

De Nederlandse film en haar distributie- en vertoningssituatie



Een onderzoek naar de distributie- en vertoningssituatie van de Nederlandse film in de periode van 1999-2003.

Karin Buisman
3000281
Master Film en Televisiewetenschap
Universiteit Utrecht
16 mei 2011

Begeleider: André van der Velden
Tweede lezer: Ansje van Beusekom

Inhoudsopgave

Inleiding.....	3
Cultureel ondernemerschap	6
Filmdistributie in Nederland.....	9
De distributeurs	9
Marktaandeel	10
Distributie van Nederlandse films.....	12
Distributie en beleid.....	13
Conclusie	16
Filmvertoning in Nederland.....	17
Vertoningscircuits	17
Nederlandse Federatie voor de Cinematografie	19
Programmering.....	20
Bezoek van de Nederlandse film	23
Beleid	23
Conclusie	25
Conclusie	27
Literatuurlijst	30

Inleiding

In 1993 stelde onderzoekster Petra ten Brinke vast dat in Nederland het (commerciële) bioscoopcircuit in de jaren tachtig en vroege jaren negentig voornamelijk werd gedomineerd door Amerikaanse films. De Nederlandse film was volgens haar in de tachtiger en negentiger jaren veel minder op het programma terug te vinden door de grote aanwezigheid van deze Amerikaanse films. Deze afwezigheid wilde echter niet zeggen dat de Nederlandse films uit die periode van slechtere kwaliteit waren. Doordat de Nederlandse film destijds vaak lage bezoekercijfers had, was zij weinig aantrekkelijk voor bioscopen om te programmeren.¹ En nog steeds blijft het opvallend dat films van eigen bodem, zelfs met een verbetering van de bezoekersaantallen sinds de jaren negentig, moeilijk een plek kunnen krijgen in het programma van de Nederlandse bioscopen.²

Petra ten Brinke deed in 1993 onderzoek naar de distributie- en vertoningssituatie van de Nederlandse film.³ Zij gaf inzicht in de positie die de Nederlandse film toentertijd innam binnen de verschillende vertoningcircuits. Daarnaast werd door haar de vormgeving en het functioneren van het overheidsbeleid ten aanzien van de filmproducties besproken. Ook werd bekeken wat er met de betreffende filmproducties gebeurde: vonden de producties een distributeur, was er verschil te zien tussen de verscheidene categorieën Nederlandse films, en was er een markt voor de films te vinden? Hierbij werden tevens de verschillende vertoningcircuits besproken, het beleid dat binnen deze circuits gevoerd werd en hoe dit zijn uitwerking had op het programmeren van Nederlandse films. Tot slot werden er mogelijkheden tot verbetering van de distributie- en vertoningssituatie van de Nederlandse film besproken.

In haar onderzoek concludeerde Ten Brinke dat de distributie van Nederlandse films vooral bemoeilijkt werd, doordat de films destijds binnen de vertoningcircuits niet goed te programmeren waren. Vaak was de grootte van de vertoningcircuits, het aantal schermen dat nodig was om een film terug te verdienen, niet toereikend genoeg. De Nederlandse film was in termen van Ten Brinke vaak te groot voor een arthouse of filmtheater, maar te klein voor een reguliere bioscoop. Daarbij was de concurrentie uit het commerciële circuit vaak te groot voor de Nederlandse film om de strijd mee aan te gaan. Het grote aanbod van films ten opzichte van het aantal beschikbare doeken bemoeilijkte dit nog extra. Daarnaast was er weinig overheidsbeleid ter ondersteuning van distributeurs van Nederlandse films. Alleen een tweetal distributeurs welke gericht waren op (Nederlandse) kwaliteitsfilms werden door de overheid gesubsidieerd. Op het gebied van de vertoning bleek dat steeds minder films verantwoordelijk waren voor de totale opbrengsten, en dat maar weinig Nederlandse films hier de concurrentie het hoofd konden bieden. Daarom rouleerde het merendeel van de Nederlandse filmproducties in het niet-commerciële circuit. Binnen de verschillende vertoningcircuits werden Nederlandse films slechts in geringe mate vertoond.⁴

Na het onderzoek uit 1993 hebben in de loop der jaren ongetwijfeld veranderingen plaatsgevonden omtrent de distributie en vertoning van de Nederlandse film. Het is mogelijk dat vernieuwde inzichten bij de overheid, verwoord in nieuwe cultuurnota's en -plannen, en

¹ Petra ten Brinke. *De Nederlandse Film en zijn Vertoningssituatie. Een onderzoek naar de distributie- en vertoningssituatie van Nederlandse filmproducties* (Amsterdam: Associatie van Nederlandse filmtheaters, 1993).

² Tot en met 2008 bedraagt het aantal Nederlandse films nog altijd slechts 8% van het totale filmaanbod. Er is tot die tijd slechts een lichte groei waar te nemen. Nederlands Fonds voor de Film, *Film Facts and Figures*, zomer 2009 (Heino: Sonodruk, 2009).

³ Ibidem.

⁴ Petra ten Brinke, 48-50.

veranderingen in subsidieregelingen en fondsen veranderingen teweeg hebben gebracht. Een belangrijke vraag die hierbij opkomt is, in hoeverre de Nederlandse film haar positie in de bioscoopbranche en haar distributie- en vertoningssituatie heeft kunnen verbeteren. Om hierop antwoord te kunnen geven heb ik een soortgelijk onderzoek uitgevoerd als Petra ten Brinke in 1993, maar voor een latere periode. Hiervan zal ik in deze scriptie verslag doen. De volgende hoofdvraag staat hier centraal: ***Hoe zag de distributie- en vertoningssituatie van de Nederlandse film er uit in de periode 1999-2003 en is deze veranderd ten opzichte van het onderzoek van Ten Brinke uit 1993?***

In dit onderzoek zal ik ingaan op zowel de distributie als de vertoning van de Nederlandse film. Hierbij wordt gekeken naar verschillende facetten die hierbij een rol kunnen spelen. Voor het onderzoek heb ik de volgende deelvragen opgesteld, welke zijn afgeleid uit het onderzoek uit 1993.

De eerste deelvraag is, hoe de filmdistributie in Nederland werd georganiseerd in de onderzochte periode. Petra ten Brinke veronderstelde aan het begin van haar onderzoek dat de overheid een bepalende rol speelde met betrekking tot de filmdistributie.⁵ Ik wil er echter niet bij voorbaat van uit gaan dat de overheid hier direct bij betrokken is. Door te kijken naar cultuurnota's en beleidsplannen van de overheid, zal ik bekijken of en in hoeverre de overheid daadwerkelijk bij de filmdistributie betrokken was. Tevens zal ik bekijken welke subsidie- en distributieregelingen er waren met betrekking tot de Nederlandse film.

Bij de tweede deelvraag bekijk ik welke vertoningscircuits in Nederland waren te onderscheiden. Hierbij zal ik beschrijven hoe deze waren georganiseerd en hoe de Nederlandse overheid hierbij betrokken was. Deze vraag werd ook gesteld in het onderzoek uit 1993. Tevens zal ik bekijken hoe het beleid dat gevoerd werd in de verschillende vertoningscircuits van invloed was op de programmering van Nederlandse films. In navolging van het onderzoek uit 1993 zal ik bekijken in welke circuits de Nederlandse films draaiden, en zal ik bekijken wat de positionering van de Nederlandse film was ten opzichte van het overige aanbod.

Het referentiekader bij dit onderzoek vormt de theorievorming over de culturele industrie en het cultureel ondernemerschap, waarbij vooral dat laatste aspect centraal zal staan. Volgens François Colbert zijn producenten, distributeurs en vertoners uit de niet-commerciële filmsector en de commerciële bioscoopbranche te zien als culturele ondernemers. Deze culturele ondernemers hebben verschillende rollen ten aanzien van het cultureel product, bijvoorbeeld productie, distributie of vertoning. De aangenomen rol is vooral afhankelijk van de missie of doelstelling van de betreffende onderneming.⁶ Ook de politiek heeft het cultureel ondernemerschap opgenomen in cultuur- en beleidsnota's, maar de interpretatie die in deze stukken doorgaans aan het begrip cultureel ondernemerschap gegeven wordt, benadrukt vooral de functie van dit ondernemerschap bij het bereiken van meer en breder publiek.⁷ De begrippen culturele industrie en cultureel ondernemerschap zal ik eerst uitwerken, alvorens het verdere onderzoek uit te voeren.

Voor het onderzoek heb ik gekozen voor de periode 1999-2003. Vanaf 1999 is er een stijging in het bioscoopbezoek waar te nemen, en daarbij is er ook een grote stijging waar te nemen in het percentage van het aantal bezoekers van de Nederlandse film. Het percentage is in 2003 verdubbeld

⁵ In haar deelvraag stelt Ten Brinke de vraag "Hoe is de filmdistributie in Nederland georganiseerd en welke inbreng heeft de Nederlandse overheid hier?" (p.6). Zij gaat er met deze vraag naar mijn idee vanuit dat de overheid een rol speelt bij de filmdistributie, en dat distributeurs dus mede afhankelijk zijn van de inbreng van de overheid.

⁶ F. Colbert e.a. *Marketing Culture and the Arts* (Montreal: Morin, 1993), 4.

⁷ J.N.L. Brigitha. *Meer afstemming en coherentie voor de distributie en vertoning van de kwaliteitsfilm*. (Amsterdam: Stichting voor onderzoek ten behoeve van de Filmvertoning van de NFC, 2000), 32.

ten opzichte van 1999. Dit terwijl het aantal uitgebrachte Nederlandse films in deze periode gelijk blijft: gemiddeld worden er per jaar 31 nieuwe Nederlandse films uitgebracht.⁸

Om een overzicht te krijgen van de uitgebrachte Nederlandse films in de periode 1999-2003, zal ik de jaarrapporten van de Nederlandse Federatie voor Cinematografie (NFC) en, voor zover beschikbaar, de jaarverslagen van de Nederlandse Vereniging voor Bioscoopexploitanten (NVB) raadplegen. Tevens zal ik gebruik maken van andere onderzoeken en evaluaties omtrent de Nederlandse film en de distributie- en vertoningssituatie in Nederland. Om te bekijken op welke manier de Nederlandse overheid betrokken is bij de distributie- en vertoningssituatie van de Nederlandse film, zal ik gebruik maken van de verschillende cultuurnota's, cultuurplannen en rapporten over deze nota's en plannen.

Uiteindelijk kan met dit onderzoek een vergelijking worden gemaakt met de uitkomsten van het onderzoek uit 1993, zodat bekeken kan worden of en welke veranderingen hebben plaatsgevonden rond de Nederlandse film en zijn distributie- en vertoningssituatie.

⁸ Jaarverslag NVF/NVB 2007, <http://www.nfcstatistiek.nl/jv07.pdf>. NFC Statistieken 2008, <http://www.nfcstatistiek.nl/jv09.pdf>

Cultureel ondernemerschap

Alvorens verder in te gaan op het begrip cultureel ondernemerschap, zal ik eerst kort het begrip culturele industrie aanhalen. Dit om enig inzicht te geven waar het cultureel ondernemerschap zijn oorsprong vindt.

Het begrip 'culturele industrie' werd voor het eerst geïntroduceerd door de Duitse filosofen Theodor Adorno en Max Horkheimer in hun boek *Dialektik der Aufklärung* uit 1944. Hierin gaven de auteurs een uiteenzetting van het begrip culturele industrie, maar zij gingen niet in op de voordelen die deze industrie met zich mee bracht. Hun boek was voornamelijk een diepgaande kritiek op de culturele industrie en de invloed van het fenomeen op cultuur en samenleving.⁹ Hun voornaamste bezwaar was dat toenemende commodificatie van cultuur een ongewenste ontwikkeling was, omdat culturele producten op deze manier geen vorm meer waren van menselijke creativiteit maar het resultaat van een kapitalistische ideologie. Door de verdere ontwikkeling van de culturele industrie, bleek dat de kritieken van Adorno en Horkheimer niet volledig gegrond waren. Hun kritieken werden veelal onderuit gehaald door latere auteurs die schreven over het fenomeen culturele industrie. In andere, nieuwe studies werd het onderzoek van Adorno en Horkheimer dan ook voornamelijk gebruikt als uitgangspunt, waarbij hun standpunten verder werden bekritiseerd en ontwikkeld.¹⁰

De socioloog Bernard Miège, volgens sommigen de belangrijkste auteur met betrekking tot de culturele industrie, heeft het werk van Adorno en Horkheimer op verschillende vlakken verworpen. Miège was het met beide auteurs eens dat de introductie van industrialisatie en vernieuwde technologieën ervoor zorgden dat de culturele productie leidde tot commodificatie oftewel koopwaar. Toch zag Miège hier ook voordelen aan verbonden. Industrialisatie, vernieuwing van technologie en commodificatie konden leiden tot nieuwe ideeën en innovaties. Ten tweede werd er door Miège niet vanuit gegaan dat het proces van commodificatie vlot en zonder problemen was verlopen. In de visie van Adorno en Horkheimer was dit proces vrijwel meteen verslagen en was cultuur vrijwel direct opgenomen door het kapitaal. Miège zag de culturele industrie als 'contested': de culturele industrie moest een constante strijd voeren met vele (beperkte) pogingen om het kapitalisme op het gebied van cultuur uit te breiden.¹¹ De culturele industrie moest enerzijds op zichzelf blijven staan, als uiting van menselijke creativiteit, maar anderzijds uitbreiden door de kapitalistische vernieuwingen in zich op te nemen.

