OUTtv



Aan welk tv-programma bewaar je de beste herinnering of heeft het meeste indruk gemaakt?

Marc Putman, oprichter en CEO OUTtv: "*RuPaul's Drag Race* laat zien wat televisie kan losmaken. OUTtv bracht het programma al vroeg naar Nederland en andere Europese landen. Screenings in gaybars maakten van afleveringen en finales gezamenlijke belevenissen en bouwden een betrokken community op. *Queer as Folk* bood herkenning door homoseksuele mannen zelf het verhaal te laten dragen, met hun vriendschappen, relaties, seksualiteit en conflicten. Het Spaanse *Veneno* vertelde het leven van transgendericoon Cristina Ortiz Rodríguez met openheid en menselijkheid en voedde het maatschappelijke gesprek over transgenderrechten. Die zichtbaarheid kreeg ook vorm in live-televisie. OUTtv bracht het COC Regenboog Verkiezingsdebat voor het eerst naar televisie en verbond kijkers met Europese Prides, Mister Gay Belgium, nationale Songfestivalfinales en de Emmy Awards. Tegelijk investeerde de zender in eigen programma's en talent. *Van Keur met Peren met Eddy Keur* en *De Beste Gay Barman van Nederland* tot *Wim & Peter: Klaar voor Kerst*, *Buitengewoon Chiel*, *Thom's Warehouse* en *Krista's Road to Eurovision*. Christina Curry maakte bij OUTtv haar televisie-debuut met OUTtv Reports. Ook Paul Haenens *Margreet Dolman* begrijpt het vond er een podium. Pioniers als Albert Mol en Jos Brink, maar ook makers en bondgenoten als Sonja Barend, Paul Haenen en Margriet van der Linden hebben de weg vrijgemaakt voor meer openheid en zichtbaarheid. Wij zijn dankbaar dat we daarop mogen voortbouwen."

Wat is jouw/jullie belangrijkste bijdrage (geweest) aan 75 jaar televisie?

"In achttien jaar bracht OUTtv spraakmakende LGBTQI+ series, films, programma's en live-evenementen naar de Nederlandse televisie. Wat begon als een eigenzinnige Nederlandse zender, groeit uit tot een internationaal regenboog-exportproduct. Toen Mies Bouwman in 1977 het protestconcert Miami Nightmare presenteerde als antwoord op de anti-homocampagne van Anita Bryant, koos zij voor zichtbaarheid en gelijkwaardigheid. Die overtuiging vormde ook de basis voor OUTtv: verhalen centraal stellen die elders vaak een bijrol kregen. Niet af en toe, maar iedere dag."

Hoe ziet het tv-landschap er in jullie optiek uit als het een eeuw oud is?

"Wanneer de Nederlandse televisie in 2051 honderd jaar bestaat, zullen sterke verhalen en betrokken communities centraal blijven staan. Met lokale versies en teams bereikt OUTtv inmiddels meer dan twintig miljoen huishoudens binnen én buiten Europa. Zo brengt een Nederlands merk verhalen die ooit buiten beeld bleven steeds verder de wereld in." ●