

DE NIEUWE BIOSCOOP

De effecten van Digitalisering bij Wolff CineStar



FINISH

Naam: Anne Beerens
Studentnummer: 3348407
Begeleider: Ansje van Beusekom
Datum: 2 juli 2012

Filmwetenschappen
Bachelor Eindwerkstuk
Digitalisering
Blok 4, studiejaar 2011-2012

“The digital reinvention of the cinema is every bit as revolutionary as the dawn of cinema itself, and it comes with an entirely new set of rules and expectations.”

Dixon en Foster

VOORWOORD

Tijdens het starten van films in de donkere cabines van Wolff CineStar spookte regelmatig de volgende gedachte door mijn hoofd: als er geen filmrollen meer worden gedraaid in bioscopen, kunnen we technisch gezien dan nog wel spreken van 'naar de film gaan'? Of wordt alles anders...? Celluloid of pixels, de bioscoopbezoeker ziet geen verschil. Maar digitale projectie kent in tegenstelling tot zijn fysieke voorganger geen grenzen en brengt daardoor nieuwe mogelijkheden met zich mee. Consumenten zullen ondanks de verschillende mogelijkheden om een film te kijken nog steeds een film op het grote scherm van de bioscoop willen zien. Waarom? Beleving. Zowel om het visuele- en auditieve spektakel als het sociale aspect van een avondje uit. Film verdwijnt inderdaad. Maar films niet.

Als bioscoopoperator vind ik het zonde dat filmrollen uit de bioscoop zijn verdwenen. Tegen een operator zeggen dat er geen films meer zijn is alsof je tegen een timmerman zegt dat het hout op is: een ambacht gaat verloren. Als filmwetenschapper vind ik het digitaliseringsproces daarentegen heel interessant omdat de technische omslag tevens het beginpunt van een nieuwe periode is. Er ontstond een dubbel gevoel tijdens het schrijven van dit eindwerkstuk, wat een symbolische afsluiting vormt voor mijn tijd als bachelorstudent en operator.

INHOUD

Inleiding	4
1. Van analoog naar digitaal	6
Langzaam digitaal	6
<i>3D: de stuwende kracht</i>	
<i>Cinema Digitaal</i>	
Wolff CineStar: 100% digitaal	8
<i>Een digitale film</i>	
<i>TMS: besturingssysteem van de bioscoop</i>	
<i>Het einde van de operateur</i>	
<i>Digitaal transport</i>	
Conclusies	11
2. Aanbod	12
3D	12
Re-releases	13
Alternatieve content	13
<i>Theater: opera en ballet</i>	
<i>Sport</i>	
<i>Muziek</i>	
Eigen content	14
<i>Polygoonjournaal</i>	
Conclusies	15
3. Programmering	16
Programmering film	16
Programmering alternatieve content	17
Een digitale bioscoopomgeving	18
Conclusies	19
Slot	20
Literatuur	21
Bijlagen	22
Met dank aan	25

INLEIDING

26 juni 2008, Wolff CineStar Enschede

De aftiteling van *INDIANA JONES AND THE KINGDOM OF THE CRYSTALL SKULL* (2008) rolt voor de eerste keer over het doek van zaal 4. De bezoekers staan langzaam op en praten druk na over de nieuwste film uit deze klassieke filmreeks. Het was weer een avond vol ouderwets popcornvermaak. Maar zou iemand zich gerealiseerd hebben dat ze twee uur lang naar geprojecteerde pixels hebben gekeken?

Naast Wolff CineStar zijn de afgelopen jaren bioscopen wereldwijd overgestapt op digitale projectie. Een technisch proces dat volledig achter de schermen afspeelt met ingrijpende veranderingen voor de bedrijfsvoering van filmdistributie en bioscoopvertoning. De bezoeker merkt weinig van het verschil tussen een analoge en digitale film, maar profiteert wel van de nieuwe mogelijkheden die digitale projectie met zich meebrengt. Wat het digitaliseringsproces precies inhoudt en welke ontwikkelingen een bioscoopbedrijf hierin doormaakt zal in dit eindwerkstuk besproken worden.

Het is belangrijk om rekening te houden met het feit dat digitale projectie nog erg jong is. Hierdoor is er nog weinig wetenschappelijk onderzoek naar verricht. *Stichting Filmonderzoek* kan worden beschouwd als een pionier op dit gebied en heeft in mei 2012 een rapport uitgebracht naar de verwachte effecten van de digitalisering van het Nederlandse vertoning- en distributiecircuit. Een vroeg onderzoek wat uiteenlopende conclusies opleverde. Het rapport van Stichting Filmonderzoek toont aan dat het digitaliseringsproces kan worden beschouwd als een complex proces. Hoewel de aanloop naar volledige transitie enkele jaren in beslag heeft genomen is het proces niet 'voltooid' met de installatie van digitale apparatuur. De filmbranche bevindt zich nog middenin de ontwikkelingen. Dit eindwerkstuk zal daarom een beschrijven karakter hebben.¹

Het digitaliseringsproces is dus jong, complex en nog steeds vol in ontwikkeling. Dit symboliseert tevens de kern van digitaal: in tegenstelling tot analoog wordt het gekarakteriseerd door verandering. Om toch de eerste gevolgen van digitale projectie te kunnen aantonen kan een case study uitkomst bieden. Hiermee bestaat er een duidelijk afgebakend kader, zodat heel specifiek kan worden ingegaan op de eerste ervaringen met digitaal. In dit eindwerkstuk zal worden ingezoomd op Wolff CineStar in Enschede, een multiplex van 10 zalen die vanaf september 2011 volledig is overgestapt op digitale projectie. Juist omdat digitaal nog 'vers' is kunnen concrete voorbeelden uit de *praktijk* een waardevol inzicht geven voor de toekomstverwachtingen. Om de ontwikkelingen rond de overstap op digitale projectie in een bredere context te kunnen plaatsen, zal het werk van twee theoretici van belang zijn. Zowel Henry Jenkins als Chris Anderson beseften dat de introductie van een nieuw digitaal medium een enorme impact kan hebben op de oorspronkelijke manier van denken en zaken doen.

¹ Stichting Filmonderzoek, *Digitale Cinema. Een onderzoek naar de verwachte effecten van de digitalisering van het Nederlandse vertoning- en distributiecircuit*. (Utrecht, mei 2012), 54.

Theoretisch kader

De hedendaagse samenleving wordt overspoeld door virtuele content, wat op bijna ieder digitaal medium met een scherm kan worden afgespeeld. In het boek *Convergence Culture* beschrijft Henry Jenkins het begrip *convergence* waarmee hij de stroom van content tussen media platforms bedoeld, maar ook de samenwerking tussen mediabedrijven en het 'migratiegedrag' van het publiek die bijna overal op zoek gaan naar entertainmentbeleving.² Media convergence is volgens Jenkins meer dan een technische verandering omdat convergence "de relatie verandert tussen de bestaande technologieën, industrieën, markten, genres en doelgroepen." Jenkins benadrukt dat het begrip betrekking heeft op een *proces* en zeker geen eindpunt is: een interessante theorie om de ontwikkelingen rond digitale projectie te benaderen.³

Chris Anderson legt een verband tussen technische innovaties- en marktontwikkelingen. In zijn boek *The Long Tail* beschrijft hij een markt waarin nicheproducten met weinig afnemers gezamenlijk een groter deel van de markt innemen dan de 'hits'.⁴ Het Internet maakt dit mogelijk, omdat het digitale distributiekanaal veel groter is dan een fysieke winkel. Hetzelfde principe zou kunnen gelden voor de vertoning van audiovisuele content in de bioscoop aangezien dit niet langer gebonden is aan een fysieke print. Anderson zal met zijn theorie kunnen bijdragen aan de vraag in hoeverre digitalisering invloed zou kunnen hebben op de programmering van Wolff CineStar.

Een revolutie? Of slechts een technische omwenteling? *Wat zijn de effecten van het digitaliseringsproces binnen Wolff CineStar?* Het is onmogelijk om in dit eindwerkstuk alle gevolgen van het digitaliseringsproces te beschrijven. Daarom zal er een focus liggen op drie onderdelen: In hoofdstuk één zal de uitrol van digitale projectie bij Wolff CineStar worden besproken in vergelijking tot de landelijke ontwikkelingen. Daarbij zal onderzocht worden in hoeverre digitale projectie invloed heeft op de interne bedrijfsvoering van Wolff CineStar. Vervolgens zal in hoofdstuk twee het aanbod- en hoofdstuk drie de programmering van de bioscoop onder de loep genomen worden. In hoeverre oefenen digitale media, maar ook de consument invloed uit op de voorstellingen van Wolff CineStar?

