**Jingle-expert Bart van Gogh: ‘Radio overleeft komst podcasts en playlists, media kunnen elkaar versterken’**

*Radio overleefde eerder de komst van TV, maar moet wel nu digitaliseren*

Het einde van de radio is in het verleden al meerdere malen voorspeld. Bart van Gogh werkt veertig jaar in het radio-vak, onder meer als jingle-maker en stem van Sky Radio. Hij voorziet dat radio ook de komst van Spotify en podcasts overleeft, net zoals het de komst van TV overleefde. Radiozenders zouden zelfs nog meer kunnen samenwerken met podcasts en playlists, zodat beide kanalen van elkaars kwaliteiten profiteren.

In het recent verschenen boek *Bart! De Van Gogh van de jingles* (geschreven door journalist Jelle Boonstra) spreekt Van Gogh zich uit over het verleden en de toekomst van radio. Het boek vertelt niet alleen over het leven van Bart van Gogh, maar ook over de ontwikkeling van de piratenzenders, commerciële radio, jingles en digitale kanalen. In dit boek blikt Van Gogh terug en vooruit. Van Gogh begon veertig jaar geleden als radiomaker en groeide uit tot één van de meest bekende producers van jingles. Hij maakte onder meer jingles voor NOS Tour de France, TROS, Radio 2, Sky Radio, Radio 10 en Radio Veronica.

**Samenwerking radio en podcasts**

Het einde van de radio is al vaker aangekondigd, stelt Van Gogh. “We herinneren ons het nummer *Video Killed the Radio Star* nog wel. Net zoals er videotheken en tv-zenders bestonden, kunnen podcasts, playlists en radiozenders ook naast elkaar bestaan. Maar ik denk dat deze partijen wel met elkaar kunnen samenwerken, wat bij radio en tv nooit echt gelukt is. Tv-kijkers keken zapten uiteindelijk niet vaak naar kletsende radio-hosts.”

Radio en podcasts kunnen elkaar versterken, stelt Van Gogh. “Radio is altijd al een medium geweest waar mensen nieuwe muziek ontdekten. Waarom zou je er niet ook nieuwe podcasts kunnen ontdekken? Laten we het beste van beide werelden combineren. De radio zou een lineaire etalage kunnen worden voor podcasts en playlists. Podcasts hebben vaak een specifiek- of niche-publiek en daardoor vallen er gerichte advertenties voor te maken, wat voor adverteerders interessant is.”

**Ruud de Wild en Rauw**

Dat het anders kan, bewijst Ruud de Wild. In zijn podcast 30 MINUTEN RAUW stelt hij 30 minuten lang vragen aan een bijzonder persoon. Het resultaat van dit vraaggesprek hoort de luisteraar in de podcast. De podcast wordt gepromoot in het radioprogramma van De Wild op Radio 2, door er fragmenten uit te laten horen. Ook BNR is een voorloper op het gebied van podcasts.

Van Gogh: “Ruud de Wild heeft jarenlange radio-ervaring. Dat hij ook inzet op podcasts, stemt me hoopvol. Ik denk dat radiozenders op deze manier toekomstbestendig kunnen worden en blijven. Ook dit mediakanaal zal een digitale transformatie moeten doormaken.”

Bij het boek *Bart! De Van Gogh van de jingles* hoort een (gratis) online magazine, met verdiepende audio- en video-content. Dit zogenoemde [Bart van Gogh Magazine](file:///Users/aaronmirck/Downloads/topformat.nl/bartmagazine) is gemaakt door journalist Benno Roozen.

**Noot voor de redactie, niet ter publicatie**

Op zoek naar meer informatie over dit boek of een interview met Bart van Gogh? Neem dan contact op met Aaron Mirck via [aaron@bureaumirck.nl](mailto:aaron@bureaumirck.nl) of 06 3438 3309. Meer info, audio- en beeldmateriaal vind je via..

