



NEDERLAND IN BEWEGING:

3FM SERIOUS REQUEST

Een kleine 12.000.000 (!) Nederlanders kregen volgens de officiële metingen iets mee van 3FM's Serious Request, dat afgelopen jaar in Leiden plaatsvond. Het maakt het Glazen Huis met 6,9 miljoen luisteraars, 7,8 miljoen kijkers en 1,6 miljoen unieke bezoekers op 3FM.nl het grootste crossmediale evenement van ons land. En het leverde 8,6 miljoen euro voor het Rode Kruis op. "De omvang is moeilijk te bevatten", zegt Wilbert Mutsaers, als 3FM zendermanager eindverantwoordelijk voor 3FM Serious Request.  Teun van Thiel  Bram Muller en Rick Nederstigt

Serious Request, de jaarlijkse actie van 3FM waarvoor drie DJ's - dit jaar Coen Swijnenberg, Gerard Ekdorn en Timur Perlin - zichzelf zes dagen laten opsluiten in het beroemde Glazen Huis, behoeft geen introductie meer. Komt die opvatting niet voort uit de kijk- en luistercijfers, dan blijkt het wel uit het feit dat zo'n beetje heel Nederland in actie lijkt te komen om een steentje bij te dragen aan Serious Request. Het brengt eenvoudig gezegd een behoorlijk deel van het land in beweging. "Dat is een beetje wat we hopen te bereiken", vertelt 3FM zendermanager Wilbert Mutsaers. "Door het hele land gebeurt zó veel, dat je er soms echt alleen maar met open mond naar kan staan kijken."

SAAMHORIGHEID

De omvang en het effect van Serious Request moeten soms moeilijk te bevatten zijn. Mutsaers: "Dat is inderdaad zo. Toevallig hebben Gerard, Coen, Timur en ik het daar laatst nog over gehad. Je zou misschien verwachten dat zij er vanzelfsprekend het meeste van meekrijgen, maar dat is toch niet helemaal zo. Ze zijn zó met de uitzending bezig, krijgen honger en worden moe. Zelf ben ik ook de hele week aanwezig. Je slaapt niet veel en krijgt heel veel mee, maar alles bevatten is onmogelijk. Het aantal aanmeldingen op de 'Kom in actie' site was dit jaar bijvoorbeeld verviervoudigd. En dat zijn dan nog enkel de mensen die hun inzamelacties officieel aanmelden - er zijn er nog veel meer die het gewoon doen en

het geld dan komen brengen. Daar groeit ook het saamhorigheidsgevoel door. Dat is een mooi bijkomstig effect, toch?"

SOCIAL MEDIA

Wie houdt van doodredeneren zou kunnen zeggen dat het Glazen Huis niets meer is dan drie DJ's die vanuit een portocabin hun uitzending doen en zes dagen niet eten. "In de basis is dat inderdaad zo", zegt Mutsaers. "Zo beredeneerd bestaat voetbal ook enkel uit 22 mannen die in een korte broek achter een stuk leer aanrennen. Maar dat is het natuurlijk niet alleen...er gebeurt zó veel omheen. Dat maakt het denk ik leuk om te volgen. Je hebt de activiteiten rond en in het Glazen Huis zelf, de radio-uitzendingen, de programma's op televisie en alle social media waarop alles te zien is en gedeeld wordt. Die social media waren er natuurlijk nog niet tijdens de eerste jaren van Serious Request. Twitter, Spotify, Facebook, zelfs Youtube....het was er in 2004 nog niet, maar het leent er zich precies voor. De laatste drie jaar heeft 3FM Serious Request mede daardoor mediamatig een extra dimensie gekregen." Het past bij de opvatting van Mutsaers dat het medium radio een nieuw leven is begonnen. Serious Request is er het ultieme voorbeeld van. Radio, televisie, internet en social media komen samen. Mutsaers: "De cijfers die we zagen waren zeer hoog, niet te geloven. Neem alleen de 3FM website. Op de eerste dag van Serious Request kregen we bijna 500.000 unieke

bezoekers op de site. Dat zijn dus een half miljoen mensen die de moeite hebben genomen om 3fm.nl in te tikken. Een jaar eerder haalden we zulke aantallen op de slotdag.”

