



Vervolgonderzoek Digitale Cinema

**Effecten van de digitalisering
van het Nederlandse vertonings- en distributiecircuit**

Stichting Filmonderzoek, april 2014

Inhoud

Conclusie en samenvatting	4
Inleiding.....	7
Resultaten.....	9
Inleiding.....	9
De Nederlandse markt in het kort.....	10
Deel 1. Release- en programmeringsstrategieën.....	12
1.1 Aantal titels, kopieën en looptijd	12
1.1.1 Aantal titels	12
1.1.2 Aantal kopieën.....	13
1.1.3 Looptijd.....	16
1.1.4 Weken tussen nationale en lokale releasedatum.....	17
1.2 Bezoek.....	18
1.2.1 Bezoekpatroon.....	18
1.2.2 Top 20 best bezochte films.....	19
1.3 Voorstellingen.....	22
1.3.1 Voorstellingen per film.....	23
1.3.2 Bezoek per voorstelling.....	23
1.4 Premières.....	24
1.4.1 Second-run en premièretheaters.....	24
1.4.2 Premières per bioscoop.....	25
1.5 Diversiteit van het filmaanbod.....	26
1.5.1 Verschraling van het filmaanbod.....	26
1.5.2 Commercialisering van het filmaanbod.....	26
1.5.3 Releasestrategieën bij kleine releases.....	27
1.5.4 Commercieel middensegment.....	27
1.6 Flexibiliteit.....	27
1.7 Alternatieve programmering	27
1.7.1 Zaalhuur.....	27
1.7.2 Klassiekers.....	28
1.7.3 Event Cinema (alternative content).....	28
Deel 2. Management	30
2.1 Logistiek en techniek.....	30
2.1.1 Digitaal transport.....	30

2.1.2	<i>Ervaring met Key Delivery Message (KDM)</i>	30
2.1.3	<i>Technische storingen bij bioscopen</i>	31
2.2	Toekomstbeeld met betrekking tot VPF.....	32
2.2.1	<i>VPF vrije bioscopen</i>	32
2.3	Relatie tussen vertoners en distributeurs	33
	Bijlage 1 – Onderzoeksverantwoording data-analyse	34
	Bijlage 2 – Interviews	35
	Colofon	36

Conclusie en samenvatting

In het vervolgonderzoek digitalisering zijn de huidige effecten van de digitalisering van het Nederlandse vertonings- en distributiedocircuit in kaart gebracht. Het onderzoek is een vervolg op het rapport van Stichting Filmonderzoek uit 2012, dat fungeerde als nulmeting. Opnieuw zijn zowel release- en programmeringsstrategieën als het logistieke en technische management nader bekeken. Door middel van een data-analyse van de jaren 2010 t/m 2013 worden trends en ontwikkelingen zichtbaar in belangrijke indicatoren zoals het aantal kopieën waarmee een film wordt uitgebracht en het aantal voorstellingen en premières per bioscoop. Ter aanvulling van de data-analyse zijn interviews gedaan met 10 vertegenwoordigers van de branche, waarin naar ervaringen met de digitalisering is gevraagd.

VPF houdt het systeem van voor de digitalisering in stand

Uit het onderzoek blijkt dat de digitalisering vooralsnog geen ingrijpende effecten heeft gehad op release- en programmeringsstrategieën. De conclusie kan getrokken worden dat release- en programmeringsstrategieën tot nu toe sterker worden beïnvloed door het filmaanbod dan door de digitalisering. Het VPF financieringsmechanisme – een systeem waarbij de distributeur per kopie een bijdrage doet aan de aanschaf van digitale apparatuur – kan hiervan als oorzaak gezien worden, omdat deze drempels opwerpt voor de uitbreng van films die vergelijkbaar zijn met het 35mm tijdperk.

VPF vrije bioscopen hebben meer premières gekregen, aantal second-run theaters is gelijk gebleven

De drempels van VPF hebben vooral effect op het bepalen van het aantal premières. Verwacht werd dat second-run theaters premières zouden kunnen vertonen. Dit is niet het geval. Daarnaast hebben bioscopen waarbij distributeurs geen VPF hoeven te betalen meer premières kunnen vertonen. Het aantal weken tussen nationale en lokale première bij second-run theaters is daarentegen afgenomen, dus theaters kunnen wel eerder dan in 2010 een première vertonen.

Onafhankelijke distributeurs zijn meer kopieën in de markt gaan zetten, aantal kopieën bij *major* distributeurs zijn gelijk gebleven.

Het aantal kopieën is toegenomen en titels zijn vooral in 2013 met meer kopieën in première gegaan. De stijging komt vooral doordat onafhankelijke distributeurs meer kopieën uitbrengen. Hierdoor is ook een sterkere stijging van het aantal kopieën te zien bij grotere Nederlandse releases en films uit landen buiten de VS. Onafhankelijke distributeurs brengen meer kopieën uit omdat het kostenvoordeel voor hen pregnanter is dan voor *major* distributeurs.

Groei voorstellingen bij alle type bioscopen

Een andere opvallende verandering is de toename van het aantal voorstellingen bij alle type bioscopen en in alle regio's, gecorrigeerd naar de capaciteitsuitbreiding van bioscopen in de afgelopen jaren. Dit is vooral bij de filmtheaters een direct effect van de digitalisering, aangezien het aantal voorstellingen sterk steeg na het moment van digitaliseren. Met verruimde openingstijden en meer voorstellingen kunnen bioscopen en filmtheaters hun bereik vergroten.

Diversiteit van het aanbod toegenomen

Het aantal nieuwe titels is gestegen sinds 2010. De digitalisering heeft deze toename gefaciliteerd. Bioscopen zijn meer titels gaan vertonen en grote filmtheaters hebben meer premières kunnen vertonen. Het aantal voorstellingen per titel is niet gestegen, oftewel er worden meer voorstellingen van verschillende titels vertoond. De diversiteit van het aanbod is hierdoor toegenomen. Vertoners en distributeurs geven echter aan dat het aanbod te groot is geworden, waardoor keuzes moeilijk worden en de looptijd van titels onder druk komt te staan.

Kwalitatieve diversiteit niet onder druk door de digitalisering

De diversiteit is in kwantiteit toegenomen, maar vooral binnen het arthouse segment vindt men de kwalitatieve diversiteit onder druk staan. Dit is echter geen direct effect van de digitalisering, maar heeft meer te maken met de financiële crisis, bezuinigingen en hogere vaste kosten door professionalisering van filmtheaterzalen. Hierdoor worden veilige keuzes gemaakt door zowel distributeurs als filmtheaters, waardoor het aanbod vercommercialiseert. Momenteel is dit nog niet zichtbaar, maar zodra de VPF wegvalt kunnen kleinere en artistieke releases meer onder druk komen te staan, zo is bij geïnterviewden de verwachting.

Digitalisering faciliteert nieuwe strategieën waar filmtheaters en kleine releases van kunnen profiteren

Door de digitalisering kan er flexibeler geprogrammeerd worden, omdat er minder financiële en logistieke drempels zijn. Hierdoor hoeven titels niet langer op een vast moment op de dag worden vertoond. Ook worden er gemakkelijker kopieën bijgezet, gezien de toename van het totaal aantal kopieën. De ervaring is dat dit vooral voor filmtheaters meer vrijheid geeft en een beter publieksbereik. Daarnaast bieden deelkopieën, gezamenlijk boeken en bijvoorbeeld initiatieven voor eenmalige premières in second-run theaters mogelijkheden om verschraving tegen te gaan.

Management: meer kennis delen en automatisering kan werkdruk verminderen

Niet alleen uit de data-analyse, maar ook uit de interviews blijkt dat VPF de manier waarop distributeurs en vertoners hun strategie bepalen voorsnog in stand houdt. Kosten- en batenanalyses blijven hetzelfde en onderhandelingen zijn niet veranderd. De logistieke invulling van het verspreiden van prints is daarentegen sterk gewijzigd, waardoor tegelijk flexibiliteit is toegenomen, maar ook de werkdruk. Automatisering van het aanmaken van KDM's en een database voor registratienummers van de nieuwe apparatuur zou dit kunnen oplossen. Momenteel wordt getest met een applicatie geïntegreerd met CinemaBridge. Ook zou meer kennis gedeeld moeten worden tussen vertoners onderling over technische storingen en de inzet van technisch personeel, omdat ervaringen sterk afwijken tussen bioscopen.

Onzekerheden na *recoupment* en afloop van garantie en levensduur op de apparatuur

Een punt van aandacht is de vrees van distributeurs dat het toenemen van kopieën en titels tot overaanbod kan leiden en een grotere druk op de doeken. Dit wordt vooral gevreesd als er geen VPF meer betaald hoeft te worden na *recoupment*. Alle geïnterviewden verwachten dat de markt sterk zal veranderen als de VPF wegvalt, omdat er dan minder financiële beperkingen zijn aan het aantal kopieën. Dit kan positief uitpakken – meer vrijheid in programmeren, meer premières – of negatief –

kleinere releases hebben geen plek meer in het aanbod en minder diversiteit in kleinere theaters. Over het algemeen bestaan er weinig concrete ideeën over de afloop van de garantietermijn en levensduur van de nieuwe apparatuur, hierover is nog veel onzekerheid. Door verdere monitoring van trends en ontwikkelingen en uitgebreider onderzoek naar toekomstscenario's naar aanleiding van de digitalisering kan hier meer inzicht in verkregen worden.

Inleiding

In april 2012 bracht Filmonderzoek een onderzoek uit naar de verwachte effecten van de digitalisering van de Nederlandse filmbranche.¹ Dit onderzoek fungeerde als nulmeting en bracht de situatie in 2011 in kaart toen de digitalisering nog in kinderschoenen stond. Nu 2,5 jaar later is onderzocht welke effecten de digitalisering in de tussentijd heeft gehad. Welke ontwikkelingen zijn zichtbaar, welke tendensen zijn belangrijk en hoe is de digitalisering ervaren?

