

DE NEDERLANDSE FILMINDUSTRIE IN DE LIFT

Hoe ABELTJE en de andere Annie M.G. Schmidt-
verfilmingen de filmindustrie rond de millennium-
wisseling karakteriseren



Harriëtte Ubels
8 april 2011

Bachelor eindwerkstuk
Theater-, Film en Televisiewetenschap



DE NEDERLANDSE FILMINDUSTRIE IN DE LIFT

Hoe ABELTJE en de andere Annie M.G. Schmidt-
verfilmingen de filmindustrie rond de millennium-
wisseling karakteriseren



Bachelor Eindwerkstuk 2011

Thema: Filmcultuur

Harriëtte Ubels

3378004

h.c.ubels@students.uu.nl



Begeleider: Ansje van Beusekom



Voorwoord

Voor u ligt een scriptie die geschreven is in het teken van de bachelor Theater-, Film en Televisiewetenschappen aan de Universiteit Utrecht. Ik heb mij met deze scriptie kunnen verdiepen in het veld waarin ik hopelijk later terecht zal komen: de Nederlandse filmindustrie.

Ik heb mij gericht op de Nederlandse filmcultuur in de jaren rond de millenniumwisseling met als invalshoek Annie M.G. Schmidt. Natuurlijk was ik, zoals ieder kind, vroeger al fan van Annie M.G. Schmidt. Maar zeker na het lezen van de biografie *Anna: het leven van Annie M.G. Schmidt* ben ik geïntrigeerd geraakt door Schmidts werk en leven. Niet alleen heeft Schmidt een frisse wind laten waaien door het Nederlandse radiolandschap (De familie Doorsnee), maar ook voor het Nederlandse televisie- (Ja Zuster, Nee Zuster) en musicallandschap (Heerlijk duurt het langst) is zij van groot betekenis geweest.¹ Voor deze scriptie vond ik haar aandeel in de filmindustrie een interessante invalshoek. Dat deze scriptie in hetzelfde jaar als haar 100-jarig jubileum geschreven werd, is een leuk toeval.

Burny Bos heeft een grote rol gespeeld in de verfilmingen van de Annie M.G. Schmidt-verhalen. Hij heeft Annie's werk bewerkt scenario's en de films geproduceerd. Burny Bos heeft tevens een grote rol gespeeld in dit onderzoek. Ik wil hem hartelijk bedanken voor de tijd die hij aan mij heeft besteed. Ook dank aan mijn begeleider Ansje van Beusekom die altijd erg geïnteresseerd en meedenkend is geweest.

Harriëtte Ubels, april 2011

¹ Annejet van der Zijl, *Anna: het leven van Annie M.G. Schmidt* (Amsterdam: Nijgh & Van Ditmar, 2002).

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Inleiding	5
De katalysator binnen de familiefilmindustrie	7
De situatie rond 1998	7
Een avontuur voor Warner	8
Het pad is geëffend	9
Nieuwe financieringsmaatregelen	11
De situatie rond 1995	11
De cv-maatregel als steun	12
Zonder cv-maatregel geen MINOES	13
Imperfectie	14
Een paradox van nostalgie versus internationalisme	16
Nostalgie is de nieuwe trend	16
Het verlangen om internationaal te scoren	17
Conclusie	19
Literatuurlijst	20
Bijlage I: Interview Burny Bos	22

Inleiding

Rond 1995 kampte de Nederlandse filmindustrie met een groot imagoprobleem, er kwamen weinig bezoekers naar de bioscopen om een Nederlandse film te zien. Een ander probleem was dat het financieren van films ronduit moeilijk was.

Producent Burny Bos vond dat het zo niet langer kon. Nederland moest toch in staat zijn om een succesvolle film te maken? Acht jaar deed hij erover ABELTJE op de markt te brengen. Die tijd was nodig om distributeurs te overtuigen, het budget bij elkaar te rapen en auteursrechten te verwerven.² Hierdoor waren de makers zelfs genoodzaakt een nieuwe acteur te vinden voor de hoofdrol, de uitgekozen Abeltje was ondertussen te oud geworden.³

Het feit dat ABELTJE een hit was, deed de belletjes rinkelen bij andere filmmakers en distributeurs. Blijkbaar was er toch publiek voor de Nederlandse film, met name voor familiefilms. Het gevolg was een stroom van Nederlandse familiefilms in de jaren erna. De houding van de grote majors was veranderd, zij durfden nu meer vanwege de vele successen die werden geboekt.

De cv-maatregel heeft een grote rol gespeeld in de stroom van nieuwe films, investeerders konden met fiscale kortingen hun bijdrage aan een film leveren en deelden mee in de opbrengst. Eindelijk was het hierdoor mogelijk om op een redelijk eenvoudige manier een groot budget bij elkaar te krijgen in korte tijd.

Opvallend is dat de meeste films nostalgisch van aard waren. Als er dan een Nederlandse film kwam, moest die ook wel echt Nederlands aandoen. Tegelijkertijd probeerden de Nederlandse filmmakers internationale successen te boeken.

In deze scriptie zal ik opvallende veranderingen in de filmindustrie rond de millenniumwisseling schetsen aan de hand van de Annie M.G. Schmidt-verfilmingen. De hoofdvraag is: Welke veranderingen vonden plaats in de Nederlandse filmindustrie rond de millenniumwisseling en hoe hadden deze invloed op het Nederlandse familiefilmgenre? Hoe passen de Annie M.G. Schmidt-verfilmingen daarin? "Annie M.G. Schmidt" is een uniek concept in Nederland. Iedereen kent haar en haar werk en verfilmingen lagen voor de hand. Annie M.G. Schmidt heeft in de jaren '50 en '60 niet alleen voor successen op de radio gezorgd, maar ook het musical- en televisieaanbod werd door haar vernieuwende ideeën verrijkt. Vanaf eind jaren '90 zorgden haar verhalen ook voor een nieuwe boost in de filmindustrie.

Er is niet veel specifiek over de Nederlandse filmindustrie rond de millenniumwisseling geschreven. Er is wel veel losse informatie vindbaar over de cv-maatregel, de majors en het nostalgische karakter van veel Nederlandse familiefilms. Mijn doel met deze scriptie is deze losse informatie met elkaar te verbinden om een duidelijk overzicht van de Nederlandse filmcultuur rond die tijd te bieden.

² Burny Bos, producent/scenarioschrijver, BosBros, 17 maart 2011.

³ Ab Zagt, "Een eigenwijze belhamel," *Algemeen Dagblad* (19-11-1998).

Voor dit onderzoek heb ik veel primaire bronnen gebruikt, zoals krantenartikelen en interviews uit die tijd. Een heel belangrijke bron voor dit onderzoek is mijn eigen interview met Burny Bos geweest, die mij veel inzicht heeft verschaft in de verfilmingen van Annie M.G. Schmidt en de filmcultuur rond de millenniumwisseling. Verder heb ik mij gericht op verschillende secundaire bronnen die al overzicht hebben gegeven van bijvoorbeeld de cv-maatregel en de veranderende houding van de majors. Het artikel en de masterthesis van Miriam van de Kamp zijn mijn inspiratiebronnen geweest, zij heeft de lezer op de veranderende houding van de majors en het belang van de verfilming van ABELTJE gewezen. Ik probeer haar werk aan te vullen met deze scriptie.⁴

Ik heb het over familiefilms in deze scriptie en niet over jeugdfilms. Door de term kinderfilm wordt de ouder niet aangesproken, terwijl de term 'familiefilm' aanduidt dat de film voor het hele gezin aantrekkelijk zal zijn.⁵ Dit was precies het doel van de familiefilmmakers.

⁴ Miriam van de Kamp, "Majors en de Nederlandse speelfilm, 1990-2005: van ondergeschoven kindje naar kerstkraker," *Tijdschrift voor Mediageschiedenis* 13-2 (2010).

Miriam van de Kamp, *Where Corporate Culture and Local Markets Meet: Music and Film Majors in the Netherland, 1990-2005* (Rotterdam: ERMeCC, 2009).

⁵ Bas Blokker, "Het Pipo-gevoel: Het succes van de Nederlandse familiefilm," *NRC Handelsblad* (10-10-2003).

ABELTJE: de katalysator binnen de familiefilmindustrie

De situatie rond 1998

Het filmaanbod van de jaren negentig werd grotendeels bepaald door de hoofdspelers binnen de Nederlandse filmmarkt: de internationale majors UIP, Buena Vista, Warner Bros., Sony Pictures Entertainment, Fox en Universal Pictures. De independents hadden een gezamenlijk aandeel van een vijfde van de markt tussen 1995 en 2005.⁶ De majors brachten voornamelijk Amerikaanse films uit, hoewel UIP ook wel ieder jaar Europese producties uitbracht. Nederlandse producties werden echter alleen uitgebracht door independents, en door UIP.⁷

Het komt er op neer dat de filmproductie en -distributie door de hoofdkantoren in Los Angeles wordt aangestuurd. Zij hebben regiokantoren in onder andere Europa. Daaronder vallen de lokale besturen, zoals een kantoor in Nederland. Meestal beslissen de internationale kantoren over hetgeen er aangekocht of geproduceerd wordt, een enkele keer hebben regiokantoren ook een stem in dit proces. Het internationale bestuur maakt tevens plannen over marketing en promotie. De rol van het lokale kantoor is een film in de lokale markt zetten door de promotie af te stemmen op deze markt.⁸ De mate waarin lokale kantoren beslissingen kunnen maken verschilt per major. Warner, bijvoorbeeld, wordt geacht zich aan een wereldwijd vastgestelde strategie te houden en de regionale en lokale directie wordt hierop streng gecontroleerd.⁹

De internationale besturen zagen in eerste instantie geen potentie in de productie van Nederlandse films. Ten eerste was de markt te klein voor een groots opgezette film die moeilijk te distribueren zou zijn naar het buitenland.¹⁰ Ten tweede was het imago van de Nederlandse film uitzonderlijk slecht. De enige regisseurs die credit kregen waren Jos Stelling met zijn surrealisme en Alex van Warmerdam met zijn gortdroge absurdisme.¹¹

De enige recente jeugdfilms die bekend waren, waren HET ZAKMES (1992, BosBros), DE TASJESDIEF (1995, Shooting Star Company) en LANG LEVE DE KONINGIN (1995, First Floor Features).¹² Er waren eigenlijk zo weinig grote Nederlandse familiefilms, dat het überhaupt moeilijk was om daar een gegronde mening over te hebben.

Kortom, door de bestaande negatieve vooroordelen was de verwachting groot dat een Nederlandse productie weinig bezoekers zou trekken. Aangezien de buitenlandse bestuurders van de majors veel gezag hebben, leek een Nederlandse film maken binnen deze majors bijna onmogelijk.

⁶ Kamp, "Majors en de Nederlandse speelfilm": 113.

⁷ Ibidem, 114.

⁸ Ibidem, 110.

⁹ Ibidem, 111.

¹⁰ Hofstede, 7.

¹¹ Fritz de Jong, "1995: fris en onbesuisd: Hoe Zusje ter wereld kwam," *De broertjes van Zusje: de nieuwe Nederlandse film 1995 – 2005* (Amsterdam: International Theatre & Film Books: 2006): 15.

