



# BRUUT'S BROADCAST BELEVINGEN

Tekst: Edwin Valent // Fotografie: Joel Frijhoff, EITB / EITB Estrategia 2030, Edwin Valent



EDWIN VALENT

Edwin Valent is mediastrategist en interim mediaprofessional met een groot portfolio aan klanten in de media-, sport- en cultuurindustrie. Voor BM schrijft hij over innovatie in het internationale medialandschap. Wil je een keer sparren of kijken wat Edwin voor jou kan betekenen? Check dan [EdwinValent.com](http://EdwinValent.com).

Hoe en waarom deze broadcaster een 'perfect' OTT-platform lanceert

## EITB TV: INNOVATOR UIT BASKENLAND

**Eerst een kleine ontboezeming: ik ben een beetje verliefd op Baskenland. Deze Noord-Spaanse regio is namelijk te gek. Pintxos, Rioja, craft beer, pelota, surf vibe, schitterende natuur en heerlijk eigengereide, open mensen; wat is daar niet leuk aan te vinden? Baskenland heeft ook een eigen publieke tv- en radiozender, EITB genaamd, met als missie de Baskische cultuur en taal levendig te houden voor alle generaties. Beschikbaar in Spanje, maar ook daarbuiten.**

Misschien op het eerste gezicht niet direct een plek waar innovatie borrelt, maar na mijn bezoek aan EITB in San Sebastian is dat beeld compleet veranderd. Zij laten zien hoe je als broadcaster de succesvolle transformatie kan maken van een ouderwetse zender naar een breed aanwezig mediamerk dat over zijn eigen schaduw heen stapt.

EITB is herkenbaar en overzichtelijk ingericht: ze hebben drie clusters, televisie, radio en online. Meer specifiek: ze leveren vijf tv-zenders en zes radiozenders in zowel het Baskisch als Spaans. Daarnaast bieden ze digitale producten zoals een webportaal (EITB.eus), een streaming service (EITB Nahieran) en diverse apps.

Ondanks het succes hiervan vond EITB dat, in een steeds verder digitaliserende en globaliserende wereld, eens kritisch naar de eigen organisatie en content moest worden gekeken. Is dit allemaal wel *future proof*? Gaan we zo de jeugd echt aan ons binden? Of, zoals ze het zelf formuleerden, hoe kan een publiek audiovisueel merk in een relatief klein land in Europa het voor elkaar krijgen om de Baskische cultuur en minderheidstaal levendig te blijven houden binnen een gefragmenteerd media-aanbod?

### Euskara

Er zijn namelijk circa 2,2 miljoen Basken die in Spanje wonen, van wie ongeveer 40% de Baskische taal beheersen

(in het Baskisch 'Euskara' geheten; daarom eindigen hun webdomeinen op .eus). Je kunt wel zeggen dat deze taal het belangrijkste symbool van de Baskische identiteit is. Steeds meer Basken beheersen de taal; mede ingegeven doordat die in 1982 bij wet weer de officiële status kreeg en daardoor nu breed onderwezen wordt. Daarom neemt de behoefte aan Baskisch gesproken content alleen maar toe. Bij en voor alle generaties. Hiervoor heeft EITB een heel strategisch programma voor 2022-2030 uitgewerkt en dit jaar zijn ze begonnen met de uitrol van deze transformatie. Leuk en aardig, zo'n theoretische strategie, maar hoe gaat dat er in de praktijk dan uitzien? Waar zit dan de innovatie? En waar zit voor Nederlandse media de inspiratie? Hierover ging ik in gesprek met Alex Arrizabalaga Gibelalde, Head of Digital TV & Platforms bij EITB.

Op een zomerse julidag word ik zeer warm onthaald door Alex in het streng beveiligde EITB Miramon, de locatie waar vanuit de vele studio's die het pand rijk is alle EITB-content geproduceerd wordt. Alex is zelf nog maar koud drie maanden bezig bij EITB. Hiervoor heeft deze digitale expert een indrukwekkend CV opgebouwd ten aanzien van het lanceren van digitale producten voor onder andere Google, Twitter, HBO en Storytel. Zijn rol bij EITB is helder: "Ik ga als Head of Digital TV & Platforms de digitale transformatie leiden en ons veel zichtbaarder maken in het digitale landschap. De belangrijkste producten die we hiervoor op korte termijn gaan lanceren, zijn drie OTT-platforms: Primeran, Guau en Maksusi genaamd. Primeran lanceren we in september; de andere twee producten zullen volgend jaar het levenslicht zien."