Toelichting

In het verslag zal naar de bijlagen worden verwezen met **[B.X]** waarbij X het nummer van de juiste bijlage is.

² Henry Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* (New York: New York University Press, 2008), 2.

³ Jenkins, *Convergence Culture*, 15-16.

⁴ Chris Anderson, *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More* (New York: Hyperion, 2006), 52.

VAN ANALOOG NAAR DIGITAAL

De eerste digitale voorstelling van Wolff CineStar vond plaats op 26 juni 2008. De eerste stap naar het projectiesysteem van de toekomst was gezet. De analoge- en digitale projectoren stonden in cabine 4 naast elkaar en namen elkaar over: de analoge projector draaide het voorprogramma, de digitale projector de hoofdfilm. Waarom? De content voor de reclameblokken en de trailers was nog niet digitaal beschikbaar. Digitale projectie stond omstreeks 2008 niet alleen bij Wolff Bioscopen, maar in heel Nederland nog in de kinderschoenen.⁵ Hoe zag de weg van analoog naar digitaal eruit?

Langzaam digitaal

Het gebrek aan digitale content vormde tijdens de eerste jaren van de digitale uitrol een landelijk probleem. Omdat de afzetmarkt in Nederland door het beperkte aantal 'digitale zalen' nog zeer klein was, zagen distributeurs geen reden om films zowel analoog- als digitaal uit te brengen. Bioscopen werden hierdoor terughoudend in de overstap naar digitaal te maken, want zonder voldoende digitale content waren er geen films om te vertonen. Er ontstond een kip-of-het-ei situatie: moesten bioscopen eerst digitale projectoren installeren of moesten distributeurs eerst digitale films beschikbaar stellen?⁶ Niet alleen de content vormde een reden om nog even te wachten met digitaal. Ook door de hoge kosten en de risico's van een nieuw systeem lag de drempel hoog om te digitaliseren. Bovendien hadden oorspronkelijke analoge projectoren nauwelijks onderhoud- en afschrijvingskosten vergeleken met digitale systemen. Tegelijkertijd zagen de meeste exploitanten nog geen concrete voordelen in digitale projectie aangezien bezoekers niet bewust waren van het verschil met analoog. Hierdoor bleven Nederlandse partijen vooral naar elkaar kijken en werd digitalisering beschouwd als een optie – geen noodzaak.⁷

Het digitaliseringsproces kwam landelijk traag van de grond. 'Holland Film Nieuws' schrijft in april 2008 dat grote bioscoopconcerns over enkele digitale installaties beschikken, maar hier alleen (nog) mee experimenteren.⁸ Wolff CineStar vertoonde vanaf juni 2008 in één zaal digitale voorstellingen, maar in de overige negen zalen werden nog steeds uitsluitend analoge films vertoond. In de zomer van 2008 werd een tweede digitale projector geplaatst in cabine 5, een middelgrote zaal met 266 stoelen. Een bewuste keuze in verband met de programmering. Minder goed bezochte films konden hierdoor in een kleinere zaal vertoond worden, wat flexibiliteit creëerde. Het gebrek aan digitale content vormde bij Wolff CineStar geen probleem omdat de ruime cabines de mogelijkheid boden om analoge projectoren te laten staan. In tegenstelling tot kleinere bioscopen hoefde CineStar dus geen afscheid te nemen van het oorspronkelijke systeem en werd digitale projectie nog beschouwd als 'extra optie'. Toch was een digitale toekomst onvermijdelijk. Het was alleen nog niet

⁵ In maart 2008 waren er nog maar 31 Nederlandse bioscoopzalen digitaal. Zie het artikel van André Waardenburg, "Nooit meer zeulen met filmblikken," *NRC Handelsblad*, 19 maart, 2008.

⁶ Ibidem.

⁷ Stichting Filmonderzoek, 14.

⁸ Frank de Neeve, "Update Nederland Digitaal," *Holland Film Nieuws* 81 (2008): 35.

duidelijk hoelang Wolff CineStar en andere bioscoopexploitanten nog zouden wachten met volledige digitalisering.

3D: de stuwende kracht

Er moest iets gebeuren in de filmbranche, want het digitaliseringsproces leek stil te staan. Wolff CineStar weerspiegelt deze 'stilstand' want sinds de installatie van de tweede digitale projector in cabine 5 waren er geen ontwikkelingen meer geweest. In de tweede helft van 2009 kwam hier verandering in met de aankondiging van de film AVATAR (2009).⁹ Deze film bleek naast een unieke bioscoopervaring tevens een groot kassasucces te zijn. De reden: 3D. Om films driedimensionaal te kunnen vertonen moest de exploitant wel digitale projectie in huis hebben dat was uitgerust met 3D technieken. Wolff CineStar paste vóór de release van Avatar de projector van zaal 5 aan, zodat de apparatuur klaar was voor 3D-vertoningen. Maar niet alleen Wolff CineStar wilde een graantje meepikken van het succesvolle AVATAR en de verwachte populariteit van komende 3D-films. Volgens Stichting Filmonderzoek kreeg digitale projectie met 3D een toegevoegde waarde en was er een reden om de ontwikkeling naar digitaal eindelijk door te zetten. Het gevolg was dat er een tijdelijk internationaal tekort ontstond aan projectieapparatuur.¹⁰

Cinema Digitaal

Ondanks de populariteit rond digitale 3D vertoningen zette het digitaliseringsproces niet verder door: één zaal met 3D was immers genoeg. Wolff CineStar –nog steeds voorzien van twee digitale projectoren in zaal 4 en zaal 5– verving deze in juli 2010 voor nieuwere modellen met een hogere resolutie. De techniek van digitale projectoren- en servers werd op de achtergrond namelijk gewoon doorontwikkeld, met het gevolg dat bioscoopexploitanten vrij snel met een verouderd model zaten. Hoewel het aantal digitale projectoren bij Wolff CineStar niet toenam, werd in het najaar van 2010 op papier wel een grote stap vooruit gezet in de vorm van Cinema Digitaal.

Holland Film Nieuws, het vakblad voor de Nederlandse filmbranche, kondigt in het nummer van augustus 2010 groots aan: "Cinema – eindelijk – Digitaal.nl".¹¹ Het digitaliseringsplan voor de bioscoopsector is branchebreed geadopteerd en ligt klaar om uitgevoerd te worden. Cinema Digitaal is een businessplan voor een digitale uitrol in Nederland, uitgevoerd door de filmbranche zelf en aangestuurd door de NVB, NVF en EYE Film Instituut Nederland. Het doel van het digitaliseringsplan is een "snelle, gecoördineerde en volledige transitie in de Nederlandse filmsector van analoge naar digitale technologie".¹² Wolff Bioscopen besloot mee te doen met Cinema Digitaal. Met dit besluit geeft de exploitant de regie van het digitaliseringsproces uit handen, in ruil voor een snelle en volledige omslag. De financieringsmix van Cinema Digitaal biedt de exploitant grote voordelen, want de zalen worden uitgerust met een digitale basisinstallatie die over ongeveer acht jaar kan worden afbetaald.¹³

⁹ De première van Avatar was op 17 december, 2009.

¹⁰ Stichting Filmonderzoek, 14.

¹¹ Frank de Neeve, "Cinema – eindelijk – Digitaal.nl," *Holland Film Nieuws* 95 (2010): 14-15.

¹² Stichting Filmonderzoek, 15.

¹³ Frank de Neeve, "Cinema – eindelijk – Digitaal.nl," *Holland Film Nieuws* 95 (2010): 14-15.

Op deze manier is het financieel haalbaar om een multiplex als Wolff CineStar in één keer te digitaliseren. Het proces werd in gang gezet en Wolff CineStar was vanaf september 2011 volledig digitaal.

Wolff CineStar: 100% digitaal

September 2011. In de cabine van Wolff CineStar stonden binnen een week tien zwarte digitale projectoren. Analoge projectoren werden voorzichtig afgebroken en de laatste analoge films werden gedemonteerd en teruggestuurd naar de filmcentrale. Vanaf toen liep de filmvertoning volledig op eentjes en nulletjes: een ingrijpende verandering in het bedrijfsproces en voor het personeel. Welke aspecten werden met digitale projectie geïntroduceerd en welke aspecten gingen verloren?

