

WARNER BROS. DISCOVERY NEDERLAND

Waarin onderscheiden jullie je van andere producenten?

"Warner Bros. Discovery Nederland heeft vier verschillende labels – Warner Bros. Entertainment, BlazHoffski, Dahl TV en Hollands Licht – met elk hun eigen signatuur. Ieder label onderscheidt zich met toonaangevende programma's binnen hun specifieke genre, zoals Bachelorette van Warner Bros. Entertainment, *Hello Goodbye* van BlazHoffski, *Keuringsdienst van Waarde* van Dahl en *Flikken Maastricht* van Hollands Licht. Een breed scala aan verschillende programma's, maar wat ze gemeen hebben, is dat ze allemaal kwalitatief hoogstaand zijn. Dat is wat we met elkaar delen en waar we trots op zijn.

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

We zijn trots op al onze producties. Niet elk programma komt uit de verf zoals gewenst, maar we werken aan al onze programma's met evenveel inzet

en plezier. Dit jaar had Warner Bros. Entertainment met het terugbrengen van *Echte Meisjes In De Jungle* een onverwacht groot succes op Videoland, maar ook zijn we heel trots op het dagelijkse programma *First Dates* op NPO 3 en was ook de eerste samenwerking tussen Warner Bros. Entertainment en BlazHoffski succesvol met *Last One Laughing* op Amazon Prime Video. Dahl TV, dat sinds kort op eigen benen staat onder aanvoering van Maarten Remmers, beleefde meteen een mooi succes door met de *Keuringsdienst Van Waarde* van NPO 3 de stap te zetten naar het grotere platform NPO 1, daar zijn we zeker trots op. En bij ons scripted label Hollands Licht zijn we trots op het succes van *Het Jaar van Fortuyn*, maar zeker ook op *Flikken Maastricht* en *Flikken Rotterdam*, dat na al die jaren nog steeds vaste waardes zijn op de vrijdagavond op NPO 1. Dat zijn de grote in het oog springende programma's, maar we zijn net zo trots op programma's als



Dertigers, Vrouwen Die Varen, Gevaarlijkste Wegen, Verborgten Verleden en Sluipschutters!

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

We denken dat iedere producent heel erg blij is met de komst van de streamers, omdat er in korte tijd veel nieuwe klanten zijn bijgekomen. Het kijkgedrag van mensen is veranderd, daarom is het als producent belangrijk dat je ook bij de streamers vertegen-



Echte Meisjes In De Jungle



Dertigers



FBoy Island

woordigd bent. Daar zijn we voorlopig goed in geslaagd. Zo maken we voor Videoland de *Bachelor*, *Bachelorette*, *Matched By Mom*, *Echte Meisjes In de Jungle* en *Michella & Louisa*, voor Amazon Prime Video *Last One Laughing* en *Jelka Op Eigen Houtje*, en voor HBO Max *FBoy Island*. Het is voor de branche in zijn algemeenheid goed dat de politiek zich heeft uitgesproken over een investeringsplicht voor de buitenlandse streamers, zodat Nederlandse content op die streamers gewaarborgd blijft.

Wat wordt de grootste uitdaging op korte termijn?

Door de inflatie staan de inkomsten uit reclamegelden onder druk en dus ook de beschikbare budgetten bij de zenders. Plus de kosten om te produceren zijn aanzienlijk gestegen. Op korte termijn is het dus een uitdaging om met minder budget dezelfde programma's te maken. Maar gelukkig is dit altijd een golfbeweging en als de economie aantrekt, zullen wij daar weer van profiteren. We zien de toekomst dan ook met vertrouwen tegemoet.

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

Dat verschilt per label. Maar nog een daily zoals *First Dates* staat hoog op ons verlanglijstje en een high-end serie voor een streamer. Daar zetten we vol op in!" ●



First Dates



Keuringsdienst van Waarde



Last One Laughing