De basis voor dit vervolgonderzoek is een data-analyse: een bestudering van een aantal belangrijke indicatoren die release- en programmeringstrategieën aangeven. Hierbij moet gedacht worden aan aantal kopieën waarmee een film in première gaat, de lengte van de run van een titel en het aantal filmvoorstellingen per bioscoop. Deze gegevens zijn in kaart gebracht over de jaren 2010, 2011 en 2012 en zover mogelijk aangevuld met (voorlopige) data over 2013. Het is een analyse van data die beschikbaar is via CinemaBridge.

CinemaBridge (voorheen bekend als MaccsBox) is het communicatiesysteem van brancheorganisaties Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten (NVB) en Nederlandse Vereniging van Filmdistributeurs (NVF) dat in 2006 *live* ging. Middels dit systeem wisselen vertoner en filmdistributeur dagelijks alle informatie met betrekking tot vertoningen uit, waardoor de gekoppelde database '*realtime*' in marktinformatie wordt voorzien.

In de database zijn alle filmtitels terug te vinden die in de bioscoop worden vertoond. De vertoner rapporteert per voorstelling het aantal tickets, het tarief per ticket en de kaartsoort. Marktinformatie is hierdoor zeer nauwkeurig en kan gesorteerd worden op aantal bezoekers en recette (per dag, per week en per weekend), op provincie, of stad, per distributeur of vertoner. Oftewel op basis van wie, wat, waar en wanneer. In totaal staan er sinds de start van het systeem ruim 160 miljoen bezoeken geregistreerd in de database.

Deze kwantitatieve analyse is aangevuld met een kwalitatief onderzoek onder tien vertegenwoordigers uit de filmbranche: vijf distributeurs en vijf vertoners. Deze tien semi-gestructureerde interviews van gemiddeld drie kwartier hebben gediend om de cijfers meer diepgang te geven. Ook hebben de gesprekken inzicht gegeven in effecten van de digitalisering die niet in cijfers zijn uit te drukken. De vertegenwoordigers zijn gekozen is overleg met de opdrachtgevers en zijn gedeeltelijk dezelfde mensen die in 2011 zijn geïnterviewd en gedeeltelijk nieuwe respondenten.

Het onderzoek geeft inzicht in de huidige effecten van de digitalisering op release- en programmeringstrategieën en logistieke en technische management van bioscopen, filmtheaters en distributeurs.

¹ In opdracht van EYE, in samenwerking met NVB en NVF, getiteld: *Digitale Cinema. Een onderzoek naar de verwachte effecten van de digitalisering van het Nederlandse vertonings- en distributiecircuit (2012)*.

De volgende vragen zijn belangrijk in het onderzoek:

- Heeft de digitalisering geleid tot een ander releasepatroon en zo ja, op welke manier voor welk soort films?
- Heeft de digitalisering gevolgen voor de programmering en zo ja, op welke manier voor welk type bioscopen?
- Welke impact heeft de digitalisering op het logistieke en technische management van vertoners en distributeurs?

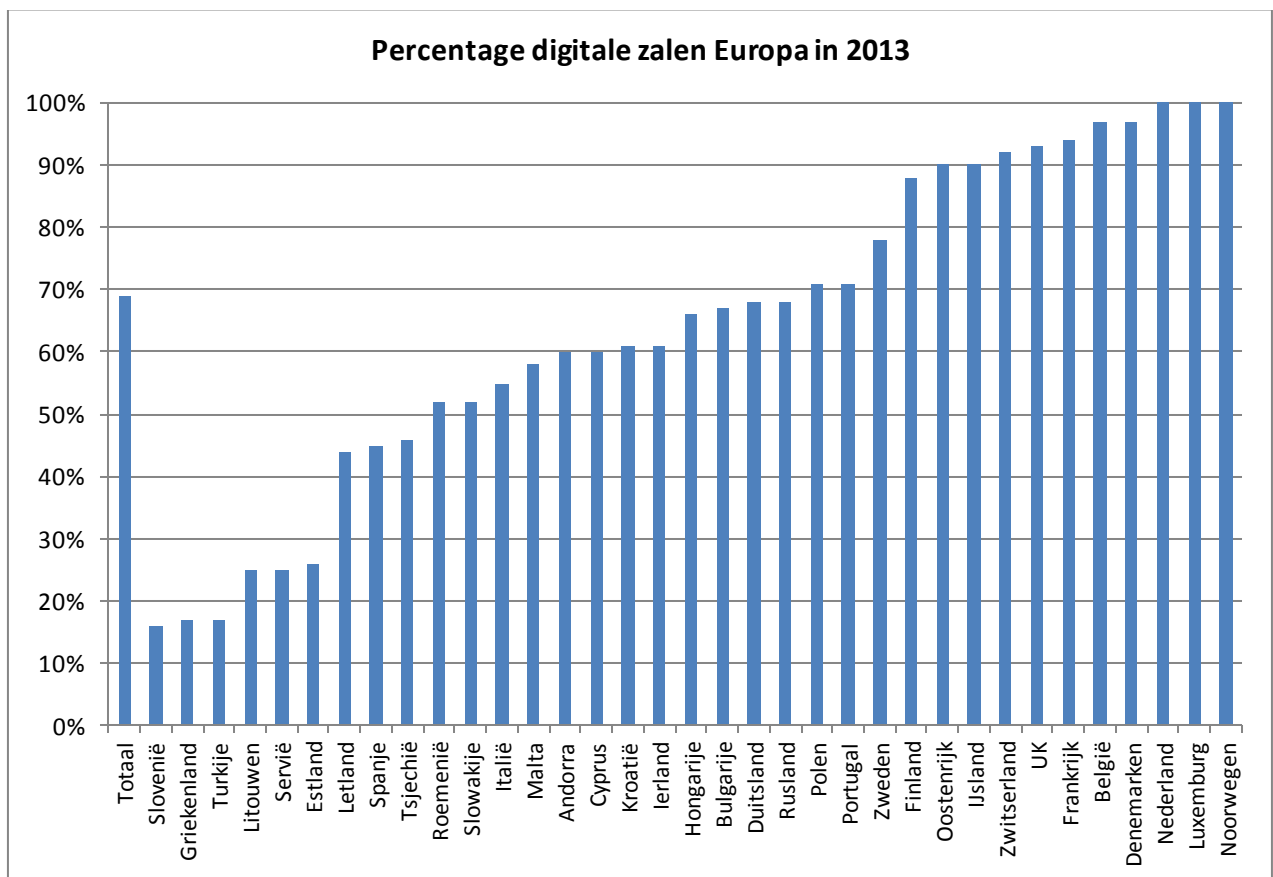
Het onderzoek is uitgevoerd in opdracht van EYE, in samenwerking met de Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten (NVB) en de Nederlandse Vereniging van Filmdistributeurs (NVF).

Bij vragen en opmerkingen over het onderzoek kan contact opgenomen worden met Stichting Filmonderzoek via info@filmonderzoek.nl.

Resultaten

Inleiding

De digitalisering van het Nederlandse vertonings- en distributiecircuit is de geleidelijke vervanging van 35mm prints met digitale *files* en 35mm projectoren met digitale projectoren. Deze vervanging vond plaats tussen 2009 en 2012. De financiering van deze omschakeling is in Nederland voor het overgrote deel van de bioscopen mogelijk gemaakt door het VPF systeem. Dit systeem is een financieringsmechanisme, ontwikkeld door de Amerikaanse studio's, waarbij distributeurs bij elke premièrekopie een bijdrage doen, de Virtual Print Fee (VPF). Hiermee dragen de distributeurs bij aan de bekostiging van digitale apparatuur. Vanaf 2009 werden in Nederland de eerste VPF deals gesloten, door enkele concerns en boekingsgroepen. Aangezien veel filmtheaters geen premièrekopieën vertonen, is dit systeem voor hen minder interessant. Het project Cinema Digitaal – aangestuurd door NVB, NVF en EYE – heeft er uiteindelijk voor gezorgd dat niet alleen de overige bioscopen, maar ook de filmtheaters middels het VPF systeem gedigitaliseerd konden worden.² Sinds september 2012 is Nederland als één van de weinige landen 100% digitaal en dit is nog altijd zo.



Figuur 1: percentage digitale zalen Europa in 2013 (bron: Mediasalles)

² Meer informatie over de geschiedenis van digitale cinema, het VPF model en Cinema Digitaal, is te vinden in het onderzoeksrapport *Digitale Cinema. Een onderzoek naar de verwachte effecten van de digitalisering van het Nederlandse vertonings- en distributiecircuit* (Stichting Filmonderzoek, 2012).

Na Nederland, Noorwegen en Luxemburg zullen ook België, Denemarken en Finland, Oostenrijk, Frankrijk, Duitsland, Zwitserland en de UK snel volgen, zo verwacht UNIC. In Oost-Europa en Spanje blijft digitalisering grotendeels nog een uitdaging.³

In Nederland is een fijnmazig vertoningsnetwerk behouden, waardoor het Nederlandse publiek uit een brede range aan films kan kiezen, waar men ook woont. Een vertoningsnetwerk dat vooralsnog kennelijk nog altijd de concurrentie aan kan met de thuis-film.

De branche is het er over eens dat het belangrijkste voordeel van de digitalisering de verbeterde kwaliteit van de projectie en het geluid is. Ongemakken ten spijt, het onberispelijke beeld maakt veel goed en niemand verlangt meer terug naar het 35mm tijdperk om deze reden. Vooral filmtheaters die voorheen vaak beschadigde 35mm prints vertoonden zijn verrast positief, een melancholieke enkeling daargelaten die de diepte mist van vertonen op celluloid.

