

# FOLLOW-UP: CREATIVE CUP, DEEL 2

## HOE IS HET NU MET... VOETBALVEDETTES?



Wesley Embregts en Marret Keijsers vieren hun pitch-overwinning in oktober 2021 met NPO Videodirecteur Frans Klein.

Wesley doet het idee van *Voetbalvedettes* uit de doeken: "Op onze opleiding werken we vaak samen met bedrijven en organisaties. Onze groep ging aan de slag met het platform jeugdvoetbal.nl. Omdat we daar meer aandacht voor wilden vragen, dachten we al vóór de Creative Cup aan een tv-format. En toen na de zomervakantie deze kans voorbijkwam, dachten we: dit is *meant to be!*"

### Hoe was het om uitgekozen te worden als een van de winnende formats?

"Dat hadden we niet durven dromen. We hadden twee weken voor de Cup pas de briefing gekregen. We vonden natuurlijk wel dat we iets moois hadden bedacht, maar hadden echt niet de indruk dat we zouden winnen. Tijdens het jury-ordeel bleek dat Peter van der Vorst en Paul Römer ons allebei in hun top 3 hadden staan en bij Frans Klein stonden

**Wesley Embregts en Marret Keijsers komen van de opleiding International Event, Music & Entertainment Studies (conceptontwikkeling voor de creatieve industrie) en waren afgelopen herfst tijdens Dutch Media Week één van de winnaars van de Creative Cup met hun pitch voor *Voetbalvedettes*. Hoe is het hen sindsdien vergaan?**

we op nummer één. Dat hadden we stiekem al een beetje gehoopt, omdat we de pitch op de NPO hadden gericht."

**Frans Klein zei dat hij heel enthousiast was over de thematiek. Paul Römer was ook erg enthousiast, maar die meende dat het lastig is om zoveel jonge voetballers te volgen.**

"Ja, hij zei: als je zoveel verschillende deelnemers hebt, kun je als kijker nooit een emotionele band opbouwen met individuele deelnemers. Hij vond dat er nog veel aan moest gebeuren. Met dat eerste was Frans het wel eens, met het tweede niet."

### Hoe is het verder gegaan?

"We hebben Frans Klein na de Creative Cup heel snel gemaïld dat we graag met hem verder wilden. Hij bracht ons weer in contact met Robert Fortuijn,

de netmanager van Zapp, eind oktober. Hij gaf ons dezelfde feedback als Paul Römer: interessante thematiek, maar nog niet echt een tv-format. Hij verwees ons door naar AVROTROS, de omroep van *Zappsport*. We spraken begin december af met Harm de Graaf.

Hij gaf ons feedback, maar dat ging al snel over in een brainstormsessie. Om bepaalde elementen terug te laten komen of uit te vergroten. Zodat er wat meer logica en structuur in het format komt. Met die input gaan we nu aan de slag."

**"Hij gaf ons feedback, maar dat ging al snel over in een brainstormsessie"**

### Wat waren de tips om er een concreet tv-format van te maken?

"We hadden Nathan en Lavezzi Rutjes al in gedachten als presentatoren, maar Harm vroeg ons dat gedetailleerder uit te denken. We hebben samen bedacht dat Nathan kan fungeren als hoofdpresentator en Lavezzi een brug kan slaan tussen de verschillende elementen. Dat hij de uitstapjes van het programma presenteert op een bijdehante en guitige manier."

"Daarnaast is het volgens Harm lastig om in het oorspronkelijke idee de spanning vast te houden. Dus om een wat

duidelijker doel te formuleren, zijn er twee kanten die we op kunnen: ofwel meer documentaire of juist richting talentenjacht. Met dat tweede zijn we verder gegaan. Een ander idee van hem - een grote verandering - is dat je juist individuen gaat coachen. Dus in plaats van twaalf elftallen het leerproces van twaalf of acht jeugdspelers in beeld brengen."

### Hoe nu verder?

"Marret is inmiddels afgestudeerd en ik mag er nog een half jaartje tegenaan. Daarom ga ik nu met wat andere studenten verder brainstormen. Ik houd wel contact met Marret. We zijn samen dit project gestart en het zou tof zijn als we het samen kunnen realiseren. Maar gezien de tijd is het beter om er anderen bij te betrekken. Ook voor een frisse blik. Daarna wil ik het met Marret gaan finetunen."

"We hadden stiekem gehoopt dat we meteen al een bruikbaar format zouden hebben, maar het is natuurlijk ook realistisch dat we het zelf weer even moeten oppakken. We hebben al zoveel bruikbare feedback en input gehad, en hebben ons netwerk kunnen uitbreiden.

Er wordt weleens gezegd dat de televisiewereld hard is, maar tot dusver is dat erg meegevallen. Iedereen stond steeds open voor vragen en ideeën. Ik heb het ervaren als een open business, maar mijn carrière staat natuurlijk nog in de kinderschoenen. Mijn droom is om tv- en theaterconcepten te ontwikkelen. Dus ik ga nog vaak aankloppen in Hilversum."