Een digitale film

Analoog of digitaal, het product van Wolff CineStar is film. Hoewel de structuur van de voorstelling onveranderd blijft verlopen de werkzaamheden met digitale films op een andere manier. Hoofdfilms worden niet meer op 35mm in aktedozen aangeleverd, maar als Digital Cinema Package (DCP). Het DCP bestaat uit bestanden die voor transport staan opgeslagen op een harddisk en zijn verpakt in een koffertje. Na binnenkomst wordt de film ingeladen op een centrale digitale bibliotheek: het Library Management System (LMS). Dit systeem bevat alle films die in Wolff CineStar draaien. Het LMS is een onderdeel van het Theater Management Systeem (TMS). Een centraal systeem dat door middel van een netwerk in verbinding staat met de servers van alle zalen. Om ongeautoriseerde filmvertoningen te voorkomen, kan een film niet worden afgespeeld zonder Key Delivery Message (KDM). Dit is een softwaresleutel die precies weet vanaf wanneer- en tot wanneer een film vertoont mag worden. Iedere 'key' is uniek en wordt speciaal per film en per bioscoop gegenereerd. "Bij digitale cinema vormen een digitale cinema print (DCP) en een softwaresleutel (KDM) de speelfilm op het witte doek".¹⁴

TMS: besturingssysteem van de bioscoop

Het Theater Management Systeem is geen overbodige luxe in een multiplex als Wolff CineStar. **[B.1]** Het nieuwe systeem werd in september 2011 tijdens de volledige omslag naar digitaal geïnstalleerd. Een TMS koppelt via het netwerk alle digitale apparatuur in een bioscoop aan elkaar, waardoor de bioscoop gemakkelijk vanuit één punt bestuurd kan worden. Het TMS speelt dus een centrale rol in de dagelijkse bedrijfsvoering van een digitale bioscoop.¹⁵ De operateur houdt zich bij Wolff CineStar nog steeds bezig met films monteren, maar nu digitaal. Na het inladen van een film op de server moet er een 'show' aangemaakt worden. Deze show bestaat uit reclame, trailers, de hoofdfilm en pulsen om bijvoorbeeld de zaallichten uit te doen of het beeldformaat te verwisselen van widescreen naar cinemascope. Oorspronkelijk was dit een kwestie van secuur knippen en plakken, maar nu wordt alles in het TMS geprogrammeerd. Als de show klaar is kan deze naar de servers worden getransporteerd

¹⁴ Benny IJntema, "Maccsbox genereert sleutels," *Holland Film Nieuws* 102 (2011): 17.

¹⁵ Frank de Neeve, "TMS: besturingssysteem van de bioscoop," *Holland Film Nieuws* 102 (2011): 28-29.

en worden de aanvangstijden ingesteld. Zonder TMS zou dit proces bij iedere zaal herhaald moeten worden, zoals een analoge film 'vroeger' voor iedere voorstelling opnieuw ingelegd moest worden. Het TMS verbetert de efficiëntie want het volledige weekprogramma kan hiermee door één persoon geprogrammeerd worden. Het is een automatiseringssysteem dat verregaande consequenties zou hebben voor het technische personeel van Wolff CineStar.

Het einde van de operateur

In de cabine van Wolff CineStar waren in het 'analoge tijdperk' (2000-2011) gemiddeld twaalf medewerkers in dienst. Op het moment van schrijven (juni 2012) is het cabineteam door het digitaliseringsproces gehalveerd naar zes operateurs. In september 2012 zal bij Wolff CineStar nog één operateur in dienst zijn die de aangepaste functie van facilitair medewerker zal uitvoeren. De volledige omslag naar digitaal is dan precies één jaar geleden. Wat gebeurde er met de operateur?

Met het verdwijnen van de mechanische projectoren en de analoge filmrollen is het ambachtelijke vak van de operateur verdwenen. Films hoeven simpelweg niet langer gemonteerd- of ingelegd te worden want een digitale cabine is een geautomatiseerde cabine. "Voor de operateur verandert er veel, zo niet alles: ze lijken namelijk nauwelijks nog nodig," schrijft het HFN in augustus 2011.¹⁶ Toch waren operateurs tijdens de overgangperiode naar digitaal nog onmisbaar, want digitale projectoren- en servers waren nieuw en hadden 'kinderziektes' die regelmatig storingen veroorzaakten. Operateurs moesten binnen een korte periode niet alleen leren werken met nieuwe technieken en software, maar ook onbekende storingen proberen op te lossen. Problematisch, want de exploitant is geen eigenaar van de apparatuur waardoor de operateur niet bevoegd is om de projector open te maken. In tegenstelling tot een mechanische projector waarbij het probleem snel zichtbaar is kan een operateur bij digitale storingen alleen de apparatuur herstarten. Digitale projectoren- en servers zijn complexe machines die veel meer 'kunnen' dan analoge projectoren, met gevolg dat er meer storingen kunnen ontstaan. In de toekomst zullen specialisten storingen van buitenaf oplossen door via het netwerk in te loggen op de server, net als bij de installatie van updates. Technisch onderhoud zal tevens worden uitbesteed.

Taken die overblijven voor de operateur bestaan uit het inladen van films- en keys, het maken van shows en het invoeren van de programmering. Taken die allemaal softwarematig worden uitgevoerd in het TMS. Hierdoor is het fysieke werk van de operateur volledig verdwenen. Omdat de oorspronkelijke werkzaamheden van de operateur zijn komen te vervallen, hebben sommige bioscoopketens een nieuwe functie ingevoerd: facilitair medewerker. Deze zal tevens verantwoordelijk zijn voor de onderhoud van het interieur en overige technische zaken in het theater.¹⁷ Operateurs met een contract voor onbepaalde tijd zullen een ontslagvergoeding krijgen. Contracten van operateurs met bepaalde tijd worden niet verlengd. Het lot van de operateurs zou vergeleken kunnen worden met die van de bioscoopmusici tijdens de introductie van geluid in de jaren '30. Deze technische omslag verving de muzikale begeleiding waardoor alle bioscoopmusici op straat kwamen te staan. Karel

¹⁶ Lucia Alleman, "Het einde van een tijdperk," *Holland Film Nieuws* 101 (2011): 16-17.

¹⁷ Ibidem.

Dibbets geeft in “The Introduction of Sound” een interessant inzicht in deze periode: “The transition from [silent to sound film] marks a period of grave instability as well as great creativity in the history of cinema. The new technology produced panic and confusion, but it stimulated experiments and expectations too.” Een bijzonder herkenbare uitspraak binnen de hedendaagse transitie, want afgezien van de woorden tussen de toevoegde haakjes had Dibbets het evengoed over het digitaliseringsproces kunnen hebben.¹⁸ De komst van digitale projectie zorgde voor veel onzekerheid onder operateurs, maar zorgde tegelijk voor nieuwe vertoningsmogelijkheden in het programma. Ook markeerde de overgang naar digitaal een periode van instabiliteit omdat het nieuwe systeem geïmplementeerd moest worden in de bedrijfsvoering. Het filmtransport illustreert deze instabiliteit, wat hieronder toegelicht zal worden.

Digitaal transport

Iedere woensdag- op donderdagnacht vindt in Nederland het filmtransport plaats. Een koerier haalt de oude films op en levert de nieuwe films af bij de bioscopen. Gofilex, een onafhankelijke partij die exclusief voor de filmbranche werkt, voert het transport uit voor de Stichting Filmtransport.¹⁹ Omdat 35mm bij de overstap naar digitale projectie werd vervangen door virtuele content heeft Gofilex bij Wolff CineStar – en andere bioscopen – een Filmkluis geïnstalleerd. Op deze filmkluis kan via een netwerk rechtstreeks digitale content worden gezet, waardoor het een soort digitale postbus van de bioscoop is.²⁰ In de praktijk wordt de filmkluis bij Wolff CineStar alleen gebruikt voor reclames en trailers. De snelheid om bestanden met het formaat van een film te kunnen versturen is op dit moment nog niet toereikend en te kostbaar, aldus Stichting Filmonderzoek.²¹ Het verzenden van DCP's gebeurt daarom nog steeds op de traditionele manier per koerier. Hierdoor kan het huidige filmtransport worden beschouwd als een semi-digitale versie van het nachttransport.²²

Bij Wolff CineStar worden nieuwe films op donderdagochtend ‘opgevangen’ door de operator, die vervolgens de film met de bijbehorende KDM invoert in het TMS. Het transport van één film wordt dus verdeeld over drie kanalen: de film komt op harddisk binnen, het voorprogramma via de filmkluis, en de KDM via e-mail. Vooral de KDM's zorgen bij Wolff CineStar- maar ook bij andere bioscopen wel eens voor problemen. Verkeerde sleutels, sleutels die het systeem niet ‘ziet’ of sleutels met een verkeerde tijd.²³ Wanneer een dergelijk probleem niet op tijd kan worden verholpen kan de film niet worden afgespeeld en zit het publiek in het donker. Deze problemen ontstaan veelal doordat de aspecten van digitale projectie voor iedere partij nieuw zijn en er nog geen stabiele standaard is ontwikkeld. De filmbranche is gewend aan het traditionele systeem en probeert digitale projectie op dezelfde manier te hanteren, wat complicaties oplevert. In de toekomst zal waarschijnlijk één

¹⁸ Karel Dibbets. “The Introduction of Sound,” in *The Oxford History of World Cinema*, geredigeerd door G. Nowell-Smith. (Oxford: Oxford University Press, 1996), 211.

