

**PS10**

DONDERDAG 2 MEI 2013 *Het* PAROOL

# De Barbie- ficatie van RTL5

# Het gaat slecht met SBS6, maar ook RTL5 heeft een kijkcijferprobleem. Alleen Barbie scoort. Nu komt de zender met vier nieuwe programma's op primetime. Kunnen die het tij keren?

tekst PAUL DE LANGE

# M

ocht u het hebben gemist: vanaf volgende week dinsdag is Robert Minderhoud weer wekelijks op tv te zien. Wie dat is, zegt u? Wellicht dat u Robert beter kent als Jokertje uit *Oh oh Cherso*, de realityserie over een groep Hagenezen op Kreta die een paar jaar geleden een enorme hype

werd. Zeker in het eerste seizoen (2010/2011) hielpen de zon-, zee- en zuipuitzendingen RTL5 met regelmaat aan meer dan een miljoen kijkers, met uitschieters tot anderhalf miljoen. Dat zijn uitstekende cijfers voor de zender, die zich als broertje van familiezender RTL4 focust op een jongere leeftijdsgroep (20 tot 34 jaar) en een spraakmakende programmering nastreeft.

Geen wonder dat RTL5 de veelbekeken én veelbesproken groep Hagenezen stevig is blijven omarmen. Tony alias Sterretje kreeg al eens een eigen tv-programma (*In love with Sterretje*), Samantha alias Barbie kreeg er zelfs een paar (*Barbie's bruiloft*, *Barbie's baby*). En nog altijd vormen de baby- en borstvergrotingsperikelen van Barbie in *Huisje, boompje, Barbie* één van de best bekeken programma's van RTL5. Goed mogelijk dat ook *Oh oh Cherso*-publieksliefeling Jokertje zich daarbij zal voegen. Net als Barbie gaat Jokertje namelijk trouwen. In *Jokertje's jawoord* kunnen we op de voet volgen hoe zijn vrijgezellenpartij ongetwijfeld uit de hand zal lopen als hij gaat stappen in Las Vegas.

"Gezien het succes van Barbie is de keuze voor *Jokertje's jawoord* goed te begrijpen," zegt Aart Lensink. Hij is tv-specialist voor LVB Networks, producent van diverse door adverteerders betaalde tv-programma's. "Alleen is zoiets een week of acht leuk, daarna is het effect wel uitgewerkt. Het is niet het type programma waarmee je langdurig succes kunt boeken, en dat zou RTL5 nu hard kunnen gebruiken."

Probleem is: de best bekeken RTL5-programma's scoren dit seizoen beduidend minder dan eerdere seizoenen, toen ze met gemak de grens van een miljoen kijkers doorbraken. *Huisje, boompje, Barbie* was met 700.000 kij-

kers vorige week verreweg het best bekeken RTL5-programma. Andere primetimeprogramma's als *Cheat on me* (met Jan Kooijman) en *Echte meisjes op de prairie* (met Patty Brard) scoren misschien net een half miljoen kijkers. Er zijn dagen dat geen programma boven de helft daarvan uitkomt.

Ook de vooravond is een zorgenkindje. De in maart begonnen ziekenhuissoap *Malaika* schommelt rond de 200.000 kijkers, met vorige week als dieptepunt 113.000 kijkers op dinsdag. Het weer van stal gehaalde datingprogramma *Take me out* (eveneens met Kooijman) wil maar niet scoren zoals in de tijd dat Britt en Ymke er werden ontdekt.

## Tikje brutaal

Kunnen vier nieuwe programma's het tij keren? Drie daarvan beginnen komende week, de vierde een week later. Opvallend is dat de nieuwe programma's stevig leunen op gezichten die dit seizoen nog weinig potten weten te breken. Patty Brard presenteert *Lust, liefde of laten lopen?*, waarin meiden met een overkill aan make-up een 'make-under' krijgen.

Voor de presentatie van *Killer karaoke*, een zangcompetitie met pijnlijke opdrachten, tekent onder anderen Jan Kooijman, die wat kijkcijfers betreft nog niet heeft kunnen imponeren. Dan is er, naast *Jokertje's jawoord*, nog één nieuwe titel te bewonderen: *Ik heb HET nog nooit gedaan*. Daarin volgt Ewout Genemans mensen die – bewust of ongewild – nog maagd zijn. Een schril contrast met zijn eerdere serie voor RTL5 dit seizoen, *Passie in de polder*, waarin hij Nederlandse amateurpornoproducenten volgde.

