

Charlotte Pieters,  
hoofdredacteur Tonny Media:

# “IK GELOOF EXTREEM IN MIJN ONDERBUIKGEVOEL’

Waar hypes de wereld veroveren, zijn er altijd een paar bedrijven die zich slim in de slipstream nestelen. Zo ook Tonny Media, een groeiend productiehuis dat verantwoordelijk is voor enkele van de populairste Nederlandse podcasts.



En waar gegroeid wordt, komt vroeg of laat ruimte vrij. Niet alleen voor nóg meer producties, maar vooral ook voor veel vers personeel. Titus van Dijk, Sander Schimmelpenninck en Jaap Reesema, de kapiteins die de toko in 2020 doopten, zetten nog steeds de creatieve koers uit. Maar daaronder zijn inmiddels ook tientallen redacteuren, editors en salestijgers actief. Op de site smeken een handvol vacatures nog om opgevuld te worden en zoek je nog een video-, vormgeef- of productiestage? Schroom dan vooral niet en solliciteer. Precies dát deed Charlotte Pieters (33) begin dit jaar. Voor een nieuwe functie op de Tonny-burelen, die van hoofdredacteur.

### Gestructureerd

“Dit is het meest gestructureerde mediabedrijf van Nederland, dat durf ik wel te zeggen.” Korte stilte. “En dat had ik eigenlijk niet verwacht. Want ik zag ze vette dingen maken, maar ik had ook nog een beetje een startup-gevoel. Dat het een tikkie chaotisch zou zijn, zeg maar. Ik had het mis. Want vanaf het moment dat ik hier binnenkwam, zag ik dat het dus heel gestructureerd is. Voor alles is een proces en een workflow. Neem nou de weken waarin ik ingewerkt werd: dat stond stap voor stap vast. En of het nou om werknemers, klanten of makers gaat: over alles is nagedacht. Dat ervaren ook de mensen die bij ons een podcast presenteren. Die weten dat ze Tonny kunnen vertrouwen. Want wij maken niet alleen podcasts, maar we lanceren vooral merken. Dus naast het bewerkstelligen van die ene aflevering doen we óók het beheren van de socials. En dat lukt ons aardig, heb ik het idee.”

Het interview is nog geen vijf minuten oud als Charlotte een complete salespitch uitrolt. Met één grote maar: het is geen verkooppraatje. Het komt uit haar hart, ze staat voor elk woord en

## “Ik ben hier in een denderende trein gestapt”

voegt graag nog een punt toe: “Als gevolg van die structuur kunnen we ook daadwerkelijk onze ambities najagen en waarmaken.”

### En hoe zit het met je eigen structuur? Jij schijnt best een drukke baan te hebben.

Lacht: “Ik denk niet dat vrienden me als heel geordend omschrijven, nee. Maar hier bij Tonny is dat anders. Sterker nog, ik kán ook niet anders. Ik ben hier in een denderende trein gestapt, zonder structuur kunnen we niet zo hard groeien.”

### Economieles

Voordat we dieper in het takenpakket en de verantwoordelijkheden van Charlotte duiken, is een vluchtige scan van haar cv zonder twijfel de moeite waard. Meteen vallen een paar zaken op. Eén daarvan is haar eerste studie, we schrijven de jaren 2007-2012. “Commerciële economie aan de Hogeschool in Rotterdam. Dat lag mij op de middel-

bare school al heel goed. Tel daarbij op dat ik op mijn zestiende nog niet echt wist welke kant ik op wilde. Ik heb de opleiding afgemaakt en gaf zelfs nog twee jaar les in economie. Maar eigenlijk kreeg ik steeds sterker het gevoel dat ik in de media thuishoorde.”

### Hoe heb je aan dat gevoel gehoor gegeven?

“Door de lokale omroep te bellen: Megastad FM. ‘Het lijkt me leuk om radio te maken, maar ik heb totaal geen ervaring’, bekende ik. Gelukkig was ik meer dan welkom. En zo zat ik opeens in een programma met drie mannen over van alles en nog wat te praten. Het was bepaald geen Champions League, maar ik had het enorm naar m’n zin.” Om nog meer media-ervaring op te doen, besluit ze stage te lopen. In een volstrekt nieuwe omgeving, maar wél gecombineerd met iets waarin ze al wat knowhow had. “Ik belandde op de economieredactie van de NOS.” Bijna



acht NPO-jaren volgen, waarvan vele als verslaggever en programmamaker. Ze maakte onder andere de docu-serie 'Crème de la Crooswijk' over een volkswijk in Rotterdam, om vervolgens in mei 2023 dus te tekenen bij Tonny Media.

### Vriendengroep

Het was lange tijd sluimeren geblazen met het luisteren van podcasts. Het fenomeen in kwestie bestaat al sinds 2004, maar eigenlijk is het pas de laatste jaren ingeburgerd in ons dagelijkse mediagebruik. Bij Pieters is dat niet anders, al draagt haar huidige baan als hoofdredacteur daar wel aan bij. "Bij Tonny hebben we grofweg vijf afdelingen: sales, creatie, branded, tv

en podcast. En ik ben met name voor die laatste tak verantwoordelijk. Ik zorg voor de doorontwikkeling van podcasts en dat het bereik van onze podcasts blijft groeien. Daarnaast onderhoud ik nog het contact met Podimo, bekommer ik me om de aanwas van nieuwe mensen en help ik ook bij het inrichten van nieuwe werkprocessen."

