



Vara: producenten zetten internet fout in

28 januari 2010 - Door [Erwin Boogert](#)

"Mediaproducten denken te weinig in mediaformats. Daardoor zitten digitale media te vaak aan het einde van de keten en zijn geen geïntegreerd onderdeel van producties". Edwin Valent van de Vara pakt het daarom resoluut anders aan.

Het hoofd Nieuwe Media van de [Vara](#) presenteerde zojuist in Amsterdam zijn digitale plannen voor 2010. Geïntegreerd denken staat daarbij centraal. "We kijken eerst naar de boodschap, dan naar welke doelgroepen we via welke kanalen kunnen bereiken. De ene keer kies je voor tv, de andere keer eerst voor radio of internet".

Het denken in mediaformats en niet primair in tv-programma's leidde er volgens Valent toe dat het bezoek aan de Vara-sites in twee jaar verviervoudigde tot 6 miljoen. Mediaproducten kunnend daar nog veel van leren.

"De Nos is met nieuws en sport nog de grootste, maar in sportloze periodes zijn we een hele goede nummer twee".

Een goed voorbeeld van format-denken is volgens hem de opzet van het consumentenprogramma [Kassa](#). Dat bestond eerst alleen op tv, later ook als aparte digitale tv-zender en tegenwoordig is er ook een radioprogramma en tijdschrift. "Met Kassa willen we op alle platforms de grootste worden. Daarom komen er nieuwe rubrieken waarbij experts uit de community van 100.000 leden anderen tips kunnen gaan geven. Daarnaast sloten we een samenwerking met het Duitse [Foodwatch](#)". Dat controleert of voedselproducten daadwerkelijk die stoffen bevatten die de producenten zeggen.

Een noviteit wordt 'Giel in je Broekzak', een iPhone-applicatie die binnenkort wordt gelanceerd. Gebruikers ervan kunnen on demand alle uitzendingen van Giel Beelen bekijken, "maar ook live. Als [Giel](#) een redactievergadering bijvoorbeeld live wil uitzenden, hoeft hij maar op een knop te drukken. Gebruikers van de applicatie krijgen een seintje dat er nu een 'telefoonuitzending' begint. Zo kunnen ze direct meekijken".

Ook de site van [De Wereld Draait Door](#) wordt aangepakt. Er komt een video jukebox met daarin alle optredens uit het programma, ook opnames van achter de schermen die niet op tv kwamen. Die blijken populairder dan oorspronkelijk gedacht.

De Vara sloot ook als eerste Nederlandse omroep een samenwerkingsverband met profielensite Facebook. Op korte termijn verschijnt de zogeheten 'social video player'. Die videospeler zendt live tv uit en bevat knoppen om een directe verbinding met Facebook, Hyves, Twitter en de [IMDb](#) op te zetten. Internetvrienden kunnen zodoende live met elkaar chatten, of achterinformatie over acteurs of films opvragen.

De laatste aankondiging voor de rest van het jaar betreft de lancering van [Mijn.vara.nl](#). Dat wordt een webplek waarom de omroep interactie zoekt met zijn leden. Zij kunnen er reageren op pilot-uitzendingen van nieuwe programma's en niet-leden kunnen zich er aanmelden om uitzendingen bij te wonen of hun abonnementen op nieuwsbrieven te beheren. Hoewel het wel de ambitie is, werd niet duidelijk hoe de omroep die activiteiten inzet om nieuwe leden te werven.