Maar onder die positieve oppervlakte heersen ongemakken, zorgen en angsten voor de toekomst. Dit rapport brengt zowel deze positieve als negatieve gevoelens van de branche in kaart, tegen het licht van feitelijke cijfers.

In het rapport uit 2012 had de conclusie veel te maken met hoe de film- en bioscoopbranche is: traditioneel met enkele eigenzinnige pioniers. Daar is nog steeds niets aan veranderd. In een traditionele branche is het *horseless carriage syndrom* vaak van toepassing, een begrip geïntroduceerd door mediawetenschapper Marshal McLuhan dat beschrijft hoe men een nieuw medium probeert te begrijpen in termen van het oude. Dat gebeurde afgelopen 100 jaar veel: een auto als een paard en wagen zonder paard zien, televisie als radio met beeld erbij of een film als een verfilmd toneelstuk. McLuhan probeerde hiermee iets te vertellen over het onvermogen van veel mensen om meteen nieuwe mogelijkheden te zien in innovaties.⁴ David Hancock van het Britse onderzoeksinstituut Screen Digest gaf in 2012 aan dat de impact van digitale cinema afhangt van wat de branche met digitaal doet. Als digitaal wordt ingezet precies zoals 35mm werd gehanteerd, zal het effect klein zijn op de markt.⁵ Uiteindelijk hebben we afgelopen eeuw de auto, televisie en film als een op zichzelf staand gegeven leren onderkennen, met zijn eigen unieke eigenschappen. Digitale projectie ook?

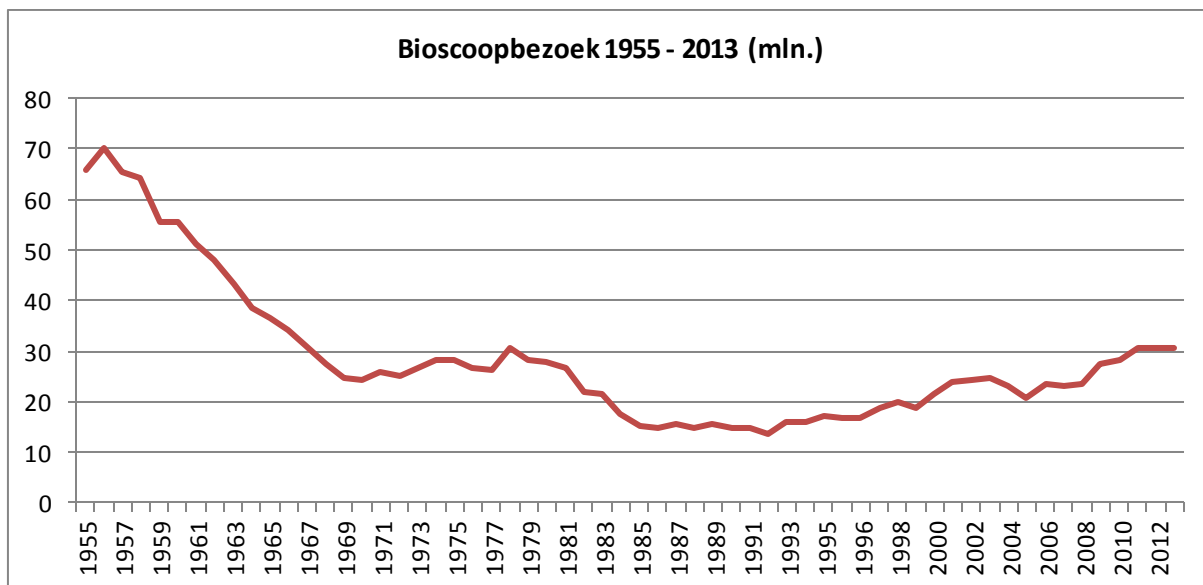
De Nederlandse markt in het kort

In 2013 werden er 30,8 miljoen bioscoopkaartjes verkocht. Dit is een stabilisatie ten opzichte van 2012, na een sterke groei in 2011. In dit rapport worden de jaren 2010, 2011, 2012 en 2013 vergeleken en in deze periode is het bioscoopbezoek flink toegenomen.

³ UNIC, "UNIC update on Cinema Exhibition in 2013. Press Release" 5 februari 2014

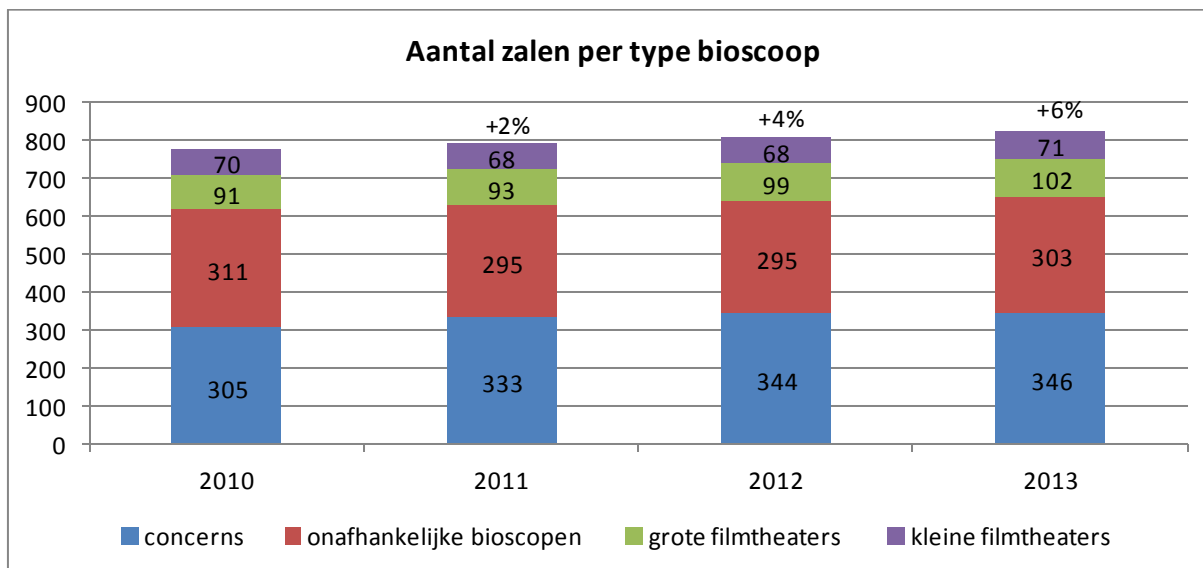
⁴ Marshal McLuhan, *Understanding Media. The extensions of man*, 1964.

⁵ David Hancock, "The impact of digital cinema on film release patterns", IHS Screen Digest, September 2012.



Figuur 2: Bioscoopbezoek van 1955 tot 2013 (in miljoenen) (bron: NVB).

Nederland kent momenteel 4 bioscoopconcerns met 58 bioscopen door heel Nederland. Daarnaast zijn er 84 onafhankelijke bioscopen. Naast commerciële bioscopen zijn er 104 filmtheaters in Nederland. Filmtheaters worden veelal gesubsidieerd door de gemeente en vertonen arthouse films. Er zijn 34 grote filmtheaters, dit zijn filmtheaters met een wekelijkse programmering. Daarnaast zijn er 82 kleine filmtheaters zonder weekprogramma, inclusief 13 interne filmtheaters. De zalen capaciteit is sinds 2010 met 6% toegenomen.⁶



Figuur 3: Aantal zalen per type bioscoop

Er zijn momenteel 21 distributeurs actief die lid zijn van de NVF, waaronder 4 *major* distributeurs die direct gelieerd zijn aan Amerikaanse studio's. Overige distributeurs zijn *independent* distributeurs die onafhankelijk films inkopen en verhuren.⁷

⁶ Bron: NVB

⁷ Bron: NVF

Deel 1. Release- en programmeringsstrategieën

In de data-analyse zijn release en programmeringsstrategieën bestudeerd van distributeurs en bioscopen uit 2010 t/m 2013, aan de hand van indicatoren zoals aantal kopieën, aantal voorstellingen en aantal premières. De gegevens uit 2013 zijn waar aangegeven voorlopige cijfers.

In 2010 bevond de digitalisering zich in een beginfase. In 2011 werd een groot aantal commerciële bioscopen gedigitaliseerd en in 2012 het grootste aantal filmtheaters. Eind 2012 waren alle bioscopen digitaal.

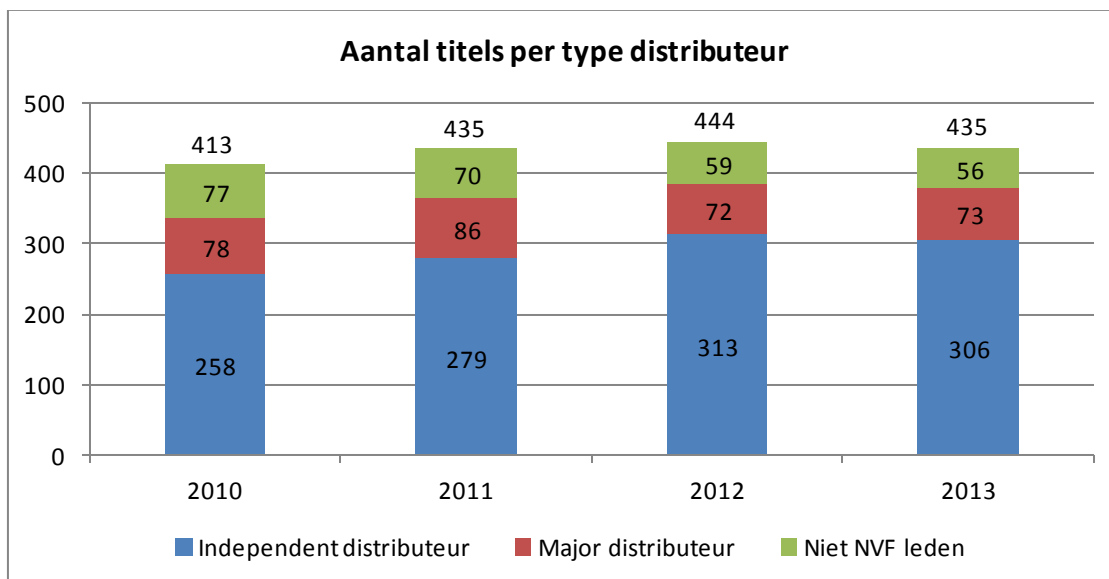
In de onderstaande onderzoeksresultaten kunnen afwijkingen voorkomen met data uit de jaarverslagen van NVB en NVF. Deze afwijkingen komen door beslissingen van onderzoektechnische aard. Een toelichting is te vinden in [Bijlage 1](#).