### Primeran

Alle drie de platforms zullen een soort content hubs worden. Maksusi



Alex Gibelalde

"Ik ga ons veel **zichtbaarder** maken in het **digitale landschap**"

wordt een OTT-platform voor kinderen. Guau wordt een gecombineerd audio-platform en Primeran, wat Baskisch is voor 'perfect' of 'het gaat goed met mij', is een OTT-platform met louter





“We zijn druk doende de **mindset** van alle medewerkers te **veranderen**”

Baskische content wat eind september live zal gaan. Vooral laatstgenoemd initiatief vind ik interessant om verder uit te diepen. Primeran is namelijk een platform dat EITB, voor het eerst in haar geschiedenis, niet met een eigen merksticker zal lanceren. Ze zien zichzelf meer als een soort facilitator en eigenaar van een hub. Het wordt een stand alone platform, zelfs een op zichzelf staand merk, waar hoogwaardige Baskische content of content over Baskenland te

vinden zal zijn. Daarbij is het platform beschikbaar voor alle Baskgeïnteresseerden in de wereld Content komt niet alleen van EITB zelf, maar vooral van vele reeds aangesloten contentpartners. Met name over onderwerpen die vooral Basken kunnen bekoren zoals gastronomie, surfen, hiken, dans en film. Zo zal Primeran bij de lancering al samen gaan werken met het San Sebastian International Film Festival, Basque Culinary Centre, Bilbao Surf Film

Festival, Tokikom Media Group, Bilbao International Festival of Documentary and Short Films, Danzerti (Hogeschool voor 'Dramatic Art & Dance') en nog vele andere partijen.

### Etalage

Wat het interessant maakt, is dat de samenwerking met deze partijen met volledig gesloten beurzen gaat. EITB biedt met dit platform een mooie etalage die mensen makkelijk kunnen vinden, doordat zij ook de marketing-power van tv en radio kunnen inbrengen om Primeran te laden. De contentpartijen leveren op hun beurt kwalitatieve content waarvan ze weten dat die nu beter wordt bekeken dan wanneer ze de distributie zelf zouden doen. Iedereen heeft dus voordeel: je creëert hierdoor echt een one stop content shop voor de Bask die online of op de smart-tv makkelijk wil kijken. Daarbij maakt EITB geen exclusieve deals, dus elke partij is vrij om de content ook op hun eigen website aan te bieden of uit te zetten bij andere OTT-platforms.

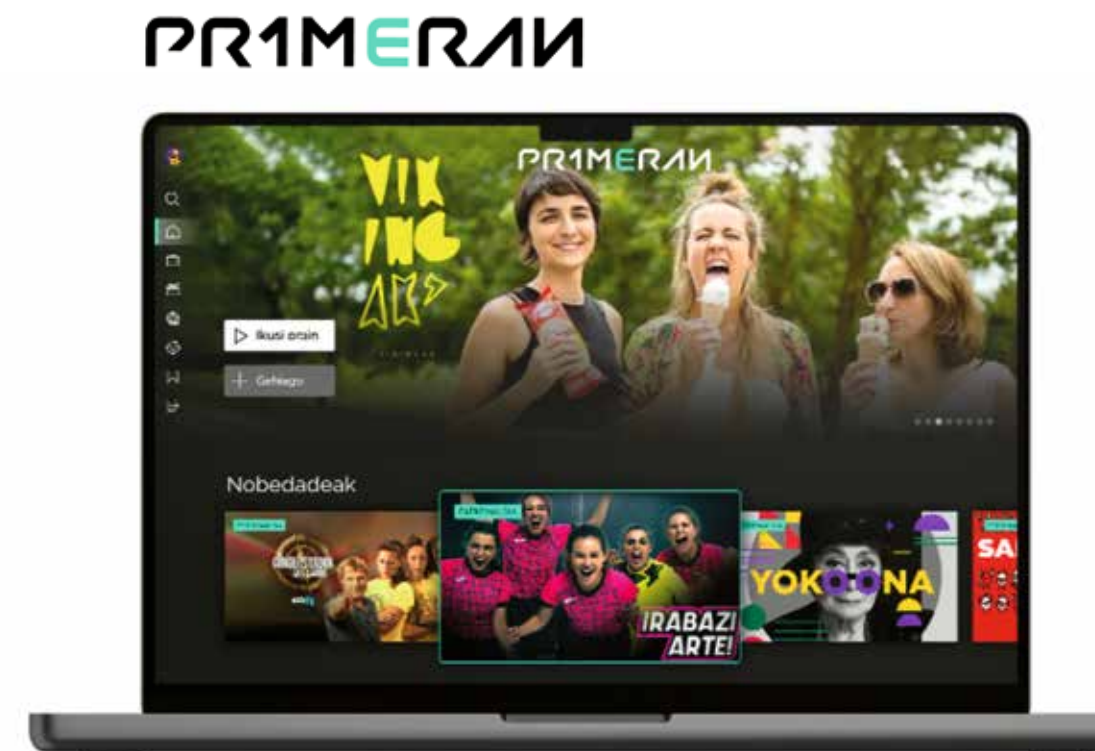
Wat dat betreft is dit gesprek goed getimed, want *as we speak* is Primeran in beta gelanceerd. Een selecte groep vooral jonge mensen, vanuit met name universiteiten en culturele instanties, is op dit moment aan het testen. Ik mocht zelf ook in deze omgeving rondsnuffelen en ik moet zeggen: nu al een indrukwekkende catalogus aan content. Deze beta moet uiteindelijk zorgen voor de finetuning zodat de lancering naar het publiek tijdens het San Sebastian Film Festival eind september kan plaatsvinden. Gedurende dit festival kun je meer dan twintig films van SSIFF bekijken via Primeran. Een aardige teaser.