Na vele studies door de jaren heen blijkt dat het begrip 'culturele industrie' nog altijd lastig te definiëren is. Dit heeft volgens David Hesmondhalgh vooral te maken met het feit dat de begrippen 'cultuur' en 'industrie' *an sich* al moeilijk te definiëren zijn, laat staan dus een combinatie ervan. De culturele industrie werd volgens hem eerst vooral gezien als een instituut dat het meest betrokken was bij de productie van sociale betekenis. Vanaf de jaren tachtig kwam daar volgens Hesmondhalgh verandering in, en kwam de culturele industrie dichterbij de economie te staan. Hierdoor werd de culturele industrie niet meer gezien als secundair ten opzichte van de 'echte' economie. De organisatie van de culturele industrie veranderde in de visie van Hesmondhalgh hierdoor radicaal;

⁹ Paul Rutten, "De toekomst van de verbeeldingsmachine. De culturele industrie in de eenentwintigste eeuw" in *Boekmancahier* 12.43 (maart 2000), 8.

¹⁰ Miriam van de Kamp, *Where Corporate Culture and Local Markets Meet. Music and Film Majors in the Netherlands 1990-2005* (Enschede: Ipskamp Drukkers, 2009), 35.

¹¹ Bernard Miège, *The Capitalization of Cultural Production* (New York: International General, 1987): 9-12.

vooral de opkomst van conglomeraten van culturele instellingen zorgde voor een omslag richting het economische veld.¹²

De culturele industrie onderscheidt zich van gewone industrieën doordat zij culturele producten produceert. Dit wordt duidelijk uit het beeld dat Paul Rutten van de culturele industrie geeft. Hij ziet de culturele industrie vooral als het “produceren en distribueren van cultuuruitingen [wat] een activiteit [is] die tegenwoordig voor een belangrijk deel toevalt aan bedrijven die opereren op een markt van vraag en aanbod”¹³. Het is niet zozeer van belang of het product economische waarde heeft, het wordt geconsumeerd door de betekenis die het bij het publiek oproept, de zogenoemde culturele waarde. Ook voor Hirsch is de betekenis van het culturele product en niet de winst toonaangevend of het cultureel product van goede kwaliteit is: “The value and core of these products is the content and the meaning they evoke”¹⁴.

De invulling aan het begrip culturele industrie kan ook verschillen door de hoek waaruit auteurs afkomstig zijn. Zo geeft Miriam van de Kamp aan dat er een verschil is waar te nemen tussen auteurs vanuit de culturele economie en strategisch management enerzijds en auteurs vanuit de sociologie anderzijds. De eerste groep richt zich voornamelijk op de organisatie van productie, distributie en marketingactiviteiten van deze industrieën. Sociologen richten de aandacht op het product en de consumptie ervan door het publiek.¹⁵ In dit onderzoek zal de aandacht vooral uitgaan naar de insteek vanuit de eerste groep, daar gekeken wordt naar de distributie en vertoning van de Nederlandse film. Bij de vertoning spelen marketingactiviteiten tevens een belangrijke rol, doordat de film ook onder de aandacht van het publiek moet worden gebracht.

Vanaf de jaren negentig krijgt het begrip ‘cultureel ondernemerschap’ steeds meer een plek in de culturele sector. Giep Hagoort voert aan het eind van zijn boek *Cultureel ondernemerschap* aan dat het tot dan toe gebruikte begrip ‘kunstmanager’ niet meer toereikend is en een kunstmanager niet meer in staat is als leidinggevende in de cultuur te werken. Naar zijn idee is de cultureel ondernemer hier beter toe in staat:

De cultureel ondernemer voelt zich persoonlijk verantwoordelijk, zet zich met grote gedrevenheid in voor de realisering van de culturele missie van de organisatie en is *Detective en Reporter* [...] als het gaat om het doorgronden van de omgeving.¹⁶

Culturele ondernemers zijn dus zowel verantwoordelijk voor hun eigen organisatie als voor de naar buiten gerichte, culturele functie van de organisatie. Hagoort ziet de cultureel ondernemer dan ook wel als een “bemiddelende cultuurmanager”, die een brug moet slaan tussen het economische aspect enerzijds en de producenten anderzijds.¹⁷

Een culturele onderneming kan vanuit de visie van François Colbert vanuit twee perspectieven worden bekeken, zowel smal als breed:

¹² David Hesmondhalgh, *The Cultural Industries* (London [etc.]: Sage Publications, 2002), 1-2, 11-12.

¹³ Paul Rutten, 7.

¹⁴ P. Hirsch, *Processing Fads and Fashions. An Organizational Analysis of Cultural Industry Systems*; geciteerd naar Miriam van de Kamp, 36.

¹⁵ Miriam van de Kamp, 36.

¹⁶ Giep Hagoort, *Cultureel ondernemerschap. Een inleiding in kunstmanagement* (Utrecht: Phaedon Culemborg, 1992), 172.

¹⁷ Ibidem.

According to the narrow view, it represents production and distribution companies specialized in the performing arts such as theatre, music, opera, dance, in the visual arts found in galleries and museums and in libraries and heritage sites. In a broader point of view the notion of a cultural enterprise expands to include the cultural industries (films, sound recording, musicals, publishing, crafts) and the media (radio, television, newspapers, periodicals).¹⁸

Producenten, distributeurs en vertoners uit de niet-commerciële filmsector en de commerciële bioscoopbranche zijn volgens Colbert te zien als culturele ondernemers. De culturele ondernemingen hebben verschillende rollen ten aanzien van een cultureel product. Enkele van deze rollen zijn productie, distributie, vertoning of conservering van een cultureel product zoals film. Afhankelijk van de doelstelling of missie van de culturele onderneming worden een of meerdere van deze functies uitgeoefend. Hierbij zijn tevens verschillende combinaties mogelijk. Daarnaast kunnen culturele ondernemingen ook variëren in omvang, structuur en discipline.¹⁹

Paul Rutten sluit zich aan bij de visie van Colbert, dat culturele ondernemingen meerdere functies op zich kunnen nemen. Rutten benadrukt daarbij dat ondernemers in de culturele industrie groter worden naarmate zij functies in meerdere, verschillende velden aannemen. Volgens Rutten

[...] heerst in grote delen van de culturele industrie de overtuiging dat ondernemingen via combinatie en integratie van marktkracht en expertise meer aandeelhouderswaarde kunnen creëren dan wanneer ze zich beperken tot activiteiten in één veld van de culturele industrie.²⁰

De opkomst van het internet voegt volgens Rutten een nieuwe dimensie toe aan de strategie van culturele ondernemingen om zich te plaatsen in een breder veld.

In de bioscoopbranche is er in de niet-commerciële en commerciële sector een verschil waar te nemen tussen culturele ondernemingen. De culturele onderneming in de niet-commerciële sector gaat uit van een *cinematografische waarde*. De inhoudelijke kwaliteit van het product staat hierbij voorop. De culturele onderneming in de commerciële sector gaat uit van de *economische waarde*. Hierbij is het doel zoveel mogelijk winst te behalen. Vanuit de politiek moet het cultureel ondernemerschap echter vooral gericht worden op het bereiken van meer en breder publiek. De cinematografische en economische waarde zijn voor de politiek dus ondergeschikt. Deze politieke visie komt vooral in conflict met het beleid van de culturele onderneming, als deze zich meer heeft gericht op de cinematografische waarde.²¹

¹⁸ F. Colbert, 4.

¹⁹ J.N.L. Brigitha, 2000, 31.

²⁰ Paul Rutten, 11.

²¹ J.N.L. Brigitha, 2000, 32.

Filmdistributie in Nederland

Filmdistributie is noodzakelijk wil een film haar vertoning voor het publiek krijgen. Daarom kan filmdistributie gezien worden als een essentiële schakel tussen productie en vertoning. De distributeur bepaalt welke films in welke periode te zien zijn, maar moet daarbij wel bemiddelen tussen vraag en aanbod. Hierdoor zijn de programmeurs van zowel reguliere bioscopen als filmhuizen in hun keuze voor premièrefilms afhankelijk van het aanbod van de distributeurs.

Er zijn volgens Peter Bosma drie verschillende soorten distributie te herkennen in de filmwereld. Ten eerste is er distributie die is gebaseerd op marktwerking. Deze vorm is gericht op het verkopen van een film aan het grote publiek. De promotie van de film is hierbij van groot belang, wil een film opvallen in het grote aanbod van nieuwe films. Daarnaast is er distributie gebaseerd op non-commerciële financiering. Hierbij zoekt men volgens Bosma een publiek bij een film, op basis van een weloverwogen inhoudelijke keuze voor de film. Hierbij is het van belang dat de distributeur zijn aankoop kan verantwoorden, niet alleen voor geldschietters en vertoners, maar ook voor het publiek. Tot slot is er de autonome distributie, die meestal wordt verzorgd door een zelfstandig werkende filmkunstenaar. Deze vorm van distributie is vaak moeilijk vol te houden, en kost veel tijd, inspanning en geld.²²

In dit hoofdstuk zal ik eerst een overzicht geven hoe de filmdistributie in Nederland in elkaar zit in de onderzochte periode. Welke spelers waren er in het veld? Wat waren de verhoudingen tussen de verschillende spelers en welk aandeel hadden zij? Daarna zal ik ingaan op de distributie van specifiek Nederlandse films. Welke distributeurs zorgden hiervoor? Was er een verandering te zien in de distributie van Nederlandse films? Was er een verandering waar te nemen in het marktaandeel? Vervolgens zal ik een overzicht geven van het overheidsbeleid met betrekking tot de filmdistributie: welke vormen van beleid waren er vanuit welke overheden (rijk, provincie, gemeente)? En hoe ondersteunden zij de distributie? Welke veranderingen hebben er in de loop der jaren plaatsgevonden met betrekking tot het beleid? Tot slot zal ik in de conclusie de belangrijkste punten en veranderingen samenvatten.

De distributeurs

De in Nederland werkzame distributeurs zijn aangesloten bij de Nederlandse Vereniging van Filmdistributeurs (NVF). Deze organisatie behartigt de belangen van de distributeurs, door onder andere overleg te voeren met de Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten (NVB), de overheid en andere instellingen binnen de film- en entertainmentindustrie. De NVF zorgt ook voor de wekelijkse publicatie van de Top 20 Box Office, de releaselijst, de première- en prolongatielijst en zij coördineert de persvoorstellungen. Tot slot heeft de NVF ook een controlerende functie met betrekking tot de kaartverkoop aan de consument, het gebruik van de ter beschikking gestelde reclamematerialen en het kwaliteitsniveau van de aan de consument geleverde producten en diensten door de bioscopen.²³

Binnen de NVF zijn de distributeurs onderverdeeld in categorieën. Ten tijde van het onderzoek van Ten Brinke was er voornamelijk een splitsing te zien tussen commerciële distributeurs en distributeurs van artistieke films. Er waren destijds 27 commerciële distributeurs, welke allemaal

²² Peter Bosma, "Het verhaal achter de schermen. Het voorwaarden scheppende circuit in de filmwereld" in *Beeldcultuur*, geredigeerd door Hans van Driel (Amsterdam: Boom, 2004): 146-147.