1.1 Aantal titels, kopieën en looptijd

Elke donderdag gaan er nieuwe filmtitels in première. De distributeur brengt een nieuwe filmtitel uit in een bepaalde hoeveelheid kopieën, afhankelijk van verwachtingen over de opbrengst aan de bioscoopkassa. Een film is vervolgens een bepaalde tijd in bioscopen en filmtheaters door het land te zien. Dit is de looptijd van een titel. In dit onderdeel worden veranderingen in het aantal titels, het aantal kopieën en de looptijd besproken.

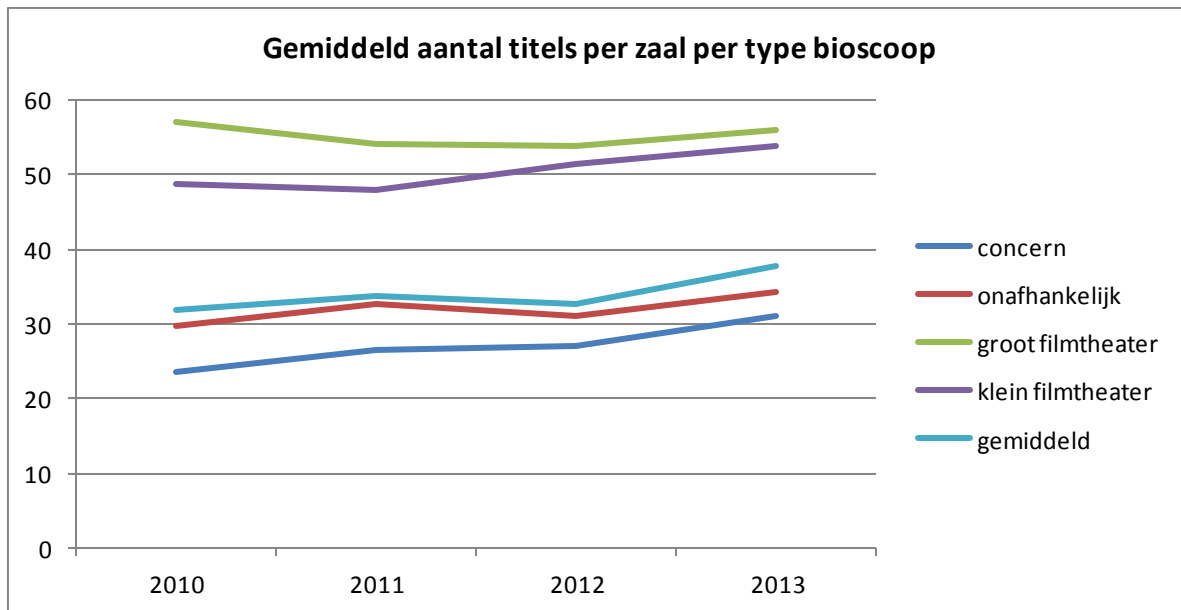
1.1.1 Aantal titels

Het aantal nieuwe titels die per jaar werden uitgebracht is gestegen in de afgelopen jaren, maar in 2013 gestabiliseerd.



Figuur 4: Aantal titels per type distributeur

Het aantal titels per zaal is gestegen bij alle type bioscopen, behalve bij de grote filmtheaters. Hier is een lichte daling zichtbaar, alhoewel in deze theaters nog steeds de meeste titels vertoond worden per zaal. In 2013 is bij alle type bioscopen het aantal titels per zaal gestegen.



Figuur 5: Gemiddeld aantal titels per zaal per type bioscoop

Zowel de geïnterviewde distributeurs als bioscopen vinden dat er teveel titels worden uitgebracht. Doordat er teveel titels worden uitgebracht wordt het voor programmeurs steeds moeilijker keuzes te maken en neemt de druk op de doeken toe. Het publiek is steeds beter geïnformeerd over welke films ze kunnen kijken en stellen daardoor hoge eisen aan een divers filmaanbod. De digitalisering faciliteert de toename van titels, omdat aan het uitbrengen van een nieuwe titels minder financiële risico's zijn verbonden.

Hierdoor wordt het bijvoorbeeld mogelijk om titels uit te brengen die voorheen rechtstreeks op dvd of via video on demand werden uitgebracht, zo is de ervaring bij de geïnterviewde distributeurs en bioscopen. Films worden nadat ze in de bioscoop zijn vertoond uitgebracht op dvd of beschikbaar gesteld via video on demand. Deze home entertainment markt wordt in totaal steeds kleiner. De omzet is in Nederland in 2013 met 12,5% gekrompen ten opzichte van 2012.⁸ Het vertonen van titels in de bioscoop wordt hierdoor steeds aantrekkelijker.

1.1.2 Aantal kopieën

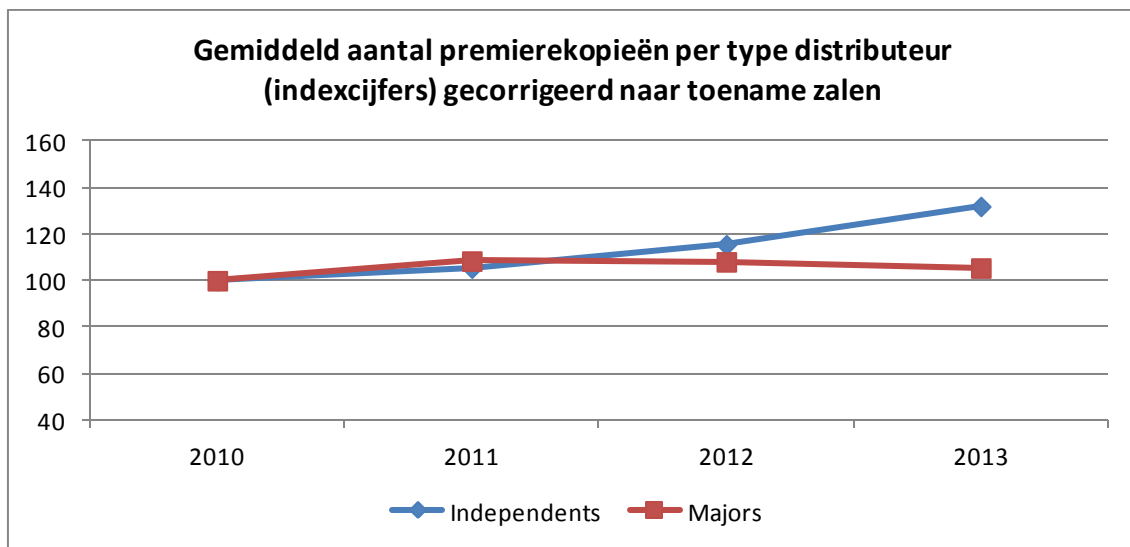
Zowel de geïnterviewde distributeurs als vertoners vinden het breder worden van releases één van de belangrijkste veranderingen door de digitalisering. De toename van het aantal kopieën hangt naast de digitalisering echter sterk samen met de groei van het aantal zalen. Gecorrigeerd naar deze capaciteitsuitbreiding was er in 2010 t/m 2012 vrijwel geen sprake van een toename van het aantal premièrekopieën. In 2013 is er echter wel een toename te zien van premièrekopieën.

De toename van kopieën is bij de *major* distributeurs aanzienlijk kleiner dan bij *independent* distributeurs. Dit komt doordat *major* distributeurs hun releasestrategie weinig hebben aangepast. De kosten van de Virtual Print Fee (VPF) spelen hierin een rol. De VPF bedraagt ongeveer €500 tot €700 per premièrekopie. Voor onafhankelijke distributeurs is dit een groot verschil met de productiekosten van een 35mm print. Zij betaalden in het 35mm tijdperk tussen de €1.000 en €1.500 per print. *Major* distributeurs brachten een groot deel van hun films altijd al breder uit dan

⁸ Voorlopige data via NVPI en GfK retail.