¹² Joke Kwestro, *De Nederlandse Jeugdfilm* (Utrecht: Nederlands Film Festival, 1997): 74-75.

Een avontuur voor Warner

In de tweede helft van de jaren '90 veranderde de houding van de majors ten opzichte van de Nederlandse film in hoog tempo, met name ten opzichte van de familiefilm.¹³ Voor de volwassen speelfilm was 1995 een omslagpunt door films als ZUSJE en FILMPJE, voor de familiefilm was 1998 een belangrijk jaar.¹⁴

In 1997 werd Dirk de Lille directeur van het Nederlandse dochterbedrijf van Warner Bros. Zijn voorwaarde bij het aannemen van de baan was dat hij ook Nederlandse films zou mogen uitbrengen. Hoewel hij een beperkt budget kreeg, werd er mee ingestemd. Na een aantal kleine producties te hebben aangekocht, trok hij in 1998 de stoute schoenen aan want tijdens de kerstvakantie werd de film ABELTJE uitgebracht, naar het gelijknamige boek van Annie M.G. Schmidt uit 1953. Dit bleek een gouden zet te zijn. De film trok bijna één miljoen bezoekers en wist daarmee buitenlandse succesvolle familiefilms, zoals Disney's MULAN, achter zich te laten.¹⁵ Dit resultaat was dan ook precies wat scenarioschrijver en producent Burny Bos voor ogen had. Voor het uitkomen van de film zei hij tegen *Het Parool*: "Natuurlijk hadden we met ABELTJE de luwte kunnen opzoeken door in het voorjaar uit te gaan, maar dan weet je nog niet of je de concurrentie aankunt. Als we nu van Disney winnen, hebben we echt gewonnen."¹⁶

Dat het produceren van ABELTJE een groot risico was, bleek uit het conflict dat ontstond tussen het dochterbedrijf en het Amerikaanse hoofdkantoor van Warner Bros. Annie M.G. Schmidt was in de ogen Amerikanen geen succesfactor, zij hadden immers nog nooit van haar gehoord, dus probeerden zij de makers van ABELTJE een halt toe te roepen. De campagne was echter al te lang bezig en de Amerikanen konden niets anders doen dan afwachten.¹⁷ Gelukkig was er een *happy ending*, anders zou BosBros failliet zijn gegaan en Dirk de Lille zou zijn ontslagen.¹⁸

Burny Bos schrijft zelf het succes toe aan het avontuurlijke gehalte van de film. Een dergelijke film was er nog niet in Nederland, en al helemaal niet voor kinderen. Daarbij denkt hij ook dat het geholpen heeft dat Disney juist toen met zwakkere films op de markt kwam. Als bijvoorbeeld THE LION KING in dezelfde periode in de bioscopen zou draaien, zou ABELTJE geen kans hebben gehad, volgens hem.¹⁹

De marketingcampagne heeft dus een heel belangrijke rol gespeeld bij ABELTJE, er werd een miljoen gulden in de campagne geïnvesteerd. Er werden veel deals gemaakt met producten zoals Appelsientje en de ANWB.²⁰ Burny Bos ontdekte de kracht van *free publicity* en kwam in veel televisieprogramma's opdraven om over de film te praten.²¹ Iedereen moest weten dat de film eraan kwam.

Veel van de recensenten reageerden negatief op deze marketinguitingen. Dit was dan ook iets heel nieuws in de Nederlandse filmcultuur, meestal kwam een film in de bioscoop en kwam er daarna een recensie, dat was dat.²²

¹³ Kamp, "Majors en de Nederlandse speelfilm": 115.

¹⁴ Kamp, *Where Corporate Culture and Local Markets Meet*: 145.

¹⁵ Kamp, "Majors en de Nederlandse speelfilm": 117.

¹⁶ Jos van der Burg, "Abeltje voor de hele wereld," *Het Parool* (21-11-1998).

¹⁷ Kamp, "Majors en de Nederlandse speelfilm": 117.

¹⁸ Burny Bos.

¹⁹ Ibidem.

²⁰ "De toeters en bellen," *Het Parool* (21-11-1998).

²¹ Ibidem.

²² Burny Bos.

Het pad is geëffend

Door het succes van ABELTJE waren de majors minder bang om te investeren in een Nederlandse familiefilm. "Het succes van ABELTJE gaf exploitanten het gevoel dat je kon verdienen aan Nederlandse familiefilms en distributeurs en producenten leerden dat marketing iets meer was dan twee weken voor de film een pakje foto's opsturen voor de bioscoopetalage. Zo is het pad geëffend voor Nederlandse familiefilms," concludeerde filmrecensent Bas Blokker.²³ Warner Bros. bracht in die periode erna regelmatig een grote familiefilm uit, stuk voor stuk gebaseerd op Annie M.G. Schmidt-verhalen. Dit waren MINOES (2001), JA ZUSTER, NEE ZUSTER (2002) en PLUK VAN DE PETTEFLET (2004).

"De familiemarkt," zegt Eline Danker van Buena Vista, "is een safere bet dan de markt voor volwassen films. Een Nederlandse familiefilm flopt zelden." Ook publiciteitsagente Monique van Schendelen ziet dat iedereen de laatste jaren op de familiemarkt probeert te springen. Ook zij denkt dat ABELTJE de aanzet is geweest voor de stroom van een nieuw publiek naar de bioscopen. In de bioscoop waren weer personen van onder de twaalf en boven de vijftig te vinden.²⁴

De jaren na ABELTJE was er inderdaad bijna ieder jaar in de kerstperiode wel een strijd om bezoekersaantallen gaande tussen Nederlandse familiefilms in de bioscopen.²⁵ Dat kerst een belangrijke rol speelt bij familiefilms, is te verklaren doordat Nederlanders met kerst veel vaker naar de bioscoop gaan dan in de rest van het jaar. Die verdeling is typisch Nederlands, in België bijvoorbeeld gaan mensen het hele jaar door naar de bioscoop.²⁶ De bestbezochte films tussen 1998 en 2002 waren:

1998: ABELTJE – 900.374 bezoekers

1999: KRUIMELTJE – 1.135.649 bezoekers

2001: MINOES – 834.622 bezoekers

2002: PIETJE BELL – 845.350

2002: JA ZUSTER, NEE ZUSTER – 617.107

2002: LOENATIK DE MOEVIE – 141.035²⁷

In deze jaren zorgden deze films voor meer dan 60 procent van het totaal aantal Nederlandse-film-bezoekers.²⁸ Volgens bioscoopeigenaren was de publieke belangstelling voor Nederlandse familiefilms in die tijd zo groot, dat de Amerikaanse filmmaatschappijen tijdens de kerst de Nederlandse bioscopen meden. De enige film die te zien was, was FINDING NEMO van Disney Pixar.²⁹

Opvallend genoeg is van het rijtje hierboven 50% een Annie M.G. Schmidt-verhaal. Dit is goed te verklaren: ten eerste behoort zij met ruim tien miljoen verkochte boeken tot de populairste kinderboekenschrijvers van ons taalgebied. Ten tweede zitten haar verhalen in die mate in elkaar dat er gemakkelijk een film- en/of televisiebewerking van te maken is. Ten derde bestaan haar

²³ Blokker, "Het Pipo-gevoel."

²⁴ Ibidem.

²⁵ Ronald Ockhuysen, "Erik, Pluk en Floris vechten om publiek", *De Volkskrant* (12-09-2004).

²⁶ Blokker, "Het Pipo-gevoel."

²⁷ "Bezoekcijfers familiefilm", *NRC Handelsblad* (10-10-2003).

²⁸ Ibidem.

²⁹ Blokker, "Het Pipo-gevoel."

verhalen uit herkenbare Hollandse situaties.³⁰ Kortom, de verfilmingen staan bijna garant voor succes, met name door haar grote bekendheid.

De overige films zijn ook boekverfilmingen, op *LOENATIK DE MOVIE* – die gebaseerd is op een serie – na. Het maken van een boekverfilming is ook niet geheel onlogisch. “Een film begint bij een goed verhaal. En schrijvers zijn nu eenmaal de beste verhalenvertellers. Ik zou wel willen dat er meer regisseurs/auteurs zouden zijn. Maar ze zijn op de vingers van één hand te tellen,” verklaart Burny Bos.³¹

Wat tevens belangrijk is, is dat het aanbod van familiefilms veel diverser is geworden. “Jarenlang was de Nederlandse kinderfilm liefdewerk van eenzame zielen. Pionier Henk van der Linden maakte tussen 1944 en 1985 39 *Pietjes Bell*, *Dikken Trom* en *Sjorsen en Sjimmies*, gevreten door kinderen, gehoord door de filmpers. In de jaren zeventig en tachtig had je bijna alleen *Karst van de Meulen (MARTIJN EN DE MAGIER, DE BENDE VAN HIERNAAST)*, die overigens wel veel waardering kreeg van de filmkritiek,” aldus Bas Blokker.³² Tegenwoordig is dit heel anders.

Kortom, het succes van *ABELTJE* gaf vertrouwen aan de majors in de familiefilm, met tot gevolg dat er een zeer duidelijke opleving van de Nederlandse film kwam; met grotere budgetten, veel nieuwe marketingstrategieën, nieuwe soorten films en een nieuw publiek.

³⁰ Chris Oosterom, ‘Abeltje en Otje’: De verfilming van Annie M.G. Schmidt *Skrien* 229 (1998): 26.

³¹ Rob Gollin, ‘Een icoon als Pluk is gevaarlijk terrein,’ *De Volkskrant* (21-10-2004).

³² Blokker, ‘Het Pipo-gevoel.’

