



## Een doorstart voor de Nederlandse speelfilmindustrie

**Auteur(s):**

Langman, M.A.

*De auteur is consultant bij KPMG Bureau voor Economische Argumentatie. Het artikel is gebaseerd op het rapport Een economisch beleid voor de speelfilmindustrie, in opdracht van de Stichting ter Bevordering van de Nederlandse Speelfilmindustrie en de Stichting Het Nederlands Fonds voor de Film.*

**Verschenen in:**

ESB, 82e jaargang, nr. 4113, pagina 539, 2 juli 1997

**Rubriek:****Trefwoord(en):**

kunst, cultuur

*Op 23 juni, de Dag van de Nederlandse Speelfilm, heeft het kabinet drie maatregelen aangekondigd die de Nederlandse speelfilmindustrie moeten opstoten in de vaart der volkeren. Waarom?*

**Het bioscoopbezoek in Nederland neemt de laatste jaren weer toe. Steeds meer mensen werken, maar ze werken steeds minder uren in de week. Daardoor nemen de vrije tijd en de uitgaven voor vrijetijdsbesteding toe. Ook de bioscopen profiteren daarvan. Het bioscoopbezoek, dat met de opkomst van de televisie in de jaren zestig en zeventig sterk is afgenomen, krabbelt weer op. De bioscopen hebben vertrouwen in de toekomst: de laatste jaren is er geïnvesteerd, zowel in de renovatie van bestaande bioscopen als in de bouw van nieuwe complexen.**

De Nederlandse speelfilmproductiesector lijkt echter nog niet erg van het oplevende bioscoopbezoek te profiteren. In de bioscopen domineren de Amerikaanse producties. In de jaren zeventig en de eerste helft van de jaren tachtig schommelde het marktaandeel van de Nederlandse film in Nederland tussen de 8 en 10%. In de jaren 1990 tot 1994 trokken Nederlandse films nog slechts 4,6% van het totale bioscoopbezoek. In 1995 nam het aandeel van de Nederlandse speelfilm, dank zij *Flodder 3* en *Filmpje!* weer toe, maar in het algemeen lijken succesvolle commerciële Nederlandse speelfilms eerder uitzondering dan regel te worden.

De oorzaak van de malaise is vooral gelegen in de structuur van het aanbod. In dit artikel ga ik in op specifieke kenmerken van de financiering van filmproducties, en daarna op een drietal factoren die het voor de Nederlandse filmproducenten moeilijk maken om te concurreren:

- » de kleine thuismarkt, waarop een betrekkelijk groot aantal producenten actief is die zich voornamelijk richten op de nationale markt;
- » de concentratie in de distributie- en vertoningssector bij vier Amerikaanse distributeurs en een Frans bioscoopconcern;
- » de grote rol van uitgesproken non-commerciële financiers: het Filmfonds en de publieke omroepen.

### Riskante investering

Het maken van commerciële speelfilms is een riskante aangelegenheid. Iedere film is een uniek product, waarvoor de publieke belangstelling van tevoren moeilijk is in te schatten. Voor de producent heeft de speelfilm bovendien een eigenaardige kostenstructuur. Er zijn eigenlijk alleen vaste kosten, voor de productie en de promotie van de film. Bij de vertoning van de film maakt de producent geen variabele kosten. Alle kosten zijn dus al gemaakt voordat de eerste toets in de markt plaatsvindt. Dat draagt bij aan het riskante karakter van het product.

Het maken van films op incidentele basis is eigenlijk meer gokken dan ondernemen. Om te kunnen ondernemen in de filmsector is draagvlak nodig. Een onderneming die een groot aantal films produceert, kan zich op elk kassucces een aantal missers veroorloven zonder dat de continuïteit van de bedrijfsvoering in gevaar komt.