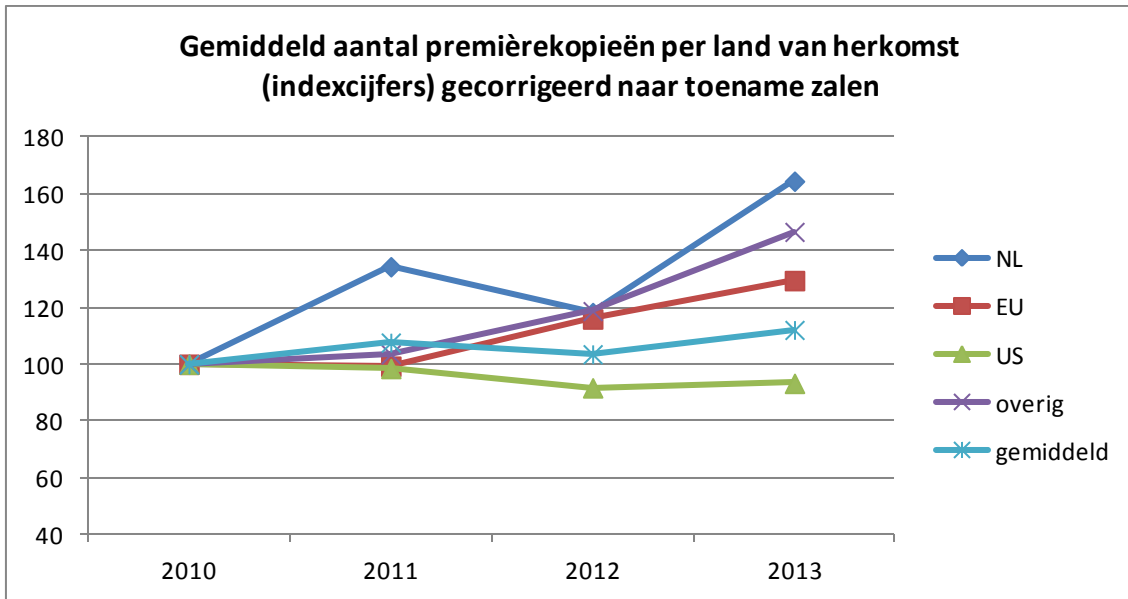
onafhankelijke distributeurs, waardoor ze schaalvoordelen hadden bij de productiekosten van 35mm prints. Het kostenvoordeel van digitaal is zodoende voor hen minder pregnant. Voor *independent* distributeurs heeft de digitalisering voor een groter kostenvoordeel gezorgd, vooral bij grote releases.

Het aantal premièrekopieën is dan ook bij *independent* distributeurs sterker gestegen dan bij *major* distributeurs. Bij films uit 2012 en vooral bij films uit 2013 steeg het gemiddeld aantal premièrekopieën sterker bij de *independent* distributeurs dan bij de *major* distributeurs. Ook het totaal aantal kopieën – premièrekopieën bij het aantal bijgezette kopieën opgeteld – steeg aanzienlijk meer bij *independent* distributeurs dan bij *major* distributeurs.



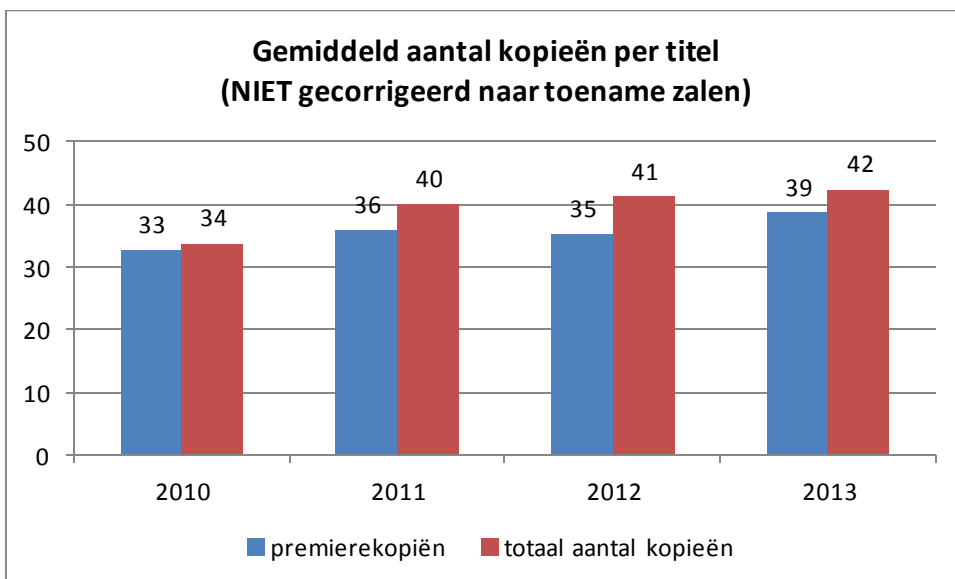
Figuur 6: Gemiddeld aantal premièrekopieën per type distributeur in indexcijfers, gecorrigeerd naar toename zalen.

Samenhangend met het voorgaande is het gemiddeld aantal kopieën bij Amerikaanse films nagenoeg gelijk gebleven, terwijl het aantal kopieën bij Nederlandse en Europese films en films uit overige landen – die vooral door onafhankelijke distributeurs worden uitgebracht – juist steeg. Er is vooral een toename zichtbaar bij premièrekopieën van Nederlandse films, namelijk met 64% (gecorrigeerd naar de toename van zalen) ten opzichte van 2010. De stijging komt vooral doordat grote Nederlandse releases nog groter worden uitgebracht dan in voorgaande jaren. Dit was vooral in 2011 en in 2013 het geval, in minder mate in 2012.



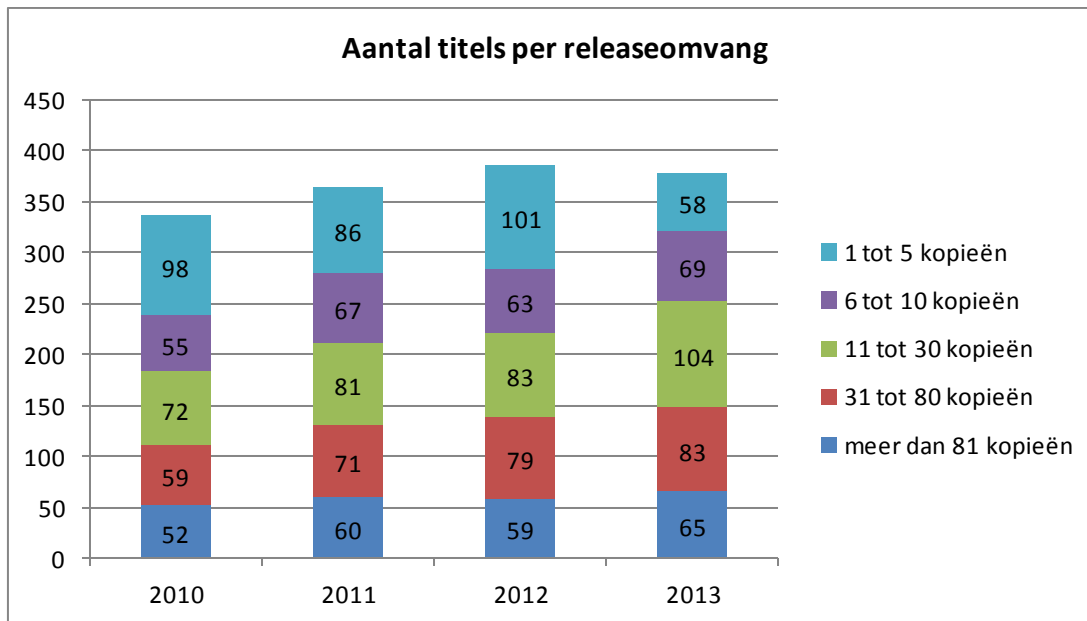
Figuur 7: Gemiddeld aantal premièrekopieën per land van herkomst in indexcijfers, gecorrigeerd naar toename zalen

In 2010 werden er gemiddeld 33 premièrekopieën uitgebracht, in 2013 zijn dat er gemiddeld 39. Het gemiddeld aantal premièrekopieën is vooral in 2013 flink toegenomen. Het totaal aantal kopieën stijgt al sinds 2011 sterk, terwijl dit in 2010 nagenoeg gelijk was aan het aantal premièrekopieën. Er worden tijdens de looptijd van een titel steeds meer kopieën bijgezet.



Figuur 8: Gemiddeld aantal kopieën per titel, niet gecorrigeerd naar toename zalen

In 2013 zijn er minder kleine releases uitgebracht van 1 tot 5 kopieën, maar bij alle andere type releases zijn de aantallen toegenomen. Dit geeft aan dat vooral in 2013 films breder worden uitgebracht. Zie volgende figuur.



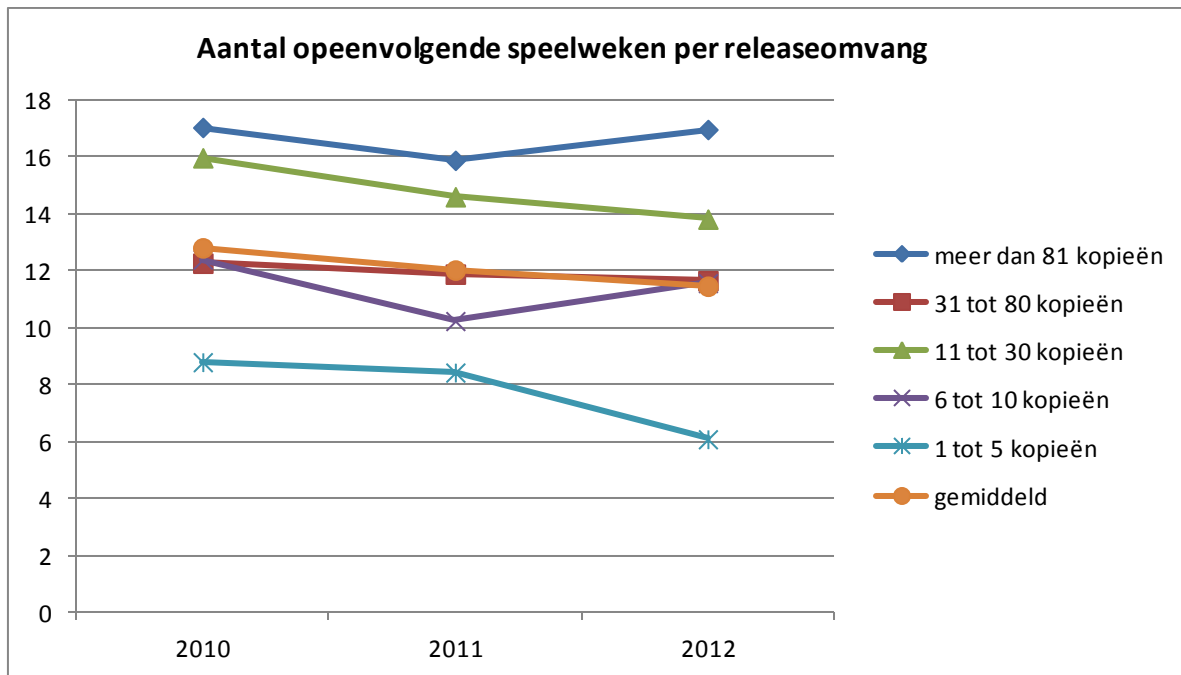
Figuur 9: Aantal titels per releaseomvang

1.1.3 Looptijd

Aangezien er meer films verschijnen en ze breder uitgaan, is het aannemelijk dat de looptijd van een titel korter wordt. De ervaring van de geïnterviewden is dan ook dat de looptijd van titels sterk is afgenomen tot slechts enkele weken. Dit is echter niet terug te zien in de data-analyse.⁹ De oorzaak hiervan ligt waarschijnlijk bij het feit dat er in de data-analyse geen onderscheid gemaakt kan worden tussen eerste run en second-run, oftewel het vertonen van titels in bioscopen enkele weken na de premièredatum. Hierdoor kan wel geconcludeerd worden dat de second-run nog niet is verdwenen door de digitalisering.

