



BANIJAY BENELUX

Banijay Benelux is de meest complete contentproductieorganisatie van de Benelux. Wij zijn de thuishaven van diverse contentproducenten - EndemolShine Nederland, Scenery, TVBV, Southfields, SimpelZodiak, NL Film, EndemolShine Scripted, Topkapi, Posh Productions, jonnydepony, Banijay Belgium. Elk productiebedrijf heeft zijn eigen kenmerkende stijl en expertise waardoor een breed scala aan programma's wordt geproduceerd om aan de diverse behoeften van onze klanten, de kijker en ons talent te voldoen.

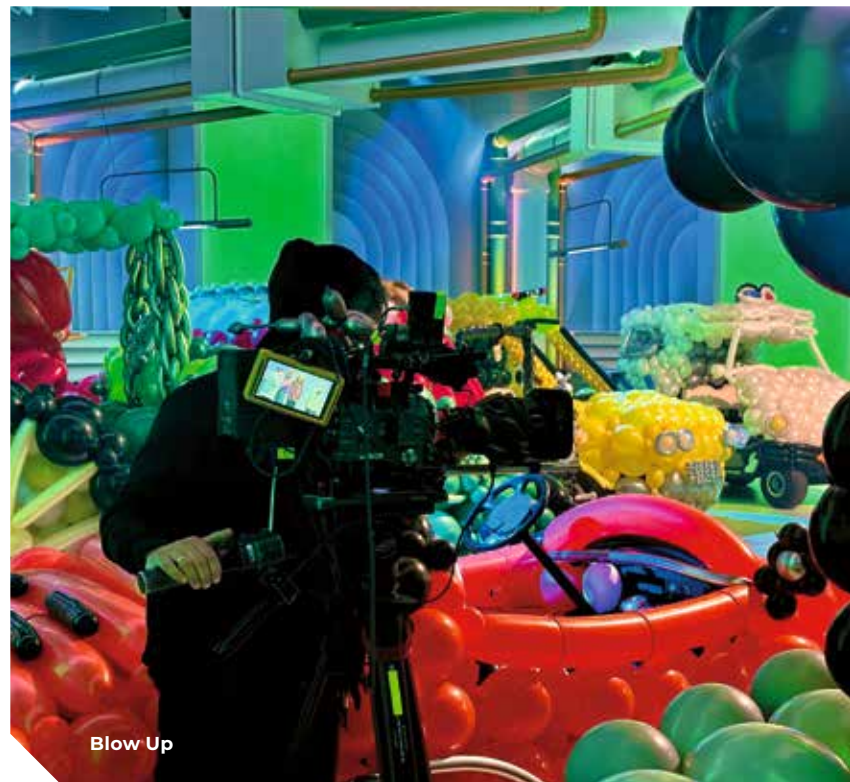


Foto: Trevor Wirabangsa

Blow Up

Met onze programma's willen we kijkers amuseren met bijzondere verhalen via onze creatieve en vermakelijke programma's. We streven ernaar om hoogwaardige content te leveren die niet alleen entertainment biedt, maar ook waardevolle kennis en inzichten geeft, inspireert en bijdraagt aan een plezierige kijkervaring.

Waarin onderscheiden jullie je van andere producenten?

"Banijay Benelux is een thuis voor iedereen. We zorgen ervoor dat iedereen zich welkom voelt en

enthousiast is om met ons samen te werken, zowel on als off screen. We maken ons samen sterk voor een representatief en inclusief personeelsbestand dat bijdraagt aan een dynamische en inspirerende werkomgeving en waarin verschillende perspectieven worden gewaardeerd en creatieve ideeën tot bloei kunnen komen.

We bieden een **divers portfolio**, wat betekent dat we een breed scala aan programma's en formats ontwikkelen die aansprekend zijn voor verschillende doelgroepen. Of het nu gaat om en-

tertainment, reality, soap, ijzersterk drama, crime, sportprogramma's, talkshows, films of documentaires; we produceren in elk genre dus voor elk wat wils.

Een ander aspect waar onze organisatie om bekend staat, is onze **creativiteit en innovatieve benadering** van contentproductie. We zijn constant bezig met het bedenken en ontwikkelen van innovatieve en originele concepten die de kijkers weten te raken. Onze getalenteerde creative teams werken nauw samen



“Het meest trots zijn wij op onze mensen en cultuur”

om unieke content te creëren die zich onderscheidt van de rest. Door te experimenteren met nieuwe concepten, risico's te nemen en het verkennen en omarmen van nieuwe (AI) technologieën - onder andere op het gebied van sport - blijven we voorop lopen in de industrie.