BIJSCHAKELEN

Hoewel het principe ieder jaar hetzelfde blijft – de drie DJ's in het huis – verandert achter de schermen elk jaar het nodige. “Een verandering is bijvoorbeeld dat we aan de bekendmaking van het evenement minder doen”, legt Mutsaers uit. “We hoeven niet meer groot aan te kondigen dat het er aan komt. We kunnen ons mede daardoor nog meer op de inhoud richten.” Er gebeurt de laatste jaren veel meer in het hele land en dus niet alleen op het plein waar het Glazen Huis staat. “Dit jaar reisde Giel Beelen bijvoorbeeld door het hele land met een avondvullend programma vol live muziek, dat past perfect bij 3FM en Serious Request. Ook voor de items in de ‘half acht uitzendingen’ op Nederland 3 gaan we heel Nederland door. We willen niet dat alles in de buurt van in dit geval Leiden wordt opgenomen, ondanks dat dit heel veel tijd zou schelen. Je hebt dan minder reistijd en hebt je items uiteindelijk sneller gemonteerd. Maar dat doen we bewust niet. We zijn bijvoorbeeld ook naar Vlieland geweest voor opnames. Dan moet iedereen wel even een tandje bijschakelen, maar het zijn wel dingen die je moet en kan doen om te laten zien dat in heel Nederland acties op poten worden gezet.”