## OF TOCH ZAPSPORT SKILLS?

**We haalden ook nog even verhaal bij Harm de Graaf, redactiecoördinator voor *Zappsport*. "Dat is een allround-functie, waarbij ik te maken heb met regie, redactie en de samenstelling van uitzendingen."**

### Jullie hebben nu één keer rond de tafel gezeten. Zit er potentie in *Voetbalvedettes*?

"Zeker, ik vind het een heel leuk idee. Hij komt uit de sportwereld en zij heeft veel humor. Er zaten alleen erg veel ideeën in dat ene idee. Ze moeten nu gewoon keuzes gaan maken. Wat voor programma wil je maken? Een humoristische afvalrace of een realityprogramma? Je kunt er zoveel kanten mee op. Ik heb ook tegen ze gezegd dat ze wel ergens naartoe moeten werken, zodat het spannend is voor kinderen. In de finale wil je een wedstrijd zien, maar hoe doe je dat dan? En wie tegen wie? En ik heb het met name gehad over het 'verzappsporten' van het format, dus humor, geintjes erin brengen. Nog iets: ze wilden elke uitzending beginnen in Hotel Huis ter Duin: dat ziet er heel saai uit op beeld. Je wilt in de Arena staan, of bij ADO Den Haag. Het moet een visueel spektakel zijn om ernaar te kijken."

### Waar heb je ze nog meer mee geholpen?

"Met het verkopen van hun programma; hoe doe je dat? Ik verkoop zelf geen programma's, maar vind het wel leuk om nieuwe programma's te bedenken. Ik heb ze geholpen met het finetunen van hun format. Als ze zover zijn, kunnen ze weer bij Robert Fortuin aankloppen of bij AVROTROS en het idee opnieuw pitchen. En tussendoor kunnen ze bij mij terecht voor vragen en feedback. Het kan misschien een leuk onderdeel worden van *Zappsport*, een losse serie: *Zappsport Skills*."



Er komt veel moois voort uit de Videoland Academy, het talentontwikkelingstraject van Videoland voor nieuwe makers. Begin dit jaar ging de driedelige documentaireserie *Lachgaskoning Deniz: The Afterparty* van Marthe Naber Heuer in première. En vorig jaar waren er de eerste drie Videoland Original fictiefilms van makers van de Videoland Academy: *De Sterfshow*, *Indringer* en *Verdwenen dagen*. Dit jaar staan opnieuw drie nieuwe fictiefilms op de rol en is de derde editie van Videoland Academy van start gegaan.

De eerste drie Videoland Academy fictiefilms, met als thema 'Grounded Sci-Fi', waren na hun première op het Nederlands Film Festival vorig jaar ook direct te zien op het streaming platform. Daarnaast werden de jonge schrijvers uitgebreid begeleid door Videoland en scriptcoaches van Dr. Script tijdens het traject. Bodil Matheeuwsen, Jan Verdijk en Paul de Vrijer kregen de kans hun scenario te verfilmen met in de hoofdrollen topacteurs als Georgina Verbaan, Nasriddin Dchar, Maarten Heijmans en Charlie Chan Dagelet. De fictiefilms van editie twee met het thema 'Modern Fantasy', *Op Tijd Terug*, *Black Girl Magic* en *Dormis*, geschreven door Inge Sonderen, Sergej Groenhart, Sander van Dijk en Sarah Offringa, gaan later dit jaar in release.

### Dutch horror

Volgend jaar kunnen we griezelen op het platform, want het thema van de derde editie van Videoland Academy is 'Dutch horror'. Een onderontwikkeld genre in Nederland, maar de animo was groot. "Ein-de-lijk!, kregen we vaak terug", aldus Mylène Verdurmen, sinds november 2021 Hoofd Drama bij Videoland. Videoland Academy koos begin dit jaar zeven horrorverhalen. De scenaristen krijgen hulp van Videoland en partners, waaronder Dr. Script, IDFA, NFF en IFFR. Videoland zelf stelt één miljoen euro beschikbaar voor de talentontwikkeling van de nieuwe makers.

Mylène Verdurmen zegt op de site van het International Film Festival Rotterdam, een van de partners: "Met Videoland Academy willen we talent aan ons binden en ze een springplank geven. Het motto is: *we're gonna rock this planet*. Dat doen we door lef te tonen, clichés te vermijden en risico's niet uit de weg te gaan. Anders dan vergelijkbare talentontwikkelingstrajecten richt Videoland Academy zich niet op korte films, maar producties van 45 minuten en nadrukkelijk op schrijvers en script-

ontwikkeling. Veel deelnemers ervaren een grote mate vrijheid en vertrouwen, meer misschien dan bij andere talentontwikkelingstrajecten. De wetenschap van een gegarandeerd platform en publiek helpt uiteraard ook mee. Wij zien het initiatief ook als een investering: we hopen dat we de Academy-makers een plek kunnen geven in een van onze writers rooms. Daar kunnen ze vervolgens echt meters maken." Half mei wordt de definitieve selectie gemaakt, die bestaat uit maximaal drie fictieprojecten. De geselecteerde schrijvers gaan verder met het werken aan de scenario's en worden gematcht aan een producent met het uiteindelijke doel om de films te voltooien en in première te laten gaan op een van de partnerfestivals en bij Videoland. ●