Uit de data-analyse blijkt dat films van meer dan 81 kopieën ongeveer 18 weken lopen. De looptijd van deze titels is niet gedaald. Gemiddeld is het aantal speelweken licht gedaald van 13 naar 11 speelweken. De sterkste daling is bij de kleinste releases, van 9 tot 6 speelweken. Dit heeft te maken met een toename van releases van slechts enkele voorstellingen in 2012. In 2013 is het aantal kleine releases met slechts enkele voorstellingen echter gedaald. De verwachting is dan ook dat in 2013 de looptijd van kleine releases is toegenomen.

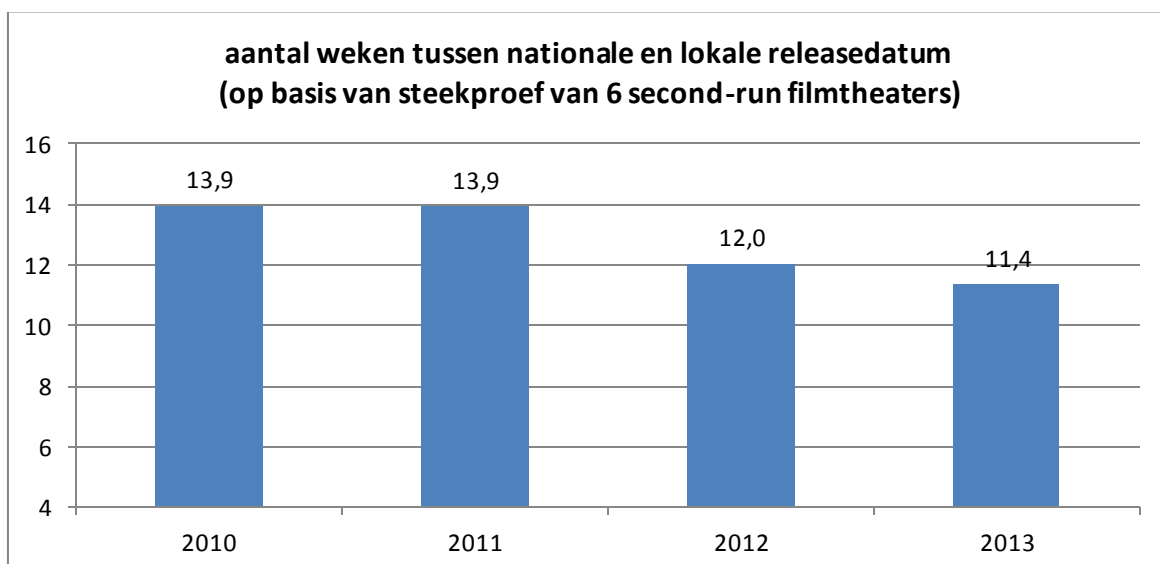
⁹ Er is nog geen informatie bekend over de looptijd van titels in 2013.



Figuur 10: Gemiddeld aantal opeenvolgende speelweken per releaseomvang (geen informatie voor 2013)

1.1.4 Weken tussen nationale en lokale releasedatum

Op basis van een steekproef van zes second-run theaters (zowel grote als kleine filmtheaters, verspreid door het land) kan gezegd worden dat het aantal weken tussen nationale en lokale releasedatum is afgenomen. De afname is het sterkst in 2012, toen het grootste gedeelte van de filmtheaters zijn digitaliseerd.



Figuur 11: Gemiddeld aantal weken tussen nationale en lokale releasedatum op basis van steekproef

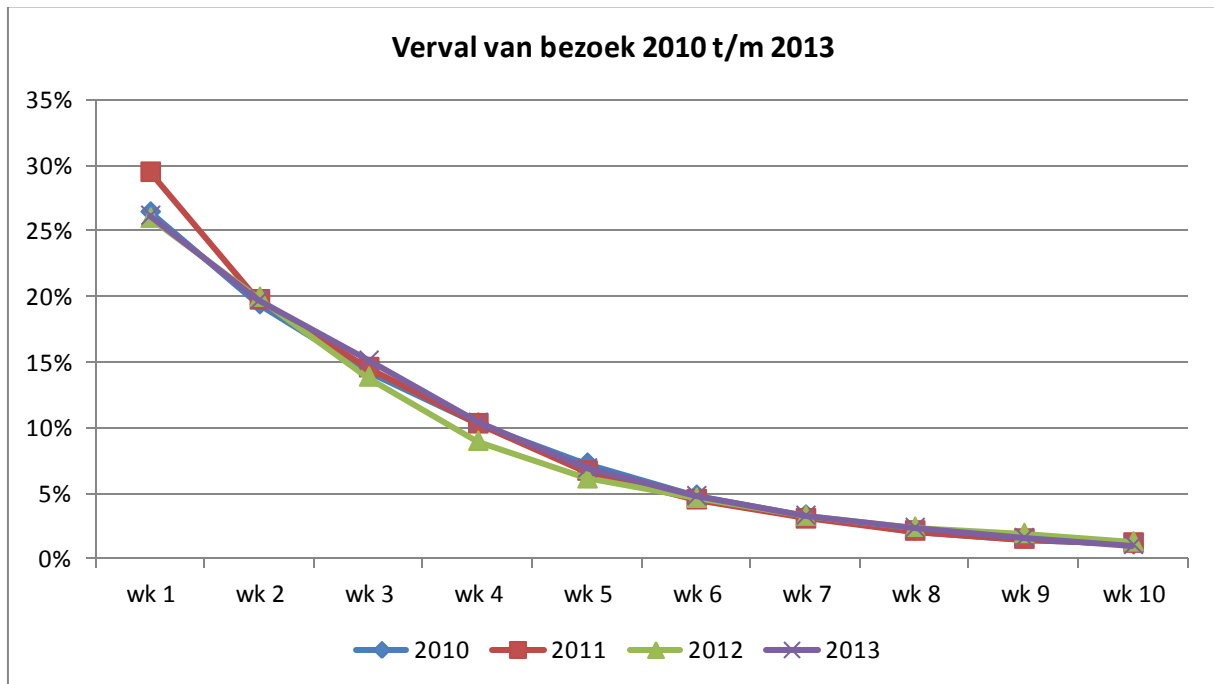
De digitalisering heeft een impuls gegeven aan de second-run, doordat kopieën in de gehele looptijd in tegenstelling tot het 35mm tijdperk een onberispelijke kwaliteit behouden. Daarnaast is de second-run niet alleen sneller, maar ook gemakkelijker te krijgen door digitaal transport.

1.2 Bezoek

Naast aantal titels, kopieën en looptijd zijn het verval van het bezoek per week en de verdeling van titels in de top 100 belangrijke indicatoren voor effecten van de digitalisering.

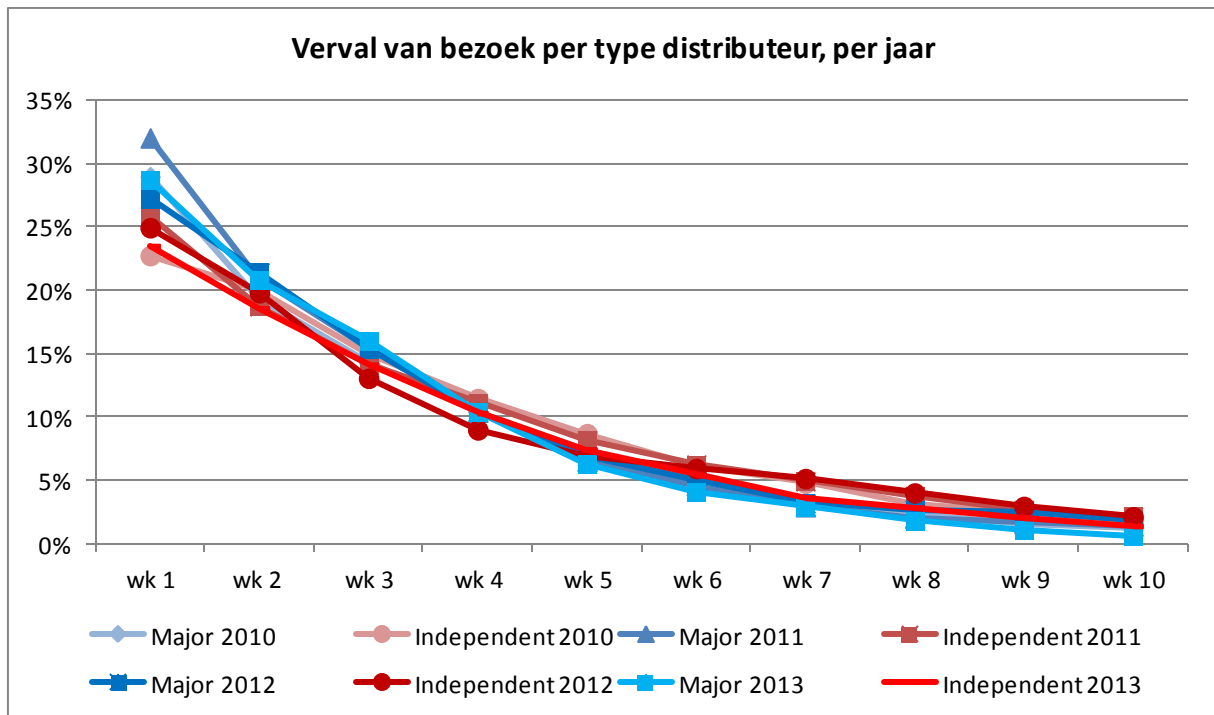
1.2.1 Bezoekpatroon

Net zoals in 2011, hebben de geïnterviewde distributeurs en vertoners het idee dat er steeds meer druk komt op het eerste weekend. Oftewel, meer bezoek in de eerste speelweek. Over het algemeen is dit echter in de cijfers van films uit 2010 t/m 2013 niet zichtbaar, zoals te zien is in onderstaande figuur.



