

'Kinder-tv levert niets op'

BELGIË EN NEDERLAND ZIJN TE KLEIN GEWORDEN VOOR STUDIO 100. DE 'DISNEY VAN DE LAGE LANDEN' ONTWIKKELT ZICH TOT DE DISNEY VAN EUROPA

Naast televisie investeert Gert Verhulst, schepper van populaire kinderprogramma's als *Samson en Gert*, *Kabouters Plop* en *Piet Piraat*, in pretparken, musicals, concerten en broodtrommels. Zijn Studio 100 is de grootste speler op de Europese markt. 'Wij doen hetzelfde als ome Walt, maar op kleinere schaal.'



Mega Mindy

Eric van de Beek in Schelle

Zonder de kinderprogramma's van Studio 100 zouden er minder kinderen worden geboren. Directeur Gert Verhulst zegt het niet met zoveel woorden, maar het komt er wel op neer. Er gaat in Nederland en Vlaanderen geen dag voorbij zonder dat *Piet Piraat*, *Kabouters Plop*, *Bumba*, *Samson en Gert*, *De wereld is mooi*, *K3*, *Het huis Anubis* en *Mega Mindy* voorbij komen op de televisie. Al om half zeven 's ochtends opent Nederland 3 met *Kabouters Plop*. Terwijl de kindjes voor de buis zitten, houden hun ouders zich bezig met andere zaken. 'Als onze programma's 's ochtends op televisie zijn, wordt tegelijk gezorgd voor de aanwas van nieuwe kijkertjes,' knipoogt Verhulst. 'We hebben dat al vaak van ouders gehoord.'

Twaalf jaar bestaat Studio 100 nog maar. En nu al is het de grootste producent van kindertelevisie in de Benelux, met in 2007 een omzet van 79 miljoen euro en 530 voltijdbanen. Zoals ouders met kleine kinderen weten, houdt Studio 100 zich met heel veel meer bezig dan alleen televisie. Het bedrijf exploiteert drie Plopsa-pretparken in België die ook door Nederlanders druk worden bezocht. Volgend jaar opent Studio 100 een vierde park in het Drentse Coevorden en er zijn plannen voor een park in Rotterdam. En daarnaast zijn er van Studio 100 musicals, concerten, speelfilms, cd's, dvd's, stripboeken, knuffels, ijsjes, broodtrommels en andere *merchandise*.

In het weekeinde van 28 en 29 juni presenteert het bedrijf het om Ahoy in Rotterdam zes keer vol te krijgen met de zevende editie van het *Studio 100 zomercarnaval*, waar zo'n



Meisjesgroep K3 verkleed als biggetjes

beetje alle bekende artiesten optreden.

Vorige maand verwierf Studio 100 de Duitse mediagigant EM Entertainment, en daarmee de uitzendrechten en deels het eigendom van twintigduizend halve uren kindertelevisie, met klassiekers als *Wickie de Viking*, *Pippi Langkous* en *Maja de Bij*. Daarmee is het bedrijf een van de grootste distributeurs van kindertelevisie in Europa geworden.

Studio 100 werkt ook zelf aan producties die bestemd zijn voor de internationale of niet-Nederlandstalige markt. Deels gebeurt dit via *remakes*. Zo zijn er al een Duitse *K3*

(*Wir 3*), een Franstalige *Kabouters Plop* (*Le lutin Plop*) en een Franstalige *Gert en Samson* (*Fred et Samson*). Het geanimeerde clowntje *Bumba*, dat niks zegt en daarom uitstekend geschikt is voor de internationale markt, is al te zien in 34 landen, van Canada en Saoedi-Arabië tot Israël en India.

Samen met Amerikaanse scenarioschrijvers, Canadese poppenspelers en de BBC wordt daarnaast gewerkt aan wat het internationale paradepaardje moet worden van Studio 100: *Big and Small*, over een beer en een rat die, hoewel ze erg verschillend zijn, niet zonder elkaar kunnen.

Gert Verhulst, die de kijkertjes kennen van het programma met de pratende hond *Samson en Gert*, is het gezicht van Studio 100. Hij richtte het bedrijf in 1996 op, samen met de stem van Samson, poppenspeler Danny Verbiest, en de producent van het programma, Hans Bourlon. Inmiddels is Danny Verbiest met pensioen. Zijn plaats werd in 2006 ingenomen door Fortis Private Equity, dat een belang nam van 33 procent. Verhulst en Bourlon zitten ook elk voor eenderde in het bedrijf.

