

Netflix x Next Writers Room

“SCHURING GEEFT GLANS, ZEKER IN EEN WRITERS ROOM”

Zeven scenarioschrijvers nemen sinds september en tot februari deel aan de Writers Room van Next (geïnitieerd door Playgrounds) en Netflix. Ze hebben een connectie met Noord-Brabant gemeen en willen meer leren over schrijven voor series in een groep. Er zijn twee teams, één onder begeleiding van Saar Ponsioen en de andere club onder de hoede van Matthijs Bockting. BMY sprak met Jochem de Vet, een deelnemer uit de groep van Matthijs, en met coach Saar.

Het schrijven in een groep voor series – in het buitenland al langer gangbaar – is in Nederland nog relatief nieuw. Het wordt op kunstacademies in Noord-Brabant zelfs helemaal niet onderwezen. Dit én het feit dat er weinig schrijvers uit die regio opstaan, is de aanleiding voor Netflix x Next Writers Room. De zeven deelnemers zijn geselecteerd uit de genomineerden van het Next Talent Program, dat sinds 2016 bestaat en waaraan negen creatieve talenten uit het AV-spectrum in Brabant meedoen.

Die talenten zijn weer genomineerd door veertig stakeholders uit het veld, zoals opleidingen en commerciële studio's. Dit negental is gekozen door Playgrounds en volgt een op maat gemaakt traject van minimaal een jaar. Uit de talenten die voor het Next Talent Program naar voren zijn geschoven en een aantal nominaties door collega-talenthub CineSud, selecteerden

Paulien Mandos, Maureen Prins (projectleiders Next) en de coaches voor de Writers Room zeven veelbelovende scenarioschrijvers, die in hun schrijverschap klaar zijn voor een volgende stap.

Groepsdynamiek

Paulien en Maureen stelden met de coaches twee groepen samen, gebaseerd op de ervaring van de makers met diverse achtergronden. “We denken dat deze indeling de interessantste groepsdynamiek oplevert en dat ze daar het meest van leren. Het gaat om het proces, het leren schrijven in een groep. Het is heel fijn dat Netflix dit met ons wilde doen, want zo kunnen wij onze makers op informele wijze in aanraking brengen met de grote namen. Als Playgrounds willen wij makers klaarstomen voor een duurzame beroepspraktijk en dat ze naast vrij werk ook commerciële klussen

krijgen, zoals schrijven voor series.” Saar Ponsioen studeerde in 2016 af aan de Filmacademie. Ze schrijft voor verschillende doelgroepen en zat voor onder andere *Follow the Soa* in een Writers Room. Daarnaast heeft ze ervaring met coachen, zoals bij twee One Night Stands van het Nederlands Filmfonds. Voor Netflix x Next Writers Room coacht ze Jan van Gorkum, Catherina Iosifidis, Aswin Baaijens en Beau Meevis. Jochem de Vet is zelfbenoemd laatbloei en autodidact. Hij werkte negen jaar lang als grafisch ontwerper, toen hij erachter kwam dat hij veel liever films maakte. Hij deed mee aan een aantal 48 Hour Film Projects, won een paar keer *best writing* en *best directing* en werd genomineerd voor Next. Voor de Writers Room schrijft hij aan een serie met Justus van den Elsen en Pim Vogels.

Waarom doen jullie mee aan de Writers Room?

Jochem: “Ik werkte af en toe voor Playgrounds en heb daar weleens laten



Masterclass schrijven voor film en televisie van Oscar van Woensel.

vallen dat ik meer narratieve dingen zou willen doen. Ik had geen flauw idee hoe ik ertussen moest komen. Toen ik hiervoor werd uitgekozen, ben ik er volle bak voor gegaan. Het is een unieke kans. Voor zover ik weet, zijn er geen andere plekken in Europa waar je kunt leren schrijven in een Writers Room onder begeleiding van ervaren schrijvers. Wat wij schrijven, wordt gepitcht aan Netflix, maar als dat niet zo was, had het me niks uitgemaakt.” **Saar:** “Ik doe mee als coach, omdat ik heel graag voor series schrijf en het me leuk leek om samen met een groep op een praktische manier een Writers Room op te zetten. Je leert alle stappen om een goede serie op poten te zetten. Het is een aantrekkelijk idee

dat je niet specifiek toewerkt naar een eindproduct voor Netflix, maar dat je heel vrij een seriebijbel en pilot opzet. Verder vind ik het een leuke uitdaging om te proberen te begrijpen wat een maker wil vertellen, daar niet mijn eigen mening over te geven en te bedenken: gaan we die richting al op of kan ik bijsturen?”