Een dergelijke schaal van productie is te vinden in de Verenigde Staten, waar de grote filmstudio's de belangrijkste financiers van nieuwe speelfilms zijn. De majors nemen niet alleen zelf het initiatief om films te produceren, maar financieren ook onafhankelijke producenten die met een goed idee komen. In het laatste geval stellen ze hoge eisen ten aanzien van de commerciële mogelijkheden van het idee, en nemen ze vaak het volledige financiële risico van de producent over.

Onafhankelijke producenten die niet in zee willen of kunnen gaan met een van de majors, moeten zelf het benodigde kapitaal bijeen brengen. Ook dat gebeurt nog steeds regelmatig, vooral bij low-budgetfilms. Er blijken steeds weer mensen bereid geld te investeren in films, ondanks het riskante karakter van dergelijke investeringen. 'Film people invest in safer things such as real estate. The people who invest in films are real estate people, or doctors or lawyers ... People invest in movies because it's exciting! It's fun! Nobody goes to a cocktail party talking about their commodity investments, but people love to talk about their movie investments.'<sup>1</sup>

## Een kleine, gefragmenteerde markt

Mede door het grote risico dat is gemoeid met het maken van speelfilms betekent de omvang van de Nederlandse markt een belangrijk schaalnadeel. Films die alleen voor de Nederlandse markt worden gemaakt, moeten een uitgesproken kassucces worden om uit de kosten te komen. En daarbij moeten ze concurreren met het beste dat door de Verenigde Staten op de markt wordt gebracht.

De grote omvang van de Amerikaanse thuismarkt levert Amerikaanse producenten een belangrijk concurrentievoordeel. Budgetten van \$100 miljoen zijn geen uitzondering. Dergelijke bedragen zijn in Nederland ondenkbaar. Een film die tussen de drie en vier miljoen gulden kost, is voor Nederlandse begrippen duur, terwijl het voor Amerikaanse begrippen een uitgesproken low-budgetproductie is.

De Nederlandse speelfilmindustrie heeft een aanzienlijk kleinere thuismarkt dan de Amerikaanse. En de schaalnadelen van de Nederlandse filmmarkt worden nog eens versterkt door de fragmentatie van de productiesector. In Nederland bestaan geen grote filmstudio's die het risico kunnen spreiden over een groot aantal speelfilms. Er zijn zo'n twintig actieve filmproducenten, waarvan er vijf tot tien met enige regelmaat een film maken. De Nederlandse speelfilmproducenten zijn dus het beste vergelijkbaar met de onafhankelijke producenten in de Verenigde Staten, voor wie het maken van een speelfilm telkens weer een nieuwe onderneming is.

Het filmproductiewezen in Nederland is nog sterker gefragmenteerd dan in andere Europese landen. Er zijn relatief veel speelfilmproducenten die elk maar weinig films maken. De vier grootste producenten namen van 1987 tot 1991 nog geen derde van de films voor hun rekening. In bijvoorbeeld Denemarken namen de grootste vier producenten in die periode bijna 60% van de speelfilms voor hun rekening.

Door hun geringe schaalgrootte zijn producenten niet in staat te zorgen voor een continue werkgelegenheid in de filmindustrie. Perioden van grote drukte worden afgewisseld door perioden van rust. Voor de producent betekent de geringe schaalgrootte bovendien dat hij het risico dat met het maken van speelfilms is gemoeid, niet over een aantal producties kan spreiden. Hij moet elke keer weer al zijn eieren in één mandje stoppen.

## Concentratie in de distributie- en vertoningssector

De kleinschaligheid van Nederlandse speelfilmproducenten zou op zichzelf nog niet zo'n groot probleem zijn als er andere partijen zouden zijn die het risico zouden willen dragen van grote projecten. Vroeger waren die partijen er: de film distributiebedrijven. Zij zijn echter in het begin van de jaren tachtig opgehouden met het financieren van speelfilms en het verlenen van distributiegaranties, waardoor het ook vrijwel onmogelijk is geworden om particuliere investeerders te interesseren voor grotere projecten. Een extra probleem ontstond in 1992, toen Credit Lyonnais Bank Nederland een enorme strop leed aan de filmonderneming van Paretti en Fiorini. Filmproducenten hebben nog lang last gehad van de schrik die dat debacle bij financiers en beleggers heeft veroorzaakt.