²³ NVF, <http://www.filmdistributeurs.nl/>, 02-04-2010.

waren aangesloten bij de Nederlandse Federatie voor de Cinematografie (NFC) en zij waren vooral gericht op de commerciële film. Daarnaast was er een aantal (non-profit) distributeurs, zij waren meer gericht op de films met cultureel belang. Een tweetal van deze distributeurs werd door de overheid gesubsidieerd, namelijk het *Nederlands Filmmuseum/International Art Film (NFM/IAF)* en *Cinemien*.²⁴

In 2002 is de verdeling van distributeurs in Nederland duidelijker en zijn zij opgedeeld in drie categorieën: de majors, de independents en de gesubsidieerde distributeurs. Onder de majors vielen de grote distributeurs aangesloten bij de Amerikaanse studio's, te weten *Buena Vista*, *Columbia Tristar*, *Fox Films*, *United International Pictures* en *Warner Bros*. Onder de independents vielen de grotere en kleinere onafhankelijke distributeurs, zoals *RCV*, *Independent Film*, *A-Film Distributie*, *Paradiso* en *Indies*. Deze categorie bevatte de grootste groep distributeurs die in Nederland werkzaam was. De laatste categorie, de gesubsidieerde distributeurs, werd door het rijk ondersteund door middel van subsidies. Het rijk ondersteunde bij de aankoop en uitbreng van de zogenoemde kwetsbare kwaliteitsfilms wanneer de markt hier niet aan kon bijdragen. In deze categorie vielen de distributeurs *Cinemien*, *Contact Film*, *Filmmuseum Distributie* en *Park Junior*.²⁵

In 2010 is er wederom een verandering te zien in de indeling van de distributeurs in Nederland. Ook al valt dit jaar buiten mijn onderzoeksperiode, het is toch goed om de situatie in 2010 te vermelden, om zo aan te tonen dat er nog altijd veranderingen plaatsvinden. Er zijn nu nog slechts twee categorieën: de majors en de independents. Onder de majors bevinden zich nog altijd de grote distributeurs, aangesloten bij de Amerikaanse filmmaatschappijen, maar er is een verandering in de namen terug te zien. Nu vallen de distributeurs *Sony Pictures Releasing*, *Twentieth Century Fox Film*, *Universal Pictures International*, *Walt Disney Studios Motion Pictures* en *Warner Bros. Pictures International Holland* onder de majors. Onder de independents vallen alle onafhankelijke distributeurs, maar nieuw hierbij is dat de eerder gesubsidieerde distributeurs nu bij deze groep zijn aangesloten. Dat de categorie gesubsidieerde distributeurs verdwenen is, komt doordat sinds 2006 geen structurele subsidie meer wordt toegekend aan bepaalde distributeurs. Het is vanaf dan voor alle distributeurs mogelijk om in aanmerking te komen voor een 'subsidie per titel'.²⁶

Marktaandeel

Uit het onderzoek van Ten Brinke wordt duidelijk dat binnen de categorisering van begin jaren negentig de sterkste positie was weggelegd voor de commerciële distributeurs. De films van deze distributeurs bevatten voornamelijk grote Amerikaanse filmproducties en waren gericht op commerciële bioscopen. Naast de commerciële distributeurs was er een aantal onafhankelijke distributeurs. Deze groep richtte zich niet op de commerciële waarde van films, maar op de cinematografische waarde. Zij leverden dan ook geen commerciële films, maar zogenoemde 'kwaliteitsfilms'. Ook al hadden de commerciële distributeurs relatief weinig titels in het totaalaanbod van de films ten opzichte van de niet-commerciële distributeurs, ze hadden wel het grootste marktaandeel. Dit kwam doordat de commerciële distributeurs vooral waren gericht op het

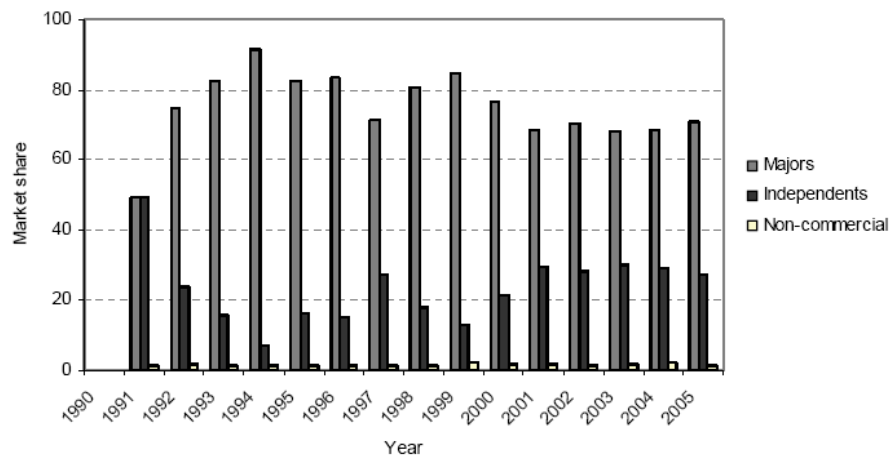
²⁴ Petra ten Brinke, 17.

²⁵ Gerard Bunnik, et.al., *Filmtheaters en cultuurbeleid. Handreiking voor bestuurders van provincies en gemeenten* (Den Haag: VNG Uitgeverij bv., 2001), 15.

²⁶ Henk Camping, et.al., *Filmtheaters en cultuurbeleid. Handreiking voor bestuurders van provincies en gemeenten* (Alkmaar: Drukkerij Slinger, 2010), 56.

maken van winst. De niet-commerciële distributeurs hadden een achtergestelde positie, doordat zij zich richtten op de kwaliteitsfilms welke in mindere mate gedistribueerd werden.²⁷

Sinds het onderzoek van Ten Brinke is er een verandering waar te nemen in de marktaandelen van majors en independents. In onderstaand schema geeft Miriam van de Kamp een overzicht van de marktaandelen, die majors, independents en niet-commerciële distributeurs hadden in de Nederlandse filmmarkt. Dit overzicht loopt van het einde van het onderzoek van Ten Brinke tot net voorbij mijn onderzoeksperiode, en laat daardoor goed de ontwikkeling in de loop van deze jaren zien.²⁸



Figuur 1 Marktaandeel voor majors, independents en niet-commerciële film distributeurs in de Nederlandse filmmarkt, 1990-2005.²⁹

Uit bovenstaand schema wordt duidelijk dat de majors aan het begin van de periode het overgrote marktaandeel hadden, namelijk rond de 80%. Vanaf 1999 liep dit marktaandeel echter terug naar 70%, waardoor het marktaandeel van de independents en niet-commerciële distributeurs steeg van 20% naar 30%. In het vervolg van dit hoofdstuk zal duidelijk worden of deze verschuiving in het marktaandeel effect heeft gehad op de distributie van de Nederlandse film.

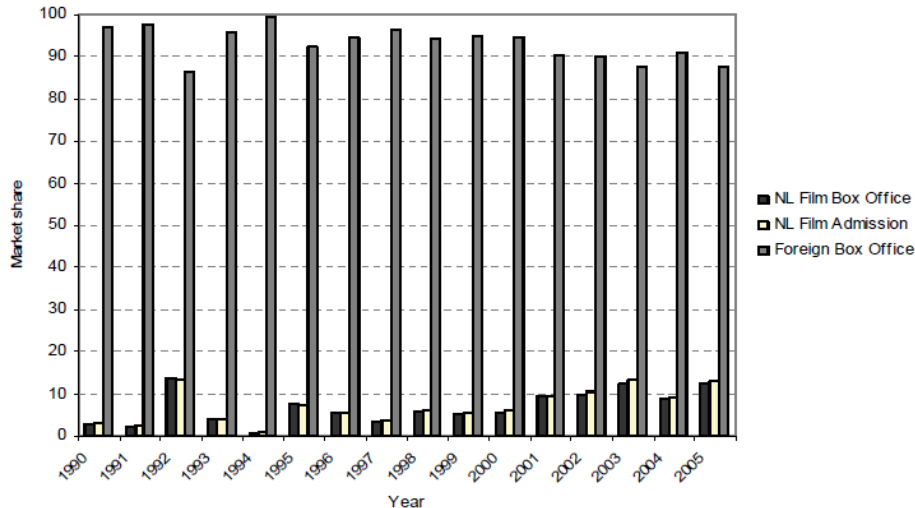
Naast het marktaandeel van de distributeurs geeft Van de Kamp ook een goed overzicht weer van het marktaandeel van de Nederlandse film ten opzichte van de buitenlandse films.³⁰ Het schema hieronder laat zien dat de Nederlandse film maar een klein deel uitmaakt van het totale aanbod. Het jaar 1992 steekt er bovenuit, maar pas vanaf 2000 is er een echte stijging te zien in het marktaandeel van de Nederlandse film.

²⁷ Petra ten Brinke, p.17.

²⁸ Miriam van de Kamp, 147.

²⁹ De marktaandelen voor 1991 zijn echter gebaseerd op incomplete cijfers en zijn een indicatie. Voor 1990 waren de marktaandelen niet beschikbaar. Miriam van de Kamp, 147.

³⁰ Miriam van de Kamp, 142.



Figuur 2 Marktaandeel van Nederlandse films en buitenlandse films, 1990-2005.³¹

Distributie van Nederlandse films

Nederlandse films zijn in verhouding tot de Amerikaanse producties in de minderheid in het totale filmaanbod. Nadat het een tijd slecht is gegaan met de Nederlandse film in de bioscopen bloeide de Nederlandse filmmarkt in de periode 1999-2003 weer op, en het aantal nieuwe Nederlandse films steeg sindsdien gestaag. Uit het onderzoek van Miriam van de Kamp wordt duidelijk dat in deze periode het marktaandeel van Nederlandse films is gestegen, zoals ook hiervoor duidelijk werd. Het hoogtepunt lag in 2003, met een aandeel van 13%. Dit is al een hele verbetering ten opzichte van het decennium ervoor. In 1991 bereikte de Nederlandse film namelijk haar dieptepunt, wat duidelijk werd uit het onderzoek van Ten Brinke.

Eind jaren tachtig en begin jaren negentig werd de distributie van Nederlandse films bemoeilijkt, doordat de films binnen de vertoningscircuits destijds niet goed te programmeren waren. Enerzijds was de Nederlandse film te groot om binnen het kleinere niet-commerciële circuit rendabel te rouleren. Het overige aanbod kreeg binnen dit circuit weinig aandacht, doordat de Nederlandse film teveel publiek zou trekken. Aan de andere kant was ze te klein om de concurrentie in het commerciële circuit aan te kunnen gaan, waardoor het risico werd genomen dat de Nederlandse film niet goed genoeg was om voldoende publiek te bereiken. Daarbij kwam nog dat het aantal doeken ten opzichte van het aantal beschikbare films niet in verhouding was. Hierdoor moest er een strenge selectie worden gemaakt in het grote aanbod Nederlandse en Amerikaanse films. De verwachting van Nederlandse films ten aanzien van het aan te trekken publiek was vaak onbekend, wat de keus voor het programmeren van Nederlandse film niet beter maakte.³²

Er zijn verschillende distributeurs die Nederlandse films onder hun hoede nemen. Er is echter een groot verschil waar te nemen tussen majors, independents en niet-commerciële distributeurs. Miriam van de Kamp heeft in haar boek *Where Corporate Culture and Local Markets Meet* (2009) een

³¹ Miriam van de Kamp, 142.

³² Petra ten Brinke, 23.

hoofdstuk gewijd aan de Nederlandse filmmarkt. Zij gaat in op de verschillende distributeurs, hun positie in de filmmarkt en hun aandeel in de distributie van de Nederlandse film.³³

Hoewel de majors het grootste marktaandeel hadden, bezaten zij volgens het onderzoek van Van de Kamp het kleinste aandeel in de distributie van de Nederlandse film. In de periode van 1990-2005 hadden de majors gezamenlijk 48 Nederlandse films gedistribueerd. United International Pictures was de belangrijkste distributeur, gevolgd door Buena Vista International en Warner Bros. Twee majors, Columbia Tristar/Sony Pictures Releasing en Fox hadden nooit een Nederlandse film gedistribueerd.³⁴

De independents hadden de meeste Nederlandse films gedistribueerd. In totaal hadden zij ervoor gezorgd dat 142 Nederlandse films in de bioscoop terecht kwamen tussen 1990 en 2005. De grootste distributeur onder de independents was A-film, welke slechts in de kleine periode van 2000-2005 al 48 Nederlandse films distribueerde. Daarnaast hadden RCV, Concorde, Independent Films en Meteor Film een groot aantal Nederlandse films gedistribueerd.³⁵

Van de niet-commerciële distributeurs waren het Nederlands Film Museum en Cinemien de grootste, met respectievelijk 62 en 20 Nederlandse films. Een groot deel van deze films besloeg echter wel documentaires en experimentele films, welke niet bij het grote publiek terecht kwamen.³⁶

In haar onderzoek vat Miriam van de Kamp de distributiesituatie van de Nederlandse film goed samen, en geeft zij aan dat er een paradox waar te nemen is:

On the one hand, a few Dutch films are distributed and marketed by majors and larger independent distributors with a substantial number of prints. On the other hand, a larger number of Dutch films are released by the non-commercial distributors, have only one or two prints and are not screened in the mainstream cinema complexes.³⁷

Het grootste aantal gedistribueerde Nederlandse films kwam dus maar bij een klein publiek terecht. De majors met het grootste marktaandeel distribueerden maar een klein aantal Nederlandse films, terwijl de independents die wel veel Nederlandse films distribueerden, maar een beperkt marktaandeel hadden. Hierdoor had de Nederlandse film alsnog weinig bereik, terwijl er dus redelijk wat gedistribueerd werd. Zo blijkt maar dat het beschikken over marktaandeel bepaalt hoe groot de aanwezigheid van de Nederlandse film in het totaalaanbod is, en hoeveel publiek zij kunnen bereiken.