Nieuwe financieringsmaatregelen

Dat de distributeurs nu wel iets zagen in de Nederlandse speelfilm, had niet alleen te maken met vorige successen. Een nieuwe regeling van de overheid zorgde ervoor dat het een stuk gemakkelijker werd om een film te financieren. Deze regeling moest de filmsector economisch sterker en minder afhankelijk maken van subsidies. Hierdoor ontstond een gunstig klimaat voor de Nederlandse films.³³

De situatie rond 1995

De AVRO kwam als eerste over de brug met één miljoen. Snel volgden Nederlandse, Duitse en Scandinavische bioscoopdistributeurs, maar het Stimuleringsfonds weigerde aanvankelijk. Daar vonden ze het totale budget te hoog omdat dan hun eigen bijdrage relatief klein werd. Uiteindelijk had ik toch zes miljoen bij elkaar, en vond het tijd maar eens bij het Filmfonds aan te kloppen. Daar werd het scenario afgewezen. Men vond dat we maar een nieuwe versie moesten schrijven. Dat heb ik geweigerd en ik ben met succes in beroep gegaan bij het bestuur van het Filmfonds. [...] In allerlaatste instantie ontbrak er nog 600.000 gulden en dat risico heb ik als producent zelf genomen.³⁴

Zoals uit het verhaal van Burny Bos blijkt, was de film ABELTJE was erg moeilijk te financieren. De makers deden er maar liefst vijf jaar over om het budget bij elkaar te krijgen. Er was dan ook een groot budget nodig door de vele special effects die de film bevat, de productiekosten bedroegen zo'n 9,2 miljoen gulden.³⁵ Hiermee was ABELTJE destijds de duurste Nederlandse speelfilm uit de geschiedenis. Daar bovenop werd nog één miljoen gulden geïnvesteerd in de publiciteitscampagne. Burny Bos wilde bewijzen dat men in Nederland in staat was "een grootscheepse en kwalitatief hoogwaardige familiefilm van de grond te krijgen, en dat lukt niet zonder groot budget." Hij was vastbesloten dit voor elkaar te krijgen, en legde daarom zelf de ontbrekende 600.000 gulden in.³⁶

De zwakke marktpositie van de Nederlandse film zorgde ervoor dat het zeer moeilijk was een speelfilm te maken, zoals uit hoofdstuk één al duidelijk werd. Er was te weinig afzet haalbaar om werkelijk iets te verdienen aan een film, tenzij er veel geïnvesteerd werd in marketing en de film dan aan zou slaan bij het grote publiek. Dan nog is er geen gegarandeerde continuïteit, er is nooit zekerheid dat een volgende film ook succesvol wordt.³⁷

De overheid steunt de filmindustrie voor een groot deel. Hierdoor is er niet echt sprake van vraag en aanbod, maar van commissies en fondsen die de films beoordelen, en ook invloed uitoefenen op de films. Hierdoor is de Nederlandse filmindustrie niet echt een industrie te noemen. Er kwam daardoor vraag naar een structureel ander beleid.³⁸

³³ Kamp, "Majors en de Nederlandse speelfilm": 116.

³⁴ Hans Beerekamp, "Abeltje, maar ook Minoes," *NRC Handelsblad* (20-11-1998).

³⁵ Monique Brandt, "Minoes opent schatkamer voor nog groter publiek," *Ons erfdeel* 45 (2002): 294.

³⁶ Beerekamp.

³⁷ Sigrid Hemels, "Opkomst en ondergang van de belastingsubsidies voor de filmsector," *Tijdschrift voor Mediageschiedenis* 2 (2010): 127.

³⁸ Barend P. Hofstede, *Nederlandse cinema wereldwijd: de internationale positie van de Nederlandse film* (Amsterdam: Boekmanstudies, 2000): 7-8.

De cv-maatregel als steun

In 1999 werd de cv-maatregel ingevoerd.³⁹ Deze regeling kwam er omdat de overheid de verhouding tussen steun voor film en andere kunstuitingen, zoals opera, toneel en ballet, niet gelijk vond. Ook in verhouding met andere Europese landen werd hier minder goed voor de Nederlandse film gezorgd. Hierdoor waren er veel meer buitenlandse films te zien in de Nederlandse bioscopen dan Nederlandse.⁴⁰ Het was de bedoeling om de filminfrastructuur te bevorderen en private investeringen aan te trekken en hiermee meer producties te genereren.⁴¹

De afkorting cv staat voor commanditaire vennootschap. Een film wordt dan binnen een juridische samenwerkingsovereenkomst tot stand gebracht.⁴²

Zoals ABELTJE de aanzet was voor een stroom nieuwe familiefilms, zo heeft de film ZUSJE (1995) van Robert Jan Westdijk aanzet gegeven tot de invoering van de cv-maatregel. Voor ZUSJE werden particulieren, en vrienden en kennissen van de makers gevraagd hun geld in de film te steken via een fiscaal slimme structuur. Zij liepen het risico maximaal 40% van hun inleg te verliezen. De overige 60% konden de investeerders van de belasting terug krijgen, omdat zij daar werden gezien als ondernemers. Ondernemers kunnen, in tegenstelling tot beleggers, hun verliezen aftrekken van hun (overige) inkomen. Mocht de film een flop worden dan kon het verlies in mindering worden gebracht op het salaris dat de 'ondernemer' verdiende.⁴³ Er waren tevens bepaalde belastingsubsidies voor commanditaire vennootondernemer. Wanneer een film-cv bijvoorbeeld met winst zou worden beëindigd, kreeg de ondernemer vrijstelling.⁴⁴

ZUSJE werd een succes, en de wijze van financieren leek een gouden greep te zijn. Dit viel ook op in Den Haag, en zo werd tijdens het Nederlands Film Festival in 1997 aangekondigd dat in 1998 belastingsubsidies voor de filmsector zouden worden ingevoerd.⁴⁵

Vanaf de invoering had de commanditaire vennoot in een film-cv niet alleen recht op de faciliteiten die voor ondernemers golden, hij mocht ook het bedrag van zijn investeringen eerder in aftrek nemen dan bij een gewone investering. Zo kon het belastingvoordeel eerder verzilverd worden.⁴⁶

Er zaten veel dus voordelen aan deze regeling voor verschillende partijen. Filmmakers kregen de kans om op eenvoudige en snelle wijze een groot budget bij elkaar te krijgen. Zij hoefden ook maar de helft van het bedrag wat de investeerders erin stopten terug te betalen, de investeerders zouden namelijk anders het geld aan de belasting kwijt zijn. Daarboven op werd een percentage aan rendement uitbetaald. Voor de investeerders was het ook leuk dat ze bij een film hoorden, ze werden uitgenodigd voor de première, kregen een gratis dvd, enzovoort.⁴⁷

³⁹ Voor meer informatie over de regeling en het verloop ervan verwijs ik naar het artikel "Opkomst en ondergang van de belastingsubsidies voor de filmsector" van Sigrid Hemels dat verscheen in *Tijdschrift voor Mediageschiedenis* 13 in 2010.

⁴⁰ "CV-regeling," *Productiefonds. FAQ* – 02-03-2011 http://www.filmproductiefonds.nl/faq/cv_regeling.

⁴¹ Hemels, 124.

⁴² Ibidem.

⁴³ Ibidem, 125.

⁴⁴ Ibidem.

⁴⁵ Hemels, 126.

⁴⁶ Ibidem.

⁴⁷ Burny Bos.

Zonder cv-maatregel geen MINOES

In piekjaar 2000 werd ruim 164 miljoen euro geïnvesteerd in Nederlandse films. In de jaren daarna liep het kapitaal dat door de cv-regeling bijeen werd gebracht terug naar 32 miljoen en nog een jaar later naar 12 miljoen.⁴⁸ De maatregel kan in deze jaren succesvol worden genoemd.⁴⁹

Er kwamen veel meer Nederlandse films uit dan in voorgaande jaren, het marktaandeel steeg tussen 1999 en 2003 van 5% naar 13%.⁵⁰ Sinds 1999 steeg het aantal Nederlandse films dat werd uitgebracht met meer dan vijftig kopieën, het grootste gedeelte daarvan was een cv-film.⁵¹ De familiefilm beheerste het Nederlandse marktaandeel voor meer dan de helft.⁵² Zoals gezegd, de familiefilms bestaan uit een groot deel uit Annie M.G. Schmidt-verfilmingen. Onderstaande tabel toont deze gegevens aan.⁵³

Plaats top 10	Film	Betrokkenheid	Kopieën	Bezoek 2002	Gem. bezoek/kopieën
1	VOLLE MAAN	CV-arrangeur, investering	114	445.000	3.991
2	PIETJE BELL	Investering	136	480.000	3.529
3	JA ZUSTER, NEE ZUSTER	CV-arrangeur, investering	102	429.000	4.206
4	MINOES	CV-arrangeur, investering	127	435.000	3.425
5	OESTERS VAN NAM KEE	CV-arrangeur, investering	88	143.000	1.625
6	LOENATIK	Investering	46	130.000	2.826
8	DISCOVERY OF HEAVEN	Advies	66	93.000	1.409
10	ZUS & ZO	Investering	27	39.000	1.444

1. Rangschikking op basis van bruto recette
2. Het totaal aantal bezoekers kan hoger uitvallen, indien de bioscoopvertoning van een film over een jaargrens valt. In totaal trok bijvoorbeeld MINOES 835.000, PIETJE BELL 800.000 en JA ZUSTER, NEE ZUSTER meer dan 450.000 bezoekers.

MINOES is een van de meest succesvolle films die gemaakt is ten tijden van deze maatregel, er is zelfs een rendement van 28 procent gehaald.⁵⁴ Burny Bos denkt dat deze film niet gemaakt zou zijn zonder de cv-maatregel, de kosten voor de special effects zouden te duur geweest zijn.⁵⁵ MINOES heeft 13 miljoen gulden gekost, waarvan 8 miljoen voortkwam uit FINE B.V. (Film Investeerders Nederland bv), een arrangeur van cv's.⁵⁶ "Wie MINOES heeft gezien, herinnert zich op de eerste plaats de haast realistisch sprekende poezen, die in een subcultuur samenleven op de daken van de stad. (...) Zo raakt het enthousiast toegestroomde publiek niet teleurgesteld en komt

⁴⁸ Kamp, "Majors en de Nederlandse speelfilm": 116

⁴⁹ "Dossier 48: De commanditaire vennootschap voor film," *Boekmanstichting 04-03-2011* – http://www.boekman.nl/boekman_48_dossier.html

⁵⁰ Blokker, "Het Pipo-gevoel."

⁵¹ *Film cv's en marktontwikkeling Nederlandse film*: 9.

⁵² Blokker, "Het Pipo-gevoel."

⁵³ *Film cv's en marktontwikkeling Nederlandse film* (Fine, Amsterdam: 2003): 13.

⁵⁴ Burny Bos.

⁵⁵ Ibidem.

⁵⁶ "Ruim 8 miljoen voor cv Minoes," *NRC Handelsblad* (12-20-2000).

het graag terug voor een volgende film,” aldus Anita Twaalfhoven. Maar ook artistiek en inhoudelijk zit de film goed in elkaar. MINOES kreeg niet voor niets een Gouden Kalf, voegt ze hier aan toe.⁵⁷

Door de hogere budgetten veranderde het imago van de film. Volgens door NIPO ondervraagde Nederlanders kon de Nederlandse film zich nu wel meten met de Hollywoodfilms op het gebied van technische kwaliteit.⁵⁸ Miriam van de Kamp zegt echter dat dit niveau nog niet was bereikt, maar dat er wel meer publiek kwam en dat het imago was verbeterd.⁵⁹

Imperfectie

Dat de cv-maatregel niet optimaal werkte bleek al snel. “Er waren veel personen die direct keken hoe ze de regel konden misbruiken,” merkte Burny Bos. Zo werden bijvoorbeeld Amerikanen gekoppeld aan Nederlandse bedrijven en werd er eigenlijk een Amerikaanse film gemaakt, zoals de film ENIGMA. Die initiatieven kwamen dan van Nederlanders.⁶⁰ Hoewel de anderstalige films in 1999 en 2000 het meeste commanditair kapitaal genereerden, bleken deze minder succesvol op de markt dan puur Nederlandse producten. Hierdoor kregen banken meer interesse voor kleinere herkenbare Nederlandse films, met commerciële potentie. Met name FINE richtte zich op zulke films, onder andere op MINOES en VOLLE MAAN.⁶¹ In 2001 kwam overigens de regel dat minstens vijftig procent van de filmmakers Nederlands moest zijn.⁶²

Ook hielden niet alle producenten zich aan de regels. Lauren Geels bijvoorbeeld, loste oude schulden van drie films in met behulp van de cv-regeling.⁶³

De kwaliteit van een film was ook niet meer een van de belangrijkste factoren. Zelfs als een film flopte leverde hij vaak rendement op. Hierdoor was de film steeds meer een beleggingsproduct aan het worden, in plaats van een cultureel product.⁶⁴ Bas Blokker stelde bijvoorbeeld de vragen: “Waren het nou allemaal films die zonder fiscale steun niet te maken waren geweest? Waren ze allemaal wel zo succesvol? En waren ze wel allemaal zo goed?”⁶⁵ De antwoorden op deze vragen zijn niet zo gemakkelijk te beantwoorden, maar voor MINOES en JA ZUSTER, NEE ZUSTER geldt wel dat de cv-regeling voor een flinke steun in de rug heeft gezorgd.⁶⁶

Over het geheel genomen pakte het stimuleringsbeleid toch goed uit, vond men. Er werden meer Nederlandse films gemaakt, er was een betere oriëntatie op de markt én een verbeterde structuur. Mensen werkten beter samen en er was weer continuïteit. Maar hoewel de Nederlandse filmindustrie steviger op eigen benen kwam te staan, zal hulp van de overheid altijd nodig blijven. Dit laatste geldt overigens voor alle Europese landen.⁶⁷

De regeling heeft twee jaar optimaal gewerkt, terwijl het de bedoeling was dat hij vijf jaar gebruikt zou kunnen worden.⁶⁸ De regeling kon niet langer blijven bestaan door het vele geld dat verspild

⁵⁷ Twaalfhoven, 50.