¹⁹ Ilona van Genderen Stort, “Digitaal Filmtransport steeds dichterbij,” *Holland Film Nieuws* 94 (2010): 31.

²⁰ Jan van Houten, “De kronkelige weg naar de filmvertoning,” *Holland Film Nieuws* 103 (2011): 18-19.

²¹ Stichting Filmonderzoek, 23.

²² Ilona van Genderen Stort, 31.

²³ Jan van Houten, 18-19.

collectieve standaard voor digitaal worden ontwikkelt en zijn de overgangsproblemen opgelost. Tot die tijd zullen films via een analogoog-digitale route op het witte doek verschijnen.

Conclusies

De omslag naar digitale projectie heeft bij Wolff CineStar ongeveer drie jaar geduurd (2008-2011). Partijen hielden namelijk graag vast aan een goed werkend systeem, zagen meer risico's dan voordelen en waren bovendien afhankelijk van elkaar. Met de komst van 3D-films werden de voordelen van digitale projectie duidelijk, maar waren de kosten en risico's van een volledige transitie nog steeds te hoog. Cinema Digitaal hakte in 2010 landelijk de knoop door. Kosten werden eerlijk verdeeld en de installatie van digitale apparatuur kon vanaf het najaar 2011 snel- en efficiënt worden uitgevoerd.²⁴

Ondanks de geleidelijke uitrol naar digitaal zorgde de volledige omslag bij Wolff CineStar voor enorme veranderingen. De huidige bedrijfsvoering rond het filmtransport laat zien dat de filmbranche digitale cinema nog op de traditionele manier benaderd. Dit fenomeen wordt door Marshall McLuhan het Horseless Carriage Syndrome genoemd. Mensen die met een nieuwe technologie in aanraking komen, hebben de neiging om deze te bekijken vanuit het paradigma van de technologie die vervangen wordt. Niet verwonderlijk, aangezien de basis van analoge projectie meer dan honderd jaar onveranderd is gebleven. De filmbranche zal waarschijnlijk nieuwe bedrijfsmodellen ontwikkelen dat is aangepast aan een digitale bedrijfsvoering. Nu de fysieke filmrollen zijn verdwenen zal de exploitant meer toegang krijgen tot de apparatuur. Het 'digitaal denken' binnen het filmbedrijf zal toenemen en analoge structuren zullen gaandeweg worden losgelaten. De overgangperiode is nu, juni 2012, voorbij en de exploitanten kunnen nieuwe mogelijkheden gaan ontdekken. Wat de mogelijkheden van digitale projectie zijn zal in het volgende hoofdstuk besproken worden.

²⁴ Voor meer informatie over Cinema Digitaal en het VPF model, zie "Financiering," Cinema Digitaal, geraadpleegd op 25 juni, 2012, <http://www.cinemadigitaal.nl/financiering.aspx>

AANBOD

Bioscopen zijn er in verschillende soorten en maten met een divers aanbod, grof verdeeld over arthouse, cross-over en mainstream. De bezoeker kan altijd kiezen uit een breed programma. Alle bioscopen hebben ongeacht hun verschillen in aanbod echter één ding met elkaar gemeen: het product is film. Wolff CineStar kan als multiplex worden beschouwd als een soort filmpaleis. Door het aantal doeken draait er voor ieder wat wils. Maar is dit divers genoeg?

Digitale media kunnen de gebruiker méér bieden. Een telefoon kan tegenwoordig meer dan bellen, een computer meer dan rekenen. Met de komst van het internet zijn media met elkaar verbonden en kan content gemakkelijker worden uitgewisseld. Deze ontwikkeling wordt door Jenkins 'convergence' genoemd.²⁵ Met de fysieke filmrol bleef de bioscoop ver achter op digitale ontwikkelingen in de maatschappij. Digitale projectie kondigt een nieuwe toekomst aan voor de bioscopen: "door digitale projectie (en distributie) krijgt de bioscoop de mogelijkheid een inhaalslag te maken om zo beter in te kunnen spelen op de snelle ontwikkelingen op het internet en beter te kunnen aansluiten bij de manier waarop de consument audiovisuele content wil en kan consumeren," aldus Cinema Digitaal.²⁶ In hoeverre is het aanbod van Wolff CineStar veranderd sinds digitalisering en wat zijn de verwachtingen?

3D

Het internet heeft de bioscoop een nieuw kanaal geboden om bezoekers te bereiken. Op de website van Wolff CineStar wordt bijvoorbeeld filminformatie, aanvangstijden en trailers aangeboden. Het internet betekent echter ook een keerzijde voor de filmbranche: piraterij. Het online aanbod zal altijd groter zijn dan in de bioscoop. Daarnaast bestaat de uitdaging om nieuwe films gratis te downloaden en eerder te bezitten dan bioscopen. Als Wolff CineStar wil concurreren met piraterij, zal de bioscoop de bezoeker meer moeten bieden: een kwalitatief betere filmbeleving dan thuis, goede service en innovatie. In 2009 werd een technische innovatie geïntroduceerd in de vorm van 3D-technieken. "3D-vertoningen bleken voor de bioscoopbranche een uitstekend concurrerend product te zijn: een kans om het publiek méér te bieden dan andere media konden," aldus Stichting Filmonderzoek. Bovendien heeft de techniek van 3D-projectie het voordeel dat illegaal kopiëren vooralsnog onmogelijk is.²⁷

Driedimensionale projectie is niet nieuw, aangezien bioscopen de techniek in het verleden meerdere malen opnieuw hebben geïntroduceerd. Hedendaagse digitale 3D-technieken hebben echter voor een grote verbetering van de beeldkwaliteit gezorgd. Met name films die met 3D-camera's zijn opgenomen, zoals AVATAR (2009), bieden een visueel spektakel. De vraag of de moderne digitale 3D-techniek een permanent onderdeel zal worden van het bioscoopaanbod, zal hier buiten beschouwing worden gelaten. Maar de kans dat 3D 'deze keer' wel zal overleven lijkt toegenomen aangezien het fenomeen in de huidige samenleving op een veel bredere schaal is geïmplementeerd:

²⁵ Henry Jenkins, *Convergence Culture*, 2.

²⁶ "Ontwikkeling," Cinema Digitaal, geraadpleegd op 25 juni, 2012, <http://www.cinemadigitaal.nl/ontwikkeling.aspx>

²⁷ Stichting Filmonderzoek, 15.

de techniek wordt buiten de bioscopen bijvoorbeeld ook toegepast op digitale televisies- en gameconsoles. 3D in de bioscoop vergroot de concurrentiepositie tegenover andere platformen.²⁸ De consument lijkt door middel van 3D te zoeken naar een sterkere immersieve beleving, passief (film) of interactief (games). 3D kan tegenwoordig dus via verschillende media worden ervaren. De ontwikkeling die consumenten- en bedrijven doormaken rond driedimensionaliteit zal Jenkins beschouwen als convergence, een proces dat deel uitmaakt van de moderne digitale cultuur: dezelfde soort content vloeit tussen verschillende media platforms, media industrieën werken samen en de consument weet precies waar hij moet zijn voor de gewenste entertainmentervaring.²⁹

Re-releases

Zoals driedimensionale films een terugkerende factor zijn binnen de bioscoop, is het aanbod van klassiekers tevens niet nieuw. Maar combineer deze twee factoren en de bioscoop creëert 'nieuw' aanbod: oude films worden digitaal gerestaureerd- en geconverteerd naar 3D en digitale projectie biedt de mogelijkheid om oude films in hoge kwaliteit te laten terugkeren op het grote doek. Films zoals THE LION KING (1994) en TITANIC (1997) gingen na de omslag naar digitaal bij Wolff CineStar opnieuw in première, ook wel een re-release genoemd. Oude bioscoopfilms zijn vaak reeds gedigitaliseerd en op DVD of Blu-Ray verschenen. De meerwaarde van 3D en de verantwoording dat deze films "de meest succesvolle films ooit zijn" geeft bezoekers echter een reden opnieuw naar de bioscoop te gaan.³⁰

Alternatieve content

Het product van de bioscoop bestaat al meer dan honderd jaar uit film. Met digitale projectie beschikken bioscopen nu over de mogelijkheid om naast films tevens andere content aan te bieden, wat alternatieve content wordt genoemd. Volgens Cinema Digitaal verbreedt digitalisering hiermee de culturele- en sociale functie van bioscopen en kan het publiek beter worden bediend.³¹ Welke vormen van alternatieve content biedt Wolff CineStar aan de bezoeker?