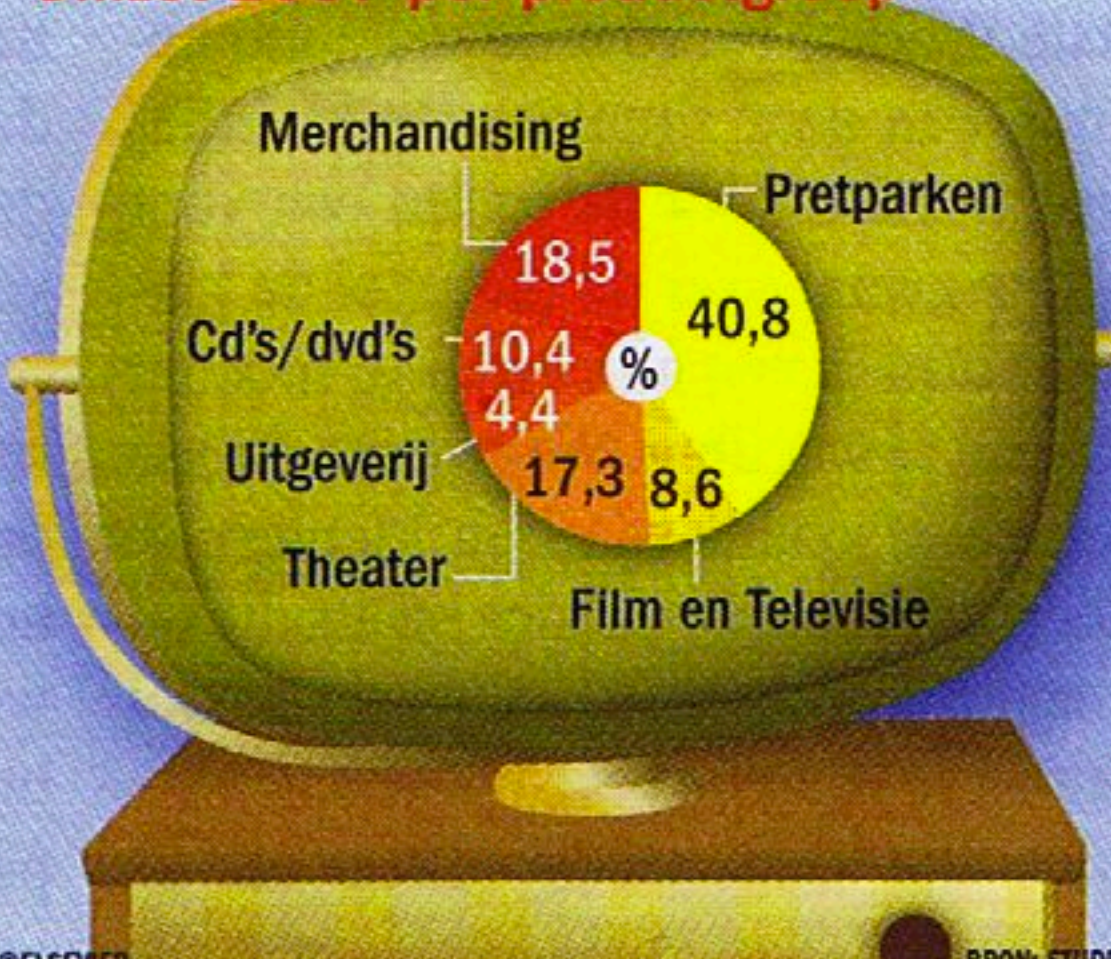
Pratende bobtail

Als jongen wilde Gert Verhulst beroemd worden. Die droom ging snel in vervulling. Al op achttienjarige leeftijd praatte hij voor de Vlaamse televisiezender VRT tekenfilmpjes aan elkaar. Om het aankondigen van de programma's voor de kinderen leuker te maken, bedacht hij samen met poppenspeler Danny Verbiest de pratende bobtail Samson. Hun duopresentatie werd zo'n succes dat de twee al snel een eigen televisieprogramma kregen, *Samson en Gert*.