⁵⁸ Kamp, “Majors en de Nederlandse speelfilm”: 116.

⁵⁹ Kamp, *Where Corporate Culture and Local Markets Meet*, 145.

⁶⁰ Burny Bos.

⁶¹ *Film cv's en marktontwikkeling Nederlandse film* (Fine, Amsterdam: 2003): 8.

⁶² Jann Ruyters, “Het ging nèt zo goed...: Het einde van het filmstimuleringsbeleid,” *Boekman* 60 (2004): 68

⁶³ Ibidem.

⁶⁴ Graveland, 102.

⁶⁵ Hemels, 139.

⁶⁶ Burny Bos.

⁶⁷ Ruyters, “Het ging nèt zo goed...”, 69.

⁶⁸ Burny Bos.

werd.⁶⁹ Burny Bos had dus het geluk dat hij precies in deze periode zijn overige Annie M.G. Schmidt-films kon produceren.

Naast THE DISCOVERY OF HEAVEN (2001) en NYNKE (2001) wordt MINOES als één van de weinige cv-films gezien die door zowel publiek als pers hoog gewaardeerd werd.⁷⁰ MINOES en JA ZUSTER, NEE ZUSTER belandden beide op nummer twee in de jaarlijkse film-toptien van Nederlandse dagbladjournalisten, verzameld door Filmkrant.⁷¹

Kortom, de cv-maatregel was een mooi initiatief die voor veel nieuwe films heeft gezorgd, waaronder een aantal zeer succesvolle, zoals MINOES en JA ZUSTER, NEE ZUSTER die anders waarschijnlijk niet gemaakt zouden zijn. Helaas werd de regeling vroegtijdig gestopt, doordat hij door het misbruik te duur was geworden.

⁶⁹ "CV-regeling," *Productiefonds. FAQ* – 02-03-2011 http://www.filmproductiefonds.nl/faq/cv_regeling.

⁷⁰ Hemels, 140.

⁷¹ Ruyters, "Het ging nèt zo goed...": 68.

Een paradox van nostalgie versus internationalisme

Dat de wil er was om mooie, succesvolle films te maken staat vast. Dat nu ook de financiële middelen aanwezig waren was ook mooi meegenomen. Maar dan moet een film het publiek nog aanspreken. Dat de Annie M.G. Schmidt-films zo populair waren zegt niet alleen iets over een dappere stap, of de populariteit van de boeken. Blijkbaar speelden ze in op wat het publiek graag wilde zien.

Nostalgie is de nieuwe trend

De film ABELTJE was gericht op het moderne, op snelheid en op spectaculaire special effects. Dit sloeg aan bij het publiek. Een film die daarna nog beter aansloeg, was KRUIMELTJE. KRUIMELTJE was het tegenovergestelde van ABELTJE, hoewel de hoofdpersonen gelijkenissen vertonen en beide het hart van het Nederlandse publiek veroverden. KRUIMELTJE was echter puur nostalgisch. De film neemt je mee terug in het verleden, waar geen elektriciteit of skateboard te vinden is. Blijkbaar vond het publiek dit óók leuk – de film trok nog meer publiek dan ABELTJE – en hoeven verhalen niet altijd in een modern jasje gestoken te worden.⁷²

Burny Bos kreeg hierdoor de moed om te doen wat hij eigenlijk al wilde: MINOES heel dicht bij het boek houden. Het knusse van toen moest goed naar voren komen. Het tempo van de film hoefde niet snel te zijn, als de scènes maar wel onderhoudend waren. MINOES paste hierdoor goed in de stroom van nieuwe nostalgische familiefilms, “waaruit een schreeuwend verlangen naar de vervlogen tijden klonk”.⁷³ Andere voorbeelden hiervan zijn DE SCHIPPERS VAN DE KAMELEON en misschien nog wel het meest van allemaal Annie M.G. Schmidts JA ZUSTER, NEE ZUSTER.

Volgens Ockhuysen is een van de redenen dat deze stroom opkwam, dat “de voortschrijdende ontwikkeling van de technologie en de breuk met de vertrouwde twintigste eeuw deden verlangen naar de kolenkit, veldwachters en de bakelieten telefoon.”⁷⁴ Daarnaast heeft jarenlang de nadruk op individualisme en zelfontplooiing gelegen, het gevoel van gemeenschap ontbeerde. Het Oranjegevoel gaat samen met verwijzingen van normen en waarden van zo’n vijftig jaar geleden.⁷⁵ Men verlangde terug naar een *gemeinschaft*, in plaats van de steeds meer opkomende *gesellschaft*.⁷⁶ Ook Burny Bos denkt dat de modernisering een rol in speelt in het opkomende nostalgisme. Door computers en internet wordt men individualistischer en komt er meer behoefte naar knusheid.⁷⁷ “Die opleving van typisch nationale producties is een reactie op de almacht van de internationale studioproductie. Het publiek is op zoek naar houvast en zoekt iets eigens. Na de eenwording voelt zelfs Europa te groot aan,” is een andere verklaring van Bos.⁷⁸

⁷² Ronald Ockhuysen, “2000: Het zelfbeeld van Nederland #2: helden van weleer,” *De broertjes van Zusje: de nieuwe Nederlandse film 1995 – 2005* (Amsterdam: International Theatre & Film Books: 2006): 82.

⁷³ Ibidem, 81.

⁷⁴ Ibidem, 82.

⁷⁵ Ibidem, 84.

⁷⁶ Typen van sociale organisatie, geïntroduceerd door de Duitse socioloog Ferdinand Tönnies waarbij *gemeinschaft* staat voor een kleine gemeenschap met strakke sociale banden, en een *gesellschaft* voor een industriële samenleving met losse sociale banden, waarbij individualiteit een grote rol speelt.

⁷⁷ Ockhuysen, 84.

⁷⁸ Ibidem.

De nostalgie is met name in de BosBros-film JA ZUSTER, NEE ZUSTER te herkennen. Ondanks het feit dat de serie JA ZUSTER, NEE ZUSTER, die geschreven werd door Annie M.G. Schmidt in 1966, maar een korte levensloop had – twee jaar – keek Nederland massaal uit naar de verfilming.⁷⁹ Wanneer je deze film bekijkt is het alsof je de jaren zestig instapt. “Een onberispelijk aangelegd plantsoentje, daarvoor een paar oude Dafjes, keurige gevels met frisse vitrage en vetplanten en kitsch op de vensterbanken.”⁸⁰ “Waarom zuster Klivia anno 2001 nog interessant is? Nostalgie natuurlijk. Ze roept bij mij associaties op met Prodent met witte streepjes, Terlenka-kleding, Agricola-snoepjes en groene zeep”, aldus hoofdrolspeelster Loes Luca.⁸¹

Annemarie van Rhee verwachtte al dat JA ZUSTER, NEE ZUSTER op zou vallen tussen de moderne films uit die tijd: “Die gezelligheid, de typische humor van Annie, de tijd waarin je elkaar vermaakte met simpele dingen en niet zes keer per jaar op vakantie hoefde om tevreden te zijn.”⁸²

Ook MINOES doet de kijker denken aan ‘die goeie ouwe tijd’: “Killendoorn, waar Minoes en de journalist Tibbe iets moois beleven, toont Nederland zoals het kort na de oorlog was: keurig in hokjes ingedeeld. De boosdoener is op kilometers afstand te herkennen, de burgemeester waait met alle winden mee, op het plein eet de enige neger van het dorp op zijn Hollands een haring.”⁸³

Het nostalgische karakter was in die tijd overigens typisch voor de Nederlandse filmcultuur, in het buitenland was dit thema niet aan de orde. Daar was de kindermarkt juist erg divers.⁸⁴

Nederlandse familie- en kinderfilms appelleren met hun onderwerpen aan nostalgie en herkenning bij de ouders en creëren daarmee een extra stimulans de kinderen mee te nemen naar deze films.⁸⁵

Het verlangen om internationaal te scoren

Paradoxaal genoeg, ligt gelijk aan deze trend van nostalgie een trend van internationalisering. Veel filmmakers hebben de behoefte om een internationaal publiek te bereiken. Het kleine afzetgebied van Nederland zorgt niet voor hoge winsten en daardoor niet voor gegarandeerde continuïteit.⁸⁶ Kun je een film op Europees niveau of zelfs internationaal niveau verkopen, dan heeft dat een positief effect.⁸⁷ Hofstede benadrukt tevens dat de internationale positie van de film ook van groot belang is omdat film als nationale vertegenwoordiger wordt beschouwd.⁸⁸

Zo zei Burny Bos na het maken van ABELTJE dat hij verwachtte met MINOES zowel nationaal als internationaal te scoren. Hoewel hij in eerste instantie van plan van Abeltje in het Engels te maken, begreep hij later ook dat Abeltje niet voor elk land geschikt was. “Er komt een guerrillaoorlog in voor, er wordt in de lucht geschoten en cider gedronken. Wij zagen dat als een grapje, maar in bepaalde landen konden ze er niet om lachen. Het was ook een film met echte

⁷⁹ Sander van Walsum, “Stroei Voei,” *De Volkskrant* (26-09-2002).

⁸⁰ Annemart van Rhee, “Terug naar Ja zuster, nee zuster,” *Algemeen Dagblad* (25-10-2001).

⁸¹ Ibidem.

⁸² Ibidem.

⁸³ Ockhuysen, 84.

⁸⁴ Jann Ruyters, “Nostalgie, een Nederlands verschijnsel,” *Trouw* (26-09-2002).

⁸⁵ Paul Verstraeten, *Het publiek en de Nederlandse speelfilms* (Amsterdam: Het Nederlands Fonds voor de Film (2002): IV.

