



BRUUT'S BROADCAST BELEVINGEN

Tekst: Edwin Valent // Fotografie: Joel Frijhoff, EarthxTV

Nieuwe tv-zender wil wereldwijd milieu en duurzaamheid promoten

OPMARS NAAR EEN BETERE WERELD

Uit het niets was daar ineens EarthxTV. Een 24/7 lineair tv-netwerk dat zichzelf ten doel heeft gesteld om milieu, biodiversiteit en duurzaamheid op een positieve en entertainende manier te promoten. Wereldwijd.



EDWIN VALENT

werkt in directiefuncties in de internationale media-industrie en is eigenaar van Bruut Productions, dat zich specialiseert in mediastrategie, (digitale) transformatie en ad interim directiewerk. Met een groot portfolio aan klanten in de media-, sport- en cultuurindustrie. Voor BM schrijft hij over innovatie in het internationale mediaveld. Contact: edwin@bruutproductions.com

Eind augustus ging de zender live in de Verenigde Staten, het Verenigd Koninkrijk en Ierland via Spectrum, Sky en Freeview. In oktober sloten ze vervolgens een deal met M7 zodat ze via de satelliet in één klap free to air in heel Europa te ontvangen zijn. En dat is nog maar het begin. Moeten Discovery, National Geographic en History Channel zich al zorgen gaan maken? Om dat uit te zoeken, maar ook vanwege hun mooie missie en vele vragen over hun distributie- en contentstrategie, ging ik in gesprek met de twee kersverse directieleden Dan Russell (CEO) en Rajan Singh (EVP Global Distribution).

Het ontstaan

Voordat we deze heren aan het woord laten, is het handig enige context te geven. EarthxTV is een initiatief van de stichting EarthX: een non-profit organisatie die is opgericht door de Texaanse zakenman, 'conservative' en

filantroop Trammel S. Crow. Sinds de oprichting in 2011 heeft deze organisatie zich ten doel gesteld mensen en organisaties te inspireren actie te ondernemen voor een betere en duurzamere wereld. Zo lanceerde ze Dallas Earth Day en EarthX Film Festivals. Earth Day is een jaarlijkse expo in Texas die in 2019 zelfs 180.000 bezoekers trok. Tijdens dit goed bezochte event werd in 2019 al een 'light' versie van EarthxTV geïntroduceerd. De insteek was om via EarthxTV hun events te kunnen streamen voor mensen die niet in Texas aanwezig konden zijn. Toen vervolgens Covid-19 de wereld in een houdgreep nam, gebruikten ze dit platform om toch hun verhaal te kunnen blijven vertellen. Omdat dit zo goed bleek te werken, ontstond het idee om dit niet alleen als een eventstream-propositie te gebruiken, maar het te upgraden naar een volwaardige tv-zender. Ook goed om



te weten: door al deze succesvolle initiatieven hebben ze inmiddels samenwerkingsverbanden met onder andere de Verenigde Naties en haar klimaatconferenties in Glasgow (COP26) en Sharm-el-Sheikh (COP27). Dus er zit best wat power achter.

Distributie

Desondanks is het op zijn minst ambitieus te noemen om van een 'live-streampje' te willen groeien naar een wereldwijd tv-netwerk. Nu volg ik EarthxTV al een tijdje vanaf de zijlijn en het heeft er alle schijn van dat ze dit voor elkaar willen krijgen door een lineaire distributiestrategie te volgen, dus zonder gebruik te maken van alle andere (digitale) mogelijkheden zoals IPTV, OTT of FAST channels. Is dat ook

echt zo? Willen ze niet voor een hybride aanpak gaan? **Singh:** "Uiteindelijk willen we wel een hybride strategie nastreven, maar eerst gaan we voor een wereldwijde lineaire uitrol. Daar ligt onze volledige focus. De reden hiervoor is dat we de *new kid on the block* zijn, we zijn anders. Daarom hebben we de overtuiging om via een lineaire strategie de meeste eyeballs te kunnen genereren. Na het uitrollen van deze strategie gaan we kijken hoe we gebieden die we dan nog niet bedienen via OTT, IPTV of FAST wel kunnen bereiken. Maar stel dat we 150 miljoen huishoudens bereiken op de lineaire manier, dan wordt het ook weer makkelijker zulke digitale diensten goed te implementeren. Vandaar deze aanpak." ♦

"We hebben de overtuiging om via een lineaire strategie de meeste eyeballs te kunnen genereren"





Chez Laurence met Laurence Carr.



House of what?! Planehouse.



House of what?! LunaParc House.



Found toothbrush.