[Theater: opera en ballet] Wolff CineStar experimenteerde al vroeg met de mogelijkheden van haar nieuwe projectoren. Slechts enkele maanden na de eerste installaties werd het publiek al iets nieuws aangeboden: opera- en balletvoorstellingen. Op maandag 8 september 2008 was er via de satelliet voor het eerst een live verbinding met The Royal Opera House in Londen. De bezoeker kon de voorstelling dus bijwonen op het moment dat het werd uitgevoerd, maar hoeft hier niet voor naar Londen, Madrid of Barcelona af te reizen. Volgens exploitatiemanager Martijn Visscher "komen er

²⁸ "Ontwikkeling," Cinema Digitaal, geraadpleegd op 25 juni, 2012, <http://www.cinemadigitaal.nl/ontwikkeling.aspx>

²⁹ Henry Jenkins, *Convergence Culture*, 2.

³⁰ Stichting Filmonderzoek, 47.

³¹ "Ontwikkeling," Cinema Digitaal, geraadpleegd op 25 juni, 2012, <http://www.cinemadigitaal.nl/ontwikkeling.aspx>

mensen [naar de bioscoop] voor wie het theater een brug te ver is, of operaliefhebbers die juist méér willen.”³²

[Sport] Naast theatervoorstellingen kunnen ook sportuitzendingen live in de bioscoop worden aangeboden. Wolff CineStar experimenteerde met sport door drie voetbalwedstrijden van het EK 2012 op het grote doek te vertonen. Op 9 juni vond de eerste bioscoopinterland plaats in zaal 3. Digitale televisie werd gekoppeld aan de digitale projector en spelers bewogen over een doek van acht meter hoog bij twintig meter breed. Sport kijken in de bioscoop is een geheel andere ervaring dan thuis of in het café, wat volgens Jenkins niet verwonderlijk is: “convergence involves a change in the way media is consumed.”³³ Net als bij film beleven sporttoeschouwers het weliswaar samen, maar de ingetogen sfeer bij de receptie van een film is volledig anders dan de uitbundige beleving van een sportwedstrijd. Het kijkgedrag verschilt per ‘type content’ waardoor de bioscoop met alternatieve content een gevarieerdere beleving kan bieden.

[Muziek] Wolff CineStar zal op 19 september 2012 een nieuw evenement introduceren in de bioscoop met het concert *Sterker in Carré* van de Nederlandse zangers Nick & Simon. Wolff Bioscopen haakt hiermee in op de enorme vraag naar toegangskarten, die binnen een half uur waren uitverkocht. Door middel van een satellietverbinding, een schotel en een digitale projector worden bezoekers de kans geboden om het concert alsnog live mee te maken vanuit de bioscoop.³⁴ De zangers zullen net als de voetballers levensgroot- en haarscherp zijn. Bovendien is de kwaliteit van het geluid in de bioscoop zeer goed. De vraag is echter in hoeverre het publiek belangstelling heeft voor beelden van een evenement, aangezien de meeste fans hun idolen liever in ‘het echt’ zien optreden. Het regelmatig experimenteren met verschillende vormen van alternatieve content kan uitwijzen of het bioscooppubliek open staat voor andere content dan film.

Eigen content

Digitale projectie nodigt niet alleen uit om andere content te vertonen, maar ook om eigen content te ontwikkelen. Op deze manier kan de bioscoop zich profileren van de concurrent. Het printen van 35mm is duur en bovendien is celluloid aan slijtage onderhevig. Met een digitale projector heeft de exploitant eindelijk toegang gekregen tot de apparatuur, want met de juiste software kunnen bestanden gemakkelijk worden omgezet naar een DCP-bestand. Bovendien kan de content eindeloos worden ingezet. Wolff CineStar heeft sinds de omslag naar digitaal verschillende content in huisstijl ontwikkelt wat in het voorprogramma wordt ingezet. De bezoeker wordt bijvoorbeeld gewaarschuwd wanneer de 3D-bril opgezet moet worden. Voor de start van iedere hoofdfilm speelt een leader, volledig geanimeerd in de stijl van Wolff Bioscopen. **[B.2]** Ook de pauze verschijnt in de rode huisstijl:

³² Redactie, “Naar de opera in bioscoop CineStar,” *De Twentsche Courant Tubantia*, 5 augustus, 2008. Geraadpleegd op 25 juni 2012, <http://www.tctubantia.nl/regio/twente/3510881/Naar-de-opera-in-bioscoop-CineStar.ece>

³³ Henry Jenkins, *Convergence Culture*, 16.

³⁴ “Acties,” Wolff Bioscopen, geraadpleegd op 21 juni, 2012, <http://www.wolff.nl/acties/nick-en-simon-beleef-het-live-mee>

een herkenningspunt voor de bezoeker en een effectieve manier van branding. Het zijn slechts enkele voorbeelden, maar de exploitant zal langzamerhand gaan ontdekken wat de creatieve mogelijkheden van digitale content zijn. Naar verwachting zullen bioscopen meer invloed gaan uitoefenen op de inhoudelijke vulling van het voorprogramma. Naast de landelijke bioscoopreclame van Jean Mineur Mediavision kunnen bioscopen bijvoorbeeld eigen commercials ontwikkelen voor evenementen, deze converteren naar een DCP-bestand en vervolgens doelgroepgericht inzetten.

[*Polygoonjournaal*] Wolff CineStar en de regionale omroep RTV Oost werken sinds februari 2011 samen aan een vernieuwd polygoonjournaal in de bioscoop. Dagelijks levert RTV Oost een compilatie van het regionale nieuws, dat in één minuut tijdens het voorprogramma wordt vertoond. RTV Oost spreekt van een wereldprimeur: “nooit eerder werd het dagelijkse regionieuws via *digitale projectie* vertoond in de bioscoop.”³⁵ Het polygoonjournaal kan worden beschouwd als extra service voor bezoekers uit de regio Twente.

Conclusies

Digitale projectie nodigt uit om te blijven ontwikkelen en in te spelen op actualiteiten. Waar de distributie- en vertoningsector oorspronkelijk een zo stabiel mogelijk systeem voerden zal met digitale projectie ‘verandering’ centraal komen te staan. “Convergence does not mean ultimate stability or unity. It operates as a constant force for unification but always in dynamic tension with change...”³⁶ Wolff CineStar ‘speelt’ met de nieuwe mogelijkheden van digitale projectie om deze te ontdekken- en zich te profileren. Door middel van digitale projectie zal het voorprogramma een statische structuur inruilen voor een dynamische indeling, waarin content vlot gewisseld kan worden.

Het aanbod van alternatieve content is weliswaar mogelijk geworden met de komst van digitale projectie, maar dit betekent niet dat het proces enkel benaderd moet worden vanuit technisch oogpunt. Convergence ontstaat niet door apparatuur, hoe geavanceerd projectiesystemen ook zijn. Er moet tevens rekening gehouden met de andere zijde van het aanbod: de vraag van de consument. Omdat alternatieve content volledig nieuw is zal deze wisselwerking tussen vraag en aanbod nog moeten ontstaan. “Convergence, as we can see, is both a top-down corporate-driven process and a bottom-up consumer-driven process. Corporate convergence coexists with grassroots convergence.”³⁷ Consumenten zullen in de digitale bioscoop waarschijnlijk meer invloed gaan uitoefenen op de *programming*, het aspect wat centraal zal staan in het volgende hoofdstuk.

³⁵ “Vernieuwd polygoonjournaal terug in de bioscoop,” RTV Oost, geraadpleegd op 20 juni, 2012, <http://www.rtvooost.nl/nieuws/default.aspx?nid=121594&cat=268> Vrijdag 11 februari 2011.

³⁶ Henry Jenkins, *Convergence Culture*, 11.

³⁷ Henry Jenkins, *Convergence Culture*, 18.