⁸⁶ Hofstede, 7.

⁸⁷ Burny Bos.

⁸⁸ Hofstede, 9.

Hollandse grapjes. MINOES is een meer universele film, waarmee we nadrukkelijk willen proberen de rest van Europa te bereiken.”⁸⁹

Ook bij MINOES was hij van plan in het Engels op te nemen. Dit werd hem echter afgeraden door de distributeurs, met als argument dat het grootste deel van de wereld nasynchroniseert. Daarbij komt dat de concurrentie op Engelstalig gebied zo gigantisch groot wordt dat je daar gewoon niet tussen komt. Het was daardoor beter een Nederlandse film te maken voor een internationaal publiek, zo onderscheid je je beter.⁹⁰ De film is inderdaad aan veel landen verkocht, met name aan landen in Europa en Zuid-Amerika.⁹¹

Ondanks het feit dat regisseur Piet Kramer JA ZUSTER, NEE ZUSTER in eerste instantie voor het Nederlandse publiek maakte, werd er toentertijd wel veel geïnvesteerd in een promotiecampagne voor Berlijn. De verkoop aan het buitenland verliep redelijk, de film werd aan tien landen verkocht.⁹²

Burny Bos heeft een verklaring voor deze tegenstelling van Nederlands nostalgisme versus het internationale karakter. Hij denkt dat je niet anders moet gaan werken dan anders, het grootste deel van de wereld synchroniseert na, dus taal is geen probleem. Het belangrijkste is dat ook buitenlanders zich met het verhaal en de personages kunnen identificeren. Het is ook belangrijk dat je niet probeert een ‘Europudding’ te maken, daar heeft niemand behoefte aan. Je moet gewoon je eigen ding doen.⁹³ En dat ding is Nederlands doen. “Wat bijvoorbeeld met JA ZUSTER, NEE ZUSTER aan de hand was – dat was zo verschrikkelijk Hollands – was dat de Japanners daar bij wijze van spreken weer bollenvelden en windmolens in zagen en het dus om die reden weer interessant vonden.”⁹⁴ Ook de gezaghebbende Amerikaanse criticus Harry Knowles vond JA ZUSTER, NEE ZUSTER *amazing*. Hij was in het bijzonder te spreken over het acteursensemble en vond het een schande dat de film geen breder publiek heeft gehad in de Verenigde Staten.⁹⁵

Kortom, nostalgie speelt een belangrijke rol in de filmcultuur rond de millenniumwisseling. Tegelijkertijd probeerden veel filmmakers internationaal te scoren. Dat deze combinatie mogelijk blijkt te zijn, is te zien aan de films JA ZUSTER, NEE ZUSTER en MINOES van Annie M.G. Schmidt. MINOES wordt overigens dit jaar voor het eerst in de Amerikaanse bioscopen vertoond, en er wordt gekeken of er een Amerikaanse remake gemaakt kan worden.⁹⁶

⁸⁹ Brandt.

⁹⁰ Burny Bos.

⁹¹ Ibidem.

⁹² Ab Zagt, ‘Hollandse homohumor,’ *Algemeen Dagblad* (13-12-2003).

⁹³ Burny Bos.

⁹⁴ Ibidem.

⁹⁵ “Amazing ‘Ja zuster, nee zuster,” *Het Parool* (01-07-2005).

⁹⁶ Burny Bos.

Conclusie

Rond de millenniumwisseling vonden grote veranderingen plaats in de Nederlandse filmcultuur. Het volwassen speelfilmgenre bloeide op, maar het familiefilmgenre was dé grote trend vanaf het moment dat ABELTJE in de bioscopen kwam. De familiefilm zorgde ervoor dat de majors niet meer bang waren om een Nederlandse productie te distribueren. Wanneer de film aansprekend was en er niet bezuinigd werd op marketing, was er een grote kans dat de familiefilm goed zou verkopen. Die kans was helemaal groot wanneer er een verfilming werd gemaakt van een bekend boek, die waren dan ook veelvuldig te zien. De nieuwe cv-maatregel zorgde er tevens voor dat filmmakers gemakkelijker hun benodigde budget bij elkaar konden krijgen. Dus er kwam meer structuur en continuïteit in de Nederlandse filmindustrie, met als resultaat een verbetering van het imago. Uit onderzoek van Het Nederlands Fonds voor de Film uit 2002 blijkt dat 43% van de Nederlanders vond dat Nederlandse films rond die tijd beter waren dan vroeger. Slechts 7% vond ze slechter.⁹⁷ Familiefilms worden nog beter gewaardeerd dan volwassen genres, ABELTJE en MINOES worden genoemd als films die zeer gerespecteerd worden.⁹⁸ Zonder de cv-maatregel was het imago waarschijnlijk niet in die mate verbeterd, aangezien er dan niet genoeg budget was voor bijvoorbeeld de sprekende katten die in MINOES voorkomen.

Om op het tweede deel van de hoofdvraag terug te komen – de rol van de Annie M.G. Schmidt-verfilmingen in deze periode – zou ik willen stellen dat deze een grote rol hebben gespeeld. Abeltje heeft voor veel reactie gezorgd in de familiefilmbranche. Door MINOES werd de cv-maatregel in zekere zin toch als een succes gezien. Door middel van het cv-kapitaal hebben de makers er een echte kwaliteitsfilm van kunnen maken. Er werden dus ook goede dingen bereikt met de maatregel. JA ZUSTER, NEE ZUSTER speelt niet zo zeer een toonaangevende rol, maar is wel hét voorbeeld van de nostalgische trend die in die periode plaatsvond.

Rond 2004 zag Burny Bos de toekomst van de familiefilm somber in. Ja, het publiek is er nu wel, maar als de huidige financiële middelen hiertoe in de toekomst ontbreken zal het moeilijk worden om deze ontwikkeling door te zetten, dacht hij. Zijn plan was toen om films te maken gebaseerd op eigen geschreven scenario's. Zijn dochter Tamara Bos had op dat moment net een scenario geschreven over een Chinees meisje dat zich aan wil passen aan de Nederlandse cultuur. Toen bleek het filmfonds er niets in te zien omdat het scenario te moeilijk zou zijn en de doelgroep te klein. De publieke omroep daarentegen vond het prachtig. Hij verwachtte op dat moment dat boekverfilmingen makkelijker te maken zullen zijn, omdat een bekende titel meer publiek zou trekken dan iets compleet nieuws.⁹⁹

Een blik op de hedendaagse website van BosBros laat zien dat ze de laatste jaren inderdaad veel boekverfilmingen geproduceerd hebben, bijvoorbeeld HOE OVERLEEF IK MEZELF EN DE GRIEZELBUS. Echter zijn er ook films geproduceerd die een compleet nieuw verhaal bevatten, waaronder de film van Tamara Bos over het Chinese meisje: HET PAARD VAN SINTERKLAAS (2005), dat overigens een groot succes was. De verwachtingen van Burny Bos waren blijkbaar te somber.

⁹⁷ Verstraeten, 16.

⁹⁸ Ibidem, 46.

⁹⁹ Twaalfhoven, 51.

Literatuur

Boeken

Graveland, M, F. de Jong en P. Kempers. *De broertjes van Zusje: de nieuwe Nederlandse film 1995-2005*. Amsterdam: International Theatre & Film Books, 2006.

Hofstede, B. P. *Nederlandse cinema wereldwijd: de internationale positie van de Nederlandse film*. Amsterdam: Boekmanstudies, 2000.

Kamp, Miriam van de. *Where Corporate Culture and Local Markets Meet: Music and Film Majors in the Netherland, 1990-2005*. Rotterdam: ERMeCC, 2009.

Zijl, Annejet van der. *Anna: het leven van Annie M.G. Schmidt*. Amsterdam: Nijgh & Van Ditmar, 2002.

Artikelen

"Amazing 'Ja zuster, nee zuster,'" *Het Parool* (01-07-2005).

Beerekamp, Hans. "Abeltje, maar ook Minoes." *NRC Handelsblad* (20-11-1998).

"Bezoekcijfers familiefilm", *NRC Handelsblad* (10-10-2003).

Blokker, Bas. "Het Pipo-gevoel: Het succes van de Nederlandse familiefilm." *NRC Handelsblad* (10-10-2003).

Brandt, Monique. "Minoes opent schatkamer voor nog groter publiek." *Ons erfdeel* 45 (2002).

Burg, Jos van der. "Abeltje voor de hele wereld." *Het Parool* (21-11-1998).

"De toeters en bellen," *Het Parool* (21-11-1998).

Hemels, Sigrid. "Opkomst en ondergang van de belastingsubsidies voor de filmsector." *Tijdschrift voor Mediageschiedenis* 2 (2010).

Gollin, Rob. "Een icoon als Pluk is gevaarlijk terrein." *De Volkskrant* (21-10-2004).

Kamp, Miriam van de. "Majors en de Nederlandse speelfilm, 1990-2005: van ondergeschoven kindje naar kerstkraker." *Tijdschrift voor Mediageschiedenis* 13-2 (2010).

Ockhuysen, Ronald. "2000: Het zelfbeeld van Nederland #2: helden van weleer." *De broertjes van Zusje: de nieuwe Nederlandse film 1995 – 2005*. Red. M. Graveland, F. de Jong en P. Kempers. Amsterdam: International Theatre & Film Books: 2006.

Ockhuysen, Ronald. "Erik, Pluk en Floris vechten om publiek." *De Volkskrant* (12-09-2004).

Oosterom, Chris. "'Abeltje en Otje': De verfilming van Annie M.G. Schmidt." *Skrien* 229 (1998).

Rhee, Annemart van. "Terug naar Ja zuster, nee zuster." *Algemeen Dagblad* (25-10-2001).

"Ruim 8 miljoen voor cv Minoes." *NRC Handelsblad* (12-20-2000).

Jann Ruyters, "Het ging nèt zo goed... Het einde van het filmstimuleringsbeleid," *Boekman* 60 (2004): 68.

Ruyters, Jann. "Nostalgie, een Nederlands verschijnsel." *Trouw* (26-09-2002).

"The Delivery' en 'Abeltje' winnen een Gouden Kalf." *De Volkskrant* (10-02-1999).

Twaalfhoven, Anita. "Het succes van de Nederlandse film: trend of tijdelijk?" *Boekman* 60 (2004).

Walsum, Sander van. "Stroei Voei." *De Volkskrant* (26-09-2002)

Zagt, Ab. "Een eigenwijze belhamel." *Algemeen Dagblad* (19-11-1998).

Zagt, Ab. "Hollandse homohumor." *Algemeen Dagblad* (13-12-2003).

Publicaties/scripties

Film cv's en marktontwikkeling Nederlandse film. Fine, Amsterdam: 2003.

Kwestro, Joke. *De Nederlandse Jeugdfilm.* Utrecht: Nederlands Film Festival, 1997.

Verstraeten, Paul. *Het publiek en de Nederlandse speelfilms.* Amsterdam: Het Nederlands Fonds voor de Film, 2002.

Websites

"CV-regeling." *Productiefonds. FAQ* – 02-03-2011
http://www.filmproductiefonds.nl/faq/cv_regeling.

