

Podcastrecensie: Bakkie Media

09-12-2021 11:00



'Bakkie Media is de podcast over marketing en media waarmee je binnen 15–20 minuten op de hoogte bent van alles wat er speelt in medialand', zo belooft Topcast Media, waar de podcast onderdeel van is. Een gewaagde belofte. Niet alleen omdat 'alles' heel veel is, maar ook omdat elke aflevering minimaal 32 minuten duurt. Is het de bedoeling eerder af te haken, een en ander door te spoelen?

De initiatiefnemers zijn ervaren mediaprofessionals: Daniel Kok en Thijs van Dijk. Zij werkten samen bij het Belgische bedrijf Mediahuis, zijn zelfbenoemde vakidioten en begonnen in 2019 met de podcast Bakkie Media. Onder het genot van een bakkie koffie geven zij hun kijk op het mediavak, marketing en communicatie. Aanvankelijk was dat wekelijks, tegenwoordig verschijnen de afleveringen minder frequent; ongeveer om de drie á vier weken. Komt dat wellicht omdat Thijs van Dijk en Daniel Kok andere zaken aan hun hoofd hebben? Per 1 januari 2022 beginnen zij allebei bij marketing-en mediabureau Abovo Maxlead. Zij gaan als duo leiding geven aan een nieuwe 'branded content unit.' Of ze Bakkie Media erbij blijven doen, is onduidelijk. Maar wie de podcast nog niet kende en er gecharmeerd van raakt, heeft nog 72 afleveringen om terug te luisteren.

Gouden Barista en Koffie Verkeerd

Die hebben allemaal een eigen thema, variërend van comedy in commercials, de jeugd van tegenwoordig en binge marketing tot 'sex sells', modern feminisme en de generatiekloof.

Vast item binnen de show is de nominatie voor Gouden Barista en de Koffie Verkeerd (vergelijkbaar met de Loden Loekie), die aan het eind van het jaar in verschillende categorieën wordt uitgereikt, zoals Innovatie van het jaar, Persoon van het jaar, The 'Woke' Barista, Meest Creatieve Uiting, Adverteerder van het Jaar en Lineaire TV-hit van het jaar.

'Slap koffieleuteren' en deskundigen

De podcast zit goed en overzichtelijk in elkaar. Vooraf is meteen duidelijk wat je als luisteraar kunt verwachten. Thijs en Daniel hebben bovendien prettige radiostemmen, wat helpt bij het luisteren. Ze praten soms wel erg snel, waardoor hun dialoog hier en daar enigszins opgefokt overkomt. In een review beschrijft een luisteraar dat als 'erg hyper'.

Vooraf bij de lange inleiding van het thema reikt de informatie daarover nog niet veel verder dan vriendschappelijk, vrolijk geklets (en gelach) van de twee mannen, vergelijkbaar met dat van dj's op radio 3. 'Ouwehoeren' en 'Slap koffieleuteren' noemen ze dat zelf, dus dat zal ook de bedoeling zijn. Om wat tegenwicht en verdieping te geven, nodigen zij elke keer een wetenschapper of deskundige uit, die in een monoloog meer over het onderwerp vertelt.

In de recentste aflevering van november, over het generatiedenken, is dat psycholoog en loopbaanadviseur Nienke Wijnants, bekend van de bestseller *Het Dertigersdilemma*. Zij legt in haar betoog uit waarom zij generatiedenken onzin vindt. Wijnants krijgt ruimschoots de tijd om haar standpunten aan de hand van verschillende onderzoeken toe te lichten. Kijk, daar heb je wat aan! Ze reikt goede informatie aan, geeft heldere voorbeelden en zet de luisteraar op het spoor van interessante onderzoeken en wetenswaardigheden. Ook in andere afleveringen voegen juist deze serieuzere items iets toe en verbreden de kennis, als je daarnaar op zoek bent. Vervolgens keren Daniel en Thijs weer terug en babbelen aan de hand van soms vermakelijke, persoonlijke voorbeelden verder over het thema.

Voor media- en marketingprofessionals een aardige podcast, al kun je je afvragen of zij van de besproken ontwikkelingen vaak niet al op de hoogte zijn. Om echt een trouwe luisteraar te worden, biedt hij mij net niet genoeg om te blijven hangen en te verlangen naar weer een nieuwe aflevering. Enige affiniteit met de hosts is noodzakelijk om je geen 'buitenstaander' te voelen bij hun 'geouwehoer' en royale gelach. Het gesprek houdt weliswaar verband met het onderwerp, maar je bent soms toch geneigd te denken 'wat moet ik hiermee?' En dan duren 32 minuten lang. Voor wie in Thijs en Daniel echter twee toffe gasten ziet, hun geklets best een half uurtje in zijn oor duldt en op zoek is naar goed onderbouwde trends en ontwikkelingen op marketing-en mediagebied, heeft Bakkie Media zeker iets te bieden.