Distributie en beleid

Het overheidsbeleid voor film wordt niet vanuit één punt geregeld, maar is gebaseerd op een driedeling. De rijksoverheid draagt zorg voor het aanbod (productie en distributie), de provincie voor de kwaliteit van spreiding van films (door middel van filmtheaters en bioscopen) en de lokale

³³ Miriam van de Kamp richt zich in haar onderzoek op de periode 1990-2005. Ondanks dat mijn onderzoeksperiode van 1999-2003 slechts in het laatste deel van haar onderzoek valt, zal ik hier haar onderzoek gebruiken om een overzicht te geven van filmdistributeurs en hun aandeel met betrekking tot de Nederlandse film. In sommige gevallen vallen haar gegevens in dezelfde periode als mijn onderzoek, en hebben ze niet betrekking op haar gehele onderzoeksperiode.

³⁴ Miriam van de Kamp, 150-161.

³⁵ Ibidem, 161-167.

³⁶ Ibidem, 167-168.

³⁷ Ibidem, 168.

overheden voor de vertoning.³⁸ Al geven provincie en gemeente aan hun beleid te richten op respectievelijk verspreiding en vertoning, verderop in dit onderzoek zal blijken dat dit onderscheid niet zo strikt terug te vinden is. In deze paragraaf zal ik me richten op het beleid van de rijksoverheid, daar de distributie hier centraal staat.

Gesubsidieerde distributie

Van alle in Nederland werkzame distributeurs waren er maar enkelen die rechtstreeks door de overheid werden gesubsidieerd. Begin jaren negentig waren er twee distributeurs die door de overheid ondersteund werden, namelijk NFM/IAF en Cinemien. Met deze ondersteuning was er echter nog geen overheidsbeleid met betrekking tot de distributie van specifiek de Nederlandse film. In het onderzoek van Ten Brinke wordt duidelijk dat beide door het rijk ondersteunde distributeurs geheel eigen beleidsuitgangspunten hanteerden. Cinemien ontving subsidie om distributie mogelijk te maken van artistiek waardevolle films. Het NFM/IAF had een bredere taak opgekregen met de subsidie die zij ontvingen. Zij maakten de distributie mogelijk van klassiekers en Nederlandse films, wat vooral verzorgd werd door NFM. Daarnaast zorgde het IAF voor de distributie van hedendaagse artistiek waardevolle buitenlandse films en recente artistiek waardevolle Nederlandse films.³⁹

Er werd in 1990 en 1991 door verschillende instanties kritiek geleverd op de 'gesubsidieerde distributie'. Het werd vooral oneerlijk gevonden tegenover niet-gesubsidieerde distributeurs. Zij hadden minder kans om een film te kopen, omdat ze hiervoor minder geld tot hun beschikking hadden. Het feit dat de verschillende distributeurs, de commerciële en artistieke, in deze tijd steeds meer op elkaars werkerrein terecht kwamen, droeg bij aan de kritiek op de gesubsidieerde distributie. Hierdoor kwam de discussie op gang of de wijze van subsidiëring van film distributie wel de meest adequate was. Door de Raad voor de Kunst werd een Werkgroep Filmdistributie gevraagd hier onderzoek naar te doen: of het subsidiëren van film distributie op een andere manier mogelijk was, of dat dit bijvoorbeeld per film zou kunnen worden geregeld. De Werkgroep kwam echter niet tot een eenduidig standpunt, waardoor de Raad voor de Kunst met het advies kwam de twee distributeurs voorlopig te blijven subsidiëren.⁴⁰

In de jaren erna bleef de overheid distributeurs subsidiëren, al stond het aantal gesubsidieerde distributeurs niet vast. In de cultuurnota van 2001-2004 wordt subsidie toegekend aan drie distributeurs: Cinemien, Contact Film Cinematheek en Nederlands Film Museum-distributie. Deze distributeurs kregen ondersteuning van de overheid, omdat ze zorg droegen voor de distributie van kwetsbare Nederlandse films. Hier werd vanuit de markt vrijwel niet aan bijgedragen. In deze cultuurnota werd aangegeven dat de gehele distributie van de Nederlandse film op dat moment moeizaam verliep. Dit was onder andere te danken aan het aantal filmproducties van Nederlandse films dat aanzienlijk gestegen was. In de periode van 1991-2000 was dit verdubbeld van 14 naar 34 producties per jaar. Hierdoor was het nog moeilijker geworden al deze films een plaats te geven binnen de programmering van bioscopen. Om de distributie te verbeteren werd geopperd meer aandacht te geven aan onder andere marketing en promotie, ten behoeve van een beter publieksbereik voor de Nederlandse film. Dit wilde de overheid bewerkstelligen in de vorm van een *publiek private samenwerking*⁴¹ (PPS).⁴²

³⁸ Gerard Bunnik, et.al., 37.

³⁹ Petra ten Brinke, 18.

⁴⁰ Ibidem, 18-23.

⁴¹ Publiek private samenwerking is "een partnerschap tussen één of meer organisaties uit het openbaar bestuur en particuliere organisaties, die gezamenlijk werken aan de realisering van onderling overeengekomen

Filmfondsen

Naast subsidie vanuit de overheid waren er tot 1993 twee filmfondsen waarbij distributeurs terecht konden: het Productiefonds en het Fonds voor de Nederlandse Film. Sinds 1988 kende het Filmfonds het distributiegarentiefonds. Hieruit konden distributeurs een bedrag tot maximaal 50% uitbrengsubsidie ontvangen. Deze moest terugbetaald worden, indien een film het bedrag terug verdiende. Het uitbrengen van een Nederlandse film bleef onaantrekkelijk, doordat weinig films deze distributiekosten konden terugverdienen. Hierdoor trok deze regeling maar weinig distributeurs, en was vooral het NFM/IAF degene die het merendeel van de 'filmfondsfilms' uitbracht. Het Productiefonds kende een dergelijke regeling niet.⁴³

In 1993 werden beide fondsen samengevoegd tot één fonds: het Nederlands Fonds voor de Film. De reden hiervoor was dat subsidieverlening het meest doeltreffend kon geschieden vanuit één regie, aldus Hedy d'Ancona, minister van Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur.⁴⁴ Door deze samenvoeging was in dat jaar een stijging in het aantal Nederlandse films te zien, doordat in deze overgangperiode meer films werden gesubsidieerd. Dit nieuwe Nederlands Fonds voor de Film was er om filmproductie in Nederland te stimuleren en de Nederlandse filmcultuur aan te moedigen. Naast subsidie voor productie en ontwikkeling begon het fonds ook aandacht en geld te besteden aan distributie, marketing en promotie van Nederlandse films.⁴⁵

De distributiegarentie regeling hield stand bij deze fusie en bestond anno 2003 nog steeds. Alle distributeurs, zowel majors, independents als gesubsidieerde distributeurs, konden vanaf nu een bijdrage ontvangen tot wel 60% van hun distributiekosten voor een Nederlandse film. Een bijdrage voor distributiegarentie kon worden toegekend aan "een Nederlandse distributeur ten behoeve van de uitbrengkosten van een Nederlandse film"⁴⁶. Uit de jaarverslagen van het filmfonds blijkt dat jaarlijks 7 á 10 distributeurs van deze regeling gebruik maakten. Dit is een verbetering ten opzichte van de periode uit het onderzoek van Ten Brinke.

Filmstimuleringsbeleid

In 2004 stuurde Medy van der Laan, staatssecretaris van Cultuur, een brief aan de Tweede Kamer met betrekking tot het filmstimuleringsbeleid. In deze brief werd duidelijk dat ook buiten de overheid flink werd nagedacht over dit onderwerp. De bioscoopexploitanten en filmdistributeurs hadden in samenwerking met de Nederlandse Vereniging van Speelfilmproducenten een plan ontwikkeld met betrekking tot de filmdistributie van de Nederlandse film. Dit plan ging uit van een jaarlijkse bijdrage van de exploitanten en distributeurs aan een nog op te richten distributie- en marketingfonds. Het doel hiervan was om de Nederlandse speelfilm goed in de markt te plaatsen en daarmee het in de afgelopen jaren gestegen marktaandeel te behouden. Distributeurs konden een bijdrage uit dit fonds ontvangen voor de distributie- en marketingkosten op voorwaarde dat zij dit

doelstellingen. Kenmerkend voor deze samenwerkingsvorm is niet de inbreng van belangen, maar het delen van risico's." Deze samenwerking vindt plaats in een tijdelijke organisatie, met behoud van eigen identiteit en zonder dat de eigen doelstellingen worden opgegeven.

M.A.P. Bovens, P. 't Hart, M.J.W. van Twist, U. Rosenthal, *Openbaar bestuur. Beleid, organisatie en politiek*, 6^e herziene druk (Alphen aan den Rijn: Kluwer, 2001), 204.

⁴² R. van der Ploeg, *Cultuurnota 2001-2004: Cultuur als confrontatie* (Zoetermeer: OCW, 2000): 23-25.

Brief van OC&W aan de Tweede Kamer, 4 juli 2001, 13.

⁴³ Petra ten Brinke, 10-11.

⁴⁴ Karin Wolfs, "15 jaar Nederlands Fonds voor de Film" in *De Filmkrant* nr. 291 september 2007, <http://www.filmkrant.nl/av/org/filmkran/archief/fk291/filmfond.html> laatst geraadpleegd 11-01-2011.

⁴⁵ Miriam van de Kamp, 142-144.

⁴⁶ Nederlands Fonds voor de Film, *Jaarverslag Filmfonds 2003* (Amsterdam, 2004), 43.

bedrag matchten. Dit betekent dat bij succes van een film een deel van de opbrengsten terugstroomde naar dit fonds.⁴⁷

Conclusie

De categorieën waarin de distributeurs werden verdeeld is in de loop der tijd enkele malen veranderd. In het begin van de jaren negentig was de indeling vooral gebaseerd op het onderscheid tussen commerciële en niet-commerciële cinema. Dit had volgens Ten Brinke deels te maken met de kunstmatig in stand gehouden scheiding tussen beide circuits. Deze scheiding vervaagde vanaf eind jaren negentig steeds meer, wat ook te zien was aan de indeling van de categorieën. Deze scheiding richtte zich vanaf dan meer op de soort distributeur, en niet op de cinema. Er kwam een duidelijke driedeling van majors, independents en gesubsidieerde distributeurs. In 2010 valt deze driedeling weer terug naar twee categorieën, doordat de gesubsidieerde distributeurs vervielen en opgingen in de categorie van de independents.

Ten tijde van het onderzoek van Ten Brinke was het belangrijkste marktaandeel weggelegd voor de majors. In het decennium erna verschoof het marktaandeel, waarbij dat van de majors lichtelijk daalde, en de independents een groter marktaandeel kregen dan voorheen. Hierdoor kreeg de Nederlandse film meer kans. Het overgrote deel van de Nederlandse film werd gedistribueerd door de independents. Doordat zij meer marktaandeel hadden, kregen ze meer ruimte om hun films te distribueren. Dit is ook terug te zien in het marktaandeel van de Nederlandse film in vergelijking met de buitenlandse films. Was het eind jaren tachtig en begin jaren negentig nog zeer moeilijk om een Nederlandse film te distribueren, vanaf 2000 is er een stijging te zien in het marktaandeel van de Nederlandse film. In 2003 werd zelfs een hoogtepunt bereikt waarbij de Nederlandse film 13% van het totale marktaandeel innam.

Ook met betrekking tot het beleid werd opgemerkt dat door vervaging in de categorieën van distributeurs de subsidieregeling voor hen niet adequaat meer was. Het bleek echter lastig een subsidiebeleid te vinden waar alle distributeurs baat bij hadden. De distributieggarantie regeling, welke al vanaf eind jaren tachtig bestond, was in de loop der tijd aantrekkelijker geworden voor alle distributeurs. Anno 2003 maakten jaarlijks zeven tot tien distributeurs gebruik van deze regeling, wat de distributie van Nederlandse films heeft bevorderd. Daarnaast waren er nieuwe beleidsplannen gemaakt voor een 'subsidie per titel', een publiek private samenwerking en een distributie- en marketingfonds. Of deze nieuwe plannen daadwerkelijk de distributie van de Nederlandse film ondersteunden en bevorderden, zal vervolgonderzoek moeten uitwijzen.