"Dossier 48: De commanditaire vennootschap voor film." *Boekmanstichting* –
04-03-2011 http://www.boekman.nl/boekman_48_dossier.html

Interviews

Burny Bos, producent/scenarioschrijver, BosBros, 17 maart 2011.

Bijlage I: Uitgewerkt interview met Burny Bos op 17 maart 2011 in Amsterdam.

Inleiding

Kunt u iets vertellen over waarom u de stap naar de filmindustrie heeft gemaakt?

Eigenlijk omdat de televisiewereld het geld wat volgens mij nodig is om goeie, grappige en ontroerende kindertelevisie te maken daar niet voor beschikbaar wilde stellen. De plannen die wij hadden, de dingen die we hadden niet meer konden realiseren.

Maar u had ook wel erg veel moeite om geld bij elkaar te krijgen voor de film Abeltje.

Dat was omdat we heel ambitieus waren. En omdat wij ABELTJE wilden maken op een manier zoals wij op dat moment dachten dat we hem moesten maken. En dat kostte zeg maar negen miljoen gulden. En negen miljoen gulden kun je in Nederland niet bij elkaar zoeken, om zo'n film te financieren. Dus dat kostte heel veel tijd en energie om dat van alle kanten, uit het buitenland enzovoort bijeen te sprokkelen. En in Nederland hebben we de truc uitgehaald om er een televisieserie en een film van te maken en een distributeur erbij die er veel geld in wilde stoppen en zelf hebben we er ook veel ingestopt en uiteindelijk kregen we het voor elkaar.

Ik quote u: "ik ben een flutproducent en een redelijke scenarioschrijver." Is dat niet erg bescheiden na al uw successen?

Haha, het woord flutproducent kun je ook een soort geuzennaam noemen. Ik ben niet een producent die produceert op de manier van Matthijs van Heijningen of Rob Houwer of dat soort mannen die zich echt een soort producenten noemen. Ik ben iemand die omstandigheden creëert voor regisseurs waarin ze hun film kunnen maken. Ik denk dat dat het beste is.

Wat vindt u de voor- en nadelen van de Nederlandse filmindustrie?

Het grote nadeel is dat we een te klein taalgebied hebben en daardoor subsidieafhankelijk zijn. En het is zo kostbaar om een film te maken van een zeker niveau, en dat moet wel een op een zeker niveau zijn want je moet concurreren met al die grote buitenlands films. Niemand zegt oh die film was maar 10 procent van het budget van een andere film. Zo kijken mensen niet naar film. Je kijkt gewoon naar film en denkt dat is wel goed, of niet goed. Dus je hebt een minimale hoeveelheid geld nodig om toch zo'n film te kunnen maken waarbij de mensen niet denken wat een prut. En dat staat in geen verhouding met de budgetten van het buitenland. Maar ondanks dat kunnen we met ons kleine budget dat geld nog niet eens terug verdienen in Nederland. Dus het blijft een moeizaam gevecht.

Het voordeel is natuurlijk dat we een leuk land hebben. Ja, maar ik vind het wel echt een nadeel, want als je kijkt naar Duitsland waar zeg maar 80 miljoen mensen wonen, daar kun je als je initiatiefrijk bent met eigen geld of met geld van investeerders je geld terug te verdienen en kun je gewoon doorgaan. En wij moeten iedere keer weer in een rijtje gaan staan en zeggen 'mogen we ook weer een beetje'. Ook al heb je tien successen, je staat elke keer weer in hetzelfde rijtje. En natuurlijk zullen mensen wel een beetje rekening houden met het feit dat je redelijk succesvol

bent, maar het is toch vreemd dat je in het rijtje moet gaan staan eigenlijk. En door gebrek aan gegarandeerde continuïteit is het heel moeilijk om een bedrijf te runnen. Wij zijn een bedrijf, we hebben mensen in dienst. De meeste producenten zijn een- of tweemansbedrijfjes en wij proberen een bedrijf te zijn, dus we hebben continuïteit nodig.

In 1998 verscheen de film ABELTJE in de bioscopen, maar u bleek al jaren bezig te zijn met de verfilming. Wat waren voor u de redenen om ABELTJE te verfilmen?

Ik dacht, we moeten proberen om het Nederlandse publiek en ook het jongere publiek de bioscoop in te krijgen, naar een Nederlandse film. ABELTJE is een avonturenfilm, het is een jongetje, een groot avontuur in een lift en die landt in New York en die komt in Zuid-Amerika, dus een groot avontuur. Dat brengen we als de eerste grote Annie M.G. Schmidt film en dan hopen we maar dat er een heleboel mensen naar toe gaan. Daar kwam ook bij dat de technische oplossing voor ABELTJE overzichtelijk was. We wisten hoe we dat moesten doen. We wisten hoe we moesten suggereren dat een lift het dak uit vloog en in de lucht bleef hangen en in New York landde. En bij MINOES, wisten we niet hoe we poezen moesten laten praten. Dat was nog veel te ingewikkeld. Dus we dachten, laten we maar bij ABELTJE beginnen. PLUK was ook de ingewikkeld, pratende dieren enzo. Dat hebben we later nog wel op een soort simpele manier gedaan, maar aanvankelijk dachten we dat we dat ook anders moesten doen. Dus ABELTJE lag wat mij betreft voor de hand.

U was er al acht jaar mee bezig

Nou eerst hebben we die rechten verworven, die zaten eerst bij een andere producent. Die heeft het niet voor elkaar gekregen. **Disney toch?** Nee, de rechten van ABELTJE zaten eerst bij een andere Nederlandse producent, en daar heb ik ze over van kunnen kopen. Maar, de andere rechten van Annie M.G. Schmidt, toen dacht iemand, als je van ABELTJE een succes kunt maken kun je misschien wel een groot succes in de hele wereld maken met Annie M.G. Schmidt. Dus toen ik andere rechten wilde verwerven, kon ik dat even niet want men dacht dat Disney wel alles van Annie M.G. Schmidt wilde verfilmen. Dus is alles vertaald, en naar Hollywood verstuurd, toen is het daar weer een jaar blijven liggen en toen is er wat opgebeld en toen anderhalf na twee jaar kwam alles weer terug en toen wilde Disney het gewoon niet hebben, dat was wel duidelijk. Nou en toen konden we weer verder. Toen zijn we MINOES gaan maken.

Het blijft toch echt een Nederlands product, Annie M.G. Schmidt. Ja, Annie is gewoon Nederlands. En het is toch, het heeft niet de grootheid, hoewel ik denk dat MINOES wel verder kan komen. Roald Dahl en Astrid Lindgren hebben een grotere reputatie, internationaal.

De Amerikaanse Warner Bros. zag niet zoveel in het plan om een Nederlandse Annie M.G. Schmidt-film te produceren en wilden het plan van Dirk de Lille tegenhouden. Was u zich bewust van het risico dat de Nederlandse vestiging van Warner nam?

Ja, het grappige was, bij Warner werkte Ruud Lamers, die was directeurs van de home video-afdeling, en er werkte iemand op het film departement en toen ik daar voor het eerst kwam zei ik, nou ik wil ABELTJE doen, ik wil 100 kopieën, ik wil een miljoen minimum guarantee, nou toen dachten ze dat ik gek was geworden, want naar de Nederlandse film wilde niemand meer toe, die bestond bijna niet meer. Dus die zei, nou drie kopieën. Toen zei ik, nou dan ga ik weg, dan ga ik naar Disney. Bij

Disney zat meneer Paul Zonderland, die was wel geïnteresseerd en zei nou misschien is dat niet zo'n slecht idee. Dus ik zat te wachten op een voorstel van Disney, en toen bleek dat meneer Zonderland gevraagd was om directeur te worden in Italië, van Disney. En dat vond hij een fijne uitdaging die hij nam die baan aan. En toen werd Dirk de Lille aangenomen bij Warner. Ruud Lamers belde mij toen, er is een nieuw iemand, ben je al in zee met Disney? Nee nog niet. Toen zei hij, nou kom even langs, dan kunnen we weer verder praten. En toen gingen we verder praten. En die Dirk, die durfde wel, dat was een beetje een waaghals, hij werd ook wel in de videokant gedekt door Ruud Lamers, maar wat ik later heb begrepen, lag zijn ontslagbrief al klaar.

Werkte u al eerder samen met Warner Bros?

Ja, ik had een videowinkeltje, Timboektoe, en zij gingen onze titels distribueren. Dus ik had al een goede relatie met de videokant van Warner.

Bent u op bepaalde manieren geremd bij het maken van ABELTJE? Wat zou u anders gedaan willen hebben?

Nou je bent altijd geremd door de hoeveelheid geld die je hebt. Bepaalde dingen kunnen dan niet. Aanvankelijk was het plan de lift in Central Park te laten landen, bij een vijvertje met ijs en schaatser, enzovoorts, enzovoorts, en dat was gewoon veel te duur, en dat konden we niet bij elkaar krijgen dat geld. Aanvankelijk zou de lift ook onder water gaan in zee, nou dat was ook veel te ingewikkeld en veel te duur. Dus ook dat soort dingen hebben we er uit geschrappt, maar geremd zijn we niet. We hebben telkens oplossingen kunnen vinden en ik was zelf de scriptschrijver dus ik kon dat zelf nog wel veranderen ook, op een adequate manier. Nee ik heb me niet geremd gevoeld nee. Ook niet door Annie, we hebben het script kunnen voorlezen en ze vond het allemaal geweldig. Ik had zelf het idee, het probleem met ABELTJE is en dat hebben we handig omzeild, in zekere zin het taalprobleem. Het was eigenlijk voor de internationale markt. Eigenlijk dacht ik, we moeten ABELTJE misschien in het Engels maken, en dan maken we een Nederlandse versie. Maar als we hem in het Engels maken, en ze komen aan in Amerika dan is er geen taalprobleem. Maar als ik ze naar Hongkong laat vliegen weet je zeker dat er een communicatieprobleem is. En dat was meer vanuit het idee om ABELTJE in de wereld te verkopen. Maar Annie wilde dat niet, dus dan houdt het op.

Wat merkte u van de negatieve houding ten opzichte van de Nederlandse film rond 1998?

Nou, in de jaren daarvoor was het marktaandeel van de Nederlandse films heel laag. Ik geloof dat de meest succesvolle film van Theo van Gogh was, 06 ofzo, maar daar gingen dan iets van 40.000 mensen heen. In ieder geval, relatief heel weinig. En ik gokte op een miljoen bezoekers, en dat was extreem hoog voor een Nederlandse film. Maar als je goed kijkt hoe die Amerikanen dat doen, de film hoeft niet zo goed te zijn, of gaat wel te zijn, een belangrijk aspect van een film uitbrengen is de marketing. En in Nederland deed nooit iemand dat. Dan ging je, net zoals bij een boek, dat werd gepubliceerd, er kwamen recensies en dat was het. En bij een film, die werd uitgebracht, en er kwamen recensies en dat was het. Een Amerikaanse film, die werd niet gewoon uitgebracht en wacht maar op de recensie, nee er was een enorm poeha en gedoe en dit en dat en marketing et

cetera. Dus hebben wij bedacht van nou, dat kunnen wij niet betalen, maar hoe kunnen we dat wel voor elkaar krijgen? En dat hebben we dus met free publicity, en met een deal van de KPN en de ANWB, en met de autokampioen en ik heb in alle televisie-uitzendingen en alle nieuwsuitzendingen en alles lopen tetteren, dus iedereen in Nederland wist dat we ABELTJE aan het maken waren. En dat was de bedoeling. Maar het grappige was dan weer dat daarna kwamen er dan weer recensies en de helft van de recensies ging over die agressieve marketingmethode. Wat ik ook weer idioot vond en heel knullig Hollands. Maar goed, het lukte dus wel.