PROGRAMMERING

‘Wat draait er vanavond?’ Een bioscoopbezoeker verdiept zich in de programmering. Welke films worden aangeboden? Waar gaat de film over? Hoe laat wordt deze vertoond? De programmering vormt de ‘brug’ tussen de bezoeker en het aanbod, waardoor er hoge eisen aan worden gesteld. Populaire films worden vaker aangeboden dan minder goed bezochte films en de aanvangstijden mogen niet te laat- maar ook niet te vroeg zijn. Wolff CineStar is een multiplex van tien zalen met veel verschillende films op het programma. Alle populaire genres komen aan bod, waardoor de bioscoop bijna altijd aan de wensen van de klant kan voldoen. Met de komst van alternatieve content is dit aanbod verder gegroeid, waardoor efficiënt programmeren noodzakelijk is. In hoeverre heeft het digitaliseringsproces invloed op de programmering van Wolff CineStar? Voor een gestructureerd antwoord op deze vraag zal er een tweedeling gemaakt moeten worden tussen de filmprogrammering en de programmering voor alternatieve content. Tot slot zal worden ingezoomd op de wisselwerking tussen exploitant- en publiek rond de programmering.

Programmering Film

“The main problem, if that’s the word, is that we live in the physical world, and until recently, most of our entertainment media did, too. That world puts dramatic limitations on our entertainment.”³⁸ Met deze uitspraak omschreef Chris Anderson in 2006 de kern van analoge media: ze zijn beperkt door hun vorm. Zijn woorden verwijzen indirect naar het grote verschil tussen analoog en digitaal, want sinds het digitaliseringsproces zijn films *niet* meer gebonden aan de fysieke vorm van een analoge filmrol. Deze ontwikkeling heeft directe gevolgen op de programmering, want er kan ‘anders’ geprogrammeerd worden met digitale films.

Rosalyn van Eldik, medewerker programmering Wolff Bioscopen, wees tijdens een interview op enkele verschillen tussen analoog- en digitaal programmeren. **[B.3]** Een bioscoop beschikt meestal over één filmkopie. Deze kopie kan in één zaal draaien. Pas wanneer de film is afgelopen, kan deze worden verplaatst naar een andere zaal. Wanneer de bioscoop een populaire film tegelijkertijd in meerdere zalen wil inzetten, moet deze letterlijk in twee helften worden ‘geknipt’. De eerste helft van de film draait bijvoorbeeld in zaal 1 en de tweede helft in zaal 2. Bij een goede planning kunnen deze twee helften op tijd worden omgewisseld. Tijdens evenementen zoals de Ladies’ Night wordt gebruik gemaakt van *interlock*: hierbij wordt één kopie door twee projectoren getransporteerd. Op deze manier is het mogelijk om een film tegelijkertijd in twee zalen tegelijk te draaien. Een van de belangrijkste *voordelen* van digitaal is het gemak van ‘wisselen tussen zalen’ waardoor flexibel geprogrammeerd kan worden. Digitale films worden geleverd als DCP en kunnen worden ingeladen in alle zalen, wat inhoudt dat een film op hetzelfde moment in meerdere zalen kan draaien.

Omdat analoge films zijn vervangen voor digitale films, is het knippen- en verplaatsen van films verleden tijd. Dit is in de praktijk een groot voordeel aangezien het verplaatsen van kopieën

³⁸ Chris Anderson, *The Long Tail*, 17.

zwaar en risicovol is. Wanneer een film valt, duurt het uren om deze weer aan elkaar te monteren. Analoge films worden daarom zo veel mogelijk in één zaal geprogrammeerd, wat de flexibiliteit niet ten goede komt. Met digitale film is kruislings programmeren een stuk makkelijker omdat een digitaal bestand niet 'fysiek' verplaatst hoeft te worden.

Doordat digitale filmcontent niet langer aan de fysieke beperking van een analoge print gebonden is, kan content onbeperkt ingezet worden. Een analoge trailer kan maar één keer 'ingezet' worden. Een digitale trailer kan voor iedere film geprogrammeerd worden want een bestand kan eindeloos worden gekopieerd. Bovendien blijft de beeldkwaliteit van digitale content haarscherp. Analoo materiaal raakt beschadigd, zodat veel gebruikt materiaal kabels vertoont tijdens de projectie. Voor een distributeur is het tevens makkelijker om digitale films 'bij te zetten' wanneer deze onverwacht goed bezocht worden. Volgens van Eldik is de distributeur niet meer gebonden aan een vast aantal kopieën, maar kunnen DCP's gemakkelijk worden uitgewisseld tussen bioscopen. Wanneer de film is ingeladen heeft de bioscoop de DCP immers niet meer nodig.

Programmering alternatieve content

In het hoofdstuk 'aanbod' is besproken dat Wolff CineStar naast het 'reguliere' filmaanbod tevens alternatieve content programmeert. Dit zijn bijvoorbeeld de opera- en balletvoorstellingen, sportwedstrijden en concerten. Daarnaast worden de zalen van Wolff CineStar regelmatig verhuurd voor congressen, waarbij met de digitale projector hoogwaardige presentaties worden verzorgd.³⁹

Het boeken van alternatieve content is een ander proces dan het boeken van films, want de content wordt niet aangeboden via de film distributeur. Volgens Stichting Filmonderzoek is het boeken van alternatieve content nog niet zo geautomatiseerd als het boeken van een reguliere film, waardoor het meer aandacht verdient.⁴⁰ Een digitale projector lijkt op een grote computer die alles kan afspelen. De bioscoop wil ontdekken wat deze 'nieuwe aanwinst' allemaal kan, waardoor het programmeren van alternatieve content verleidelijk is. Wanneer Wolff CineStar op een avond in een van de zalen alternatieve content programmeert, beschouwen distributeurs dit echter als concurrentie. Tijdens die avond kan de film van de distributeur daar namelijk niet draaien. Wolff CineStar beschikt over tien zalen waardoor er niet snel capaciteitsproblemen zullen optreden, maar voor kleinere bioscopen is de programmering van alternatieve content lastiger.

Wolff CineStar moet voor het vertonen van alternatieve content een toeslag betalen, wat binnen de branche een 'fee' genoemd wordt. Doordat Wolff Bioscopen meedoet met het financieringsplan van Cinema Digitaal is de exploitant (nog) geen eigenaar van de projectoren. Om kosten- en baten binnen het digitaliseringsproces eerlijk te verdelen betaalt de distributeur binnen een VPF-constructie mee aan de aanschaf van de projector bij de exploitant. Volgens Stichting

³⁹ Volgens Stichting Filmonderzoek valt het programmeren van al het andere dan een reguliere boeking, trailer, reclame of korte film, preview, testscreening, persvoorstelling of educatieve voorstelling zonder commercieel oogpunt, eenmalige vertoningen en limited screenings onder alternatieve content. Stichting Filmonderzoek, 46.

⁴⁰ Stichting Filmonderzoek, 46.

Filmonderzoek deelt de distributeur echter niet mee in de opbrengsten van de vertoning van alternatieve content. De fee wordt betaald om dit verschil op te vangen.⁴¹

Ondanks de toeslag is de programmering van alternatieve content interessant voor Wolff CineStar. Door naast een gevarieerde filmaanbod tevens een variatie van alternatieve content aan te bieden, ontstaat er een grotere flexibiliteit in de programmering voor specifieke doelgroepen. Bovendien kan met de programmering van alternatieve content specifieke doelgroepen worden bereikt die anders niet naar de bioscoop zullen gaan, aldus Stichting Filmonderzoek.⁴² Film of alternatieve content, de bioscoopprogrammering zal altijd de wensen van het publiek volgen.

Een digitale bioscoopomgeving

“Media convergence is more than simply a technological shift.”⁴³ De woorden van Jenkins bieden binnen dit onderwerp een interessant inzicht: digitalisering omvat méér dan de installatie van digitale projectoren. Het proces vindt plaats binnen een bredere context, want niet alleen de bioscoop digitaliseert. De consument ‘digitaliseert’ ook: wanneer de consument zich verdiept in de programmering van een bioscoop maakt hij in toenemende mate gebruik van de ‘second screen’. Deze term is een omschrijving van de media buiten de bioscoop zoals de computer, tablet of smartphone. De second screen vormt een brug tussen de bezoeker en de bioscoop want deze geeft toegang tot de programmering van Wolff CineStar, filminformatie, trailers en sociale media.

