

## In gesprek met Dan Blazer en Erik van der Hoff (BlazHoffski) 'Gebrek aan durf is de trend'

Hello Goodbye, SuperNick op de Stoep, Toren C, Tussen de oren, 24 uur met... Compleet verschillende programma's, maar stuk voor stuk hebben ze in ieder geval twee dingen gemeen. Allemaal komen ze namelijk uit de koker van BlazHoffski en bij allemaal is het overduidelijk dat ze zijn gemaakt met alle aandacht én liefde voor het product. Het is kenmerkend voor de werkwijze van het productiebedrijf van Dan Blazer en Erik van der Hoff, zo blijkt in een gesprek met de twee programmamakers in hun nieuwe werkruimte op IJburg.

Voor het ontstaan van BlazHoffski gaan we een kleine dertien jaar terug in de tijd. Erik van der Hoff en Dan Blazer registreerden samen het populaire programma 'Taxi' en hadden tussen die werkzaamheden door een televisiespelletje bedacht: Quatro. Er werd een basic pilot gemaakt tijdens de studioregie cursus van Dan, waar in eerste instantie vervolgens weinig mee gebeurde. Totdat de NCRV geïnteresseerd raakte in het spel. Dan Blazer: "Met hen hebben we toen een goede pilot gemaakt en vervolgens is het balletje eigenlijk gaan rollen. Samen met hen zijn we het programma uiteindelijk gaan maken, tot wij op een gegeven moment aangaven het hele traject wel voor onze rekening te kunnen nemen. We wilden echt zelf gaan produceren dus hebben we destijds de afspraak gemaakt dat bij een eventuele vervolgsérie we zelfstandig konden gaan produceren. De omroep vond het prima – Quatro heeft toen acht seizoenen gelopen en is als dagelijkse quiz verkocht aan Spanje – en zo is dat langzaam maar zeker gaan lopen."

**Imago**  
Voorheen werden door Blazer en Van der Hoff onder de naam 'Three Amigo's' met name kinderprogramma's gemaakt. "Maar op een gegeven moment hadden we ook echt dat imago: Three Amigo's, dat zijn die lui van die kinderprogramma's", vertelt Van der Hoff. "Omdat we door de jaren heen ook steeds meer drama en programma's voor volwassenen gingen maken, wilden we af van dat imago. Dat was het moment waarop

we de naam hebben veranderd in BlazHoffski." Ook onder die naam is inmiddels een imago opgebouwd. Een imago waar ze terecht trots op zijn: "De mensen weten inmiddels hoe wij werken en dat we alleen programma's willen maken waar we achter staan. Op die manier kunnen we alle aandacht en liefde in zo'n productie leggen. Wat we doen willen we goed doen", legt Blazer uit. "We willen dan ook nooit een fabriek worden die programma's zonder ziel maakt."

**Intiem**  
Goed voorbeeld van een productie die wel met alle liefde gemaakt wordt, is het succesprogramma Hello Goodbye – inmiddels in elf landen op de buis. In veel van die landen vindt men het moeilijk te begrijpen dat het programma in Nederland met zo'n klein ploegje (er wordt bijvoorbeeld één camera ingezet) gemaakt wordt, maar daarin schuilt nu net een groot deel van het succes. Dan Blazer: "Samen met eindredacteur Bea Brouwer gingen we bijvoorbeeld in Los Angeles kijken toen ze het programma daar voor het eerst gingen opnemen en kwamen daar binnenlopen bij de meeting die ze vooraf op het vliegveld hadden. Er zat een enorme groep mensen en mijn eerste vraag was dan eigenlijk ook wat al die mensen daar deden. Het bleek dat ze daar alleen al een stuk of vijf redacteurs hadden die



Dan Blazer en Erik van der Hoff

op het vliegveld mensen gingen aanspreken om te zien of ze een interessant verhaal te vertellen hadden. Ik denk juist dat het werkt als je het intiem en persoonlijk houdt. Een grote groep met veel camera's schrikt mensen af en zorgt er dan voor dat ze juist niet hun hele verhaal willen vertellen." Een bizar voorbeeld van hoe het vooral niet moet, zag Blazer in Roemenië. "Ze filmen daar met twee camera's en hadden op een gegeven moment een heel mooi item te pakken. Een moeder en dochter deden huilend hun verhaal, totdat op een gegeven moment de tapes van beide cameramannen vol waren. Er werd heel hard 'cut' geroepen, de dames moesten even stoppen en nadat de banden verwisseld waren konden ze weer verder gaan met hun verhaal. Tja, dan heb je het toch echt niet helemaal begrepen."

**Pitchen**  
Het idee voor Hello Goodbye is ontstaan toen Dan Blazer ooit op Schiphol liep en zich realiseerde dat alle mensen die daar staan te wachten dat om een bepaalde (soms heel speciale) reden doen. "Eigenlijk ontstaan veel formats uit ideeën die je toevallig opdoet", legt Erik van der Hoff uit. "Meestal is het zo dat je losse ideeën gaat kop-

pelen. Je loopt ergens, doet een idee op en een week later doe je ergens anders nóg een idee op. Los van elkaar hoeven het dan niet eens briljante ideeën te zijn, maar samen kunnen ze dan wel een heel goed plan vormen." Van der Hoff vindt dat in het algemeen op de Nederlandse televisie te weinig programma's met een beetje lef worden gemaakt: "Er wordt teveel op safe gespeeld. Onze eigen kracht ligt ook bij het creatieve proces. Met heel veel aandacht en zorg een nieuw concept ontwikkelen. Ik overdrijf niet als ik zeg dat we veel pitches winnen. Laatst verloren we er weer eens eentje en ook daar is overigens niks mis mee. Het is soms alleen wel frustrerend als je vervolgens ziet welk programma het dan wél is geworden. Dat is soms echt onbegrijpelijk, maar vaak wel veiliger en dat gebrek aan durf is toch de trend. Ze maken dan liever de zoveelste zoektocht naar wat voor talent dan ook."

