PRODUCTION PEOPLE



Aan welk tv-programma bewaar je de beste herinnering of heeft het meeste indruk gemaakt?
Ellen de Bruyn en Martijn van der Zwan, Production People: "Als we terugkijken naar de rijke geschiedenis van 75 jaar televisie, zijn het de grensverleggende programma's die de diepste indruk hebben achtergelaten. Denk aan de zaterdagavondmagie van de *Soundmixshow*, de absolute tv-revolutie van *Big Brother* die wereldwijd de toon zette, of de spannende finale van *Idols* die miljoenen kijkers samen aan de buis kluisterden. Het is die pure impact, waarbij televisie transformeert van een scherm aan de muur tot het absolute gesprek van de dag bij de koffieautomaat, die ons altijd is bijgebleven. Het bewijst dat tv niet alleen amuseert, maar een gemeenschappelijke cultuur creëert en generaties met elkaar verbindt."

Wat is jouw/jullie belangrijkste bijdrage (geweest) aan 75 jaar televisie?
"Onze trots en belangrijkste bijdrage aan 75 jaar televisie ligt in de studio's op het Media Park, waar we het grootste deel in continuïteit mogen faciliteren. We omarmen de enorme diversiteit aan producties waaraan we ons steentje hebben bijgedragen: van spectaculaire, grote showprogramma's en dagelijkse talkshows en sportprogramma's tot meeslepende spelprogramma's en satire. Geen dag is hetzelfde. Soms maken we bovendien een uitstapje over de grens. Zo zijn we afgelopen jaar met het team van *Vandaag Inside* en de *Oranjezomer* afgereisd naar Curaçao. Dat was voor ons hele team een fantastische ervaring waar we nog altijd met ontzettend veel plezier op terugkijken."

Hoe ziet het tv-landschap er in jullie optiek uit als het een eeuw oud is?
"In onze optiek zal het traditionele lineaire kijken dan nagenoeg volledig zijn opgegaan in een hyper-gepersonaliseerd ecosysteem. Televisie is tegen die tijd geen 'zender' meer, maar een meeslepende, interactieve ervaring. Dankzij geavanceerde kunstmatige intelligentie en augmented reality stapt de kijker letterlijk in het nieuws of beleeft een sportwedstrijd alsof hij zelf op het veld staat. Toch blijft de kern ongewijzigd: de behoefte aan sterke, betrouwbare storytelling. Technologie verandert, maar de zucht naar menselijke verbinding en kwalitatieve verhalen blijft de drijvende kracht. Om klaar te zijn voor die innovatieve toekomst, hebben wij een strategische keuze gemaakt. We hebben er bewust voor gekozen om ons nóg dichter bij onze producties te huisvesten. Daarom is ons nieuwe adres op het Hilversumse Media Park: Joop van den Endeplein 1, Gebouw Mediacentrum, 3e etage." ●