Hoe is de dynamiek tussen de aspirant Writers Room-schrijvers?

Saar: “Mijn groep is een bijzonder clubje mensen omdat ze qua leeftijd en wat ze hebben gemaakt ver uit elkaar liggen. Maar toevallig houden ze wél allemaal van wat mystieke producties en thrillerachtige dingen. Het is één groot experiment. We brengen

mensen samen die elkaar niet kennen en gezamenlijk iets moeten gaan maken. Dat kan heel leerzaam zijn, omdat je gedwongen wordt om het met elkaar uit te vogelen.”

Jochem: “In mijn groep hebben we juist alle drie een heel ander interessegebied. De een zit in de fantasy, de ander in de ‘indie’, en ik weer in de comedyhoek. Ondanks die verschillen zitten we op de juiste momenten op één lijn. We hebben veel discussie, maar geen enkele is vervelend. We proberen altijd elkaars perspectief te bekijken en vanuit daar naar een oplossing te redeneren. Wij zijn gelukkig ‘maar’ met zijn drieën. De andere groep is met vier, dat lijkt me een stuk lastiger.”

“Het is belangrijk dat iedereen zich veilig voelt om ook dómme ideeën te opperen”

Saar: “Ik denk dat er niet zoveel verschil is tussen drie of vier mensen. Met meer schrijvers kan het juist veel sneller gaan. Je kunt meer uit handen geven. In de Writers Rooms waarin ik heb gezeten, werd op een gegeven moment duidelijk wie wat kon. Dan kun je héél snel sparren. Het duurt misschien iets langer voordat de neuzen dezelfde kant opstaan. Daarom is het belangrijk dat je een showrunner hebt, die het overkoepelende idee bewaakt. Ik denk dat je als schrijver een sfeer moet bewaren waarin je vooral ideeën oppert en begrijpt welke kant de showrunner op wil. Natuurlijk zijn er weleens meningen die botsen.

Maar schuring geeft glans, zeker in een Writers Room.”

Wat zijn de eerste valkuilen die jullie tegen zijn gekomen?

Jochem: “In het begin vond ik het lastig mezelf los te koppelen van mijn teksten. Een tip van Matthijs was: alles wat over je tekst wordt gezegd, heeft geen betrekking op wie jij bent. Anders gaat het werken op je zelfvertrouwen. De tekst wordt er alleen maar beter op als alleen de beste aspecten van ons drieën erin terechtkomen. Een andere valkuil is de neiging om te vertellen wat er allemaal niét is in onze wereld. Maar daar gaat het niet om. Het gaat erom wat er wel is. Dat staat in je scenario.”

Saar: “In mijn groep duurde het even voordat de ideeën loskwamen. Ze waren een beetje afwachtend, onzeker. Met wie zit ik aan tafel? Hoe ver is de rest? Dat heb je als maker altijd, dat meten aan anderen. Dat gaat nu goed. Een veelgemaakte fout van beginnende schrijvers is dat de eerste ideeën die op tafel komen, meteen worden afgeschoten. Zinnen als ‘daar houd ik niet van’ horen niet thuis in een Writers Room. Dan kun je beter zeggen: ‘Zou het niet mooier zijn als...’ of ‘Hebben we dit niet vaker gezien?’.



Deelnemer Netflix x Next Writers Room Jochem de Vet.

Het is belangrijk dat iedereen zich veilig voelt om ook dómme ideeën te opperen. We moeten proberen te bereiken dat iedereen in de Writers Room in zijn meest creatieve, open, vrije vorm kan deelnemen.”