De beëindiging van de rol van de speelfilm distributeurs bij de filmfinanciering hangt samen met de marktontwikkeling. In de jaren zeventig en tachtig heeft de bioscoop terrein verloren aan televisie en video. Het bioscoopbezoek is in die tijd met bijna de helft gedaald. Bovendien heeft de Nederlandse film in die tijd marktaandeel verloren op de Amerikaanse concurrentie. Die ontwikkeling weerspiegelt zich in marktwinst voor de Amerikaanse majors ten koste van de Nederlandse distributeurs. In 1994 - een zeer slecht jaar voor de Nederlandse speelfilm - waren vier grote Amerikaanse filmexploitanten (UIP, Buena Vista, Colombia Tristar en Warner Bros) goed voor 83% van het bioscoopbezoek. De grootste Nederlandse distributeur, Polygram/Meteor, had een aandeel van slechts 10%. De Europese markt kent een vergelijkbaar probleem. De hele Europese distributie is in feite in handen van de Amerikaanse majors. Er zijn geen Europese distributeurs die bioscopen in heel Europa bedienen. Dat maakt het moeilijk om voor de Europese markt distributiegaranties te verwerven die de financiering van speelfilms zouden vergemakkelijken.

Gelijktijdig met de concentratie in de distributiesector is ook een sterke concentratie opgetreden op de vertoningsmarkt. Landelijk gezien is weliswaar nog steeds sprake van een redelijke spreiding van het bioscoopbezoek, maar de toonaangevende bioscopen in de Randstad zijn bijna allemaal in handen van het Franse Pathé. Van deze buitenlandse bioscoopgigant kan moeilijk een bijdrage worden verwacht aan de ontwikkeling van de Nederlandse bioscoopfilm. Bovendien is de rol van de bioscoopeigenaren beperkt. Vaak is het niet zo dat de bioscoop een film huurt van de distributeur, maar dat de distributeur een zaal huurt bij de bioscoop. De bioscopen hebben er wel belang bij dat de films die ze vertonen goed worden bezocht, omdat film distributeur en bioscoopexploitant de recette verdelen.

## Filmfonds en omroepen

Het gat dat de filmverhuurders hebben laten vallen bij de financiering van speelfilms is ten dele opgevuld door het filmfonds en de publieke omroepen. Zij dragen inmiddels voor 70% bij aan de financiering van Nederlandse speelfilms. Het probleem is echter dat voor de omroepen de belangstelling van het bioscooppubliek niet op de eerste plaats komt. Een andere belangrijke financier is het Nederlands Fonds voor de Film. Het Filmfonds houdt weliswaar rekening met de te verwachten publieke belangstelling, maar weegt bij de beoordeling van filmplannen ook andere criteria mee. Het Filmfonds is opgezet als aanvullende regeling om ervoor te zorgen dat er naast marktgerichte films ook films zouden worden gemaakt die vanuit cinematografisch oogpunt van belang waren. Door het vrijwel wegvallen van de commerciële speelfilm heeft het Filmfonds echter een centrale rol gekregen in de financiering van speelfilms, terwijl ze voor die rol eigenlijk niet is toegepast.

De voorname rol van Filmfonds en omroepen bij de financiering van speelfilms maakt het de producent moeilijk om zijn centrale rol in het filmproductieproces waar te maken. De steun van Filmfonds en omroepen is vaak gericht op de productie van de film, waardoor de ontwikkeling en de promotie er bekaaid afkomen. In Nederland gaat een veel kleiner deel van het toch al veel kleinere budget naar de ontwikkelingsfase en de promotie van de film dan in de Verenigde Staten. Als er al subsidies worden gegeven voor het schrijven van een script, dan zijn dat geen subsidies voor de producent, maar voor de scenarioschrijver. Daardoor is het voor de producent moeilijk grip te houden op het ontwikkelingsproces.