‘Top-down en bottom-up’ gebruik van digitale- en sociale media zal tot een verschuiving kunnen leiden in de programmering van Wolff CineStar. Doordat exploitant en consument samenkomen op de sociale media kunnen vraag en aanbod bijvoorbeeld beter op elkaar worden aangesloten. **[B.4]** Op de sociale media bestaat tevens een duidelijke focus op specifieke doelgroepen verdeeld onder sekse, leeftijd- of interessegebied. Evenementen zoals de Ladies Night, Burgers, Beer & Blockbusters, Mega Kids Party, maar ook de alternatieve content zoals Opera’s of Concerten zijn duidelijk verdeeld onder zogenaamde niches met een eigen doelgroep. “We are turning from a mass market back into a niche nation, defined by our interests,” aldus Chris Anderson.⁴⁴ **[B.5]**

De ‘hits’ nemen een centrale plaats in op de programmering van Wolff CineStar: meer voorstellingen, grotere zalen en betere aanvangstijden. Hits trekken de meeste bezoekers en zorgen dus voor een hoge recette. De second screen geeft de bezoeker echter de mogelijkheid om ‘verder te kijken dan de hits’. De filminformatie ligt voor handen waardoor de drempel laag is om op zoek te gaan naar een titel binnen het persoonlijke interessegebied. De sociale media worden vervolgens gebruikt om over films te discussiëren, filminformatie uit te wisselen of uiteindelijk een bioscoopbezoek te plannen. Dit is het punt waar volgens Jenkins convergence optreedt: “convergence occurs within the brains of individual consumers and through their social interactions with others.” Film kijken blijft, ondanks alle vormen van digitale media, een sociaal avondje uit.⁴⁵

⁴¹ Voor meer informatie over de VPF-constructie, zie Stichting Filmonderzoek, 12.

⁴² Stichting Filmonderzoek, 47.

⁴³ Henry Jenkins, *Convergence Culture*, 15.

⁴⁴ Chris Anderson, *The Long Tail*, 40.

⁴⁵ Henry Jenkins, *Convergence Culture*, 3.

Conclusies

Met de omslag naar digitale projectie zal de programmering van Wolff CineStar moeten meegroeien. Digitale programmering kan efficiënter, doordat de programmeur niet meer gebonden is aan fysieke prints. Het programmeren van alternatieve content is een volledig nieuw proces waar bedrijven die de content leveren, de exploitant- en de bezoeker aan moeten wennen. Ook gelden er andere regels voor de programmering van alternatieve content zolang het financieringsplan van Cinema Digitaal van kracht is. Alternatieve content zorgt echter voor een gevarieerd programma en is voor een multiplex als Wolff CineStar interessant om regelmatig mee te experimenteren. De programmering is tevens het onderdeel van de bioscoop dat een brug vormt naar het publiek. Wolff CineStar heeft met de sociale media het middel in handen om te communiceren met haar bezoekers. Het interactieve karakter zorgt ervoor dat de bezoeker invloed kan uitoefenen op de programmering van de bioscoop. Maar "entertainment content isn't the only thing that flows across multiple media platforms. Our lives, relationships, memories, fantasies and desires also flow across media channels."⁴⁶ Dit maakt de sociale media een uitermate geschikt middel voor Wolff CineStar om in te spelen op de verlangens van het filmpubliek.

⁴⁶ Henry Jenkins, *Convergence Culture*, 17

SLOT

Enkele jaren geleden ontmoette de traditionele filmindustrie de nieuwe media en digitale projectie was geboren. Met vallen en opstaan zal deze nieuwe techniek voor een nieuwe bioscoopervaring zorgen en opgroeien in een tijdperk waar het kan inspelen op de snelle ontwikkelingen van moderne entertainment.

Wolff CineStar is veranderd door digitaal. Het 'filmpaleis uit het oosten' heeft een multifunctionele toepassing gekregen door naast het hoofdproduct film tevens alternatieve content te vertonen en de apparatuur te gebruiken voor business to business doeleinden. Het principe van de analoge techniek is de afgelopen honderd jaar nauwelijks veranderd. Met digitale projectie zal de exploitant nieuwe mogelijkheden blijven ontwikkelen. Dit is de essentie van digitaal: het ligt niet vast.

Convergence is een begrip dat technologische, industriële, culturele- en sociale veranderingen beschrijft. In dit eindwerkstuk is het digitaliseringsproces binnen Wolff CineStar beschreven, waarbij de technische omslag, interne bedrijfsvoering, aanbod- en programmering en het sociale aspect aan bod zijn gekomen. Met behulp van Jenkins theorie is de introductie van een digitaal medium in een bredere context geplaatst, waarbij de effecten van het proces in relatie tot elkaar werden beschreven.

Digitalisering houdt niet op bij de technische omslag naar digitale projectie, maar gaat verder. De bioscoop zoals we die kennen zal veranderen: de periode van de nieuwe bioscoop is aangebroken.

"Keep this in mind: convergence refers to a process, not an endpoint."
Henry Jenkins

LITERATUUR

Alleman, Lucia. "Het einde van een tijdperk." *Holland Film Nieuws* 101 (2011): 16-17.

Anderson, Chris. *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More*. New York: Hyperion, 2006.

Dibbets, Karel. "The Introduction of Sound." In *The Oxford History of World Cinema*, geredigeerd door G. Nowell-Smith, 211-219. Oxford: Oxford University Press, 1996.

Dixon, Wheeler en Foster, Gwendolyn. *21st-Century of Hollywood: Movies in the Era of Transformation*. Londen: Rutgers University Press, 2011

Genderen Stort van, Ilona. "Digitaal Filmtransport steeds dichterbij." *Holland Film Nieuws* 94 (2010): 31.

Houten van, Jan. "De kronkelige weg naar de filmvertoning." *Holland Film Nieuws* 103 (2011): 18-19.

IJntema, Benny. "Macbox genereert sleutels." *Holland Film Nieuws* 102 (2011): 17.

Jenkins, Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press, 2008.

Neeve de, Frank. "Cinema – eindelijk – Digitaal.nl." *Holland Film Nieuws* 95 (2010): 14-15.

Neeve de, Frank. "TMS: besturingssysteem van de bioscoop." *Holland Film Nieuws* 102 (2011): 28-29.

Neeve de, Frank. "Update Nederland Digitaal." *Holland Film Nieuws* 81 (2008): 35.

Redactie. "Naar de opera in bioscoop CineStar". *De Twentsche Courant Tubantia*, 5 augustus, 2008. Geraadpleegd op 25 juni 2012. <http://www.tctubantia.nl/regio/twente/3510881/Naar-de-opera-in-bioscoop-CineStar.ece>

Stichting Filmonderzoek. *Digitale Cinema. Een onderzoek naar de verwachte effecten van de digitalisering van het Nederlandse vertoning- en distributiecircuit*. Utrecht, mei 2012.

Waardenburg, André. "Nooit meer zeulen met filmblikken." *NRC Handelsblad*, 19 maart, 2008.

Websites

Cinema Digitaal. "Ontwikkeling." Geraadpleegd op 10 juni, 2012. <http://www.cinemadigitaal.nl/ontwikkeling.aspx>

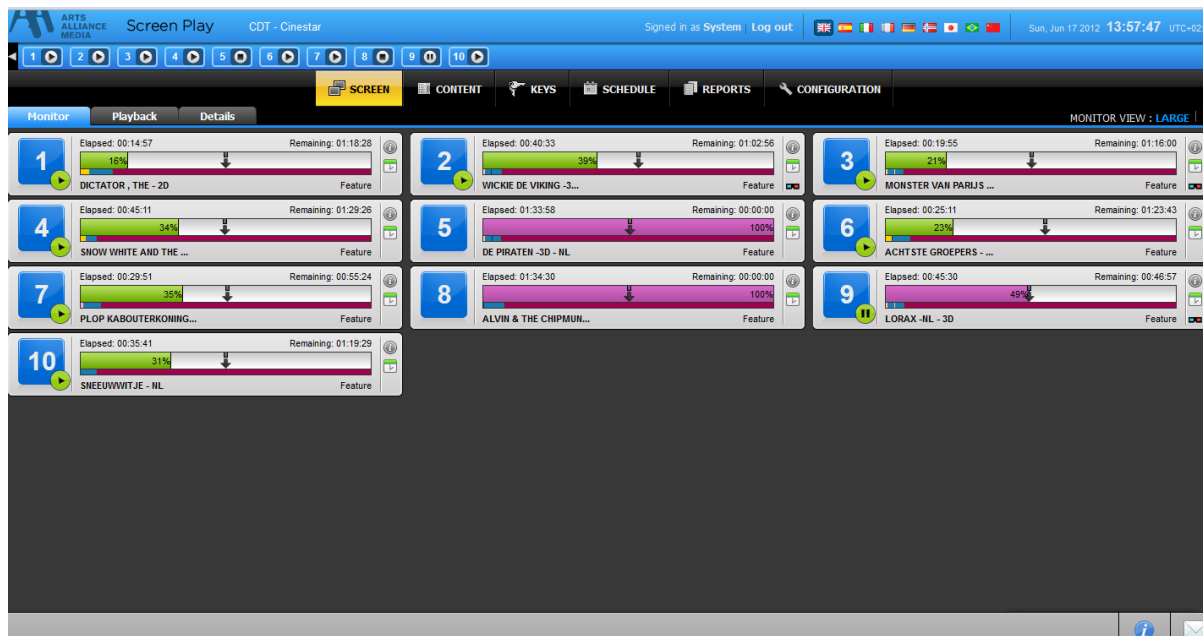
RTV Oost. "Vernieuwd polygoonjournaal terug in de bioscoop." Geraadpleegd op 20 juni, 2012. <http://www.rtvooost.nl/nieuws/default.aspx?nid=121594&cat=268> Vrijdag 11 februari 2011.