Daarnaast maken we gebruik van **data** om ons te helpen bij het nemen van strategische beslissingen. De focus in onze datastrategie ligt uiteraard bij de content en dan met name op het gebied van development. Door inzicht te krijgen in kijkcijfers, markttrends en consumentengedrag kunnen we onze programma's afstemmen op de behoeften en voorkeuren van ons publiek. We doen dat met de kennis uit onze eigen data unit, maar ook in partnership met Bindinc VOD Insights. Dit stelt ons in staat om shows te produceren die aantrekkelijk zijn voor kijkers en adverteerders.

Ons **internationale netwerk** is een groot goed. Als onderdeel van een internationale organisatie (21 landen)

hebben we toegang tot een breed scala aan bronnen, kennis en expertise op wereldwijde schaal. We profiteren van internationale samenwerkingen en wisselen content uit met andere productiebedrijven binnen de Banijay Groep. Hierdoor kunnen we grensoverschrijdende projecten realiseren en deuren openen naar nieuwe markten. Daarnaast beschikken we over fondsen waarmee we investeren in development door het maken van pilots, trailers en research. Onze creatieve teams werken nauw samen met teams uit de UK, Nordics en Australië.

Partnerships zijn belangrijk voor ons. We hechten veel waarde aan samenwerking en het opbouwen van langdurige relaties met zowel lokale als internationale broadcasters, streamingplatforms, creatieve talenten on- en off screen als mediapartners. We werken nauw samen met getalenteerde producenten, regisseurs, schrijvers, presentatoren en acteurs en geven ze alle ruimte en creatieve vrijheid om hoogwaardige content te creëren.



Foto: Jasper Suijk

Expeditie Robinson

Tot slot hechten we veel waarde aan **maatschappelijke betrokkenheid**. We zijn ons bewust van de impact van onze programma's en streven ernaar om positieve veranderingen teweeg te brengen. Ook zetten we ons in voor diverse initiatieven en projecten die bijdragen aan een inclusieve samenleving en die belangrijke sociale kwesties aanpakken. We doen dat onder andere met onze eigen stichting Banijay Benelux for Kids waarmee we ons meerdere keren per jaar inzetten voor doelen en projecten die ten goede komen aan (langdurig) zieke kinderen. En met Baniday, Banijay's wereldwijde vrijwilligerswerkdag, waarbij collega's van over de hele wereld zich inzetten voor lokale gemeenschappen en hun hulp en tijd bieden aan liefdadigheidsinstellingen en non-profitorganisaties.

Op welke productie(s) ben je het meest trots?

Het allermeest trots zijn we op onze mensen en cultuur. Recent zijn wij met grote trots gecertificeerd als een Great Place To Work. Deze certificering is gebaseerd op de mening van onze medewerkers, die onze organisatie in zijn geheel beschouwen als een fantastische plek om te werken. Het is een erkenning van onze inzet om een positieve, veilige en stimulerende werkomgeving te creëren, waarin onze talentvolle medewerkers kunnen floreren.

We zijn vereerd met de resultaten en delen graag enkele hoogtepunten die hebben bijgedragen aan deze Great Place To Work certificering.

We scoren opvallend hoog op de

levendige, warme en gezellige sfeer, waarin medewerkers zich snel op hun gemak voelen. We geloven in de combinatie van plezier en inspiratie in het werk, waar humor, plezier en persoonlijke aandacht sterk worden aangemoedigd. Onze platte organisatiestructuur is een ander positief aspect. Iedereen heeft een stem en er is ruimte voor ideeën en initiatieven vanuit alle lagen in de organisatie. Korte communicatielijnen zorgen ervoor dat collega's zich gehoord en betrokken voelen bij de besluitvorming. Transparantie en openheid dragen bij aan een prettige en eerlijke werkomgeving. De sterke onderlinge verbondenheid tussen collega's valt ook op in de resultaten van het onderzoek. Een ruime meerderheid ervaart een cultuur van vertrouwen en samenwerking, waar collega's op elkaar kunnen rekenen



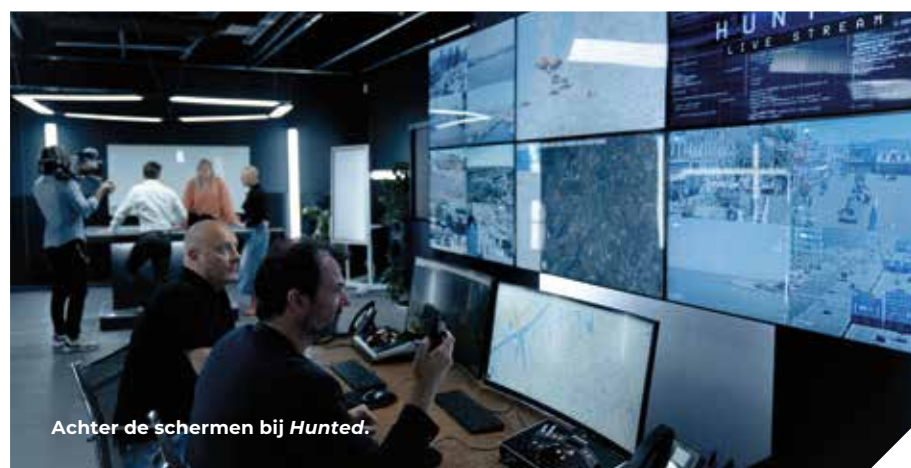
Costa



De sportstudio van Southfields.