Figuur 12: Gemiddeld verval van bezoek in 2010 t/m 2013

Over het algemeen is het verval van bezoek sterker bij titels van *major* distributeurs, dan bij titels van *independent* distributeurs. In 2013 verviel zowel bij films van *major* distributeurs als van *independent* distributeurs het bezoek vanaf de 5^{de} speelweek sneller dan voorgaande jaren.

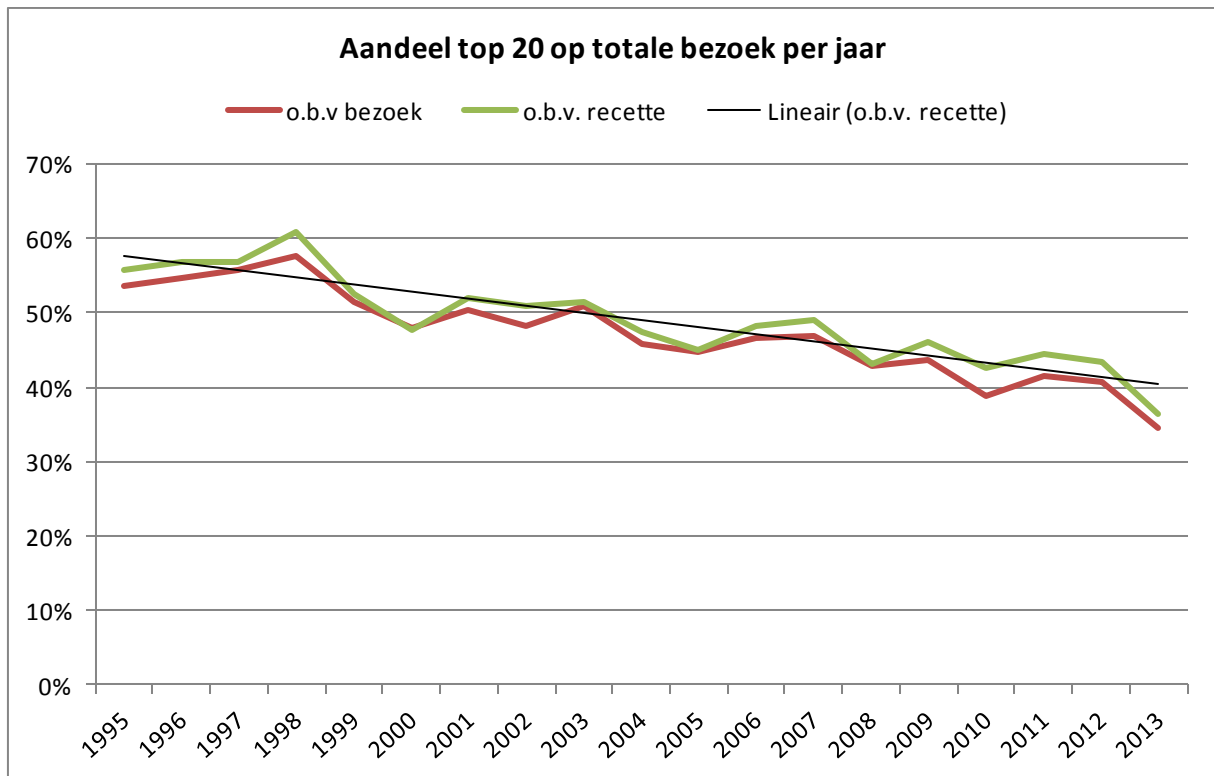


Figuur 13: Gemiddeld verval van bezoek per type distributeur per jaar

1.2.2 Top 20 best bezochte films

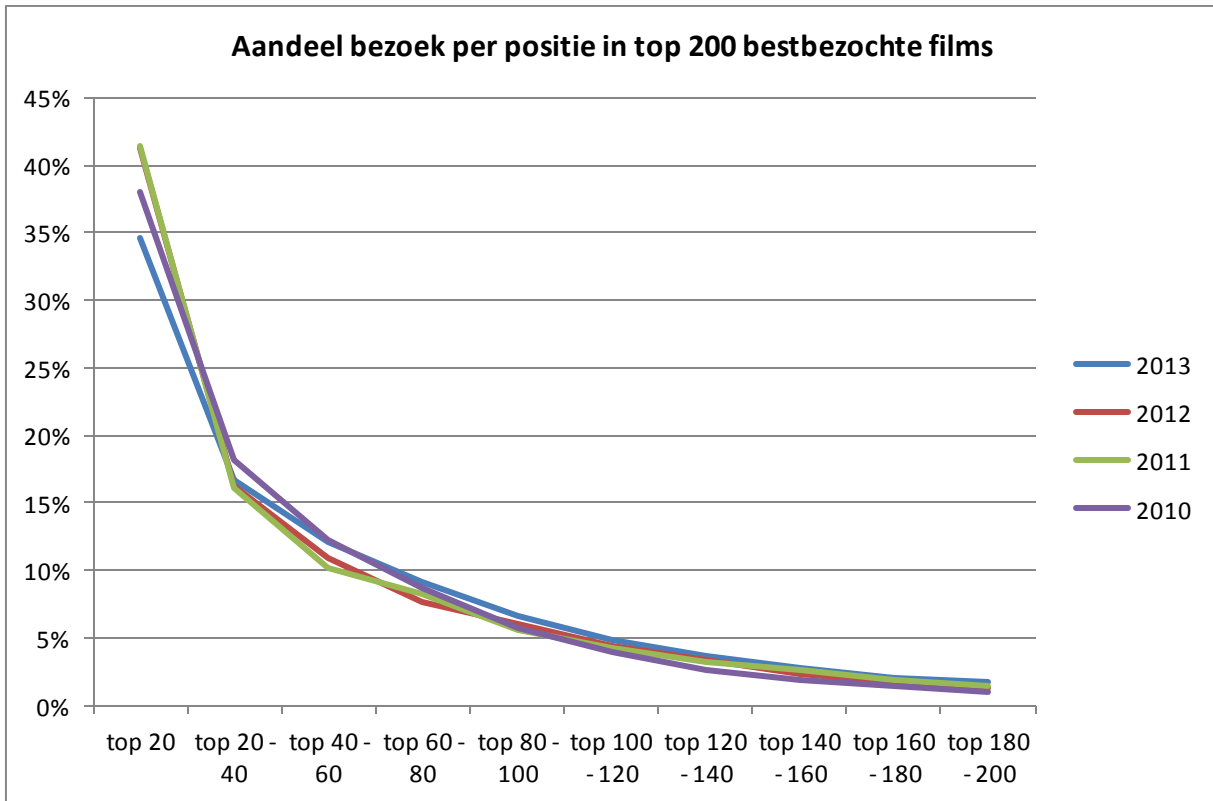
Ook werd er verondersteld dat er steeds meer nadruk komt te liggen op de hits. Een proces waarbij de films in de top 20 een steeds groter marktaandeel zullen innemen. Ook in Noorwegen werd deze ontwikkeling verwacht.¹⁰ In Nederland is echter het omgekeerde het geval. Een steeds groter deel van het bezoek wordt ingenomen door de films buiten de top 20.

¹⁰ Bron: toelichting bij "Case study Norway: The Impact of digital cinema. Europa Cinemas Conference, nov 24, 2012." Rolv Gjestland, Senior adviser, Film & Kino, Norway.