⁴⁷ Medy van der Laan, Brief m.b.t. Filmstimuleringsbeleid, 21 september 2004.

Filmvertoning in Nederland

Nadat er een samenwerkingsverband is ontstaan tussen een filmproducent en een distributeur, moet er voor gezorgd worden dat de film in het vertoningscircuit terecht komt. De wijze waarop dat gebeurt, wordt in belangrijke mate bepaald door de uitbrengmogelijkheden die de verschillende vertoningscircuits bieden. Dit geldt niet alleen voor de grote Amerikaanse films, maar ook voor de Nederlandse film.

Net als bij zijn bespreking van het distributieproces geeft Peter Bosma ook een driedeling voor de vertoning. Eerst is er vertoning gebaseerd op marktwerking. Hierbij zijn niet alleen het marktaandeel en de omzet van belang, maar ook de zogenoemde 'doekdichtheid' (het aantal filmdoeken per inwoner) en de frequentie van het filmbezoek (bij zowel bioscopen als filmtheaters). De bioscoopketens en grote zelfstandige bioscopen met commerciële films zijn gericht op deze vorm van vertoning. Daarnaast is er vertoning gebaseerd op non-commerciële financiering. Binnen deze groep zijn de filmtheaters terug te vinden. Winst maken is hier niet direct van belang, al moeten de vertoners in deze groep zich steeds meer opstellen als 'cultureel ondernemer'. Als subsidies uitblijven of minder worden, moeten zij meer marktgericht gaan handelen en op zoek gaan naar andere vormen van financiering. Tot slot is er de autonome vertoning, de kleinst vertegenwoordigde groep. Hierbij gaat het om vertoningen die niet marktgericht zijn en ook niet gesubsidieerd worden. Het geld komt van de filmmakers zelf of van vrijwillige bemiddelaars, zoals geïnteresseerden, familie of vrienden.⁴⁸

In dit hoofdstuk zal ik ingaan op de organisatie van de vertoningscircuits in Nederland. Daarbij onderzoek ik wat in de periode 1999-2003 de verhouding was tussen de Nederlandse film, het algemene aanbod en de vertoningscircuits. Daarnaast bekijk ik welk beleid er voor deze vertoningscircuits was, en of dit beleid in de loop der jaren is veranderd of verbeterd.

Vertoningscircuits

Begin jaren negentig was het vertoningscircuit onderverdeeld in twee groepen. Er was enerzijds een circuit van commerciële vertoners, aangesloten bij de Nederlandse Federatie voor de Cinematografie (NFC). Het commerciële circuit werd gedomineerd door vier grote concerns, namelijk het MGM-concern, Bioscoop Exploitatie Maatschappij Minerva, Bioscooponderneming Wolff en Jogchems Theater B.V. Samen bezaten zij 70-75% van alle bioscopen. Het overige deel was in handen van de zogenoemde 'independents', namelijk de bioscopen uit het commerciële circuit die niet bij een van de vier grote concerns waren aangesloten.⁴⁹

Daarnaast was er een circuit van non-profit vertoners, welke waren aangesloten bij de Associatie van Nederlandse Filmtheaters (ANF). Binnen dit circuit waren al flink wat minder bioscopen (of eigenlijk filmtheaters) aangesloten dan in het commerciële circuit. In Amsterdam bevonden zich een aantal filmtheaters, maar verder waren filmtheaters volgens Ten Brinke uitsluitend te vinden in steden met een studentenpopulatie (Utrecht, Tilburg, Wageningen).⁵⁰ Echter vergeet Ten Brinke hier dat er ook in enkele steden zonder grote studentenpopulatie filmhuizen aanwezig waren, zoals Babylon in Den Haag.

⁴⁸ Peter Bosma, 147-149.

⁴⁹ Petra ten Brinke, 25.

⁵⁰ Ibidem, 26.

Ook in 2000 waren in de bioscoopindustrie nog twee organisaties te onderscheiden waarbij bioscopen en filmtheaters waren aangesloten. De Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten (NVB) was de brancheorganisatie voor alle bioscoop- en filmtheaterexploitanten in Nederland en was aangesloten bij de NFC. Het doel van de NVB was collectieve belangenbehartiging, promotie, professionalisering en communicatie in de breedste zin van het woord.⁵¹ Bij deze vereniging waren alle commerciële bioscopen en sinds 1999 ook de filmhuizen van het ANF aangesloten. Tevens vielen de boekingstheaters onder deze vereniging. Dit waren de theaters van zelfstandige ondernemers die het boeken van films voor hun bioscopen hadden uitbesteed aan de concerns aangesloten bij de NVB (Pathé, Minerva, Wolff Cinema Groep en JT Bioscopen).⁵² De vertoners uit de commerciële categorie werden onderverdeeld in drie groepen:

- *Bioscoopketens*, zoals Pathé, Jogchems, Minerva en Wolff Cinema Groep.
- *Zelfstandige bioscopen*, bijvoorbeeld Delfia in Delft.
- *Arthouses*, bijvoorbeeld Cinecitta in Tilburg, The Movies in Amsterdam en Babylon in Den Haag.⁵³

Daarnaast was er voor de filmtheaters nog altijd een aparte vereniging, namelijk de Associatie van Nederlandse Filmtheaters (ANF), welke was gericht op filmhuizen en arthouse cinema's. De aangesloten leden werden door de ANF onderverdeeld in drie categorieën:

- *A-filmtheaters*
Dit waren de grote theaters met twee of meer zalen/doeken en een dagelijkse filmvertoning. Voorbeelden zijn 't Hoogt (Utrecht) en Lux (Nijmegen).
- *B-filmtheaters*
Dit waren de middelgrote theaters met één zaal/doek en een dagelijkse filmvertoning. Voorbeelden zijn Cinode (Dordrecht) en Provadja (Alkmaar).
- *C-filmtheaters*
Dit waren de kleine theaters veelal zonder eigen zaal en een filmvertoning van een aantal dagen per week of incidenteel. Vele waren ondergebracht bij culturele centra, bioscopen, theaters en scholen.

Uit deze onderverdeling blijkt dat de filmtheaters onderling sterk verschilden, zowel in kwaliteit en omvang van hun accommodaties als in de wijze van organisatie, exploitatie en subsidiëring.⁵⁴ Het aantal filmtheaters dat was onderverdeeld in de verschillende categorieën stond echter niet vast. Door professionalisering van de filmtheaters, was het voor enkele mogelijk om door te schuiven naar een hogere categorie. Waren er in 1993 nog maar elf A-filmtheaters, in 2000 waren dit er al vijftien. Toch bleef de grootste groep filmtheaters hangen in de C-sectie.⁵⁵

Met het onderscheid in de vertoningscircuits was er in de jaren negentig tevens een onderscheid in doelstellingen te zien. Het commerciële circuit had, zoals de naam al doet verwachten, een commerciële instelling, namelijk het maken van winst met het vertonen van films. Met de programmering werd dan ook rekening gehouden met het publiek. Het liefst werd vanuit dit circuit een zo groot mogelijk publiek bereikt. Het filmaanbod binnen het commerciële

⁵¹ NVB Infocentrum, http://www.nvbinfocentrum.nl/uploads/files/nvb_profiel_2009_&_2010.pdf, 19-01-2011.

⁵² NVB Infocentrum, <http://www.nvbinfocentrum.nl/?id=548>, 19-01-2011.

⁵³ J.N.L. Brigitha, 2000, 14.

⁵⁴ Gerard Bunnik, et.al., 13.

⁵⁵ Petra ten Brinke, 28 en J.N.L. Brigitha, 2000, 14.

vertoningscircuit werd voornamelijk bepaald door de grotere commerciële distributeurs (vaak waren dit de majors).⁵⁶

Hier tegenover stond het circuit van de non-profit vertoners. Zij hadden een culturele doelstelling, wat inhield dat zij graag hoogwaardige of zogenoemde kwaliteitsfilms vertoonden. Doordat zij minder gericht waren op het grote publiek en daardoor niet hun voordeel konden doen met de gemaakte winst, ontvingen zij vaak subsidies om de filmhuur te kunnen betalen. Met behulp van deze subsidie konden de non-profit vertoners films vertonen die aan hun doelstelling voldeden, zonder dat zij flink verlies draaiden.⁵⁷

Was er begin jaren negentig nog een duidelijk onderscheid in profit en non-profit vertoners en hun doelstellingen te zien, in 2000 was dit onderscheid tussen vertoners al meer vervaagd. Non-profit vertoners namen meer 'publieksvriendelijke' films op om aan inkomsten te komen als de subsidies verminderden. Andersom namen commerciële vertoners vaker grotere arthouse films of kwaliteitsfilms op in hun programma. Deze verandering bij de vertoners kwam voort vanuit de verandering in het aanbod van de distributeurs. Zij bleven niet meer op één soort film gericht (bijvoorbeeld alleen commerciële films of kwaliteitsfilms), maar namen ook andere types film in hun distributiepakket op.

Nederlandse Federatie voor de Cinematografie

In de overkoepelende organisatie van de Nederlandse Federatie voor de Cinematografie (NFC) was een verandering waar te nemen. De organisatie was in eerste instantie meer op de economisch waardevolle film gericht. Echter, door veranderingen in de markt en het lidmaatschap van de ANF sinds 1999, was de NFC zich in de loop der jaren ook meer gaan richten op de vertoners van de kwaliteitsfilm.⁵⁸

Daarnaast hadden in de loop der jaren verschillende organisaties zich aangesloten bij de NFC, namelijk de Nederlandse Vereniging van Speelfilmproducenten (NVS), de Vereniging van Audiovisuele Producenten (VAP), de Vereniging van Filmverhuurders (NVF), de Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten (NVB) en de Associatie van Nederlandse Filmtheaters (ANF). Ze hadden een gezamenlijke doelstelling geformuleerd om te bewerkstelligen. Deze doelstelling luidde als volgt:

De versterking van de positie van de film als cultuuruiting in Nederland door onder meer het bevorderen van zo veelzijdig mogelijke en zo veel mogelijk verspreide filmvoorzieningen, alsmede het behartigen, verdedigen en versterken van de gemeenschappelijke belangen van het Nederlandse film- en bioscoopbedrijf.⁵⁹

Uit het jaarverslag van de NFC uit 2003 bleek echter dat door de verbetering van de organisatie van de filmbranche deze samenwerking niet meer nodig was en dat veel verenigingen zelfstandig door wilden gaan. Veel punten uit de geciteerde doelstelling waren inmiddels gerealiseerd, waardoor een verbond tussen al de aangesloten organisaties niet noodzakelijk meer was. De NFC bleef niet langer de allesomvattende organisatie waarin de verenigingen samenwerkten. Ze bleven echter wel met

⁵⁶ Petra ten Brinke, 25.

⁵⁷ Ibidem.

⁵⁸ J.N.L. Brigitha, 2000, 16.

⁵⁹ Statuten NFC en Quester. *Datagids voor het Film- en Bioscoopbedrijf 1997* (Nijmegen: Brinkman Publishers Groep, 1997), 42 in J.N.L. Brigitha, 2000, 16.

elkaar verbonden doordat de NFC als een 'holding' werd voortgezet, waardoor indien nodig in de toekomst nieuwe samenwerkingsverbanden kunnen ontstaan of gezamenlijk naar buiten getreden kan worden als strategische samenwerking vereist is.⁶⁰

Programmering

Op het gebied van programmering zijn er verschillende aspecten te onderscheiden waarmee de vertoners rekening moeten houden. Ze zijn afhankelijk van het filmaanbod van distributeurs, want alleen uit hun aanbod kan een programma tot stand komen. Daarnaast moeten sommige vertoners, met name non-profit vertoners, er ook rekening mee houden dat zij afhankelijk zijn van subsidies en daarom vaak gerichte keuzes moeten maken voor de programmering van films.

In verhouding tot het buitenland was het aantal filmzalen in Nederland achtergebleven, waardoor er weinig ruimte was om een breed filmprogramma aan te bieden. Vaak bevond zich in een grote gemeente zowel een bioscoop als filmtheater. Mocht dit niet het geval zijn, en er alleen een filmtheater zijn, dan zal dit geneigd zijn meer commerciële films te vertonen. Als de subsidies vanuit de lokale overheid beperkt is, is het voor een filmtheater onmogelijk te overleven zonder commerciële films op te nemen in het programma.⁶¹ Onderstaand schema geeft goed de verhouding weer tussen commerciële bioscopen en filmtheaters en de hoeveelheid zalen die in Nederland beschikbaar waren.