De Gert van Studio 100 is een andere dan de Gert die Nederlandse en Vlaamse kinderen en hun ouders kennen van televisie. De Gert van Studio 100 draagt geen rood overhemd met spijkerbroek. Hij is geen minzame, vaderlijke verschijning wiens beste maatje een pratende hond is. Hij huist ook niet in

Pretparken lucratief

Omzet 2007 per productgroep



Gert Verhulst in
het decor van het
tv-programma
Het huis Anubis,
omringd door
merchandise van
Studio 100



soort jaren-vijftigdorp, waar de burgemeester nog een hoge hoed draagt en de plaatselijke kapper Alberto in het geniep homoseksueel is.

De echte Gert Verhulst (40 jaar is hij inmiddels), de multimiljonair, de multimedia-ondernemer, gaat vandaag gekleed in een Dockers-pantalon met ruitjesoverhemd. Zijn bezoek ontvangt hij in Schelle, op een industrieterrein ten zuidwesten van Antwerpen, waar één van zijn twee studio's (de andere staat in Londerzeel) is gevestigd. Op zijn kantoor, dat hij deelt met zijn compagnon van het eerste uur, Hans Bourlon, hangen drie monitors aan de muur. Verhulst heeft BBC World opstaan. Terwijl hij er met één oog naar kijkt, neemt hij met het andere binnengekomen e-mails door op zijn BlackBerry.

De ochtend is al bijna voorbij, maar Verhulst oogt vermoeid. Zwijgend gaat hij zijn bezoek voor naar één van de twee decors die

er op dit moment in de studio staan, die van *Het huis Anubis*. Het lachen naar de fotograaf kost hem zichtbaar moeite. 'Heb je gisteren een fuif gehad?' informeert een medewerkster die hem assisteert bij de fotosessie. Daags voor het interview onderscheidde de prestigieuze Vereniging van de Vlaamse Radio en Televisiepers de Studio 100-productie *Mega Mindy* met de Prijs van de Vlaamse Gemeenschap voor het beste jeugdprogramma. Dus ja, dan heb je soms een feestje na afloop en dan wil het nog wel eens laat worden.

Maar nee, Verhulst was zelf niet bij de prijsuitreiking aanwezig. 'Ik had gisteren opnamen voor een proefaflevering voor een nieuw programma met de verborgen camera,' zegt hij, terwijl de medewerkster voor verkoop bestemde pluchen poppen op zijn schoot uitstalt. Ze moet het doen met die uitleg. Ver-

hulst lijkt niet van zins erover uit te wijden. Wezenloos zit hij tussen zijn poppen, nog steeds met een half oog een blik werpend op zijn e-mails spuwende BlackBerry.

Kan Gert nog wel een beetje van het leven genieten nu hij het vrijgevochten artiestenbestaan heeft verruild voor de verantwoordelijkheid over een razendsnel groeiende multinational? Samson en Gert zijn nog steeds op televisie, maar nieuwe afleveringen worden er sinds 2006 niet meer opgenomen. 'Het is een uitdaging het artistieke met het zakelijke te combineren,' zegt Verhulst even later, terug op kantoor. 'Dat lukt aardig. Ik ben nog Gert van Samson in de theatershows en de optredens in onze themaparken. Op 28 en 29 juni treed ik met de andere artiesten van Studio 100 vijf keer op in Ahoy.'

Verder schrijft Verhulst nog steeds liedjes, hij heeft de artistieke supervisie



Bumba

over alle producties en in april en mei van dit jaar speelde hij in een klucht van Ray Cooney, *Foei, minister!* in het Antwerpse theater Elckerlyc. Verhulst: 'Ik speelde daarin een minister die met zijn maîtresse op een hotelkamer een lijk ontdekt. Geweldig. Ik heb mij heel erg geamuseerd.'

Mickey Mouse

Voor de vergelijking met Walt Disney deinst Studio 100 niet terug. Samson, de hond waarmee het allemaal begon, wordt wel grappend 'onze Mickey Mouse' genoemd. Maar de bescheidenheid en realiteitszin overheersen. Verhulst: 'Wij doen hetzelfde als ome Walt, maar op kleinere schaal. *Pirates of the Caribbean* heeft vijfhonderdmaal meer gekost dan onze *Piet Piraat*-films, maar haalde in Nederland en Vlaanderen niet vijfhonderdmaal meer bezoekers. De uitdaging voor ons ligt in het maken van producties die rekening houden met de cultuur, de eigenheid van een volk.'

