



zaterdag 26 maart 2022

Janey van Ierland: “Netflix wil Nederlandse makers internationaal platform bieden”

Een groot deel van haar werk bestaat uit lezen – scripts, treatments, mails – en verbeeldingskracht. Dus: werkt dat verrassende scenario ook in beeld? Is de spanningsboog strak genoeg? Maken producent, regie en cast verwachtingen waar? In haar robuuste huis heeft Janey van Ierland de perfecte plek en rust om die kansrijke plannen tot prestigieuze projecten te transformeren, want wie namens Netflix Benelux het licht op groen kan zetten voor een Original, heeft een strategische sleutelpositie in handen. Op bezoek bij een even bescheiden als bevlogen vakvrouw: “Het adagium van mijn oma was: je moet gewoon hard werken. Nederig zijn.” Van nederig naar Netflix...

“Ja, nederig zijn en Netflix gaan goed samen. Onze organisatie is geen voedingsbodem voor ego’s. We hebben vrijheid om zelfstandig keuzes te maken, dat brengt ook veel verantwoordelijkheid met zich mee. We zijn een geoliede machine, zonder ellebogenwerk. Natuurlijk, we zijn goed, we zitten niet voor niks bij Netflix, maar we lopen daarmee niet te pochen.”

Kukelende haan

Tom Waes was een tijdje terug *Undercover* in Almere voor *Reizen Waes Nederland* – en dan specifiek Oosterwold, volgens de New York Times de meest geplande ongeplande plek ter wereld – waar ongerept polderlandschap wordt omgetoverd in een zelfvoorzienende woonwijk van de toekomst. In haar stoere blokhut bewaken twee topfitte hazelnootbruine honden, rhodesian ridgebacks, en die oude lobbies, een veertienjarige labrador, de vrolijke vrouw des huizes.



Janey van Ierland: "Dit is een experimenteel gebied. Wegen en nutsvoorzieningen moeten mensen zelf aanleggen. Ook riolering. De wijk krijgt langzaam gestalte. De burens hebben schapen in de voortuin, zij maaien dus mijn gras. De sfeer is saamhorig, hier wonen leuke lieve creatieve mensen. Ik word wakker van een kukelende haan en het geblaas van schapen én ik ben in 30 minuten op kantoor in Amsterdam. Een mooie balans."

Terug naar die hectiek van Hollywood en Netflix. Met stip van 16 naar 4: je bent de hoogst gepositioneerde vrouw in de Top 25 van BM. Wat hoor je daarop terug...?

"Mensen die mij langer kennen, maken daar goede grappen over, want ik ben vrij nuchter. Echt iets voor jou, zo'n machtspositie. Ik realiseer me terdege dat die hoge notering voor het team van Netflix Benelux is, waarvan ik toevallig het gezicht ben. Ik betrek dit niet op mezelf, maar zie dat als vorm van erkenning in die zin dat het kennelijk wordt gewaardeerd wat wij doen voor de lokale creatieve industrie."

Benelux en Scandinavië

"Ik vind het fijn dat creatievelingen hier mooie plannen neerleggen. Toen ik net begon kwam er een lawine op me af. Omdat in Amsterdam voor het eerst een lokaal persoon op zo'n content-plek zit. Als voormalig agent ken ik vrijwel iedereen in de media en was ik heel benaderbaar."

"Intussen kan ik ook beter uitleggen waarnaar Netflix op zoek is. Het contentteam Benelux bestaat uit zeven collega's voor series, films en coproducties series. Bij mijn start was ik verantwoordelijk voor film acquisities, Original Films en coproductie series in de Benelux. Na een interne reorganisatie is mijn focus volledig verlegd naar films, naast Benelux ook voor Nordics. Het begeleiden van Original Film vraag om veel creatieve begeleiding, wat me goed ligt en ik graag

“Ik overzie acht landen en ieder land heeft zijn eigen identiteit. Net zoals het niet vanzelfsprekend is dat een succesvolle Nederlandse film ook veel publiek in België weet te bereiken, geldt dat ook voor bijvoorbeeld Finland en Zweden. Na meer dan twintig jaar in ‘onze’ filmindustrie te hebben gewerkt, vind ik het verfrissend om onbevangen in de Nordics te stappen.”

“Waar ik in de Benelux naast film acquisities ook verantwoordelijk ben voor Original Film, focus ik me in de Nordics uitsluitend op film acquisities. Films die in het thuisland een bioscooprelease krijgen, en die wij daarna op Netflix brengen. Dat kunnen films zijn die uitsluitend voor onze Benelux of Scandinavische abonnees te zien zijn, maar regelmatig acquireren wij ook wereldwijde rechten voor alle Netflix abonnees. Zoals bij ons *De Slag om de Schelde*, *Mijn beste vriendin Anne Frank*, *Anne+* en *Meskina*.”