	Commerciële bioscopen	Filmtheaters*
Aantal	143	31
Aantal zalen	541	61
Marktaandeel recette	96,2%	3,8%
Marktaandeel bezoek	95,2%	4,8%

* Met een weekprogramma
NFC, *Statistisch jaarverslag 2003*

Figuur 2 Kerncijfers bioscoopexploitanten in 2003.⁶²

Bioscoopfilm, arthouse film en kwetsbare kwaliteitsfilm

Was er eerst nog een duidelijk onderscheid waar te nemen tussen de non-profit filmtheatersector en de profit bioscoopbranche, vanaf 2000 waren beide meer naar elkaar toe gegroeid. De films die zij vertoonden waren niet zomaar meer van elkaar te onderscheiden, en waren daarnaast niet meer te categoriseren als 'kunstzinnig' of 'niet-kunstzinnig' dan wel 'commercieel' of 'niet-commercieel'. Er werd volgens onderzoekster Brigitha nu meer gesproken over de economische of cinematografische waarde van een film.⁶³

In haar rapport *Distributie versus Vertoning* geeft Brigitha in een schema aan waar de verschillende type films doorgaans werden vertoond.

⁶⁰ Nederlandse Federatie voor de Cinematografie, *Jaarverslag 2003*, 5-6.

⁶¹ Jaap Wils en Arnold Ziegelaar, *Sectoronderzoek film en televisie. Eindrapport*, (Leiden, 2005), 28.

⁶² Ibidem.

⁶³ Gerard Bunnik, et.al., 15 en J.N.L. Brigitha, *Distributie versus vertoning* (Rotterdam, 1999), 8.

Bioscopen	Arthouses	Filmtheaters
Populaire film		
Arthouse film	Arthouse film	Arthouse film
		Kwetsbare kwaliteitsfilm
		Experimentele film
		Documentaire
		Klassieker
Economisch waardevol		Cinematografisch waardevol

In dit schema is te zien dat de arthouse film overal werd vertoond. De kunstzinnige film werd volgens Brigitha ook wel in arthouses vertoond, maar slechts sporadisch. De klassieke film nam een speciale plaats in, omdat deze niet per definitie een kwaliteitsfilm hoefde te zijn, maar ook een populaire of arthouse film kon zijn die in de loop der jaren cinematografisch waardevol was gebleken. Deze klassiekers werden echter alleen in filmtheaters vertoond.⁶⁴

Uit bovenstaand schema is duidelijk geworden dat het moeilijk is films te categoriseren en hier een eenduidige, allesomvattende definitie aan te geven. Toch is er in de handreiking *Filmtheaters en cultuurbeleid* voor gekozen een eenvoudige, maar praktische driedeling te maken in type films. Ten eerste is er de bioscoopfilm, welke vrijwel uitsluitend wordt vertoond in bioscopen. Het filmaanbod is gericht op een voor de markt aantrekkelijk en voldoende breed publiek. Dit type film wordt voornamelijk door majors en independents uitgebracht. Daarnaast is er de arthousefilm, en deze wordt in zowel bioscopen, arthouses als filmtheaters vertoond. Dit filmaanbod is gericht op een minder groot maar vaak voor de markt nog aantrekkelijk en voldoende groot publiek. Voornamelijk majors en independents distribueren dit type film, maar in enkele gevallen kan deze ook door een gesubsidieerde distributeur uitgebracht worden. Tot slot is er de kwetsbare kwaliteitsfilm, en deze wordt uitsluitend in filmtheaters vertoond. Met deze films wordt een beperkt publiek bereikt, en deze worden dan ook voornamelijk uitgebracht door gesubsidieerde distributeurs.⁶⁵

Nederlandse film

Begin jaren negentig rouleerde de Nederlandse film in zowel commerciële als non-profit vertoningscircuits. Hierdoor was niet duidelijk vast te stellen waar bepaalde films thuis hoorden. Filmhuizen konden vaak het grote filmaanbod niet aan, waardoor de Nederlandse film hier weinig kans kreeg. Ook al rouleerden hier jaarlijks meerdere Nederlandse films, vaak was dit maar met één of twee kopieën. Daarentegen was de Nederlandse film vaak niet 'groot' genoeg (met oog op het publieksbereik) om in het commerciële circuit mee te kunnen komen. In het commerciële circuit rouleerden daardoor slechts enkele Nederlandse films, al werden deze daar wel met een groot aantal kopieën uitgebracht. Het aanbod van Nederlandse films was in de filmtheaters veelzijdiger dan in de commerciële bioscopen, omdat er werd gekozen voor meerdere films maar in een beperkt aantal kopieën. De Nederlandse film bleef dus een bescheiden plaats innemen in het totale programma aanbod.⁶⁶

⁶⁴ J.N.L. Brigitha, 1999, 9.

⁶⁵ Gerard Bunnik, et.al., 17.

⁶⁶ Petra ten Brinke, 27, 33.

De samenstelling van het filmaanbod van het commerciële circuit maakte het voor distributeurs moeilijk om er een Nederlandse film uit te brengen. Steeds minder films waren verantwoordelijk voor de totale recettes, waardoor in het commerciële circuit voornamelijk werd gekozen voor de grote Amerikaanse films die veel inkomsten opleverden. Er konden maar weinig Nederlandse films met deze grote films concurreren, en waren daardoor financieel gezien weinig aantrekkelijk om te programmeren. Binnen de filmtheaters was het lastig om een Nederlandse film te programmeren, omdat zij streng moesten selecteren doordat er een groot aanbod aan kwaliteitsfilms was en een in verhouding gering aantal doeken. Voor de kleinere Nederlandse producties was het door de situatie in zowel bioscoop als filmtheater al helemaal moeilijk om in de programmering terecht te komen.⁶⁷

Het aanbod vanuit de Nederlandse filmindustrie was anno 2000 voornamelijk gericht op ofwel de bioscoopmarkt, ofwel de filmtheaters. Echter, een deel van het aanbod (dat met fiscale maatregelen was ontwikkeld) dreigde tussen wal en schip te raken. Vaak bleek de Nederlandse film onvoldoende marktpotentieel te hebben voor een bioscoop. Vervolgens kon de Nederlandse film alleen nog een weg naar het publiek vinden via de filmtheaters.⁶⁸ De positie van de Nederlandse film in het vertoningscircuit was hiermee nog niet verbeterd ten opzichte van de jaren negentig. Nog altijd was het moeilijk de Nederlandse film te plaatsen, en te bepalen of zij in de bioscoop of het filmtheater thuis hoorde.

Daarnaast noemde Ten Brinke al in 1993 het doekentekort als een aanleiding voor de beperkte programmering van de Nederlandse film. Dit was volgens haar te wijten aan het commerciële circuit, waar voornamelijk de grote (Amerikaanse) films werden vertoond. Voor de meeste Nederlandse films was het moeilijk hiertussen te komen, en bovendien waren er maar weinig bioscopen die de Nederlandse film wilden programmeren. In het non-profit circuit was het aanbod te groot ten opzichte van het aantal beschikbare doeken. Programmeurs waren hierdoor gedwongen een strenge selectie te maken in wat ze wilden vertonen.⁶⁹

Ook in 2002 werd het doekentekort aangevoerd voor de beperkte programmering van de Nederlandse film. Uit marktonderzoek bleek dat “veel professionals, vooral producenten, vinden dat het gebrek aan doeken voor de meeste Nederlandse films [...] één van de kernproblemen is voor de positie van de Nederlandse film op de eigen vertoningsmarkt”⁷⁰. Dit toont aan dat dit probleem in de loop der jaren was blijven bestaan en er nog geen verbetering te zien was. Gelukkig waren er al wel ontwikkelingen waar te nemen in de bioscoopbranche om te proberen de situatie te verbeteren. Exploitanten investeerden in het verbeteren van de kwaliteit en uitbreiding van het zalenaanbod. Hierbij waren echter ook knelpunten waar te nemen bij de vestiging van nieuwe bioscopen en filmhuizen. Dit kwam doordat de ontwikkeling van nieuwe gebouwen werd bemoeilijkt door langdurige procedures binnen de gemeenten.⁷¹

⁶⁷ Petra ten Brinke, 34-36.

⁶⁸ Gerard Bunnik, et.al., 17.

⁶⁹ Petra ten Brinke, 34.

⁷⁰ *Samenvatting marktonderzoeken Nederlandse Speelfilm 2002*, <http://filmfonds.nl/publicaties/overig/308> laatst geraadpleegd op 16-02-2001, 13. Deze samenvatting is o.a. geschreven naar aanleiding van het onderzoek van John Durie, *Selected Strategies of Success* (Juni 2002).

⁷¹ Jaap Wils en Arnold Ziegelaar, 28.

Bezoek van de Nederlandse film

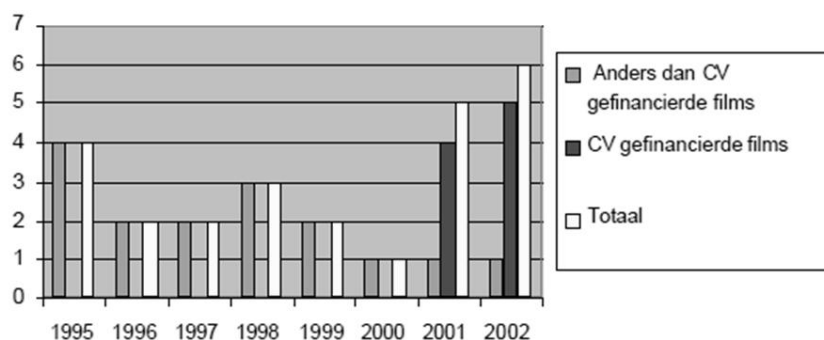
Op verzoek van de Tweede Kamer heeft het bureau Berenschot in 2003 een evaluatie geschreven met betrekking tot de stimuleringsmaatregelen voor de Nederlandse film. Uit deze evaluatie werd duidelijk dat het aantal bioscoopbezoekers voor de Nederlandse film in de jaren daarvoor sterk was toegenomen. Het percentage bezoek aan de Nederlandse film was verdubbeld van 4,2% in 1993 naar 10,5% in 2003, en daarmee was ook de opbrengst verdubbeld.⁷²

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Nieuw uitgekomen films	205	237	239	254	224	223	242	263	242	252
Bezoekers (x miljoen)	15,9	16,0	17,2	16,8	18,9	20,1	18,6	21,6	23,8	24,1
Brutorecette (x miljoen euro)	85,4	85,4	89,7	91,6	105,5	116,5	104,7	128,5	148,5	156,5
Nieuwe Nederlandse films	28	22	30	37	25	33	30	34	28	29
% bezoek Nederlandse films	4,2	0,8	7,2	5,5	3,7	6,1	5,5	5,9	9,5	10,5
% brutorecette Nederlandse films	4,1	0,6	7,6	5,4	3,4	5,6	5,0	5,5	9,4	10,0
Totale recette Nederlandse film (x € 1 miljoen)	3,50	0,51	6,82	4,95	3,59	6,52	5,24	7,07	13,96	15,65

Bron: NFC.

Figuur 3 Recettes en bezoekers van de Nederlandse film, 1993-2002.⁷³

Tevens werd uit de evaluatie van Berenschot duidelijk dat het aantal Nederlandse films met minimaal 100.000 bezoekers sterk was toegenomen. Uit onderstaand schema wordt duidelijk dat tot 2001 jaarlijks twee tot vier Nederlandse films dit bezoekersaantal trok. In 2002 en 2003 was dit gestegen naar vijf tot zes Nederlandse films.⁷⁴



Figuur 4 Nederlandse films met meer dan 100.000 bezoekers, 1995-2002.⁷⁵

Beleid

In het vorige hoofdstuk werd duidelijk dat de rijksoverheid vooral subsidie verleende aan de distributeurs en producenten van Nederlandse films. De filmtheaters en bioscopen hoefden niet zozeer op hulp vanuit de landelijke overheid te rekenen, maar waren meer aangewezen op

⁷² Berenschot, *Evaluatie van de stimuleringsmaatregelen voor de Nederlandse film, 1999-2003*, (Utrecht, 4 september 2003), 80.

⁷³ Ibidem.

⁷⁴ Ibidem, 81.

⁷⁵ Ibidem.

gemeentelijke ondersteuning. Ten Brinke geeft aan dat ten tijde van haar onderzoek alleen de filmtheaters vanuit de rijksoverheid financieel gesteund werden. Dit is opvallend aangezien de rijksoverheid claimt de distributeurs en producenten te ondersteunen. Het non-profit vertoningscircuit ontving begin jaren negentig subsidies vanuit het ministerie van Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur (WVC) in de vorm een klein ontwikkelingskrediet. Dit ontwikkelingskrediet was bedoeld om de accommodaties te kunnen verbeteren. Een voorwaarde hierbij was dat de lokale overheid (de gemeente) eveneens een bijdrage leverde. Verdere ondersteuning van filmtheaters werd aan de gemeente overgelaten.⁷⁶ Een decennium later waren filmtheaters nog altijd afhankelijk van gemeentelijke steun. De ondersteuning voor filmtheaters vanuit de gemeente vond vooral plaats op het gebied van:

- *De accommodaties en inrichting* (eenmalig en structureel);
- *De exploitatie / het personeel* (structureel);
- *Het artistiek beleid / de programmering* (structureel en incidenteel).