Studio 100 is nog maar sinds vorig jaar bezig met het verzorgen van anderstalige *remakes* van bekende eigen programma's. Het is daarom nog te vroeg om te oordelen over het succes daarvan. *De Kabouterdans* van *Kabouter Plop* leverde in Wallonië niet de gedroomde hit op (het nummer stond in Nederland 64 weken in de Mega Top-100). *Wir 3*, de Duitse versie van meisjesgroep K3, heeft nog geen hits gescoord in Duitsland, maar wel in Oostenrijk, waar de groep een nummer 2-notering bereikte. Gewerkt wordt aan een Duitse *Kabouter Plop*. Hoe die eruit gaat zien, is nog onduidelijk. Verhulst: 'Misschien moet Plop in Duitsland wel een *Bayrische* kabouter worden die niet in een paddestoel woont, maar in een holle denneboom.'

Vooralsnog lijkt Studio 100 meer kans te maken in het Duitse taalgebied dan in het Franse. Het bedrijf hoopt Frankrijk te veroveren via Wallonië, maar Frankrijk is protectionistischer dan Duitsland. Bovendien heeft Studio 100 in Duitsland een stevige voet tussen de deur, doordat het bedrijf het Duitse EM Entertainment heeft opgekocht.

De aankoop van EM Entertainment werd vorige maand uit nood geboren. De verkoopafdeling van Studio 100 leerde dat ze voor een goede verkoop in het buitenland grote pakketten moest kunnen aanbieden. Dat kon het Belgische bedrijf niet met zijn tv-productie van



In *Het huis Anubis* is het niet pluis

ongeveer 1.500 uur. Studio 100 had eerder al een van de topverkopers van EM Entertainment binnengehaald, Patrick Elmendorff. Omdat moedermaatschappij EM Sport Media AG zich in sport wilde gaan specialiseren, vroegen ze Studio 100 de catalogus van hun kinderprogramma's te gaan verdelven. Het maakte meteen een enorm verschil. Verhulst: 'Waar we eerst moesten bedelen voor een afspraak bij de zenders, stonden ze nu opeens te dringen. Toen bleek dat moeder EM van plan was haar dochter EM Entertainment te gaan verkopen, stonden we meteen vooraan.'

Conservatief

Hoge verwachtingen heeft Studio 100 van *Big and Small*, waaraan de beste Amerikaanse scenarioschrijvers en Canadese poppenmakers meewerken. De serie wijkt af van andere Studio 100-producties omdat deze voor de internationale markt is gemaakt. Ook hier zit een uitgekende marketingstrategie achter. Het is goed voor de naamsbekendheid. 'De kopers van de zenders kijken altijd naar wie wat heeft gemaakt.' En Studio 100 mag dan zelf geloven in de kracht van *remakes* van *live action* als *Kabouter Plop* en *K3*, de aankopers van zenders zijn een stuk conservatiever. De kindermarkt bestaat voor een groot deel uit animatie. En dus willen de zenders in de eerste plaats animatie.