Werkwijze

“Voor series die we coproduceren hanteren we een soortgelijke werkwijze. Een voorbeeld is dat Eén in België het eerste uitzend-window heeft van *Undercover*, daarna komen wij in Nederland. Dat verklaart ook het wekelijkse ritme van de afleveringen. Maar het kan ook andersom. Later dit jaar lanceren we een Vlaamse serie die eerst bij ons te zien is in België en daarna pas bij Eén.”

Is zo'n constructie ook hier denkbaar? Eerst bij AVROTROS of BNNVARA, daarna bij Netflix?

“Wij willen graag met de NPO samenwerken. In vrijwel heel Europa werken we intussen met publieke omroepen samen. We blijven met de NPO in gesprek en hopen tot een samenwerkingsvorm te komen die voor beide partijen interessant is.”

Wat zijn de creatieve of commerciële criteria om ‘op gesprek’ te komen? Want jij moet niet alleen de verwachtingen van Netflix, maar vooral die van potentiële partners managen...

“Ja, daarom heb ik er ook voor gekozen om tijdens mijn beginperiode mezelf de tijd te geven om te ontdekken wat de Nederlandse Netflix-abonnee leuk vindt... want ik wil wel producties aankopen die de weg naar het publiek vinden. Pas na twee maanden ging ik gesprekken voeren met producenten. En talenten. De creatieve en commerciële criteria hangen samen met onze inschatting of een project zijn weg zal vinden naar een flink deel van onze Nederlandse kijkers. Het gevolg daarvan is helaas dat ik veel ‘nee’ moet zeggen, en dat kan natuurlijk wel teleurstellend zijn voor potentiële partners.”

Voorheen wilden producenten een serie, film of documentaire slijten aan NPO, RTL, SBS of Discovery, nu is Netflix de overtreffende trap. En jij staat met die sleutel bij de toegangspoort: leuk of lastig?

“Vooral leuk en eervol natuurlijk, dat producenten en talenten hun plannen graag aan Netflix

plan! Alleen... niet voor Netflix. Ik hoop dat ik de juiste beslissingen neem, net is en blijft mensenwerk."

Maar jij kunt ook dreamteams vanuit diverse disciplines samenstellen...

"Zeker, dat kan ook. Soms praat je met een regisseur die een pril idee heeft, maar als je dan gaat meedenken welke producent dat perfect kan maken – en welke acteurs de hoofdrollen zouden kunnen gaan spelen – dan kan dat prille idee gaan vliegen. Anderzijds, als een project al in een wat verder gevorderd stadium is, en bijvoorbeeld steun van het Filmfonds heeft ontvangen en er een distributeur aan boord is die de Nederlandse bioscooprelease gaat verzorgen, is onze creatieve betrokkenheid een stuk kleiner."

De vijver met toptalenten is niet diep. Toppers zijn goed en dus ook vaak druk.

"Klopt, maar we hebben de tijd. Bij Originals letten we erop of het project bij Netflix past, of het een wereldwijd publiek zou kunnen aanspreken of soms ook omdat het niet zo eenvoudig gefinancierd kan worden via een gangbare route. We maken nu een actiefilm. In Nederland! Fiction Valley is producent. Voor *The Takeover* hebben we een te gekke cast, met Holly Mae Brood en Géza Weisz als haar partner in crime in de hoofdrollen en ook Frank Lammers en Noortje Herlaar, waarvan net de stunt scènes in Rotterdam zijn gedraaid. Annemarie van de Mond regisseert. Een actiefilm door een vrouw laten regisseren is geen traditionele keuze..."

Wil jij scoren of vernieuwen?

"Ik denk dat dit goed hand-in-hand kan gaan. We hebben net *Anne+* gelanceerd, waar we enorm trots op zijn, het is de eerste Nederlandse mainstream film met een brede LGBTQ+ representatie en één van de eerste films wereldwijd met een non-binair personage in de hoofdcast. Dat we zo'n film naar een wereldwijd publiek brengen, kun je vernieuwend noemen. Hetzelfde geldt voor *Meskina*, de eerste Nederlands-Marokkaanse romcom, begin maart wereldwijd op Netflix. Uiteindelijk gaat het erom: vind ik de juiste projecten voor Netflix? Wij maken voor de lokale markt. Als een Original ook nog een internationaal publiek aanspreekt, is dat mooi meegenomen, maar het is geen doel op zich."

Het grote spel van streamers – Amazon, Viaplay, Disney, Discovery, Videoland – is op de wagen.

Raakt Netflix haar natuurlijke voorsprong niet kwijt?