Al met al is Primeran een inspirerend open model. Gibelalde: “Let wel, de lancering van Primeran is voor ons pas het begin. We blijven nieuwe content

creëren en partners toevoegen. Maar natuurlijk ook analyseren en verbeteren. Dit wordt namelijk een heel belangrijk platform voor EITB, zo niet het belangrijkste.”

### Maximaal bereik

En daar bovenop komt volgend jaar dan dus ook nog een audio- en kinderplatform (Guau en Maksusi) dat op dezelfde manier wordt gebouwd. En dus ook weer aanhaakt bij vooral de jongere doelgroep. Gibelalde: “We zijn druk doende de *mindset* van alle medewerkers te veranderen. Niet meer in lineair versus digitaal denken, maar met zijn allen veel slimmer nadenken hoe we content over onze kanalen heen kunnen verdelen. Welke content past het best bij welk platform? Maar bijvoorbeeld ook nadenken over hoe je dezelfde content met verschillende strategieën, *windows* of tijdstippen beter bij je publiek kan krijgen. Dan krijg je pas maximaal bereik.” Enig minpuntje dat wordt aangestipt door Gibelalde, is dat hij nog wel verder zou willen gaan met data. Want door rijke data kan je jouw product verbeteren, profielen bouwen en nog verder gaan in het binden van publiek. Zo heeft hij het ook gedaan bij de corporates waar hij eerder werkte, maar aangezien EITB een publieke omroep is met logischerwijs daarbij behorende privacyregels, kan hij niet veel verder gaan dan het implementeren van een goede CRM-aanpak. Dat nadeel mag zijn enthousiasme ten aanzien van zijn doelstellingen niet temperen. Hoe ziet hij EITB in 2030? “Dat zal er dan heel anders uitzien. We zullen met onze content overal zijn. Tv zal niet verdwijnen, maar gestaag afnemen. Digitaal zal misschien wel dominant zijn, maar uiteindelijk meer een combinatie worden van verschillende platforms, verschillende content op verschillende devices. Het is voor ons vooral een uitdaging om hierin altijd als *frontrunner* te acteren. Het meest



kritische om in 2030 echt succes te boeken, is hoe goed we in staat zullen zijn met deze nieuwe producten jongeren te bereiken. Dat is essentieel. De nieuwe generatie moet ons vinden en vervolgens bij ons blijven. En hiervoor is dus de eerder genoemde aanpak van levensbelang. We zullen daarnaast altijd open staan voor verandering en meebewegen met trends, zodat de jongere generaties ons echt zullen herkennen.”

### Conclusie

Voor een organisatie die in de kern vrij conservatief en *old school* was maar wel succesvol, is het extra moedig zo over je eigen schaduw heen te stappen, te erkennen dat zaken drastisch anders moeten en daar ook daadwerkelijk een ingrijpende transformatie voor te willen inzetten. Zelfs het kantoor in San Sebastiaan wordt komend jaar onder handen genomen, zodat een echt digitaal content-productiehuis ontstaat. Niet meer halsstarrig vasthouden aan

je eigen merk en lineaire televisie, maar het grotere plaatje zien en daar jezelf in een passende rol manoeuvreren. Dat is knap. Daarbij onderkennen dat jongeren essentieel zijn en die dus bij het maken van nieuwe producten en content vanaf het begin betrekken, zoals bijvoorbeeld de betatest van Primeran op universiteiten. Allemaal stappen waarvan je nu al ziet dat het werkt. De impact van EITB is namelijk groot. En met dit out-of-the-box denken en de praktische vertaling zal dit alleen maar groter worden. Zeker omdat uiteindelijk alles wat Baskisch is altijd via één van hun hubs zal verlopen. Laat het op je inwerken en check eens hun producten. Misschien inspireert het ook hier in Nederland. Een Friese hub? Een NPO die cultuur of sport met externe partijen nog beter aggregereert? Een LHBTQIA+ platform? Een fiere boom begint uiteindelijk altijd met het planten van een klein zaadje. Laat het dan deze keer een door mij meegenomen Baskisch zaadje zijn. ●