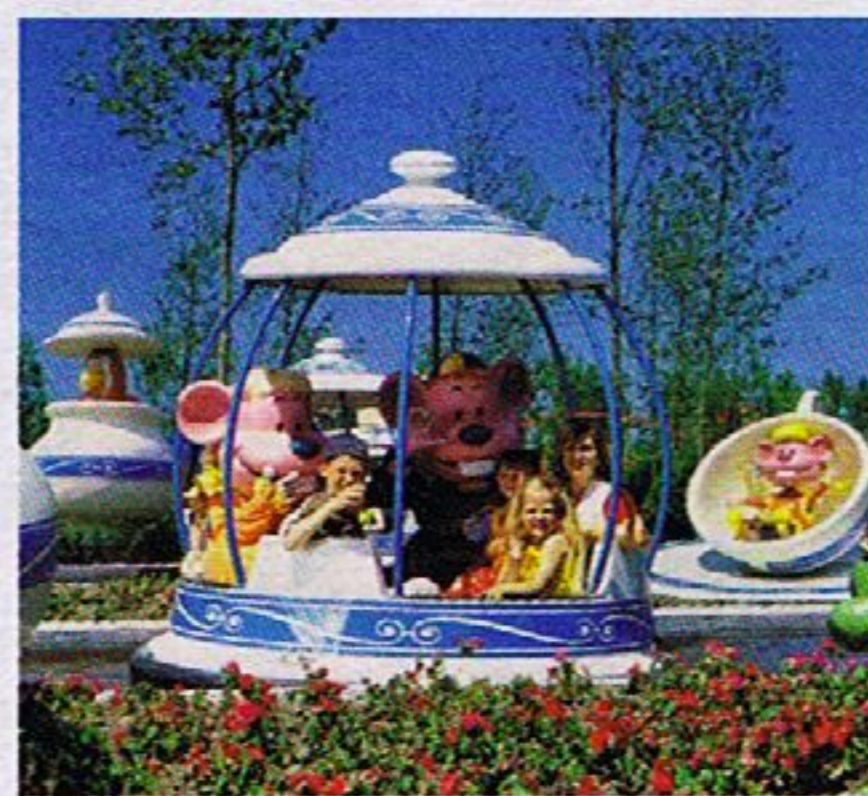
Het succes van Studio 100 is niet alleen terug te voeren op het onwaarschijnlijke succes van *Samson en Gert* en alle programma's die daarna kwamen. Veruit de meeste omzet haalt het bedrijf uit de pretparken, theatervoorstellingen en merchandise (zie: 'Pretparken lucratief' op pagina 90).

'Met kindertelevisie valt weinig te verdienen,' zegt

Verhulst. 'Soms is het zelfs verliesgevend omdat we het beter willen doen dan waarvoor we krijgen betaald. Het is heel vreemd, maar de budgetten liggen een stuk lager dan die voor andere programma's, terwijl de cameramensen en acteurs even duur zijn. Als we ons hadden beperkt tot televisie, dan waren we er misschien wel niet meer geweest.'

Studio 100 mag dan succesvol zijn in omzet en bij het publiek. Televisierecensenten en andere critici kraken soms harde noten. De programma's zouden simpel en oubollig zijn. De prestigieuze Vereniging van de Vlaamse Radio- en Televisiepers sloeg de programma's van het bedrijf stelselmatig over bij prijsuitreikingen. Totdat *Mega Mindy* vorige maand door diezelfde vereniging werd uitgeroepen tot het beste jeugdprogramma. Te laat voor Verhulst, die het duidelijk niet zo heeft op 'bepaalde kwaliteitspers'.

'Als je een prijs krijgt uitgereikt van pers of specialisten, dan moet je je zorgen beginnen te maken,' zegt Verhulst. 'Wij werken voor het publiek. De pers zit heel vaak op een andere lijn. Journalisten hebben nogal eens het idee dat wat populair is wel niet goed zal zijn. Ze denken dat ze het volk, de domme mensen, moeten opvoeden. We hebben voor Samson nooit een prijs gekregen, maar we hebben er wel meer dan duizend keer mee in de Koningin Elisabethzaal in Antwerpen gestaan. Van onze eerste cd van



Attractie in Plopsa-pretpark

Samson zijn er zoveel verkocht dat één op de twee Vlaamse kinderen een exemplaar in huis had. Dat is de mooiste prijs die je kunt krijgen.'

Niettemin is *Mega Mindy* de duurste tv-productie van Studio 100, hetgeen aan de kwaliteit is af te zien. Dat in *Mega Mindy* meer is geïnvesteerd dan in andere programma's, verklaart Verhulst uit de bereidheid van de Vlaamse zender Ketnet om er meer geld in te stoppen. 'Wij bepalen de budgetten niet alleen. Dit gebeurt in samenspraak met de zenders.'

In het kleding- en attributenmagazijn van het Studio 100-complex in Schelle is van alles te vinden. Maar waar is de hond met wie het allemaal begon, Samson? 'Ik weet het niet,' zegt Verhulst droogjes. 'In een sporttas of in een doos.' Het klinkt vreemd uit de mond van degene die een keer een opnameleider wegstuurde omdat hij Samson achteloos in een hoek gooide. Hij wilde niet meer met de man samenwerken. 'Dat verhaal van die studiomeester is een *boutade*,' zegt Verhulst. 'Maar ja, Samson wordt door ons met heel veel respect behandeld. Het is meer dan een pop. Maar waar hij is, moet u vragen aan de man die hem speelt.'



Kabouter Plop met huisgenootjes