"We bestaan in 2023 tien jaar in Nederland, dus we hebben een band met kijkers kunnen opbouwen. Sinds mijn komst en die van Antoinette Beumer voor series, ook met jarenlange roots, lukt het ons om steeds beter verbinding met de lokale creatieve industrie te maken. Het is een groot compliment dat Nederlands talent graag voor Netflix wil werken, en onze kennis en ondersteuning op prijs stelt."

"Bij iedere film leren we nieuwe dingen. Hoe een film de aandacht van de kijker weet vast te houden, bijvoorbeeld. Dat lukt niet bij iedere film even goed, want thuis kijken is een andere ervaring dan in de bioscoop, waar je geen afleiding hebt. Lessen die we leren, nemen we mee naar volgende projecten om zo nog meer kijkplezier voor onze abonnees te creëren. Het blijven creatieve keuzes, gemaakt op basis van het oordeel, ervaring en intuïtie van ons team."

Wil jij talenten exclusief aan Netflix binden?

"Op dit moment is dat nog niet aan de orde, het ligt eraan hoe de markt zich ontwikkelt. Nu vind ik de flexibiliteit om met veel partijen te werken juist fijn. Om aan een creatief te vragen: wat is jouw droomproject?"

Diversiteit en inclusiviteit

"Wij moeten die talentpool laten groeien. Wij streven naar representatie voor en achter de camera. Eén element daarvan is meer diversiteit in onze cast te laten zien op het scherm, maar denk ook aan bijvoorbeeld een vrouwelijke Director of Photography. Traditioneel is de vrouwelijke crew voornamelijk actief in visagie, styling en catering. Dat zouden wij graag anders zien en moedigen dat ook actief aan. Tegelijkertijd willen we diversiteit en inclusiviteit ook graag terugzien in de verhalen op het scherm."

"In Nederland hebben we overwegend mannelijke schrijvers, waardoor veel verhalen vanuit dat perspectief geschreven zijn. Via onze New Voices Script Content leveren wij een actieve bijdrage om nieuwe schrijftalenten te ontdekken die verhalen met andere perspectieven vertellen. Wij beschikken over een ongelooflijke vijver van talent, maar Nederland is ook een klein taalgebied, dus... veel versplintering en bescheiden budgetten. Wat wij hier met mini-budget kunnen, is ongekend. Toen ik als agent in Amerika actief was, stonden ze met hun oren te klapperen. Dat zijn in LA drie draaidagen! Met Netflix kunnen wij een internationaal platform bieden, waarmee we ook een sprong in kwaliteit maken. Het is dus vooral een interessante periode voor creatief talent die nu veel meer kansen krijgen. Ik vind het spannend dat ik daarvan onderdeel mag uitmaken."

"Aan de meeste projecten uit New Voices is nu een producent gekoppeld"

Netflix schreef samen met de Scriptbank in 2020 een wedstrijd uit om talent op te sporen: de New Voices Script Contest. "Hierbij zijn 550 ideeën teruggebracht naar 15 voorstellen. Bij zo'n 75 projecten dachten we: hier zit wat in... Het was lastig om dat terug te dringen naar 15. Vervolgens keken we opnieuw naar het uitgangspunt van de wedstrijd. Dus: nieuw talent. Hoe tof dat idee van

makers een kick-start hebben gekregen in de Nederlandse filmindustrie. Het was wel heel speciaal dat bij de bekendmaking onze CEO Reed Hastings naar Nederland kwam. We hopen natuurlijk dat de meeste projecten verfilmd worden, er is gelukkig veel interesse vanuit producenten. Op dit moment zijn we in pre-productie voor de eerste film uit deze wedstrijd.”

Luxeprobleem

“Het zou mooi zijn als we hieruit twee sterke plannen filteren, was mijn oorspronkelijke gedachte. Uiteindelijk was het een luxeprobleem, want de kwaliteit en originaliteit heeft me aangenaam verrast. Maar let op: wij hebben New Voices niet opgezet om hieruit Netflix-projecten te destilleren, maar omdat wij een bijdrage willen leveren aan de creatieve industrie en die talentpool willen laten groeien. Uiteindelijk vinden vrijwel alle talenten hun weg in film- en tv-land. Mix and match, dat is deels mijn oude werkveld als agent; ik kan optelsommen maken. Die schrijver met die regisseur en die producent en daarbij een bepaalde cast... Het script is nu wellicht nog wat prematuur, maar met dat team ben ik wel benieuwd hoe zich dat verder ontwikkelt.”

Als voormalig agent van onder meer Carice van Houten kun jij snel screenen of een script geschikt is. Komt die vaardigheid je nu extra van pas?

