

# FOLLOW-UP: CREATIVE CUP

**Tijdens Dutch Media Week in oktober organiseerde BMyoung voor de tweede keer de Creative Cup: elf studententeams pitchten hun idee voor een programma aan Frans Klein (NPO), Peter van der Vorst (RTL) en Paul Römer (Talpa Network). Hoe gaat het nu met de winnaars? We bellen met Mart Zoon van Social Break en Esmee Verhoef van Travel with my Devil.**



De programmapitch voor *Social Break* was voor veel studenten de allereerste opdracht voor hun nieuwe media-opleiding. Zo ook voor Mart en zijn groepje: "We waren echt nog groentjes en werden in het diepe gegoooid. Ik wilde vooral de opdracht goed maken, zodat we een voldoende zouden krijgen. Uit ons enthousiasme over de opdracht is toen best een goed idee ontstaan, waarmee we naar Hilversum mochten."

**Paul Römer wilde verder met jullie idee. Hebben jullie nog contact met hem gehad?**

"Tijdens en na de pitch kregen we feedback van Paul. Hij gaf aan dat we een mooi idee hadden, maar dat het nog niet af was. We moesten het verder uitdenken, het concreter maken. Daarmee zijn we aan de slag gegaan en we hadden begin december weer een online afspraak met Paul. Daarin heeft hij ons meegenomen in het proces hoe een programma wordt ontwikkeld. Ook fijn was dat we met hem konden brainstormen over

bepaalde onderdelen. Er zijn een paar zwakke punten, die we verder moeten uitwerken. Bijvoorbeeld wat er gebeurt met de afvallers en hoeveel mensen we laten deelnemen."

**Tijdens de Creative Cup zei Paul Römer al "Is het niet lastig om met twintig verslaafden op reis te gaan en ze dan te laten afvallen?" Hoe lossen jullie dat op?**

"Het nieuwe idee is dat we in plaats van de zwaksten juist de sterksten laten afvallen. Zoals in *De slechtste chauffeurs*. Degene die het het best doet, mag naar huis. Dus we gooien alles om. We gaan dat nu onderzoeken en opnieuw een plan maken."

**Peter van der Vorst vond Social Break niet zo'n goed idee, omdat hij dacht dat er geen deelnemers te vinden zijn.**

"Ik denk dat Peter van der Vorst te veel op de verslaving zat. Waar wij op doelen, zijn ook de drukke levens van mensen en dat ze continu bezig zijn met

van alles, en afhankelijk zijn van likes."

**In welke zin is het project voor jou persoonlijk van waarde?**

"Het was heel cool om te kunnen presenteren in Hilversum. Dat we in een soort van auditieruimte geïnterviewd werden en een tijdje moesten wachten totdat we het podium op mochten. Van dat proces werd ik echt zenuwachtig. Maar ook de professionele samenwerking met Paul Römer, om met hem te kunnen sparren. Het is over het algemeen een heel mooie ervaring."

**Hoe nu verder?**

"We hebben afgesproken dat we met ons groepje verder gaan met ontwikkelen. Daar hebben we nu de tijd voor. Zodra wij er weer klaar voor zijn, nemen we contact op met Paul. En dan opnieuw pitchen. We kijken per keer of we het nog leuk vinden en er nog potentie in zit. Tot nu toe wel!"

Over de pitch van Esmee en haar team over de verbindende spelshow *Travel with my Devil* zei

Paul Römer tijdens de Creative Cup: "Jullie titel is geweldig. Dit is een heel interessant experiment en onderwerp: de kloof tussen mensen in de samenleving wordt steeds groter." Ook Peter van der Vorst vond het idee fantastisch. Hij zei: "Het geeft een extra dimensie aan een reisprogramma. En is een middel tot verbinding, via entertainment. Een erg goed doordacht format, gefeliciteerd ermee!"

Esmee Verhoef heeft met haar groepje een drukke tijd achter de rug. Hun eerste schoolopdracht werd door de jury lovend ontvangen en Peter van der Vorst zei meteen dat hij ermee verder wilde: "Het was een gekke eerste periode van de opleiding. We hadden meteen na de Creative Cup contact met Ralph (de Beurs, head of creative, red.) van RTL. Hij wilde ons graag fysiek uitnodigen. Daarom duurde het een tijdje, maar half januari kwam het ervan."

**Wat waren jullie verwachtingen in oktober?**

"Toen we de pitch voorbereiden, hadden we geen verwach-

tingen. Alles was nog onbekend terrein voor ons. Dingen die we nu hebben geleerd, wisten we nog niet. We moesten heel lang nadenken over een naam voor het format. Op een gegeven moment floepte ik eruit: *Travel with my Devil*? Toen zaten we elkaar een beetje aan te kijken van: is dit de naam die we eraan willen koppelen? Maar uiteindelijk is die wel blijven hangen bij iedereen." "Toen we hoorden dat we mochten pitchen voor Paul Römer, Peter van der Vorst en Frans Klein, was ik best *overwhelmed*. Het was een heel vette ervaring om dit te mogen doen. Geen van ons had verwacht dat het zo ver zou komen."

**Was er nou helemaal geen commentaar op jullie format?**

"Klopt. Onze coach kwam achter ons aan na de pitch en zei dat wij de enigen waren die geen commentaar hadden gehad. We kregen alleen maar complimenten. Achteraf hebben we Peter nog even gesproken, toen had hij ook geen commentaar. Hij vond het format vooral goed en gedetailleerd uitgewerkt."

**En toen jullie bij RTL langsgingen, hadden ze toen wel tips?**

"Van tevoren was het doel van de bijeenkomst niet heel duidelijk, maar het werd vooral een brainstorm. Dit keer hadden ze wel wat opmerkingen. Ze gaven aan: jullie droppen de duo's in verschillende steden. Dat kunnen we doen, maar als jullie dit gaan pitchen voor Videoland, beginnen ze meteen over de kosten. Toen dacht ik: dit is serieus, want anders was je niet over geld begonnen. Verder volgens hebben we wat dingen aangepast. Alle teams worden nu gevolgd in één land. De volgende stap is dat we alles zwart op wit gaan zetten. Als we dat gedaan hebben, spreken we nog een keer af met Ralph, om het echt te gaan visualiseren: hoe gaat een aflevering eruitzien van A tot Z? En ze hebben ons tips gegeven voor het pitchen voor Videoland."

**Dat klinkt serieus!**

"We gingen er alle vier heel nuchter in. We dachten: leuke ervaring, we mogen hun kantoor zien. Als ze dan aan het einde van de meeting zeggen: ga alles op papier zetten en we plannen een nieuwe afspraak in om te kijken of we het kunnen pitchen bij Videoland, is dat voor een eerste schoolproject best goed, ja!"