### ***Dat klinkt op z'n minst als een afwisselende bezigheid.***

"Ja, het is vrij breed. Het voelt als veel banen in één, die je ook wel met z'n drieën zou kunnen doen. Maar dat is misschien ook de fase waarin we nu met Tonny zitten."

### ***Want hoeveel uren werk je per week? Dat kan bijna niet anders dan minimaal veertig zijn.***

"Het is zeker geen baan van 9 tot 5, nee. Maar ik vind dat niet erg, want ik krijg er tegelijk veel energie van. En het helpt als je met de allerleukste mensen mag werken. We zitten er hier allemaal hetzelfde in en we willen stuk voor stuk het beste voor Tonny. Het voelt soms alsof je met vrienden aan de slag bent."

### ***Dan gaat de tijd sowieso sneller.***

"Ja, honderd procent!"

## WIE IS TONNY?

Als je geen Zelfspodcastluisteraar van het eerste uur bent, zal je vermoedelijk niet weten waar de naam Tonny Media vandaan komt. Het is een ode aan één van de eerste – en bovenal grootste – fans van de show van Sander en Jaap: een vrouw van 65 jaar uit het dorpje Duiven met de naam Tonny.

## "We hebben hier om de week een check-in"

### Verre van autoritair

Tonny Media startte zagezegt in 2020, met slechts vier werknemers op papier. Dik drie jaar later is het van een hotel met een gastenkamer omgebouwd tot studio verhuisd naar een volwaardig kantoorpand aan de Staalstraat in Amsterdam. Veertig mensen werken er nu, een groei van 900% ten opzichte van het geboortjaar.

### Hoe kwam je hier terecht?

"Vanaf moment één dat Tonny bestond, volgde ik ze al. Omdat het voelde als een bedrijf waar ik heel graag zou willen werken. Ik kwam de vacature van hoofdredacteur online tegen en dacht: 'Wow, dit spreekt me aan!' Vervolgens heb ik m'n cv op papier gezet en ben ik een sollicitatiebrief gaan schrijven. En toen ik op gesprek moest komen, heb ik me knettergoed voorbereid."

### Want die baan moest en zou voor jou zijn?

"Ja, met die gedachte ging ik erin. Dus ter voorbereiding heb ik allemaal formats uitgewerkt, zowel voor podcasts als televisie. Met een aantal van die ideeën zijn we nog bezig, maar daar mag ik helemaal niks over zeggen... Na mijn eerste gesprek had ik een goed gevoel, maar dat was na het tweede wel anders. Ik kreeg een beetje het gevoel dat ze me te jong vonden. Er is mij een aantal jaar geleden weleens verteld dat ik geen senioriteit uitstraal. Geen idee of dat nu weer het geval was, maar ik moest daar wel aan denken. Aan de andere kant: ik ben ook verre van autoritair."



### Lieve leidinggevende

#### Maar je kreeg de baan. Wat voor hoofdredacteur ben jij wél?

“Ik ben vooral iemand bij wie het beste idee wint. Daaromheen probeer ik goed te kijken naar wie waar het beste tot zijn recht komt. Want als je doet waar je goed in bent, dan heb je niet alleen meer plezier in je baan, maar wordt de output ook beter.”

#### Ook jij zal weten dat gedrag op de werkvloer nogal onder een vergrootglas ligt. Ben jij daarmee bezig?

“Nou, ik denk – maar dat zou je eigenlijk aan mijn team moeten vragen – dat ik wel een heel lieve leidinggevende ben. Iemand die wil dat het werk goed wordt gedaan, uiteraard, maar ook daaromheen betrokken probeert te zijn. Ik heb wel het idee dat ik dat kan waarmaken. Ik durf wel te zeggen dat iedereen zich hier veilig en op zijn of haar gemak voelt.”

#### Hoe probeer je daarvoor te zorgen?

“Om de week hebben we een check-in. Dat zijn één-op-één sessies waarin we een stukje samen wandelen en peilen hoe het gaat. Ik vind het belangrijk om te weten hoe iemand in zijn vel zit. Want wat er privé speelt, neem je ook mee naar werk. Ik probeer daar zoveel mogelijk rekening mee te houden.”

### Uithangbord

In de centrale ruimte van Tonny Media hangen de vele podcasts in vierkante tegeltjes aan de muur, van hits als Geuze & Gorgels (waarin maatjes en influencers Monica Geuze en Kaj Gorgels op volstrekt eigen wijze zogeheten First World Problems oplossen), Darmstad FM (over schaamte onder BN'ers, met host Tina de Bruin) en natuurlijk de Zelfspodcast. Op de fundering van deze

hitproductie van boezemvrienden Jaap Reesema en Sander Schimmelpenninck werd Tonny Media min of meer gebouwd.