In hoeverre dacht u aan uw beoogde publiek bij het maken van de films?

Nee, helemaal niet. We hebben misschien zelfs wel een vergissing gemaakt. We hebben hem zo snel gemaakt dat oudere mensen het niet eens meer konden volgen. Wij dachten het publiek is jong, dynamisch, clipjes, laten we het snel maken. Dat hoefde achteraf vermoedelijk helemaal niet, want toen collega's KRUIMELTJE maakten, een heel langzame, klassiek gemaakte film en daar ging het publiek ook naartoe. Maar je weet het nooit zeker. We hebben in ieder geval de markt opengebrouwen. Shooting Star kwam met ABELTJE, en Pietje Bell en plotseling ging iedereen denken oh shit, Nederlandse familiefilms of kinderfilms, dat is wat.

Wat zou er met uw filmcarrière gebeurd zijn als ABELTJE geflopt was?

Nou ik was gewoon failliet. Als het een flop is dan ben je niet alleen het geld dat je erin gestopt hebt kwijt, dan komt er zo'n nasleep en gedoe en ben je veel meer geld kwijt. Dat was een vrij groot drama geweest. Maar het is maar geld natuurlijk. Ik kan dan altijd nog een boekje gaan schrijven.

Klopt het dat u door het succes van KRUIMELTJE het aandurfde om MINOES te maken? Wat langzamer?

Ja dat klopt, en MINOES konden we ook maken toen omdat we de techniek beheersten, we wisten hoe het moest, of we wisten dat het kon, laat ik het zo zeggen. En dat was de tijd van de cv-maatregel, een film financieringsmaatregel waarmee je met private investeerders een film kon financieren. En terwijl we er bij ABELTJE zeven jaar ofzo over gedaan hebben, hebben we er bij MINOES een jaar over gedaan. Bij MINOES hadden we geloof ik zes miljoen euro nodig, dus dat is nog meer dan bij ABELTJE. Maar dat was in no time gefinancierd. We hadden bij MINOES weer het probleem dat het uitkwam toen de eerste HARRY POTTER ook uitkwam. Maar ondanks dat heeft MINOES heel goed standgehouden.

Heeft het succes van ABELTJE erbij bijgedragen aan het financieren van MINOES?

Nou ik geloof dat hij al in de maak was hoor, maar dat weet ik niet helemaal zeker. Maar zo'n succesfilm helpt wel mee om de overheid er van te overtuigen dat er publiek is voor een Nederlandse film. Dus ik denk dat het wel geholpen heeft.

Nostalgie versus internationaal

Er kwam met MINOES een nieuwe stroom van puur Nederlandse films. ABELTJE is nog snel en modern, MINOES grijpt terug op de periode voor de oorlog, keurig in hokjes ingedeeld.

Ja Annie M.G. Schmidt is op zich zelf natuurlijk nostalgisch, maar het is natuurlijk wel een heel vredige omgeving waar van alles en nog wat gebeurt en we hebben er zelfs een Surinamer een haring laten eten, want het is wel een heel witte wereld natuurlijk. En dat was natuurlijk vroeger zo. De wereld was veel witter dan tegenwoordig. En in die zin zijn het wel nostalgische films natuurlijk.

JA ZUSTER, NEE ZUSTER is zo Hollands Hollands, we hebben zelfs geen gescheiden geluids- en stemmenspoor gebruikt omdat we dachten dat verkopen we niet. Normaal doe je dat wel want dan kunnen ze dubben. Maar merkwaardig genoeg hebben we het wel verkocht aan Japan en Amerika en het is zelfs zo dat MINOES dit jaar in de bioscoop gaat in Amerika. En ze zijn aan het zoeken naar mogelijkheden voor een Amerikaanse remake. Of dat doorgaat is nog niet duidelijk.

Aan de ene kant lijkt het erop dat u een puur Nederlands beeld wilt schetsen, en aan de andere kant wilt u de film een internationaal karakter geven. Hoe werkt u met deze tegenstelling?

Als je ambieert om internationaal te gaan, moet je gewoon niet denken dat je anders dan anders doet. Het grootste deel van de wereld synchroniseert na. Dus de taal is niet echt het probleem. Het probleem in de film is het gevoel 'kan ik me in mijn land ook identificeren met deze film of met deze personages.' Of, wat bijvoorbeeld met JA ZUSTER, NEE ZUSTER aan de hand was, dat was zo verschrikkelijk Hollands, dat de Japanners daar bij wijze van spreken weer bollenvelden en windmolens in zagen en het dus om die reden weer interessant vonden. Maar als je een soort europudding maakt, dat vindt niemand de moeite waard. Dus je moet gewoon wel je eigen ding doen. Je kan wel gaan zoeken naar iets wat internationale potentie zou kunnen hebben. Wij hebben dat gedaan en dit jaar gaan we eindelijk ook weer na zeven jaar HET ZIGZAGKIND draaien. Het duurde zolang omdat Warner ons in de steek heeft gelaten. Warner Bros. International zou ons ondersteunen en dat is altijd de functionaris die die taak heeft, dat is een vrouw die zit in Parijs, en die vond het alleen maar lastig. En dus is het hele project in elkaar gestort, even. En hebben we vorig jaar de draad weer opgepakt en gezegd dan gaan we het anders doen. We zijn begonnen met doorfinancieren, ik heb er een partner bij getrokken en het is nu zover dat we het budget dicht hebben op een paar honderdduizend euro na. Dat is veel geld als je aan die kant van de tafel zit, maar als je aan deze kant zit weet je wel waar je het vandaan moet halen. Dus we hebben nu die film groen licht gegeven en we gaan die film maken en we hebben twee grote internationale acteurs aangetrokken, Isabella Rossalini gaat de rol spelen van operazangeres en Burghart Klaußner – de pastoor uit DAS WEIßE BAND – gaat de rol spelen van opa. Hij spreekt ook gebroken Nederlands. Het wordt een Nederlands/Belgisch/ Franse productie. En die gaat wat mij betreft volgend jaar in Cannes in première. Maar dat weten ze in Cannes nog niet hoor. Dat wordt een nieuwe film van Vincent Bal, die ook MINOES heeft gedaan en dat zal hopelijk onze Europese, of internationale doorbraak worden. Eindelijk. Tien jaar te laat maar goed.

Waarom heeft u van MINOES geen Engelstalige film gemaakt, zoals u eerst van plan was?

Dat was eigenlijk eerst wel het plan, het is me eigenlijk afgeraden door distributeurs. Ook met het argument het grootste deel van de wereld synchroniseert na en als je een Engelstalige film maakt is de concurrentie op Engelstalig gebied zo gigantisch dat je daar gewoon niet tussen komt. Toen heb ik besloten dat ik dan gewoon een Nederlandse film maak, voor een internationaal publiek. We hebben hem aan heel veel landen verkocht, die nasynchroniseren. Na Engelstalige landen is hij dus niet gegaan. Maar wel Zuid-Amerika, Europa alle kanten op. Heel veel van onze films zijn verkocht aan Zuid-Amerika, Mexico. En dat komt omdat ze in dat soort landen alleen maar rotzooi maken voor kinderen, vinden wij. Er is geen kwaliteitsproduct, op televisie ook niet. Maar er zijn altijd wel een aantal mensen die daar naar zoeken. Die een soort missie hebben en denken dat moet bij ons ook. Dus bij de Mexicaanse televisie werkte een mevrouw die alles wat wij maakten fantastisch vond en ook kocht. Daar gaven ze niet zoveel voor, maar dat gaf niet. Dus alles werd Spaanstalig uitgezonden daar. En zo heb je dat op meerdere plekken, Brazilië ook. Ik ben daar een paar keer uitgenodigd om te vertellen hoe we dat dan doen. En dat is een heel andere cultuur natuurlijk. Heel andere opvoedkundige gedragingen ook. Kinderen hebben daar een heel andere positie. In Frankrijk al zelfs. Wij verkopen niks aan Frankrijk, dat is zo'n ander land.

U omschrijft de films vaak als familiefilms, hoe belangrijk is deze term?

Nou die is belangrijk als je families de bioscoop in wilt hebben. En familiefilms zijn films waarbij, het zijn eigenlijk kindtoegankelijke films waar de hele familie wat aan heeft. Dus soms lukt het om een film te maken die een gelaagdheid heeft waar kinderen een andere film zien dan volwassenen. Het paard van Sinterklaas is zo'n film bijvoorbeeld. Of MIJN VADER WOONT IN RIO. MINOES is zo'n film. De moeilijkheid van JA ZUSTER, NEE ZUSTER is voor wie is die film. Dat is een beetje het lastige. En dat is bij de andere films minder zo.

Financiering

Hoe heeft u MINOES gefinancierd? Kreeg u gemakkelijker het geld bij elkaar door het succes van ABELTJE?

Nou de overheid creëert een belastingmaatregel voor mensen met geld die in het hogere belastingtarief zitten, dus die betalen 52% belasting zeg maar. En die zeggen, als jij nou geld in een film stopt dan hoef je daar geen belasting over te betalen. Dus je hebt eigenlijk een belastingvoordeel van 52%. Dus ik hoef maar de helft van die 10.000 euro bij wijze van spreken die ze er in stoppen voor hun terug te betalen plus dan nog het rendement daarop. Maar dat is natuurlijk makkelijker terug te verdienen dan het hele bedrag plus het rendement. En voor investeerders is het wel grappig, want ze horen bij een film, ze worden bij een première uitgenodigd, ze krijgen een dvd enzovoort. Bij MINOES hebben we ook nog een rendement van 28 procent ofzo gehaald op hun inleg. Dus het was een voor ons ideale maatregel. En die helaas doordat er allerlei aasgieren op af komen loopt het de verkeerde kant uit. Als dan Amerikanen gekoppeld met Nederlandse bedrijven gaan proberen om honderd films te gaan financieren, dan denk ik ja hou even op en dat zijn dan Nederlanders die dat initiatief nemen he, die hun eigen regeling om zeep helpen. Dus de overheid heeft het teruggedraaid en het gevolg nu is dat, er is in

België nu een belastingmaatregel waarbij bedrijven belastingvoordeel krijgen als ze investeren in een film, een heleboel Nederlandse filmproducenten trekken met hun films voor een deel naar België toe omdat ze daar geld kunnen krijgen. En de hele postproductie, dus de filmnabewerking wordt in België bijna gedaan, dus daardoor hangen veel postproductiebedrijven in Nederland op de rand van het faillissement hangen, of al failliet zijn. Dus nu heeft de filmbond het initiatief genomen naar de overheid toe, laten we nou vlug wat doen anders gaat de industrie, althans een deel daarvan, ten onder. Dus er staat nu weer wat te gebeuren vermoed ik. En er is een suppletie regeling, maar die functioneert ook niet dus.