**Sparks Network**  
Dan Blazer typeert BlazHoffski als een bedrijf vol mensen met liefde voor het vak. "Bij elk programma en ook hier op kantoor moet je zorgen voor een goede teamsamenstelling. Mensen die met hun hart iets willen maken. Ik pak Hello Goodbye

### "We willen dan ook nooit een fabriek worden die programma's zonder ziel maakt"

er maar weer eens bij. Soms ga ik voor mijn lol bij die vergaderingen zitten. Niet omdat dat nu zo nodig moet, maar gewoon omdat ik het mooi vind om te zien. Nog steeds voeren ze daar soms behoorlijk heftige discussies over hoe zaken moeten worden aangepakt en hoe het allemaal nog beter kan, ze denken nooit, laten we hetzelfde trucje weer herhalen. Ze doen dat puur omdat ze houden van hun programma en er echt het beste van willen maken. Dat plaatje klopt bij dat hele team gewoon en daarom werkt het ook zo goed." Steeds hetzelfde trucje herhalen past sowieso niet bij de BlazHoffski-stijl. Het bedrijf is dan ook volop in ontwikkeling. Zo werd vorig jaar het Belgische productiehuis Middernacht overgenomen en werd zo BlazHoffski België in het leven geroepen. Bovendien vond eerder dit jaar de aansluiting bij het vermaarde wereldwijde Sparks Network plaats. Sparks is een van 's werelds meest toonaangevende netwerken voor de distributie en ontwikkeling van televisieformats. Wereldwijd zijn vierentwintig onafhankelijke producenten ver-





bonden aan dit netwerk, en daar is Blazhoffski er dus één van. "Dankzij de aansluiting bij Sparks Network hebben we nu écht alles zelf in de hand", vertelt Blazer.

#### Business unit

Op het moment is Blazhoffski druk bezig met het opzetten van een business unit. Blazer: "We doen al veel voor bedrijven. Events bijvoorbeeld, maar ook presentaties, bedrijfsfilms en zelfs televisieprogramma's. Het programma 'Onder de tram' ontwikkelden we bijvoorbeeld in opdracht van Reaal. Zij hadden de reclamecampagne waarbij elke slogan begon met 'Zoveel procent kans dat...'. Daarbij wilden ze dan graag een programma op televisie zien waarin kansberekening een grote rol zou spelen. Dat soort dingen doen we dus wel, maar puur product placement doen we niet. We willen bijvoorbeeld niet in opdracht van Praxis een klusprogramma gaan maken waarin alle klussen worden gedaan met spullen van Praxis. Een programma als 'Onder de tram' is een mooie manier om toch dit soort televisie te kunnen maken."

#### Scoren

Blazer en Van der Hoff zijn trots op hun bedrijf. "Het gaat goed, maar je bent er natuurlijk nooit. Het blijft bikkelen omdat het succes van nu uiter-

aard geen garantie voor de toekomst biedt", vertelt Blazer. "We zijn ook trots op onze onafhankelijkheid trouwens. We zijn een van de weinigen van dit formaat die het helemaal zelf doen en ook echt zoveel in eigen huis doen. Ook dat maakt dat het met zoveel aandacht en plezier gebeurt en dat moet in onze opinie ook terug te zien zijn in elk programma." Vroeger waren Van der Hoff en Blazer idealistische televisiemakers. Veel meer dan nu, al zit het er nog steeds wel een beetje in. "Met name in de manier waarop we de programma's maken, al kun je het misschien beter ambachtelijk noemen", verduidelijkt Blazer. "Als we vroeger onze producties zelf maar mooi vonden dan was het voor ons al goed, maar je moet wel degelijk scoren als je je eigen broek moet ophouden. Wanneer de kijkcijfers bekend worden dan ben ik ook echt zenuwachtig. Het is een beetje zoals vroeger, wanneer je moest wachten op je rapport of het cijfer voor een proefwerk. Zelf had je altijd wel het idee dat je het goed gedaan had, maar je moest natuurlijk wel nog even die bevestiging krijgen. Zo is het nu ook en ik moet bekennen dat ik er echt wel gevoelig voor ben geworden. Als de cijfers slecht zijn, dan is mijn weekend behoorlijk vergald."

#### Nuchter

## "Als de cijfers slecht zijn, dan is mijn weekend behoorlijk vergald"

Het gaat goed met Blazhoffski, al zullen Blazer en Van der Hoff dat niet zo van de daken schreeuwen. Blazer: "We staan op het punt om naar Cannes te gaan en daar zul je alle televisiemakers weer horen vertellen hoe fantastisch het met ze gaat. Wij zijn allebei niet zo, het is ook nooit alleen maar fantastisch natuurlijk. Wij – Erik misschien nog wel meer dan ik – zijn daar gewoon ook heel nuchter in. In het verleden zijn we misschien ook wel eens té bescheiden geweest, wat natuurlijk ook niet goed is. Door de jaren heen hebben we ook wel geleerd dat je die bescheidenheid af en toe van je af moet gooien, om te voorkomen dat je andersneeuwt in een wereldje dat vol zit met mensen die wél hoog van de toren blazen."

#### Groeien

De toekomst ziet Blazer vol vertrouwen tegemoet: "Uiteraard willen we verder gaan groeien, maar dat moet dan zoals gezegd wel gebeuren zonder een fabriek te worden. Je moet niet groeien om het groeien, want we willen namelijk altijd diezelfde kwaliteit blijven maken en het werk met dezelfde