“Mensen vragen mij andersom vaak: moet jij niet over je ‘eigen smaak’ heenstappen als je projecten beoordeelt? Maar dat doe ik mijn hele carrière al. Een script dat ik ongeschikt vond voor Carice, kon juist perfect bij een andere actrice passen. Het gaat om het totaalplaatje. In welke fase zit iemand in zijn carrière? Is die rol nu geschikt of gaat het juist iemand anders verder op weg helpen? Destijds keek ik: paste het script bij de acteur? Nu kijk ik: heeft Netflix dit nodig?”

***“Destijds keek ik: past het script bij de acteur?
Nu kijk ik: heeft Netflix dit nodig?”***

“In Nederland bestaat discrepantie tussen arthouse films en mainstream. Tussen filmhuisfilm en commerciële blockbuster zit een interessant onontgonnen gebied, waar nog veel te halen valt. Tussen deze twee uitersten zit een sweet spot waar juist Netflix heel goed in zou kunnen passen.”





Creatieve begeleiding

“Ik ben vooral aan het praten met partners en... heel veel aan het lezen. Pitches doornemen. Omdat ik ook film aankoop, bespreek ik met andere teams hoe we dat doen: met marketing, dubbing, postproductie etcetera. Daarnaast slokt creatieve begeleiding veel werktijd op. Makers willen dat ik naar de montage kom, terwijl ik graag kijk zoals onze leden ook thuis kijken. In de bioscoop zet je de telefoon uit, is audio prachtig, zit je full focus in het donker. Maar thuis ligt die telefoon naast je. Of loop je even naar de koelkast... dus omringd door allerlei afleiding zie ik veel beter waar ‘de zakkers’ in het verhaal zitten. Als ik ga appen, ben ik dus onvoldoende geboeid door het verhaal en is dat voor mij een signaal dat we nog eens goed moeten kijken naar het tempo en ritme van de film. Ik kijk die eerste fase liever zoals de kijker thuis voor de buis zit. Heeft de film het juiste tempo? Kan het kijkers meteen boeien en daarna blijven binden?”

Universeel

“Bij een pitch op papier, kan ik wel zien of de essentie van het verhaal universeel is. Vervolgens wil ik van de makers zelf horen wat voor type film ze willen maken. Ik wil geen ander idee opleggen. Soms komt een pitch binnen met een ijzersterke kern, maar is het ‘te klein’ uitgewerkt.”

Wat bedoel je met ‘te klein’ uitgewerkt?

“Soms bereikt het basisidee geen groot publiek, maar als je het thema in de uitwerking breder toegankelijk maakt, dan kun je onderzoeken of de maker voor die andere aanpak wil kiezen.”

Aan welke doelstellingen moet jij voldoen?

“Mijn opdracht is om content voor de lokale markt te maken. Die brede opdracht is niet aan een aantal projecten vastgeklonken; ik heb geen target van vijf films in drie jaar of zo. Nadat we de performance in kaart hebben gebracht, verschaft dat ook nieuwe inzichten voor een volgend project. We willen The Best in Class-verhalen vertellen.”

Investeringsverplichting

“Het wetsvoorstel voor de investeringsverplichting is, nadat het huidige kabinet demissionair werd, voorlopig terzijde geschoven. Dat wordt straks weer actueel. Die investeringsverplichting, gekoppeld aan een percentage van de omzet, komt er mogelijk op termijn, maar wij investeren al volop in het maken van content.”

ze naar het buitenland noeven, een agent moeten zoeken en soms hun eigen identiteit moeten loslaten voor opdrachtfilms. Nu kunnen makers hier produceren en toch internationaal publiek verwerven. Mooi toch? Mijn missie is om zoveel mogelijk fantastische content naar Netflix te brengen om daarmee een structurele bijdrage aan het Nederlandse creatieve ecosysteem te leveren.”

Met welke vakvrouw zou jij in een volgende BM een interview willen lezen?

“Vanessa Henneman. Zij is één van de grote agenten in Nederland en produceert ook projecten. Zij neemt een bijzondere positie in het medialandschap in. Net als managers als Xenia Kasper, Melissa Elzinga en Fallon van der Meeren. Vaak wordt onderschat wat voor sleutelrol agenten of managers spelen, ook als je praat over machtsposities. Die heb je als agent in zekere zin ook, want je bent voortdurend bezig met: wie gaat wat en waar doen. Die strategische positie is onderbelicht.”

Bron: BM

Foto's: Amrita Panday

Advertentie:



Pop-up Presentatie
50 jaar Simplisties Verbond

t/m 19 jan 2025
10:00 - 17:00

The advertisement features a central graphic with a pink and teal geometric pattern. On the left, a woman in a black top is seen from behind, looking at a museum display case containing a bust and a framed photo. On the right, a mannequin is dressed in a light-colored trench coat and a red scarf, standing in a museum setting.

OOK INTERESSANT VOOR JOU



De tien best bekeken titels van 2024 bij NLZIET