#### Titus van Dijk, mede-oprichter, zei ooit: 'Ik hoef als baas bij Tonny Media goddank niet het gezicht te zijn'. Hoe sta jij daarin?

“Oh nee, dat hoef ik ook niet. Dat mogen Jaap en Sander zijn. Die doen dat heel goed.”

#### Wat doen zij, naast de Zelfspodcast, nog meer?

“Ze dragen ook in de media uit wat Tonny Media is en waar we voor staan. Onderschat daarin ook Jaap niet. Hij is heel creatief en denkt mee over formats die we willen lanceren of welke makers we daarbij kunnen zoeken.”

#### Titus zei ook: 'Chemie kun je niet kopen, dat moet...'

Charlotte breekt in: “Dat moet er metéén zijn. Daar ben ik het zó mee eens. Ik geloof extreem in mijn onderbuikgevoel, sowieso in de kracht van onderbuikgevoel in het algemeen. Neem de podcast 'Aaf en Lies lossen het wel weer op' (waarin Aaf Brandt Corstius en Lies Visschedijk de wereldproblematiek, problemen van de luisteraars, maar ook hun eigen problemen bespreken, red.). Toen we met hen een pilot opnamen en ik de studio binnenstapte, wist ik direct: dit gaat echt groot worden.”

### Tonny-sausje

Tonny Media puur een podcastbedrijf noemen, is inmiddels te kort door de bocht. Het realiseerde al meerdere reclamecampagnes, maar wie goed oplette, zag ook bij het tv-programma *Sander versus de Socials* het typerende eikeldopjeslogo staan. Een exclusief

## JE ZOU ZE KUNNEN KENNEN VAN...

- De Zelfspodcast
- Geuze & Gorgels
- Door de ogen van de koning
- Sander versus de socials
- Hou je vastgoed
- Darmstad FM
- Marc-Marie & Isa vinden nog eens iets
- De derde helft



uitstapje? “Nee, dat gaat steeds meer worden. We hebben grote ambities op dat vlak. Op termijn willen we misschien ook wel speelfilms maken.” ➤

## “Op termijn willen we misschien ook wel **speelfilms maken**”

Op de eigen website staan een paar regels die Charlottes woorden onderstrepen: ‘Wie is John de Mol? Wij als nieuwe media staan in de startblokken om de oude media een broodnodige opfrisbeurt te geven. Gewapend met doeken en spons stoft Tony het medium tv af, en we poetsen door tot het weer glimt. Dat doen we met het bekende Tony-sausje als schoonmaakmiddel: vernieuwend, met lef, wars van droge conventies.’

Het Tony-sausje, een term die op de site op wat uitleg kan rekenen, maar toch ook ongrijpbaar lijkt. Charlotte weet exact wat het is, maar het tot in de absolute kern duiden, is een ander verhaal. “Het zit ‘m in een heel specifiek gevoel. In het *nét* iets anders insteken van een format. Soms *nét* iets meer lef tonen dan anderen. We nemen de podcasts bijvoorbeeld in een intieme setting op en zo laten makers veel meer van zichzelf zien. Daarnaast moeten onze producties de luisteraar of kijker raken. Dat vind ik echt een belangrijk vereiste.”

### **Wanneer heb jij het gevoel dat iets je raakt?**

“Als het iets met me doet. De ene keer moet ik er thuis super hard om lachen, de andere keer huil je. Het moet aanzetten tot een emotie. Maar het Tony-sausje goed onder woorden brengen, blijft lastig. Het zit ‘m dus in lef, maar ook in creativiteit, humor, openheid en een soort snackgehalte. Eigenlijk in al die zaken.”



Ook een dag na dit bewuste interview volgt nog een appje: “Ik heb nog even nagedacht over het Tony-sausje. Het is denk ik vooral jezelf niet te serieus nemen, maar het product des te meer.”

### **Onbekende Nederlanders**

Wat het sausje ook is, het wordt niet alleen opgediend bij de tv-producties die in aantocht zijn. “Ook het bedenken en maken van podcasts blijft een ontzettend belangrijke tak voor ons. Die maken we nu voornamelijk met beroemde koppen, maar dat willen we straks ook met onbekende Nederlanders gaan doen. Je ziet het bij *Boer Zoekt Vrouw*, *B&B Vol Liefde* en bij tal van andere succesprogramma’s: onbekende Nederlanders hebben ook vaak een heel boeiend verhaal of interessant leven.”

### **En voor jezelf: wat zijn jouw dromen?**

“Sowieso de groei realiseren die we graag willen. En dingen maken waarbij ik denk: ‘Oh yes, dit is van ons!’ Een podcast met Raven van Dorst staat bovenaan mijn verlanglijstje. Ik vind hen een enorm talent, een van de allergrootste als je het mij vraagt.”

### **Je hebt acht jaar bij de publieke omroep gewerkt. Blijf je net zo lang op deze stoel?**

“Dat zou zomaar kunnen, ja. Als ik ergens goed zit, ben ik loyaal. En als ik zie welke kant we met Tony opgaan, dan ben ik hier nog lang niet klaar. Nee, dan zie ik mezelf hier zelfs wel tien jaar blijven.” ●