Lensink: "Daar werd meer over geluld dan naar gekeken. Maar omdat het veel ophef veroorzaakte en een tikje brutaal was, paste het wel goed bij RTL5. Dat laatste geldt voor dit programma ook wel. Op voorhand klinkt het in elk geval spraakmakend." Hij vindt de keuze voor *Lust, liefde of laten lopen?* vooral qua timing beroerd. "Voor dat programma geldt dat je het langere tijd kunt programmeren, dus als het loopt, heb je een structureel succes. Maar naar mijn idee komt RTL5 er wat te laat mee. De Engelse versie was ook al op RTL5 te zien, met weinig succes."

Media-expert Fons van Westerloo, ex-baas van zowel RTL als SBS, vindt het vooral een risico dat RTL5 met vier nieuwe titels tegelijk komt. "Als je in één keer vier nieuwe programma's in het schema neerzet, valt het bijna niet te verkopen dat alles goed is wat je doet, want de kijker is ook niet gek. En die moet vaak ook even wennen aan een nieuw programma."

"Statistisch gezien is de kans bovendien groot dat er van die vier een paar mislukken. En dan krijg je snel: het gaat niet goed daar. Maar ja, het kan natuurlijk ook prima uitpakken. Want als het wel alle vier hits worden, heeft het zendermanagement goed gegokt."

Dát RTL5 in een zwakke fase zit, bevestigen ook de cijfers van Stichting KijkOnderzoek (SKO). Was het marktaandeel (avond, van 18-24 uur) over 2011 bijvoorbeeld nog 5,2 procent, over 2012 liep dat terug naar 4,1 procent. De eerste maanden van dit jaar ging het verder neerwaarts, met als dieptepunt een marktaandeel van 3,0 procent in februari. Ter vergelijking: het veelgeplagde SBS6 verliest ook terrein, maar relatief toch minder hard. Die zender scoorde in 2011 een marktaandeel van 10,6 procent, en in februari dit jaar 8,6 procent. Erger voor

RTL5 is dat het de kleinere zenders van het SBS-concern (Veronica en Net5) ook zag passeren. Van de grote landelijke zenders laat het alleen nog RTL8 achter zich, waarop vooral herhalingen van eerder uitgezonden RTL-programma's zijn te zien.

Met vier nieuwe titels worden het spannende weken voor Paul Cormont, de zenderbaas die begin 2012 de naar SBS vertrokken Remko van Westerloo (zoon van) opvolgde. Erg gelukkig is hij nog niet geweest in zijn keuzes.

Toch willen Aart Lensink noch Fons van Westerloo de oorzaak van de magere cijfers bij Cormont leggen. Lensink: "Het kan zijn dat hij op dit moment iets minder gevoel voor de bal heeft dan zijn voorganger. Maar met een paar successen kan dat beeld ook weer zo omslaan. Dan moet je ook net een beetje geluk hebben dat andere zenders het iets minder doen. Er kunnen maar een paar winnaars zijn onder tv-zenders. Net5 zit nu bijvoorbeeld in een goede flow."

## Populair op internet

Van Westerloo waarschuwt voor blindstaren op getallen: "Het grote publiek focust graag op de kijkcijfers, maar als het gaat om geld verdienen – en daar gaat het om bij een commerciële zender – is dat echt niet het enige. Je kunt nooit in de portemonnee van een tv-zender kijken. Een zender kan marktleider zijn terwijl er nauwelijks iets wordt verdiend, bijvoorbeeld omdat er veel dure producties tussen zitten." Al zegt Van Westerloo 113.000 kijkers voor *Malaika* wel weinig te vinden. "Maar dan nog: als daar 100.000 kijkers uit je doelgroep tussen zitten, kan dat een goede score zijn."

Alleen is het mediagedrag van juist die jonge doelgroep uiterst grillig. Jongeren kijken niet en masse 's avonds voor de buis, maar meer en meer waar en wanneer het ze uitkomt. In dat opzicht is er nog wel een opvallend lichtpuntje te melden voor RTL5: via internet worden verscheidene RTL5-programma's bijzonder goed bekeken. In de ranglijst van meest opgestarte streams die SKO tegenwoordig publiceert, staan in maart drie RTL5-programma's bij de eerste zes. Dan gaat het inmiddels echt niet meer om marginale aantallen. Eén uitzending van *Cheat on me* scoort bijvoorbeeld 95.000 internetkijkers, die gemiddeld een half uur blijven kijken – een flinke extra aanwas, afgezet tegen de 290.000 kijkers die de uitzending via tv trok.

Toch blijft tv uiteraard het hoofdveld voor tv-programma's. Eén geruststelling voor Cormont: een nieuw tv-seizoen brengt voor RTL5 steevast een nieuwe *Expeditie Robinson*, altijd goed voor kijkcijfers boven het miljoen. Tot die tijd is de hoop gevestigd op Jokertje.