**‘Makers podcasts en Spotify-playlists onderschatten belang jingle’**

*Bart van Gogh pleit voor renaissance van jingle bij nieuwe media*

Nieuwe auditieve media als podcasts en Spotify-playlists vechten om de aandacht van de luisteraar. Toch zetten ze gek genoeg niet in op de auditieve herkenbaarheid van hun merk. Daarom is het tijd voor een renaissance van de jingle bij nieuwe media. Dat stelt Bart van Gogh. Hij is meer dan veertig jaar actief in het radio- en jinglevak. Op 17 november komt er een boek over het leven van Bart van Gogh uit.

“Ik probeer mijn kennis te delen met de nieuwe generatie makers. In de veertig jaar dat ik actief ben als jingle-maker en radio-coach, heb ik bepaalde wetmatigheden ontdekt. Een audiomerk maakt een zender herkenbaar, dat is een formule die altijd werkt”, aldus Van Gogh.

Op 17 november komt het boek *Bart! De Van Gogh van de jingles* uit (geschreven door journalist Jelle Boonstra). Dit boek vertelt niet alleen over het leven van Bart van Gogh – dat de nodige rock ’n roll kent en tot de verbeelding spreekt – maar gaat ook over de ontwikkeling van de piratenzenders, commerciële radio, jingles en digitale kanalen.

Van Gogh begon veertig jaar geleden als radiomaker en groeide uit tot één van de meest bekende producers van jingles. Hij maakte onder meer jingles voor NOS Tour de France, TROS, Radio 10, Radio 2, Sky Radio, Radio Veronica en tientallen radiozenders in Europa.

**Playlists: de Sky Radio van deze tijd?**

“Het belang van de jingle wordt nog te vaak onderschat, terwijl het zo’n mooie manier is om de naamsbekendheid van je merk te verhogen. Sky Radio heeft nooit dj’s gehad, maar wel jingles – waarvan ik er van 1995 tot 2007 talloze insprak. Vergelijk het met Spotify-playlists, waar ook geen dj te horen is. Dit soort playlists zouden hun naamsbekendheid kunnen vergroten met goede jingles”, aldus Van Gogh.

Volgens de jingle-deskundige is het nodig om ervoor te zorgen dat consumenten een bepaald merk herkennen. “Je wil ervoor zorgen dat men blijft teruggrijpen op je kanaal. Jingles zorgen ervoor dat je een playlist of podcast herkent. De jingle zou ook het audiomerk voor de media van deze tijd kunnen zijn. Er is immers meer keuze dan ooit, dus is het belangrijker dan in het verleden om herkenbaar te zijn.”

**Podcasts met een jingle**

Een goede jingle zorgt er volgens Van Gogh voor dat een bepaald kanaal herkenbaar wordt. Ook fungeert het vaak tussen spraak en muziek. “Een jingle fungeert nu vaak als brug tussen gesprekken of als inleiding van de podcast. Dat is een prima manier om een podcast herkenbaarder te maken, zoals bijvoorbeeld bij de RadioReuzen Podcast van Bert Kranenbarg. Ook de jingle van de populaire Zelfspodcast is een goede oorwurm, die nog dagen in je hoofd blijft zitten.”

Toch is dat niet de enige manier waarop een jingle ingezet kan worden door podcast-makers. “Je zou ook kunnen denken aan kruisbestuiving tussen verschillende podcasts. Waarom zou je niet iets vertellen over een andere podcast en vervolgens een jingle van deze andere podcast laten horen? Zo maak je het mogelijk dat er tussen verschillende kanalen bereik uitgewisseld wordt. Die kruisbestuiving is waardevol voor alle partijen.”

Bij het boek *Bart! De Van Gogh van de jingles* hoort een (gratis) online magazine, met verdiepende audio- en video-content. Dit zogenoemde [Bart van Gogh Magazine](file:///Users/aaronmirck/Downloads/topformat.nl/bartmagazine) is gemaakt door journalist Benno Roozen.

**Noot voor de redactie, niet ter publicatie**

Op zoek naar meer informatie over dit boek of een interview met Bart van Gogh? Neem dan contact op met Aaron Mirck via [aaron@bureaumirck.nl](mailto:aaron@bureaumirck.nl) of 06 3438 3309. Meer info, audio- en beeldmateriaal vind je via..