de eerste jaren niet werden waargemaakt. De nieuwe dienst kreeg echter een enorme impuls door *catch-up services* in het begin van dit decennium en krijgt nu een zet in de rug door *Over The Top*. Breedband maakt nieuwe toepassingen mogelijk en OTT treft broadcasters in het hart. Want welke jongere kijkt nu nog een avondje tv?

“
**Het aandeel
ProSieben is
gestegen van
85 cent naar nu
meer dan 35 euro!**
”

VoD-OTT is in de Verenigde Staten een enorm fenomeen. Meer dan 40 miljoen Amerikaanse huishoudens hebben een abonnement op Netflix. Daarnaast zijn er nog rivaliserende aanbiedingen van de broadcasters en van internetgigant Amazon. De positie van de omroepen lijkt weer te worden aangevallen, want wie kijkt een hele avond televisie doorspekt met commercials als het zo gemakkelijk wordt om demand naar je favoriete series te kijken?

Eén ding is duidelijk: de broadcasters in Europa zitten niet met de handen over elkaar. Netflix en Lovefilm van Amazon worden overal gecounterd: in Scandinavië begon een aantal omroepen direct met een eigen VoD alternatief en in Nederland zien NLziet en het vernieuwde Videoland binnenkort het daglicht. De Fransen reageren op geheel eigen wijze: de nationale broadcasters schreven onlangs een brief naar de regering om Netflix nog een tijdje geen toegang te verlenen... Netflix lijkt het initiatief te hebben en het zogenaamde 'first mover advantage' volop te benutten. Amazon maakt al haar eerste doorstart door het Lovefilm label op te heffen en te integreren met Amazon Prime. De strijd wordt de komende jaren zeker zo opwindend als de doorstart van die Fokker op City Airport...