en elkaar ondersteunen, en successen gezamenlijk gevierd worden. Dat onze collega's onze organisatie beoordelen als een creatieve omgeving waarin ze veel vrijheid ervaren in hun werk en trots zijn op wat ze bereiken, bevestigt onze inzet om een inspirerende werkomgeving te creëren waarin onze medewerkers kunnen floreren en excelleren. Het vervult ons met trots en stimuleert ons om te blijven streven naar het hoogste niveau van werktevredenheid en welzijn voor al onze medewerkers.



Achter de schermen bij Hunted.

Producties

Onze *hero* merken, zoals *Expeditie Robinson*, *Temptation Island*, *Big Brother*, *Op1*, *Hunted*, *Miljoenenjacht*, *GTST* zijn onze trots en weten al jaren lang - lokaal en internationaal - een grote groep kijkers te raken en te binden.

GTST heeft al 33 jaar een actieve en betrokken community, zowel lineair als via streaming en op social media. De serie staat midden in de maatschappij door het bespreekbaar maken van maatschappelijke onderwerpen, net als *Je Zal Het Maar Hebben*, *Floortje Gaat Mee*, *Op1* en *Zitten en Zwijgen*. Ons sportproductiebedrijf Southfields weet met Southfields Stories nu ook de harten van de streamingdiensten te veroveren met hun populaire sportdocumentaires zoals *All in: Team Jumbo Visma*. Daarnaast zijn we apetrots op de Netflix-documentaire *Human Playground* van Scenery die in 193 landen is gelanceerd en 1 miljard mensen bereikt via Youku en onze high end dramaserie zoals *Anoniem*, *Het Gouden Uur* en *Arcadia*. En de lijst gaat nog wel even door, allemaal titels waar we trots op zijn.

Welke gevolgen heeft de nieuwe investeringsverplichting voor jullie bedrijf en worden/zijn streamers belangrijker opdrachtgevers?

De investeringsverplichting is een belangrijke eerste stap naar bescherming van lokale Nederlandse content, maar nog niet toereikend genoeg om echt substantiële verandering te verwezenlijken. Daarbij is er geen IP-bescherming, terwijl dit bijvoorbeeld in Frankrijk wel zo is.

Streamers zijn al belangrijke opdrachtgevers voor ons met producties voor Videoland, Amazon Prime Video, Viaplay, Netflix, SkyShowtime. We lopen wel tegen lange processen en soms

“De **investeringsverplichting** is nog niet toereikend genoeg om **substantiële verandering te verwezenlijken**”

onduidelijke besluitvorming aan. En er is een aantal internationale streamers zonder lokale content. Onze focus komende jaren blijft mooie content maken voor lineaire zenders en streamers. We zijn een onafhankelijke producent die voor all partijen produceert.

Wat wordt de grootste uitdaging op korte termijn?

Een van onze belangrijkste uitdagingen is behoud van IP-rechten bij dealmaking. Daarnaast zetten de versnippering van het kijkgedrag en een verzadigende markt de budgetten onder druk, terwijl kosten alleen maar toenemen met de hoge inflatie. De uitdaging is dan ook om te kijken naar nieuwe inkomstenbronnen en partnerships. Tevens kijken we naar de impact van AI op creativiteit en het

productieproces en hoe we moeten inspelen op veranderend kijkgedrag (gaming, immersive content).

Wat zou je dolgraag nog eens willen maken en voor wie?

Wat we op dit moment écht belangrijk vinden, is dat we naar een mediabranche gaan waar iedereen op een fijne en respectvolle manier met elkaar kan samenwerken in een veilige omgeving. Lokaal en internationaal staan we als industrie bekend om de ontwikkeling en productie van vernieuwende, innovatieve en kwalitatieve content, maar we willen ook bekend staan als een branche waar we op een respectvolle manier met elkaar omgaan, plezier aan ons werk beleven en trots zijn op wat we elke dag met elkaar bereiken.” ●



GTST heeft al 33 jaar een actieve en betrokken community.

Foto: Joy Hansson