Niet exclusief

Om deze lineaire doelstellingen te bereiken, zullen ze meer moeten gaan doen dan louter beschikbaar te zijn via de satelliet. Kijk alleen maar naar Nederland: daar wordt satellietgebruik steeds minder. Singh: "De deal met M7 geeft ons een mooie satellietfootprint voor Europa, maar we zijn zeker niet exclusief verbonden aan deze partij. We praten namelijk ook met alle kabelaars en netwerken in de verschillende landen om ook via kabel en glasvezel bij de mensen thuis te komen. Dit is gewoon onze eerste stap." En dat mag je wel een slimme stap noemen, zeker als je weet dat ze additioneel beschikbaar zijn via het M7-platform op de ASTRA 23,5 East satelliet, waardoor third party operators in Europa in de gelegenheid worden gesteld het HD-signaal van EarthxTV te kunnen doorzetten naar hun eigen abonnees. Zo verbreedt de zender zich in razendsnel tempo. Dit gebeurt op deze manier bijvoorbeeld al bij Direct One in Hongarije, Focus Sat in Roemenië, HD Austria in Oostenrijk en Télésat bij onze zuiderburen. Meer aanbieders zullen snel volgen.

Content

Singh heeft er distributiematig dus flink de wind onder, maar uiteindelijk valt of staat het succes van een zender met de content die erop wordt geboden. Om het EarthxTV-verhaal te maximaliseren, is Dan Russell binnengebracht: een door de wol geverfde kanalenmaker. Hij is (mede) verantwoordelijk geweest voor het lanceren en transformeren van Amerikaanse en internationale tv-zenders als TLC, Animal Planet, Travel Channel, Discovery Health



Rajan Singh, Dan Russell, Trammell S. Crow, Nathan Loftice en James Levitt

Channel, Velocity, Discovery International en Poker Central.

Russell: "Ik ben inderdaad vanwege mijn ervaring binnengehaald om EarthxTV commercieel levensvatbaar te maken door het aanbieden van hoogkwalitatieve content waar mensen echt op afkomen. We zijn een advertentie-gedreven non-fictiekanaal, we bieden dan ook de genres aan die op non-fictiekanalen altijd een succes zijn. Daarvoor gebruiken we louter hoogwaardige content: van prijswinnende documentaires tot eigengemaakte programma's. Maar het belangrijkste is dat we deze verhalen laten vertellen door *larger than life* karakters. Echte, authentieke mensen die bekend zijn in de wereld van duurzaamheid en milieu. Dit zijn personen die je vertrouwt en waar je bij wil horen. Waar je zelfs van gaat houden. Die combinatie moet ons onderscheiden. Want wij zijn positief en oplossingsgericht. We vertellen gewoon mooie, positieve verhalen."

Circulair en duurzaam

Qua content heeft EarthxTV ervoor gekozen een mix te maken van aankoop en zelfgeproduceerde originals met een 50/50 man/vrouw profiel. Een van die producties is *Chez Laurence* met Laurence Carr. Zij is een circular designer en duurzaamheids-expert, die in haar programma

onderzoekt hoe je door innovatie meubelen en kleding circulair en duurzaam kan maken, waardoor minder afval ontstaat, het productieproces gezonder verloopt en het gebruik van giftig materiaal wordt geminimaliseerd. Een ander format is *House of What?!* met Chris Grundy. Een programma over eclectische, duurzame huizen waarbij de bewoners zelf praten over hun voorliefde om met vreemd, gerecycled of upcycled materiaal hun duurzame onderkomen te bouwen. Op dit moment lopen er acht originals. De verhouding aankoop ten opzichte van originals moet gaan schuiven van de huidige 70/30 naar 50/50. Die originals zullen overigens altijd exclusief op de zender te zien zijn, wellicht in de toekomst ook via hun eigen OTT-service.

Goed om te weten is dat EarthxTV inmiddels producties aankoopt van over de hele wereld. Ik moest daarom, alleen al voor de producenten die nu meelesen, even vragen of dit kansen biedt voor Nederlandse makers.

Russell: "Zeker! We zijn altijd op zoek naar kwalitatieve content. Dus kom maar door." **Singh:** "We hebben inmiddels programma's gekocht uit Nieuw-Zeeland, Engeland, Zuid-Afrika en Latijns-Amerika, dus zou het zomaar kunnen dat we binnenkort kijken naar Duitsland, Zweden of Nederland."

First start walking before you run

Het is een spannende en enthousiast makende reis waar deze heren net aan begonnen zijn. Het is een beetje vroeg, maar kunnen ze al lessen delen in deze opstartfase? **Singh:** "Heb geduld! Vooral aan de distributiekant zijn geduld en een lange adem echt een voorwaarde, anders kom je er niet." **Russell:** "Met positieve verhalen, verteld door goede karakters, kun je echt impact maken op de wereld. En we gaan zeker op een den duur nadenken over bijvoorbeeld een community of ID-strategie, maar onthoud: *first start walking before you run.*" Ik durf ook na dit gesprek wel te zeggen dat dit een tv-zender is waar in de nabije toekomst rekening mee gehouden moet worden. Er zit namelijk geld, een netwerk en expertise achter. Wereldwijde distributie lijkt slechts een kwestie van tijd. Alleen is de content library nog niet zo groot, dus concurrenten als National Geographic en Discovery Channel zullen zich vooralsnog geen zorgen maken. Maar als dat vliegwielt op een gegeven moment gaat draaien, EarthxTV een daadwerkelijke hit kan produceren en de samenwerking met globale partners verder weet uit te breiden, dan zouden concurrenten toch eens zenuwachtig kunnen gaan worden... EarthxTV heeft in ieder geval geduld. ●