Toch kunnen de producenten maar moeilijk om Filmfonds en omroepen heen. De producenten nemen een groot risico als ze een marktgericht product ontwikkelen waarmee ze internationale handelaren proberen te interesseren. Er gaat een hoop geld in zitten zonder dat er een garantie is op succes. Vanuit het oogpunt van de continuïteit van de bedrijfsvoering doen ze er verstandiger aan op zeker te

spelen, en zich te richten op de criteria van het filmfonds en de omroepen. Ook de producenten hebben daardoor de belangstelling voor de markt verloren. Hierdoor worden in Nederland bijna alleen nog maar speelfilms gemaakt met een cultureel karakter en een zelfs naar Europese begrippen relatief laag budget.

## **De maatregelen**

De maatregelen die Wijers, Vermeend en Nuis op de dag van de Nederlandse speelfilm hebben aangekondigd, zijn bedoeld om het tij te keren. Het telefilmproject van Nuis moet vooral zorgen voor extra productievolume in de speelfilmindustrie, waardoor de basis van de sector - speelfilmproducenten en technische productiebedrijven - in stand kan blijven. Het bureau van minister Wijers, dat een bemiddelende rol gaat spelen tussen financiers en speelfilmproducenten, kan vooral zorgen voor een betere spreiding van de investeringen in speelfilmproducties, waardoor het risico dat met dergelijke investeringen is gemoeid, kan afnemen. Dit voornemen wordt ondersteund door de maatregelen van staatssecretaris Vermeend om de Wet Inkomstenbelasting zo te wijzigen dat willekeurige afschrijving van de kosten van speelfilms mogelijk wordt, en om een op de filmindustrie toegespitste toepassing van de tante-Agaathregeling te ontwikkelen. Dit laatste betekent een belangrijke vermindering van het risico voor investeerders in speelfilmprojecten.

Vooraf de participatiemaatschappij van Wijers en de belastingmaatregelen van Vermeend dragen bij aan marktgerichte financieringsmogelijkheden voor speelfilms. De maatregelen zijn echter geen garantie voor een nieuwe bloeiperiode van de speelfilmindustrie. De maatregelen creëren enige ruimte voor creativiteit en ondernemerschap, maar die creativiteit en dat ondernemerschap zullen uiteindelijk zichzelf moeten bewijzen.

---

## **De financiering van een film**

Succesvolle films zijn doorgaans films met een budget van minstens 4 miljoen gulden. Vaak kan daarvan 2 miljoen worden gefinancierd door subsidies en afspraken met publieke omroepen over de vertoning. Wil de film winstgevend zijn, dan moeten de bioscoopbezoekers dus voor de resterende 2 miljoen gulden zorgen. Geen twee films kennen dezelfde opbrengststructuur, maar met de natte vinger kan de volgende berekening worden gemaakt. Een bioscoopkaartje kost ongeveer twaalf gulden. Daarvan gaat ongeveer 6 gulden naar het theater en ongeveer 3 gulden naar de distributeur. Voor de producent blijft dus zo'n 3 gulden over. Om de kosten eruit te halen moet de film dus ruim 650.000 bezoekers trekken. In deze berekening zijn tv- en videorechten en de buitenlandse verkoop niet meegerekend. In het algemeen geldt: hoe meer bioscoopbezoekers een film trekt, des te meer levert de verkoop van tv- en videorechten op.

De 237 films die in 1994 in Nederland hebben gedraaid, trokken in totaal 16,0 miljoen bezoekers. Dat is gemiddeld per film 67.500. In 1994 waren er vijf films die in Nederland meer dan 600.000 bezoekers trokken - alle vijf afkomstig uit de Verenigde Staten, net als overigens de andere films in de top-20.

---

<sup>1</sup> G. Goodell, *Independent feature film production. A complete guide from concept to distribution*, New York, 1982.