Met behulp van deze ondersteuning was het voor de grotere filmtheaters mogelijk geworden te professionaliseren.⁷⁷

Om het beleid van gemeenten in goede banen te leiden was door de Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG) een ringmodel gemaakt. Volgens de VNG is de bevolkingssamenstelling in combinatie met de ambities van de gemeente sterk bepalend voor de aard en omvang van het cultuurbeleid. Begin 2000 maakten filmtheaters steeds meer vast onderdeel uit van de culturele infrastructuur van gemeenten. Het model van de VNG is grofweg in drie groepen in te delen:

- 1) *Kernachtig cultuurbeleid*: tot 30.000 inwoners;
- 2) *Uitgebreid cultuurbeleid*: tussen 30.000 en 90.000 inwoners;
- 3) *Alomvattend cultuurbeleid*: meer dan 90.000 inwoners.

Binnen deze groepen is de mate van ondersteuning van filmtheaters verschillend. Bij het kernachtig cultuurbeleid is de filmvoorziening, als deze al aanwezig is, kleinschalig en maakt vaak deel uit van een provinciaal netwerk (bijvoorbeeld een filmliga of filmcircuit). Bij het uitgebreide cultuurbeleid wordt al over meer mogelijkheden beschikt. Soms is een zelfstandig filmtheater aanwezig, maar vaak is dit onderdeel van een multifunctionele accommodatie of van een bioscoop. Tot slot heeft het alomvattende cultuurbeleid de meeste mogelijkheden. Vaak is binnen gemeenten met meer dan 90.000 inwoners een zelfstandig filmtheater aanwezig, en geven zij actief steun aan de vertoning van de kwaliteitsfilm. Het beleid ten aanzien van filmtheaters moet in veel gemeenten echter nog verder ontwikkeld worden.⁷⁸ Het is opvallend dat in het gemeentelijk beleid slechts wordt gesproken over filmtheaters. Het is niet duidelijk of de commerciële bioscopen eveneens worden ondersteund door het gemeentelijke beleid, of dat zij volledig toegewezen zijn op hun eigen inkomsten.

Naast het gemeentelijk beleid, wat vooral gericht was op de vertoning en wat daarbij kwam kijken, was er ook beleid vanuit de provincie dat meer gericht was op de spreiding. Een aantal provincies had echter nog geen specifiek filmbeleid ontwikkeld. De provincies die wel een beleid hadden, verschilden in de manier waarop ze dit uitvoerden. De minder ontwikkelde provincies werkten met een incidentele subsidiepot, waar initiatieven op filmgebied een beroep op konden doen, of verleenden sporadisch subsidie. In de provincies waar het filmbeleid meer ontwikkeld was, was er vaak een film circuit actief waarbij verschillende filmtheaters waren aangesloten. De meeste

⁷⁶ Petra ten Brinke, 25.

⁷⁷ Gerard Bunnik, et.al., 21.

⁷⁸ Ibidem, 24-25.

circuits hadden een coördinerende taak. De samenwerking hierbinnen richtte zich vooral op een afstemming in de programmering en op de uitwisseling van kennis en ervaring. Vooral de kleinere filmtheaters hadden hier baat bij. Daarnaast subsidieerde een aantal provincies een nationaal of regionaal filmfestival dat in de provincie plaatsvond.⁷⁹

Er was nog veel kritiek op het provinciale en gemeentelijke filmbeleid. Brigitha gaf in haar onderzoek aan dat niet alle provincies consequent zorgden voor een adequate verspreiding. Daarnaast zorgden vele lokale overheden niet voor een adequate afname van kwaliteitsfilms. Bovendien sloten beleid en visie van de drie overheidslagen volgens haar niet goed op elkaar aan, waardoor er een situatie was ontstaan waarbij het filmaanbod groter was dan de afnamemogelijkheden.⁸⁰ Dat deze samenwerking niet goed functioneerde lag volgens Brigitha niet zozeer aan de rijksoverheid, maar meer aan de provinciale en lokale overheden. Laatstgenoemden moesten hun taak met betrekking tot spreiding en afname zorgvuldiger verrichtten. Een vergroot inzicht van provincies en lokale overheden dat een sterke (non-profit) filmsector zowel in cultureel als economisch opzicht van belang is, zou volgens Brigitha moeten bijdragen aan een grotere aandacht en welwillendheid in hun ondersteuning van het filmbeleid.⁸¹

Daarnaast werd in de handreiking *Filmtheaters en cultuurbeleid* ook commentaar geleverd op het beleid van zowel rijk, provincie als gemeente. Het ontbrak hen niet alleen aan voldoende samenhang en afstemming in het beleid ten aanzien van film en filmtheaters. Gemeenten en provincies oriënteerden zich bij het ontwikkelen van het beleid rond filmtheaters en de vertoning van kwetsbaar kwaliteitsaanbod ook onvoldoende op elkaars ervaringen en vorderingen.⁸²

Conclusie

Binnen de organisatie van de vertoningscircuits heeft in de loop der jaren geen grote verandering voorgedaan. Nog altijd werden de vertoners onderverdeeld in een commercieel en een non-profit circuit. Het werd echter wel duidelijker wat de onderverdeling binnen beide circuits was. Het commerciële circuit bestond uit bioscoopketens, zelfstandige bioscopen en arthouses. Het niet-commerciële circuit werd onderverdeeld in A-, B- en C-filmtheaters op basis van de grootte van de accommodatie en de frequentie van filmvertoning. Begin jaren negentig was er nog een strikte scheiding in doelstellingen van beide vertoningscircuits. Het commerciële circuit was vooral gericht op het maken van winst en het bereiken van een zo groot mogelijk publiek. Het non-profit circuit daarentegen hield vast aan een culturele doelstelling. Een decennium later was dit onderscheid meer vervaagd, en waren beide circuits meer op elkaars vlak terecht gekomen. Dit had mede te maken met de veranderingen in het aanbod vanuit distributeurs. Zij distribueerden steeds vaker zowel commerciële films als kwaliteitsfilms.

De films die werden opgenomen in de programmering van beide circuits waren onder te verdelen in drie categorieën: de bioscoopfilm, de arthouse film en de kwetsbare kwaliteitsfilm. Werden deze films eerst gekenmerkt als 'kunstzinnig/niet-kunstzinnig' en 'commercieel/niet-commercieel', door de verandering binnen de vertoningscircuits werd vanaf 2000 over de categorieën gesproken als economisch of cinematografisch waardevol. De Nederlandse film was moeilijk te plaatsen binnen (een van) deze categorieën, waardoor het tevens lastig was Nederlandse

⁷⁹ Gerard Bunnik, et.al., 33-34.

⁸⁰ Brigitha, 2000, 53.

⁸¹ Ibidem, 56.

⁸² Gerard Bunnik, et.al., 43.

films goed te programmeren. In de bioscopen moesten zij opboksen tegen de grotere Amerikaanse films, die bij voorbaat een groter publiek trokken en meer winst opleverde. Binnen de filmtheaters kreeg de Nederlandse film weinig kans, doordat er streng geselecteerd moest worden in een te groot aanbod van kwaliteitsfilms in verhouding tot het aantal beschikbare doeken. De positie van de Nederlandse film binnen de vertoningscircuits was in 2000 nog niet verbeterd ten opzichte van begin jaren negentig. Het was nog altijd moeilijk te bepalen of een Nederlandse film meer in de bioscoop of in het filmtheater thuis hoorde, *zij viel eerder tussen beide circuits in*. Daarbij moest zij voor een plaats in de programmering nog altijd concurreren met enerzijds de blockbusters die zekerheid gaven van een goede opbrengst en anderzijds met een flink aantal kwaliteitsfilms in verhouding tot een klein aantal doeken.

Het beleid voor de vertoningscircuits werd vooral vanuit de gemeente geregeld, en had voornamelijk betrekking op de accommodatie, exploitatie en de programmering. Het gemeentelijk beleid was onderverdeeld in drie groepen, en afhankelijk van het aantal inwoners werd de mate van ondersteuning bepaald. Hoe groter een gemeente, des te groter de ondersteuning over het algemeen was. Naast het gemeentelijk beleid was het provinciale beleid erop gericht voor een zo goed mogelijke spreiding van accommodaties (filmtheaters, bioscopen, etc.) te zorgen. Er waren echter maar enkele provincies met een filmbeleid, wat vooral voor ondersteuning van filmcircuits zorgde waarbij filmtheaters waren aangesloten. Er was destijds veel kritiek op het gemeentelijke en provinciale beleid, doordat dit beleid maar gedeeltelijk werd uitgevoerd. Doordat beleid en visie van de verschillende overheidslagen niet goed op elkaar aansloten, ontbrak het hen aan een goede samenhang en afstemming in het beleid.

Conclusie

In voorgaand onderzoek heb ik gekeken naar de distributie- en vertoningssituatie van de Nederlandse film. De hoofdvraag die hierbij centraal stond was: *Hoe zag de distributie- en vertoningssituatie van de Nederlandse film er uit in de periode 1999-2003 en is deze veranderd ten opzichte van het onderzoek van Ten Brinke uit 1993?*”

Eerst heb ik gekeken hoe de filmdistributie in Nederland werd georganiseerd, door onder andere te kijken naar cultuurnota's en beleidsplannen van de overheid en te onderzoeken welke subsidie- en distributieregelingen er met betrekking tot de Nederlandse film waren. Vervolgens heb ik bekeken welke vertoningscircuits in Nederland waren te onderscheiden, hoe deze waren georganiseerd en hoe de Nederlandse overheid hierbij betrokken was. Tevens heb ik hierbij gekeken naar de programmering en het bezoek van de Nederlandse film.

Het referentiekader bij dit onderzoek was de theorievorming over de culturele industrie en voornamelijk het cultureel ondernemerschap. De culturele industrie onderscheidt zich van de gewone industrieën doordat zij culturele producten produceert. Niet de winst van het culturele product, maar het creëren van betekenis ervan is van belang. De culturele waarde van het product staat volgens Paul Rutten en Hirsch voorop in de culturele industrie.

Uit de culturele industrie is het cultureel ondernemerschap voortgekomen. De culturele ondernemers zijn naar het idee van Giep Hagoort verantwoordelijk voor de realisering van de culturele missie van een organisatie, maar zijn daarnaast tevens verantwoordelijk voor de naar buiten gerichte, culturele functie van de organisatie. Producenten, distributeurs en vertoners uit de niet-commerciële filmsector en de commerciële bioscoopbranche zijn daarom volgens François Colbert te zien als cultureel ondernemers. Paul Rutten benadrukt dat de rol van cultureel ondernemer groter wordt naarmate zij functies in meerdere, verschillende lagen (productie, distributie, vertoning) aannemen.

In Nederland zijn de werkzame distributeurs aangesloten bij de Nederlandse Vereniging van Filmdistributeurs (NVF). Binnen de NVF waren de distributeurs onderverdeeld in categorieën. Volgens het onderzoek van Ten Brinke was de onderverdeling in 1993 gebaseerd op commerciële en meer arthouse/filmhuis films. Eén categorie bestond uit commerciële distributeurs (gericht op de economische waarde), de andere categorie bestond uit non-profit distributeurs (gericht op de culturele waarde). Uit de handreiking *Filmtheaters en cultuurbeleid* werd duidelijk dat in 2000 de distributeurs waren onderverdeeld in drie categorieën: majors, independents en gesubsidieerde distributeurs. De majors distribueerden voornamelijk de grote commerciële films met een primair economische waarde. Hier tegenover stonden de gesubsidieerde distributeurs. Zij waren meer gericht op de culturele waarde van films en verspreidden met behulp van overheidssteun de kwetsbare kwaliteitsfilms. Hier tussenin bevonden zich de independents, die enerzijds commerciële films distribueerden, maar daarnaast ook oog hadden voor arthouse films en kwaliteitsfilms.