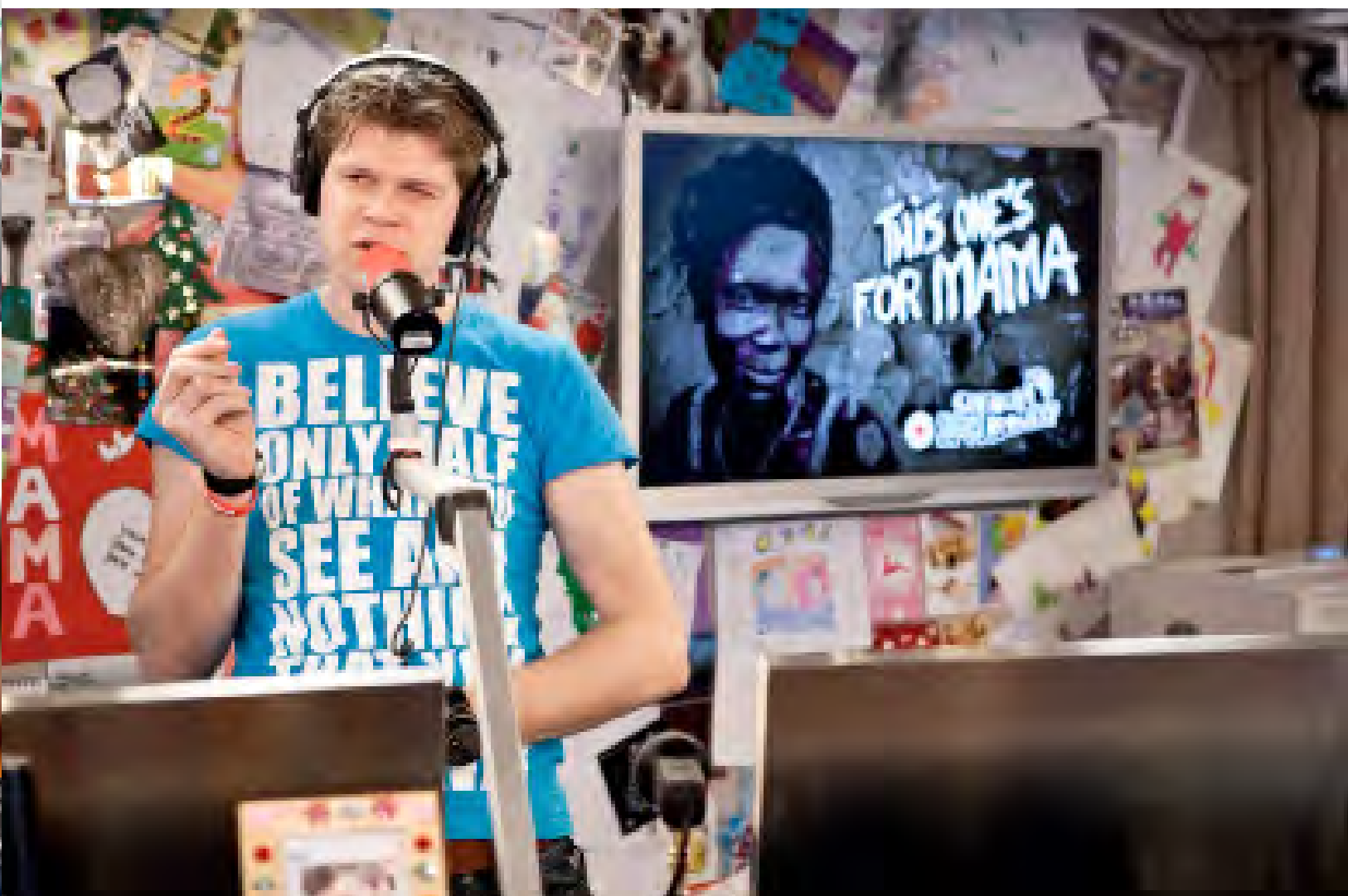
VOORUIT KIJKEN

Ander verschil is dat tegenwoordig eerder aan de voorbereidingen op Serious Request begonnen wordt. Mutsaers: “Toen ik hier in 2009 kwam werken, werd in maart van dat jaar nog bepaald waar eind van het jaar Serious Request zou gaan plaatsvinden. Ik heb vanuit Mojo wat productieachtergrond meegekregen en het leek me verstandiger één jaar vooruit te gaan denken. Voordeel is dan bijvoorbeeld dat de volgende stad dit jaar al kan komen kijken hoe het er aan toe gaat. Het is het enige moment in het jaar waarop dat kan. De regio kan zich voorbereiden en ook voor de productieplanning is het beter als je al vroeg afspraken kunt maken. We zijn op die manier gaan doen en dat heeft ook te maken met de omvang van het evenement. Het kan gewoon niet meer anders. Neem Leiden en Eindhoven: de gemeenten hebben daar met een crowdmanagementsysteem bekeken hoeveel mensen er op een dag op het betreffende plein lopen. Dat zijn gemiddeld zo'n 50.000 mensen....laten we zeggen een Pinkpopterrein vol! Daardoor krijg je ook te maken met de openbare orde, parkeergelegenheid en meer van dat soort zaken. En juist omdat we de basis hetzelfde willen laten zijn – klein en intiem – is gedegen voorbereiding noodzaak.”

BUITENLAND

Ook in Zweden, Zwitserland, België en Kenia stonden weer Glazen Huizen. Daar is 3FM nauw bij betrokken, vertelt Mutsaers: “Op Kenia na – waar ze niet zozeer geld ophalen, maar meer aandacht willen voor de problematiek – hanteren alle landen exact hetzelfde stramien, in dezelfde tijd van het jaar. Er is goed onderling overleg met die landen, maar ook de anderen doen dit inmiddels al een aantal jaren. Uiteraard kijk je dan ook naar elkaars ideeën. De Belgen hebben bijvoorbeeld aanvankelijk alles van ons overgenomen, maar één idee hebben wij dan weer





van hen: de 'sing-along'. Dat is op zichzelf geen rocket science, maar zij begonnen daarmee en het werkt heel goed. Een plein vol mensen die samen zingen, het klinkt vooraf misschien wat 'cheesy', maar het bleek echt leuk te zijn. Daar sloten we de afgelopen twee jaar de televisie-uitzendingen van half acht mee."

SPONTANITEIT

Ondanks alle ervaring die binnen boord is, spreekt Mutsaers van een hectische week als het over Serious Request gaat. "Dat komt doordat alle disciplines in die week samenkomen", legt hij uit. "Als je alleen al kijkt naar de output: radio, televisie, online, social media, 101 TV dat 24 uur per dag uitzendt. Je hebt dus met verschillende regies te maken, bijvoorbeeld ook voor de uitzendingen van half acht op BNN/NOS. Alleen dat al vraagt iets wat normaal niet elke dag gebeurt. Je wil elkaar niet in de weg lopen en zeker geen dingen dubbel doen. Het vergt nogal wat voorbereiding en juist dan moet je in het oog houden waarvoor we dit eigenlijk allemaal doen. Je moet geen dingen enkel en alleen voor mooie plaatjes op televisie gaan doen, maar altijd het doel voor ogen houden. Daarnaast ben je ook nog gewoon een evenement aan het produceren, met een flink podium op

een plein en alles wat daarbij komt kijken." Hoewel een strakke planning redelijk noodzakelijk is, behouden we tegelijk zoveel mogelijk ruimte voor spontaniteit, benadrukt Mutsaers: "Omdat zich zoveel aandient, zou je de neiging kunnen hebben om alles

"3FM SERIOUS REQUEST HEEFT MEDIAMATIG EEN EXTRA DIMENSIE GEKREGEN"

vooraf helemaal dicht te timmeren. Dat willen we echter niet. We vinden het juist mooi als Go Back To The Zoo en Giovanna onaangekondigd binnen komen vallen omdat ze het leuk vinden. Ook Minister Schultz stond op een gegeven moment gewoon spontaan bij de brievenbus van het Glazen Huis. Dat vind ik geweldig en daar moet je dan nog wel iets mee kunnen doen. Draaiboeken gaan dus dagelijks de prullenbak in."

