



In de ban van het BADKAMER HAAKJE

WAT BED & BREAKFAST ZO'N HIT MAAKT

Omroep MAX' *Bed & Breakfast* trekt elke aflevering dik een miljoen kijkers. Inmiddels is het dertiende seizoen te zien. Kneuterig? Uiteraard! En er zijn nóg vier redenen die bijdragen aan het succes.

TEKST JORIEKE VAN NOORLOOS



1. HET HEEFT EEN GOUDEN FORMULE

Het format is simpel. Zet drie B&B-stellen bij elkaar en laat ze elkaars accommodaties testen. Tijdens elke logeerpartij wordt genoemd hoe duur een kamer is, waarop de deelnemers bepalen hoeveel zij 'm daadwerkelijk waard vinden. Dat bedrag stoppen ze in een envelop. Het stel dat het hoogste bedrag in verhouding tot de vraagprijs uit die envelop vist, is de winnaar. Tussen de beoordelingen door wordt bij elke B&B ontbeten en doen de deelnemers een activiteit. Lekker voorspelbaar - en dat is precies de bedoeling. "Het patroon van een aflevering is altijd hetzelfde", zegt Mariët van de Weg, die als productie leider al vanaf het begin bij het Omroep Max-programma betrokken is. "Die herhaling is de magie."

2. DE RESEARCH IS GRONDIG

Maar een format kan nog zo goed zijn: het zijn de kandidaten die elke aflevering weer de kers op de taart blijken. "We werken met heel gewone mensen, dat is prettig om naar te kijken", legt Mariët uit. Een deel van hen meldt zichzelf aan, maar vaker worden deelnemers door het productieteam benaderd. Want niet iedereen kan zomaar meedoen: er wordt grondig gezocht naar geschikte, televisie-proof duo's. Mariët: "Bij de research wordt gekeken naar communicatie, wat voor type mensen het zijn en natuurlijk wat voor accommodatie het is. Ook moet de combinatie van de drie stellen voor ons gevoel kloppen. Daarnaast gaan we vóór de uitzending al

'ALS KIJKER WEET JE GEWOON DAT HET ALTIJD GOED AFLOOPT'

bij de B&B's op bezoek, want we willen mensen niet in vieze bedden laten slapen. Daardoor hebben we ook nooit echt slechte accommodaties in beeld gehad. Goed, iets kan je smaak niet zijn. Maar slecht was het nooit."

3. HET IS DUS KNEUTERIG

Behalve het overzichtelijke format en de gezellig keuvelende kandidaten drijft *Bed & Breakfast* ook op een ander element waar Nederlanders dol op zijn: het is zo lekker kneuterig. Vanuit Omroep MAX krijgt het productieteam de opdracht om een 'feelgoodprogramma' te maken, dus er is geen plek voor uit de hand gelopen ruzies of overspelige B&B-eigenaren - daarvoor zap je wel naar *Ex on the Beach* en *Temptation Island*. Mariët: "Soms is er een kleine confrontatie, maar als kijker weet je

gewoon dat het altijd goed afloopt." Toch valt het niet altijd te redden: "Als kandidaten moeten bepalen hoeveel geld ze hun overnachting waard vinden, gaan we met ze in gesprek. Zo wilde een stel vijftig procent minder dan de vraagprijs geven. Ik heb toen gezegd: ik kan jullie niet tegenhouden, maar zo komen jullie niet sympathiek over op tv. Toen hebben ze er veertig procent van gemaakt."

4. IEDEREEN IS LIEF

Saillant detail: het geld in de enveloppen is niet van de kandidaten zelf. Omdat niet iedereen een even grote bankrekening heeft, hoeven ze daar niet zelf voor op te draaien. Zo wordt er eerlijk gejureerd, is het idee. Ja, ook achter de schermen gaat het er dus degelijk aan toe. Mariët: "Zowel voor, tijdens als na een aflevering worden de B&B-houders intensief begeleid. We vertellen de mensen dat je van elkaars bedrijf kan leren. Wees niet te negatief, maar zegt dat je iets 'anders' zou aanpakken. Als we in de montage zien dat een kandidaat heel kritisch is, knippen we er wat uit." Die aanpak zorgt voor tevreden deelnemers die niet achteraf de vuile was buiten hangen. Zo kijken Sophie (35) en moeder Hanneke (58) uit Alkmaar alleen maar positief terug op hun deelname. Sophie: "Ik wilde gewoon iets leuks met mijn moeder doen, had het eigenlijk nog nooit gezien. Ik zag het een beetje als een vakantie, maar het is echt hard werken; zes dagen lang wordt er gefilmd voor één aflevering."

5. HET IS KLEINE TV

Wat win je eigenlijk als jouw B&B als hoogst gewaardeerde uit de aflevering komt? Nou: de eer. Meer niet. En dat is fijn in een tv-landschap waar hoofdprijzen soms in de miljoenen lopen. Aan *Bed & Breakfast* doe je mee omdat je het leuk vindt. Sterker: omdat het programma wordt uitgezonden door de publieke omroep, mag het helemaal geen commerciële insteek hebben. Zo worden achternamen van kandidaten niet bekendgemaakt en blijven de exacte locaties van de accommodaties geheim. Sophie mocht op social media dus ook geen reclame maken voor 'haar' uitzending. "Maar we kunnen allemaal wel bedenken dat een aflevering een positieve invloed heeft op je bedrijf", knipoogt Mariët. Volgens Sophie doen kijkers de aflevering inmiddels zelfs na: "Fans organiseren precies dezelfde logeerweek als wij hadden. Dan slapen ze eerst bij Esther en Camille in Súdwest Fryslân, vervolgens bij Yvonne en Kees in Weststellingwerf en tot slot bij mij en mijn moeder in Alkmaar. Heel gezellig." Ja, dát is het. *Bed & Breakfast* is gezellig. ■

TV | *Bed & Breakfast* | NPO 1 | vrijdag

Dit vindt de fan

Merel Schut (33) is fan van *Bed & Breakfast* en twittert als @WebMerel mee. "Ik ben gek op die Hollandse knulligheid. Eén aflevering zal me altijd blijven. Daarin werkten Barry en Sandra en hun accommodatie leek net een seksclub. Hilarisch. En een man die zijn B&B 'hufferproof' had gemaakt, vergeet ik ook nooit. Alles was dichtgetimmerd. Als je zo bang bent dat er iets stukgaat, moet je dan wel mensen bij je laten slapen? Soms denk ik: leuke plek, wil ik ook wel heen. Maar ik doe het eigenlijk nooit. Zo'n überfan ben ik nou ook weer niet. Ik twitter graag tijdens de uitzendingen. Als mij iets opvalt, is het leuk om te checken of anderen het er ook over hebben. Laatst ging het los op Twitter toen ik vroeg: 'Omschrijf het concept van *Bed & Breakfast* in zes woorden'. Ik kreeg antwoorden als: 'Ik wil niet zeuren, hoor, maar...' en 'Geen haakje voor de badjas, jammer'. Zo herkenbaar allemaal. Ik zit vaak te gieren voor de tv."