Net als het distributiebedrijf was het vertoningscircuit begin jaren negentig onderverdeeld in twee groepen, namelijk de commerciële vertoners (aangesloten bij de NFC) en de non-profit vertoners (aangesloten bij de ANF). In 2000 waren alle bioscopen en filmtheaters samengegaan in de overkoepelende organisatie van de NVB. Toch was ook in deze tijd nog wel een onderscheid in commerciële en non-profit vertoners. Met de onderverdeling was begin jaren negentig nog een duidelijk onderscheid in doelstellingen te zien. Het commerciële circuit had als doel zoveel mogelijk winst te maken, het non-profit circuit had een culturele doelstelling door middel van het vertonen van kwaliteitsfilms. In 2000 was het onderscheid in doelstellingen al meer vervaagd, en kwamen

beide groepen vertoners meer in elkaars vlak door in plaats van alleen winstgevende films ook cultureel verantwoorde films te vertonen en omgekeerd. Doordat beide vertoningscircuits meer naar elkaar toe gegroeid waren, was het lastig om films te blijven categoriseren als 'kunstzinnig/niet-kunstzinnig' dan wel 'commercieel/niet-commercieel'. Er werd vanaf 2000 meer gesproken over een economische of cinematografische waarde. Ook films zelf blijven moeilijk te categoriseren, maar er werd in de handreiking *Filmtheaters en cultuurbeleid* voor gekozen films onder te verdelen in bioscoopfilms, arthouse films en kwetsbare kwaliteitsfilms.

Begin jaren negentig was het grootste marktaandeel weggelegd voor de commerciële distributeurs, ondanks de relatief weinige titels die zij in het totale filmaanbod hadden. Tien jaar later was er een verschuiving te zien in het marktaandeel. Het aandeel van de majors liep terug van 80% in 1990 naar 70% in 1999. Hierdoor steeg het marktaandeel van de independents met 10%. Parallel hiermee verschoof ook het aandeel van de Nederlandse films in het totale filmaanbod. Het hoogtepunt lag in 2003 met een aandeel van 13%. De meeste Nederlandse films werden gedistribueerd door de independents, waardoor zij uiteindelijk alsnog een klein publiek bereikten, aangezien zij vaak met enkele kopieën en naar voornamelijk kleinere bioscopen gedistribueerd werd. Het beschikken over marktaandeel (ruimte in programmering) bepaalde in grote mate de aanwezigheid van de Nederlandse film in het totaalaanbod en de hoeveelheid publiek die zij bereikten.

De Nederlandse film had binnen de vertoningscircuits een aparte positie. Zij was namelijk moeilijk te programmeren omdat zij enerzijds te klein was voor bioscopen om concurrentie met grote (Amerikaanse) films aan te kunnen en anderzijds te groot voor filmtheaters waar een zeer groot aanbod was voor een beperkt aantal doeken. De Nederlandse film dreigde hiermee veelal tussen wal en schip te raken, en kreeg slechts met moeite een kans in de programmering. Opvallend echter is dat het bezoek aan de Nederlandse film sterk was toegenomen en in 2003 zelfs verdubbeld was ten opzichte van 1993. Ook het aantal Nederlandse films met meer dan 100.000 bezoekers was gestegen van twee tot vier films per jaar in de jaren negentig naar vijf tot zes films per jaar in 2003.

Het beleid voor distributie van Nederlandse films werd geregeld vanuit de overheid. Er waren enkele distributeurs die rechtstreeks door de overheid gesubsidieerd werden. Ondanks de kritiek van niet-gesubsidieerde distributeurs op gesubsidieerde distributie, dat het oneerlijk was omdat zij minder kans hadden een film aan te kopen doordat zij minder geld bezaten, was er begin 2000 nog geen nieuw beleid, waardoor nog altijd dezelfde distributeurs rechtstreeks subsidie ontvingen. Voor de overige distributeurs bestond er een distributiegarantieregeling, waar zij een bijdrage konden aanvragen tot wel 60% van hun distributiekosten voor een Nederlandse film. Ten tijde van het onderzoek van Ten Brinke werd hier nog weinig gebruik van gemaakt. In 2003 maakten jaarlijks zeven tot tien distributeurs van deze regeling gebruik. Er werden in deze periode tevens nieuwe beleidsplannen gemaakt, maar of deze daadwerkelijk de distributie van de Nederlandse film vanaf dan hebben bevorderd zal vervolgonderzoek moeten uitwijzen.

Voor de vertoningscircuits was het ondersteunend overheidsbeleid geregeld vanuit de provincie en voornamelijk de gemeente. De steun vanuit de gemeente was vooral gericht op de accommodatie, en daarnaast op de exploitatie, het personeel en de programmering. De mate van ondersteuning werd mede bepaald door het aantal inwoners van een gemeente. Hoe groter het aantal inwoners, des te uitgebreider het ondersteunend filmbeleid was. De provincies hadden over het algemeen geen specifiek of nog beperkt filmbeleid ontwikkeld. Op het gemeentelijk en provinciaal filmbeleid was begin 2000 nog veel kritiek, die was gericht op de slechte samenwerking

tussen de overheden en de slechte samenhang en afstemming van het beleid. Er moest nog hard aan gewerkt worden om dit beleid aan te scherpen en te verbeteren.

Het is opvallend dat er een tweestrijd te zien is in de ontwikkeling van de distributie- en vertoningssituatie van de Nederlandse film. Aan de ene kant was er een verbetering te zien rond de distributie. Vanuit de landelijke overheid werd distributeurs door de distributiegantieregeling meer kans gegeven Nederlandse films te distribueren zonder direct verlies te lijden. Er was begin 2000 dan ook een daadwerkelijke stijging te zien in distributeurs die van deze regeling gebruik maakten, en in het aantal Nederlandse films dat zij distribueerden. Tegelijkertijd was het marktaandeel van de independents toegenomen. In verhouding tot de majors distribueerden zij een groter aantal Nederlandse films, en door de verschuiving van het marktaandeel konden zij theoretisch gezien nu meer Nederlandse films in de bioscoop brengen.

In praktijk pakte dit helaas anders uit. Ondanks de verbetering in de distributiesituatie was in de vertoningscircuits niet direct een stijging te zien van het aantal Nederlandse films in het programma. Doordat Nederlandse films enerzijds in het commerciële circuit moesten concurreren met grote Amerikaanse films en anderzijds in het non-profit circuit met een groot aantal kwaliteitsfilms, had zij nog geen duidelijke plek in de programmering kunnen opeisen. Opvallend was echter dat het publiek wat de Nederlandse film bezocht in 2000 was verdubbeld ten opzichte van begin jaren negentig. Ondanks dat het publiek aantoonde meer interesse te hebben in films van eigen bodem, gaf dit niet direct aanleiding voor de vertoningscircuits om meer Nederlandse films te programmeren.

Op dit moment lijkt het echter erg goed te gaan met de Nederlandse film. In de commerciële bioscoop zorgde de Nederlandse film volgens de site van het Nederlands Film Festival voor een marktaandeel van meer dan 30% in het eerste kwartaal van 2011, een verdubbeling ten opzichte van het jaar ervoor. Sinds 2006 werd er geen structurele subsidie meer toegekend aan bepaalde distributeurs, maar is het voor alle distributeurs mogelijk geworden in aanmerking te komen voor een 'subsidie per titel'. Iedereen heeft vanaf dan gelijke kansen, en het is naar mijn idee dan ook goed om te kijken wat deze verandering in beleid in de jaren daarna heeft opgeleverd voor de distributie van de Nederlandse film. Daarnaast is het goed te kijken of het filmbeleid op gemeentelijk en provinciaal niveau verbeterd is, en of dit beter op elkaar en op het beleid van de rijksoverheid is afgestemd. Tot slot werd er begin 2000 gesproken over het opzetten van een publiek private samenwerking en een distributie- en marketingfonds om de Nederlandse film te helpen in het vertoningscircuit terecht te komen. Of deze nieuwe plannen daadwerkelijk de distributie van de Nederlandse film hebben ondersteund en bevorderd, zal vervolgonderzoek moeten uitwijzen. Daarom is het van belang om verder te onderzoeken hoe de positie van de Nederlandse film en de distributie- en vertoningssituatie zich verder heeft ontwikkeld.

Literatuurlijst

Berenschot. *Evaluatie van de stimuleringsmaatregelen voor de Nederlandse film, 1999-2003*. Utrecht: z.u., 4 september 2003.

Bosma, Peter. "Het verhaal achter de schermen. Het voorwaarden scheppende circuit in de filmwereld" in *Beeldcultuur*, geredigeerd door Hans van Driel. Amsterdam: Boom, 2004. 139-154.

Bovens, M.A.P., P. 't Hart, M.J.W. van Twist en U. Rosenthal, *Openbaar bestuur. Beleid, organisatie en politiek*, 6^e herziene druk. Alphen aan den Rijn: Kluwer, 2001.

Brigitha, J.N.L. *Distributie versus vertoning. Een onderzoek naar een betere afstemming en structurering van de gesubsidieerde distributie en vertoning van de kwaliteitsfilm in Nederland in de periode 1984-1998*. Rotterdam: 1999.

Brigitha, J.N.L. *Meer afstemming en coherentie voor de distributie en vertoning van de kwaliteitsfilms. Een onderzoek naar de ontwikkelingen in en het functioneren van de (non-profit en profit) distributie en vertoning van de kwaliteitsfilm in Nederland*. Amsterdam: Stichting voor onderzoek ten behoeve van de filmvertoning van de NFC, 2000.

Brinke, Petra ten. *De Nederlandse film en zijn vertoningssituatie. Een onderzoek naar de distributie- en vertoningssituatie van Nederlandse filmproducties*. Amsterdam: Associatie van Nederlandse Filmtheaters, 1993.

Bunnik, Gerard, et.al. *Filmtheaters en cultuurbeleid. Handreiking voor bestuurders van provincies en gemeenten*. Den Haag: VNG Uitgeverij bv., 2001.

Camping, Henk, et.al. *Filmtheaters en cultuurbeleid. Handreiking voor bestuurders van provincies en gemeenten*. Alkmaar: Drukkerij Slinger, 2010.

Colbert, François e.a. *Marketing Culture and the Arts*. Montreal: Morin, 1993.

Hagoort, Giep. *Cultureel ondernemerschap. Een inleiding in kunstmanagement*. Utrecht: Phaedon Culemborg, 1992.

Hesmondhalgh, David. *The Cultural Industries*. London [etc.]: Sage Publications, 2002.

Hirsch, P. "Processing Fads and Fashions. An Organization-Set Analysis of Cultural Industry Systems" *The American Journal of Sociology*, 77.4 (1972): 639-659.

Kamp, Miriam van de. *Where Corporate Culture and Local Markets Meet. Music and Film Majors in the Netherlands 1990-2005*. Enschede: Ipskamp Drukkers, 2009.

Miège, Bernard. *The Capitalization of Cultural Production*. New York: International General, 1987.

Nederlands Fonds voor de Film. *Jaarverslag Filmfonds 2003*. Amsterdam: Drukkerij Calff & Meischke, 2004.

Nederlands Fonds voor de Film, *Film Facts and Figures*, zomer 2009 (Heino: Sonodruk, 2009).

Ploeg, R. van der. *Cultuurnota 2001-2004: Cultuur als confrontatie*. Zoetermeer: OCW, 2000.

Rutten, Paul. "De toekomst van de verbeeldingsmachine. De culturele industrie in de eenentwintigste eeuw" *Boekmancahier* 12.43 (maart 2000): 7-24.

Wils, Jaap en Arnold Ziegelaar. *Sectoronderzoek film en televisie. Eindrapport*. Leiden: z.u., 2005.

Wolfs, Karin. "15 jaar Nederlands Fonds voor de Film" *De Filmkrant* 291 (september 2007), <http://www.filmkrant.nl/av/org/filmkran/archief/fk291/filmfond.html> laatst geraadpleegd 11-01-2011.

Jaarverslagen

Jaarverslag NVF/NVB 2007, <http://www.nfcstatistiek.nl/jv07.pdf>.

NFC Statistieken 2008, <http://www.nfcstatistiek.nl/jv09.pdf>

NVF, <http://www.filmdistributeurs.nl/>, 02-04-2010.

Nederlandse Federatie voor de Cinematografie, *Jaarverslag 2003*, Amsterdam: 2004.

Brieven

Brief van OC&W aan de Tweede Kamer, 4 juli 2001, 13.

Medy van der Laan, *Brief m.b.t. Filmstimuleringsbeleid*, 21 september 2004.

Overig

NVB Infocentrum, *Over de NVB*, http://www.nvbinfocentrum.nl/uploads/files/nvb_profiel_2009_&_2010.pdf, 19-01-2011

NVB Infocentrum, <http://www.nvbinfocentrum.nl/?id=548>, 19-01-2011.

Statuten NFC en Quester. *Datagids voor het Film- en Bioscoopbedrijf 1997*. Nijmegen: Brinkman Publishers Groep, 1997.

Samenvatting marktonderzoeken Nederlandse Speelfilm 2002, <http://filmfonds.nl/publicaties/overig/308> laatst geraadpleegd op 16-02-2001, 13.