SPANNEND

Elk jaar weer is Serious Request een happening voor iedereen die er bij betrokken is. Voor Mutsaers geldt hetzelfde: "Het is



bijzonder om mee te mogen maken. Er gebeurt aan de achterkant zo veel. Er is zo veel nieuwe techniek en er zijn zo veel mogelijkheden en ideeën. Het is echt leerzaam om te zien of dat allemaal goed gaat. Elke euro die we ophalen is er één. Gedurende de week stroomden ook dit jaar het geld en de steunbetuigingen weer binnen en dan ontstaat toch stiekem de hoop om ondanks de recessie toch weer een recordopbrengst te realiseren met elkaar. Dit jaar ging DJ Timur Perlin voor het eerst het huis in en dat was voor hem ook spannend. Zelf merk ik vooral na afloop dat er in die week toch behoorlijk veel druk is geweest. Geen vervelende stress, ik hou wel van wat druk, maar je merkt wel dat het er geweest is.”

OVERLEG

Voor Serious Request kan plaatsvinden is tussen heel wat partijen overleg geweest. “Ons team zit er uiteraard bovenop”, vertelt Mutsaers. “Productie, DJ’s, redacteuren, muzieksamenstelling... we hebben tegenwoordig trouwens zo veel mensen die nummers aanvragen, dat ik vind dat zo’n beetje elke plaat die we draaien uniek moet zijn, op de meest aangevraagde platen na uiteraard. Alle omroepen die op 3FM zitten werken mee, maar ook de mensen van de televisie (met name BNN en NOS), het Rode Kruis, de gemeente en bijvoorbeeld de teams van Little Fish voor de locatieproductie en Corrino, die de webstreams verzorgen. Er zijn gewoon veel praktische zaken die je allemaal met elkaar moet afstemmen, maar het begint met de keuze van de stille ramp waarvoor we het allemaal doen. Iedereen moet weten wat er aan de hand is. Er vinden vele sessies plaats met het Rode Kruis en Eric Corton waarin we gezamenlijk de inhoud afstemmen.”

WENNEN

Een belangrijke keuze die elk jaar gemaakt moet worden, is welke DJ’s plaats gaan nemen in het Glazen Huis. “Dit overleggen we intern met de omroepen. Bijna alle DJ’s vervullen een relevante rol in het geheel”, vertelt Mutsaers. “Eric Corton heeft bijvoorbeeld zijn eigen rol. Hij is ambassadeur van het Rode Kruis en wil zich vooral richten op de inhoudelijke duiding van de stille ramp. Sander Lantinga gaat op pad met Ramon Verkoeijen voor de Klusjesmannen.” Onlangs

nog sprak Mutsaers met DJ Rob Stenders over zijn tijd in het Glazen Huis, enkele jaren geleden. “Hij heeft al heel wat jaren op de radio achter de rug, maar zijn week in het Glazen Huis noemt hij nog altijd het hoogtepunt van zijn radiocarrière. Het is ook een ultieme vorm van radio maken. Je bent een week met je collega’s en de microfoons. Er komen wat mensen binnen en er gaan wat mensen weg, maar jij staat daar met die duizenden mensen voor je neus. Ook dat is wennen trouwens. Gerard Ekdome viel zowat om van verbazing toen hij dit jaar de eerste nacht om 02.00 uur aan zijn shift wilde gaan beginnen en er nog altijd honderden mensen op het plein stonden. Dat geeft energie, net zoals het voorbeeld van een klein jongetje dat zijn twee euro huilend in de brievenbus stopt omdat hij het eng vindt. Dan houden ze het binnen ook niet droog hoor.”

TEAMGEEST

Na een week Serious Request lijkt iedereen aardig gesloopt. Dat geldt in het bijzonder voor de DJ’s, maar feitelijk voor iedereen die er bij betrokken is. “Daarom hebben we dit jaar ook iedereen het podium op gehaald toen de DJ’s het huis mochten verlaten.” Het organiseren van 3FM Serious Request is bijzonder goed voor de teamgeest, weet Mutsaers: “Het is bikkelen en tegelijk ook erg inspirerend en leerzaam. Wat ook goed is: omroepen werken al op 3FM samen, maar bij Serious Request is het letterlijk een kwestie van elkaars taken overnemen. Redacteuren werken ineens voor DJ’s waar ze normaal niet voor werken. Het gebeurt vanzelf en je leert er echt veel van. Een fantastisch bijeffect is bovendien dat je elkaar ook weer tegenkomt bij de festivals die we jaarlijks samen doen en ook daar weet iedereen elkaar dan beter te vinden.”

ENSCHEDA

Na Leiden is het dit jaar de beurt aan Enschede. “Leiden was de beste editie tot dusver”, blikt Mutsaers terug. “De mensen uit Enschede zijn een paar keer komen kijken en waren heel enthousiast. Voor de editie in Enschede hebben op dit moment de eerste bezoeken ook alweer plaatsgevonden. Ik hoop dat het dit jaar ook weer de moeite waard wordt. Met een nieuw doel, maar hetzelfde principe... daar gaan we namelijk niet aan tornen.” ■