Wolff Bioscopen. "Acties." Geraadpleegd op 21 juni, 2012. <http://www.wolff.nl/acties/nick-en-simon-beleef-het-live-mee>

BIJLAGEN

Bijlage 1: Theater Management System

“Het hart van een digitale bioscoop is het Theatre Management System (TMS), een bibliotheek en communicatiesysteem in één, dat alle installaties aan elkaar koppelt.” Frank de Neeve, HFN #81.



Printscreen gemaakt op 17 juni, 2012. Wolff CineStar.

Bijlage 2: Eigen content

De geanimeerde leader van Wolff Bioscopen, een voorbeeld van eigen content in het voorprogramma.



Printscreen gemaakt op 26 juni, 2012. Wolff CineStar.

Bijlage 3: Interview Rosalyn van Eldik, afdeling programmering Wolff Bioscopen

1. Wat zijn de voordelen van digitaal, vergeleken met het 35mm tijdperk?

- Het is een stuk makkelijker om films uit te wisselen tussen zalen. Op deze manier kunnen we flexibel programmeren. De film kan worden ingeladen in alle zalen en ook de keys werken voor alle zalen, dus geen gesjouw en geknip meer.
- Verder ontstaan er geen beschadigingen meer naarmate je de film langer draait, zoals bij 35 mm. de films zijn dus van betere kwaliteit en blijven dit ook.
- Een dcp is nu eenmaal een stuk lichter dan een 35mm film en dus een stuk makkelijker te vervoeren. Ook hoeft de film daarna niet meer geplakt te worden en als deze stopt weer uit elkaar gehaald.
- het is voor de distributeur makkelijker om films bij te zetten, mochten deze bijvoorbeeld onverwacht goed gaan lopen. In de tijd van de 35 mm, waren er gewoon een vast aantal kopieën, nu is het makkelijk om dcp's uit te wisselen tussen bioscopen, er hoeft alleen nog maar een sleutel te komen.

2. Wat zijn de (eventuele) nadelen?

- Voor sommige filmliefhebbers zal de nostalgie van de 35 mm, samen met kabels in beeld en geratel van de projector zijn verdwenen.
- Doordat qua vertoningen zaken een stuk makkelijk zijn geworden, betekent dit helaas ook dat er ontslagen zijn gevallen onder de operateurs die 35mm draaiden.

3. Programmering CineStar: In hoeverre is deze bioscoop anders programmeren dan een kleine bioscoop?

Een bioscoop zo groot als CineStar krijgt vaak vrijwel alle films (populair dan wel, niet de artfilms). Hierdoor zal de bioscoop niet een bepaald profiel uitstralen (zoals familiebioscoop, of actie/komedie, zoals Catharijne), maar kan het wel aan de wensen van de klanten voldoen qua aanbod. Alle genres komen aan bod. Het is dus niet moeilijk om films te krijgen voor de bioscoop. Wel hebben distributeurs andere verwachtingen van een film. Er wordt verwacht dat deze begint met een mooie programmering (alhoewel het natuurlijk vaak best vol kan zitten met films) en ook dat de films langer doordraaien.

4. Kunnen er meer verschillende films draaien in één speelweek door efficiënter programmeren?

Dat zou in theorie kunnen, maar in praktijk is de distributeur niet altijd zo flexibel en welwillend. Bij de verdeling van de films wordt vrijwel altijd gekeken naar het aantal zalen van de bioscoop en niet naar het aantal voorstellingen. Tevens moet er rekening worden gehouden met goede tijden. Je kunt bijvoorbeeld wel om 18:00, 20:30 en 23:00 gaan draaien, maar doordeweeks zijn dit vaak tijden die te vroeg of te laat zijn voor de werkende mensen. Een tussentijd van 20:00 levert dan vaak meer bezoekers op. In het weekend ligt dat natuurlijk anders.

5. Wat zijn volgens jou de belangrijkste veranderingen door digitaal op het gebied van aanbod en programmering?

Zoals ook al bij vraag 1 aan de orde is gekomen, is het makkelijker om films bij te plaatsen. Ook is kruislings programmeren makkelijker, omdat er niet gesjouwd hoeft te worden met de kopie. Qua programmering en onderhandelingen is er verder weinig veranderd ten opzichte van voor het digitale tijdperk. Men gaat nog steeds met een bepaald aantal kopieën uit. Wel is het op dit moment voor bioscopen die VPF-vrij zijn, makkelijker om films te krijgen dan anderen. Maar hoe lang dat nog gaat duren is niet duidelijk.

Bijlage 4: Interactie tussen Wolff CineStar en bezoeker op sociale media



Wolff CineStar
donderdag

Nieuwe Films in Wolff CineStar!
Welke wil jij zien? Vertel het ons, en win!

Vind ik leuk · Reageren · Delen

25 personen vinden dit leuk.

- Chantal De Vos** Ice age!!
donderdag om 12:07 · Vind ik leuk · 1
- Friet Geleverd** Ice Age 4!
donderdag om 12:26 · Vind ik leuk · 1
- Karin Nijboer** Five year engagement :)
donderdag om 12:26 · Vind ik leuk · 1
- Eveline Vd Berg-Nieuwland** Uiteraard ice age... Maar wel gewoon in 2D
donderdag om 12:34 · Vind ik leuk · 1
- Desiree Nelemans** Ice age 4 ov in 3d natuurlijk!!!!
donderdag om 12:36 · Vind ik leuk · 1
- Fedor Achterkamp** De nieuwe Ice Age natuurlijk. Kan me nu al verheugen op Scrat met z'n eikel ;-)
donderdag om 12:46 · Vind ik leuk · 1

*Printscreen gemaakt op 30 juni, 2012
<http://www.facebook.com/wolffenschede>*

Bijlage 5: Doelgroepgerichte marketing op sociale media



Wolff CineStar
18 mei

LIKE & WIN 2 kaarten voor de Ladies Night 23 mei a.s.

Woensdag 23 mei is het weer Ladies Night in Wolff CineStar! Dit keer met de film 'What to Expect When You're Expecting'!!

Wat kun je verder verwachten op deze speciale vrouwenavond?
Je krijgt bij binnenkomst een heerlijk welkomdrankje. Daarnaast zijn er allerlei leuke stands vol met Accessoires, Fashion, Beauty en meer en er worden leuke prijzen verloot. Daarna bekijk je de film en na afloop krijg je een leuke Goodiebag mee naar huis om de avond compleet af te sluiten. Dus gun jezelf en je vriendinnen een geweldig avondje uit en kom naar de Ladies Night.



Wolff CineStar
27 maart

VOOR ÉCHTE MANNEN! LIKE & WIN!!!

Bier, Burgers & Blockbuster is een avond bedoeld voor echte mannen. Er staan voor aanvang van de film en in de pauze verse hamburgers en ijskoud bier op het menu, daarnaast kun je de voorpremière van een gloednieuwe blockbuster bekijken. Deze editie staat de sciencefiction actiefilm Battleship op het programma. Dus gun jezelf en je vrienden een TOP-avond en kom ook op deze avond naar één van de bioscopen bij jou in de buurt!

*Printscreen gemaakt op 30 juni, 2012
<http://www.facebook.com/wolffenschede>*

MET DANK AAN

Ansje van Beusekom, voor de begeleiding en het vertrouwen in mijn individuele project

Jorien Scholtens van Stichting Filmonderzoek, voor het meedenken en een deur open houden voor informatie

Mijn ouders Hans en Ellen Beerens, voor alles

Mijn cabine-collega's, voor de herinneringen aan de fantastische tijd in onze cabine



CineStar Cabineteam 2011

"Cinema is dead. Long Live Cinema"
Peter Greenaway