Jochem: “We zitten nu nog niet in de fase dat we aflevering of scènes kunnen ‘verdelen’. We schrijven - en herschrijven - alles samen, tot de ‘arena’ compleet is, de outline sterk genoeg en de karakters dusdanig uitgewerkt, dat we het scenario gericht onderling kunnen indelen. Na deze pilot komt er hopelijk dus nog een deel twee...” ●

Next Academy: openbaar toegankelijk

Playgrounds organiseert binnen het Next Talent Program ook Next Academy: openbare masterclasses en workshops. Te gast zijn grote namen uit het veld, zoals screenwriter Amira Duynhouwer en Mascha van Erven, Director Local Original Productions bij Disney+. Houd de website weareplaygrounds.nl in de gaten voor de actuele agenda.



Coach en scenarioschrijfster Saar Ponsioen.

HOOR HEM

Menno de Boer is zendermanager 3FM.

TIJD



Ik schrok er van. Het rapport met mooi grafiekje op mijn iPhone die mij ongecensureerd meedeelde hoeveel schermminuten per dag ik besteed. De biecht: 4.53 uur.

Hiervan gaat het overgrote deel op aan Whatsapp, TikTok en Instagram, aangevuld met een flinke scheut van de zender waar ik nu voor werk en een toefje Snapchat, Outlook/mail en wat losse apps. En toen dacht ik: wat deed ik vroeger met die al tijd?

Menig (vaak iets oudere) radiomaker denkt met weemoed terug aan de tijd dat het mediagebruik erg overzichtelijk was. Radio in de auto, op het werk, krantje tussendoor en 's avonds de tv aan. Dat is lekker makkelijk inspelen op de dag. En die luisterminuten! Er kwam maar geen eind aan. Inmiddels vecht iedere zender, app, site of ander medium om diezelfde minuten. We willen allemaal dolgraag tijd van iedere consument. Tijd voor contact of on demand mediagebruik. Waarom podcasts nog steeds zo groeien? Omdat het in individuele behoeften voorziet op momenten dat we er specifiek tijd voor hebben of het met andere activiteiten kunnen combineren. De hond uitlaten en ondertussen je pensioengat proberen te fixen. Internationale politiek combineren met een extra lang toiletbezoek. Zelf ben ik overigens op dit moment verslingerd aan het combineren van wandelen met 'Articles of interests' of 'Rolling Stones Music Now', om toch maar even twee tips te delen.

Het gevecht om tijd is de reden dat radiozenders vaak een flinke externe online aanwezigheid hebben. Door relevant te zijn op andere 'externe' platforms, creëer je interesse in je merk, ook al gaat dat ten koste van de tijd en verdient dat

externe platform er nog geld mee ook. Een soort marketing waarmee je altijd aanwezig bent en een band versterkt.

Soms levert het nog een kleine duit op ook. Maar uiteindelijk wil men daardoor consumptie van de massa-radiomerk en programma's. Uit eigen ervaring kan ik melden dat directe conversie tot tune in zelden echt werkt. Wanneer wel? Als je fans target voor een exclusief optreden of concert. Maar dat levert dan vooral incidentele luisteraars op, die hopelijk door die ervaring weer net iets vaker voor je zender kiezen.

Wat betreft de platforms is TikTok een goede ontwikkeling voor radio. De snelheid van TikTok ligt dicht bij radio. De focus is meer op muziek, humor, inspelen op het moment en actualiteit.

TikTok is een goede ontwikkeling voor radio

De edit/regie is belangrijker dan de beeldkwaliteit. Daarmee biedt het veel kansen voor merken om opnieuw na te denken hoe personalities en content kunnen worden doorvertaald. En pas op, want alleen doorvertalen van radio is niet genoeg: neem een paar jonge stagiairs in huis en laat ze vooral meedenken over 'native' formats. Het deed me beseffen dat wat radio zo mooi maakt – binding, emotie, kracht van muziek, journalistiek, gedeelde ervaring, herkenning, bewondering, verrassing – overeenkomt met deze media. De concurrentie is enorm, als je het positief bekijkt ben je als radiomaker in het bezit van een megatalent. Zet het slim in. Probeer het uit. Betrek experts van platforms in je plannen. Als je de radio maar nooit vergeet.