Hoe zoekt u de investeerders?

Er is nu een maatregel waarbij particulieren – een overgangsregeling – een belastingvoordeel krijgen als ze 4000 euro in een film stoppen, dan lopen ze maar een risico van 400 euro. En hoe die fiscale maatregel in elkaar zit weet ik niet helemaal. Maar ze mogen dan maar aan een film mee doen, en dan voor maximaal 4000 euro. Dan heb je dus heel veel investeerders nodig. Maar bij de cv-regeling had je 25.000 of 10.000 euro, dan gaat het een beetje aantikken. Die investeerders zoek je dan samen met een bank, of een bedrijf dat met investeerders werkt. Bijvoorbeeld vastgoedbedrijven of mensen die in de scheepsbouw-cv's zitten. Dus het zijn gewoon financiers die met behulp van tussenpersonen die dingen plaatsen en die hebben dus adresbestanden van mensen die investeren. Een heleboel mensen zijn bezig met rendement uit hun geld laten. Die lopen te scharrelen.

In hoeverre heeft de CV regeling invloed gehad op de inhoud van de films?

Nee, niet op de inhoud er worden nooit inhoudelijke metingen verricht zeg maar, behalve dan door de publieke omroepen en fondsen, maar nee mensen investeren gewoon in iets, ze vinden het leuk of niet leuk. We konden toen een rekensommetje maken waarbij we een minimum rendement konden garanderen. En de meeste mensen zijn alleen maar geïnteresseerd in geld verdienen. Ik geloof niet dat er nou zoveel inhoudelijk geïnteresseerde investeerders bij MINOES betrokken waren. De inhoud zou alleen anders zijn door het kleinere budget, dan hadden we hem waarschijnlijk niet eens kunnen maken.

Hoe denkt u dat de film-cv invloed had op de filmindustrie op zich?

Ja veel, ik heb geen getallen hoor maar de regeling zou geloof ik vijf jaar duren en heeft maar ongeveer twee jaar optimaal gefunctioneerd en toen werd hij al een beetje moeilijker gemaakt door de overheid. Nee, het was een ideale regeling, alleen het probleem van die regeling was dat niet goed nagedacht was over alle effecten van de regeling. Wie kan er allemaal op welke manieren gebruik maken van de regeling. Je zou dat heel makkelijk kunnen controleren door van het apparaat wat ze in het leven geroepen hadden, de FINE, een controleapparaat te maken. Alles moest via fine lopen. Dus er zijn heel veel cv's van de grond getild waar heel veel mensen heel veel geld aan hebben verdiend, alleen al in de organisatie ervan. Juristen, banken, verschrikkelijk veel geld. Belachelijk veel. Dat is jammer eigenlijk, dat er altijd een run op de geldzak ontstaat. Als er een nieuwe regeling is gaan allerlei mensen kijken hoe kunnen we zo optimaal misbruik van

deze regeling maken. Waardoor er dingen gebeuren die niet zo bedoeld zijn met die regeling. En dat is gewoon heel jammer.

Hoe zou u de filmindustrie rond de millenniumwisseling willen omschrijven?

Nou we waren wel uit een dal aan het opstijgen volgens mij, dus booming zou ik zeggen.

Een nieuwe filmimpuls heeft plaatsgevonden en die duurt tot de dag van vandaag nog voort. Nee ik geloof echt dat ABELTJE en dat films van NL (die commerciële, dat Costa-achtige) dat dat films zijn geweest die het publiek naar de bioscoop hebben getrokken en die de impuls hebben gegeven naar anderen om Nederlandstalige publiekfilms te maken en dat dat gewerkt heeft en het publiek was er blijkbaar naar toe om weer naar Nederlandse films te gaan. En wij hadden het geluk dat ABELTJE, ik denk dat wij eigenlijk wel de eersten waren, dat Disney zo aan het afzakken was. Want de Disney's waren toen wij ABELTJE uitbrachten. Net het jaar ervoor was De klokkenluider van de Notre Dame geweest, en tijdens ABELTJE was er MULAN en ZORRO, en THE PRINCE OF EGYPT van Dreamworks. Maar dat zijn allemaal titels die het publiek niet zoveel zeiden. Maar als THE LION KING in dat jaar was uitgebracht hadden we niet eens bestaan. Dus we hadden ook nog geluk dat er wat zwakkere titels waren. En we hadden met ABELTJE meer bezoekers getrokken dan die drie titels samen. Dus het was een uitzonderlijk succes. Ik heb ook een gelukstelegram gekregen van Disney toen.

Hoe zou de Nederlandse filmwereld er zonder ABELTJE en de andere Annie M.G. Schmidt films uit hebben gezien?

Dan zou het later gebeurd zijn misschien (de omslag), dat weet je niet. Maar ik weet wel dat, het is altijd zo dat een bepaalde gebeurtenis een heleboel gevolgen kan hebben. Dat is in een revolutie ook zo. En ik denk dat ABELTJE die gebeurtenis is geweest. En daardoor gingen er allerlei belletjes rinkelen en mensen gingen denken, het kan! Als er niemand naar ABELTJE toegegaan was, was de film niet slechter geweest en God zij dank gingen er een hoop mensen naar toe. Maar het was wel verrassend.

In hoeverre wilde u bewijzen dat Nederland in staat was een succesfilm te maken?

Ja, dat is wel zo, maar dat weet je niet. Ik bedoel de succesfilms in Nederland waren eigenlijk altijd, vaak toch een soort Flodderachtige komische beetje platte humor films. En dan had je of SOLDAAT VAN ORANJE, TURKS FRUIT en dat soort films. Maar dat was al heel lang geleden. Maar het is natuurlijk raar dat er wel miljoen mensen naar Disney films willen kijken en niet naar een Nederlandse film. Dat heeft me altijd verbaasd en verbijsterd. Ik dacht dat moet toch lukken, om dat ook eens voor elkaar te krijgen. Nou ja, dat is dus gelukt.

Denkt u dat ik een belangrijke ontwikkeling over het hoofd zie?

Ja die majors gaan nu weer een beetje de andere kant op veranderen. We gaan nu weer de majors verlaten. We hebben nu een lokale distributie die weer veel sterker gaat worden. Benelux film waar wij nu ook mee samen werken die hebben onder andere KRUISTOCHT IN SPIJKERBROEK en KOMT EEN VROUW BIJ DE DOKTER, DE GELUKKIGE HUISVROUW, NEW KIDS TURBO, die hebben het ene knalsucces na het andere en de Disney's en de Warners en de andere grote, hebben een beetje het nakijken. Op dit moment. En dit heeft ook te maken met hun bedrijfsculturen want ze worden steeds strakker

aangestuurd vanuit Amerika, dit heeft te maken met de teruglopende markt. Die Amerikanen kijken alleen maar naar geld, dus als je een miljard hebt verdiend, moet je het jaar daarop 10% meer gaan verdienen anders gaat het slecht. Het geldgedreven gedrag gaat ze de kop kosten. Nou de kop, bij wijze van spreken. Dus alleen maar geldgedreven, dus je kunt eigenlijk niks meer voor elkaar krijgen. En in Nederland, met Nederlandse distributeurs wel. Dus bij een filmfinanciering maak je gebruik ook van een minimum garantie van de distributeur en Warner geeft niet de helft van wat ik bij een ander kan krijgen. En vroeger was het andersom. Dus ze verliezen de lokale markt. Heel stom.

Is er verder iets wat u kwijt wilt over deze periode?

Nou ik denk dat de ontwikkeling van de Nederlandse films, de familiefilms maar ook de volwassen films zijn meegegaan, zal ik maar zeggen, films als DE TWEELING, KOMT EEN VROUW BIJ DE DOKTER. Er is weer een hele filmbeleving in Nederland. En het streven nu is of we nu een cross-over kunnen maken van arthouse film naar de wat grote publieksfilm. Wij zijn nu ook met een nieuw BosBros-label begonnen, BosBrosXL en die gaat proberen om wat moeilijkere films toch voor een groter publiek in de bioscoop te krijgen. En met moeilijke films bedoel ik films die echt ergens over gaan. Niet alleen maar amusement zijn. **Wel een uitdaging.** Dat is leuk, en als dat lukt is het ook weer grappig. We zijn bezig met een titel, CHEZ NOUS. Dat is eigenlijk een film waarin hoofdzakelijk homo's optreden, zonder dat het over homoseksualiteit gaat. En de bedoeling daarvan is om, het is toch een soort statement zeg maar, waarbij het nadrukkelijk is dat homo's ook mensen zijn. En een andere film is een remake die we maken, die heet GROETEN VAN DE CHEMO. En dat zijn drie jongens die hebben allemaal kanker. De een z'n been is er af, bij de ander is die er bijna af. En die zijn kaal geschoren en ze proberen nog iets van hun leven te maken. Ze maken er een puinhoop van in het ziekenhuis, op een komische manier. Het is een soort black comedy maar toch wel met een mooi gevoel zal ik maar zeggen. Nou zo'n soort film. Dus het zijn allemaal films die over onderwerpen die een, de gezondheidszorg staat ter discussie, de homoseksualiteit en de haat daartegen of de reacties erop, dat laait op. We zoeken dus dat soort dingen die een maatschappelijke relevantie hebben, en waar we een bepaalde manier een film over kunnen maken. De eerste film draaien we volgend jaar en zal eind volgend jaar misschien in de bioscoop komen. En die andere gaan we ook volgend jaar draaien, dus dat zal wel 2012, 2013 worden.

Nog een vraag over de toekomst: Heeft u plannen voor nieuwe Annie M.G. Schmidt films?

Ja we gaan er nog één doen, WIPLALA, maar die wordt zo duur. Het script is goed, maar we gaan daar een Nederlands-Duitse coproductie van maken. En dan een echte Nederlands-Duitse coproductie. Dat betekent dat we niet alleen een beetje financieren uit Duitsland, maar we gaan echt met een producent in Duitsland sámen, die gaan we nog zoeken, een productie maken voor de Duitse en Nederlandse markt. **Hoe doet u dat met de taal?** Nou Duitsers synchroniseren alles na, en als wij Duits erin hebben, zullen wij ze synchroniseren. De Duitsers moeten ook het gevoel hebben dat het een Duitse film is. **Dat lijkt me nog best lastig.** Ja, de beste manier om een Nederlandse film in de Duitse bioscoop te krijgen is om een Engels-Nederlandse coproductie te maken, de film in het Engels te draaien en dan in Duitsland verkopen. Dan gaat het. Maar wij gaan het anders proberen. Die gaan we vermoedelijk draaien in 2012, komt hij in 2013 in de bioscoop.

Waarom duurde het zo lang?

Nou we moesten eerst een goed script hebben en we wisten dat het heel duur ging worden dus we hebben het op de lange baan geschoven. Ik dacht nou dat krijgen we toch niet gefinancierd, wij hebben die rechten dus niemand kan eraan komen.