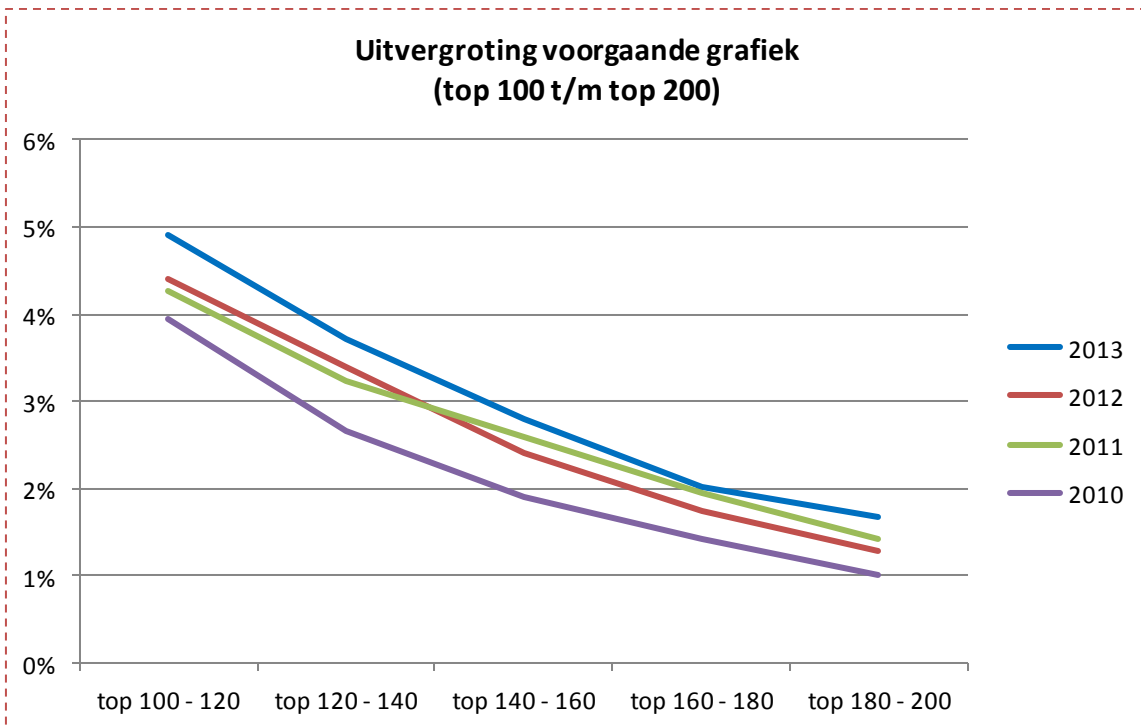


Figuur 14: Aandeel top 20 op totale bezoek per jaar, 1995 t/m 2013

Digitalisering lijkt vooralsnog geen breuk te veroorzaken in deze dalende trend die al sinds de jaren '90 is ingezet. In de nulmeting uit 2012 werd beschreven dat de digitalisering zou leiden tot verschraling van het filmaanbod, onder andere door meer concentratie op de hits. Een bestudering van de werkelijke verhouding tussen *hits* en *niches* liet zien dat het publiek juist steeds meer kiest voor andere films dan de *hits*. Dit is ook in 2012 en – in nog grotere mate – in 2013 het geval. Doordat films makkelijker kunnen worden uitgebracht en het aanbod diverser is, richten bezoekers zich niet slechts op de *blockbusters*. Maar waar blijft het bezoek dat buiten de top 20 valt? In onderstaande grafiek – en met name de uitvergroting van de grafiek – is zichtbaar dat in 2013 meer bezoek gaat naar de films die in de top 40 en verder vallen.

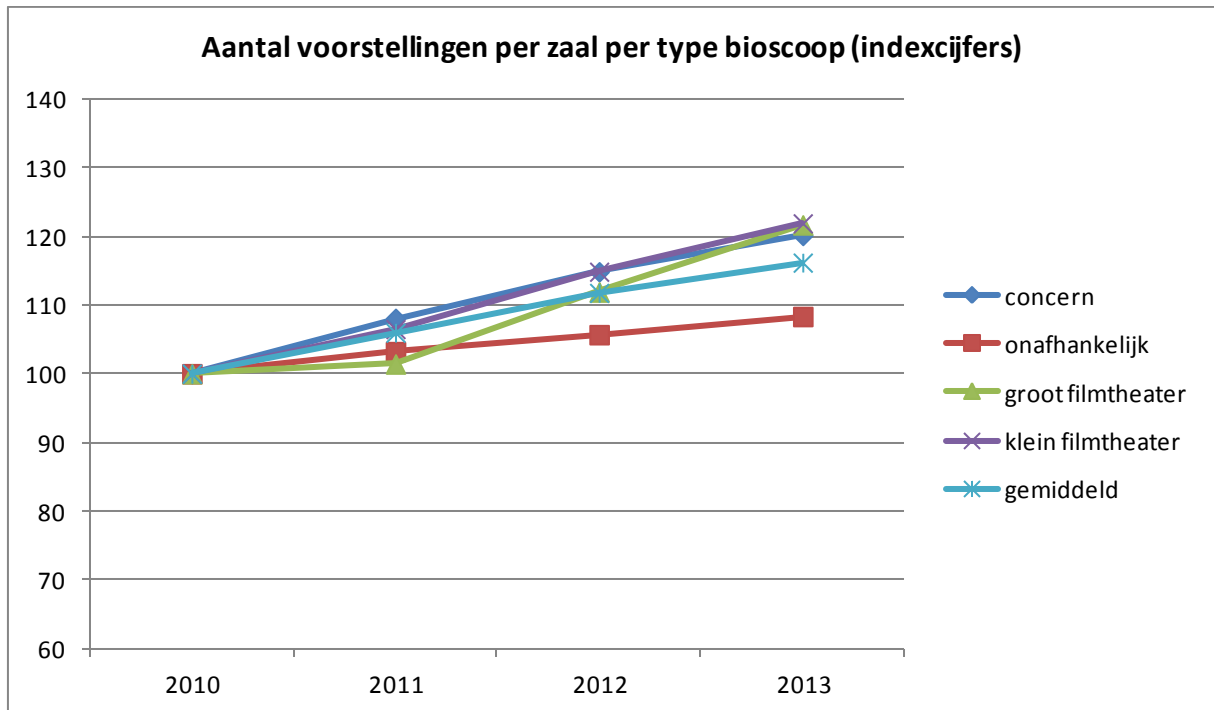


Figuur 15: Aandeel bezoek per positie in top 200 bestbezochte films, 2010 t/m 2013



1.3 Voorstellingen

Bij alle type bioscopen is het aantal voorstellingen per zaal toegenomen. De toename is relatief het minst sterk bij de onafhankelijke bioscopen.



Figuur 16: Aantal voorstellingen per zaal per type bioscoop in indexcijfers

Niet alleen per type bioscoop is een toename te zien, ook per hoeveelheid zalen. Hoe meer zalen een bioscoop heeft, hoe sterker de toename van het aantal voorstellingen per zaal. Bij theaters met 1 zaal is zelfs pas in 2013 een toename te zien. Het moment van digitalisering heeft een sterk verband met de toename van het aantal voorstellingen. Vooral bij de filmtheaters – die vrijwel allemaal in 2012 zijn gedigitaliseerd – is dit goed te zien. Er zijn geen opvallende verschillen in toename van het aantal voorstellingen per regio, de toename is overal ongeveer even sterk.

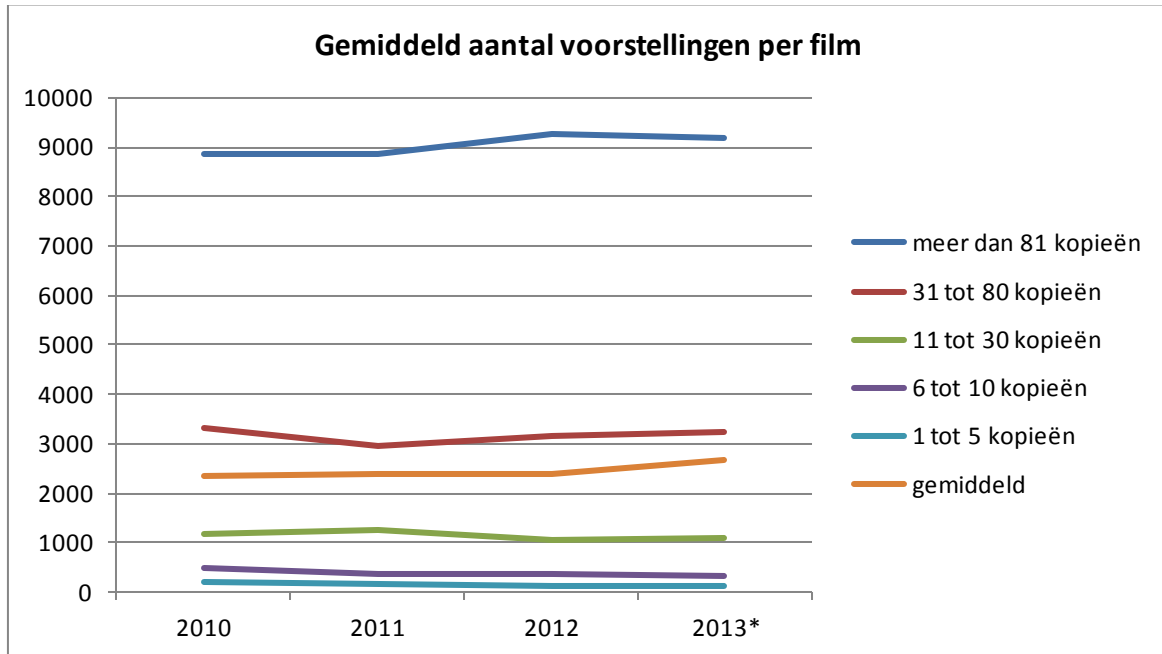
Door de digitalisering zijn er minder financiële en logistieke drempels in de programmering van een bioscoop. Het vertonen van een film kost minder investering in tijd en geld, waardoor er flexibeler geprogrammeerd kan worden. De digitalisering faciliteert zodoende het verruimen van openingstijden waardoor bioscopen en filmtheaters meer voorstellingen kunnen inplannen. Zij kunnen daarmee hun bereik vergroten of meer inkomsten genereren.

Er zijn ook uitzonderingen, waarbij een strak vertoningschema een specifieke programmeringstrategie is en verruimde openingstijden al langer de norm waren. Dit is vooral het geval bij enkele concembioscopen en enkele grote filmtheaters in de grote steden. Ook kan een toename van voorstellingen bij de tegenwoordige tijdsgeest horen, zo werd geuit. Bijvoorbeeld omdat het publiek die hun bezoek flexibeler per dag kunnen inrichten, zoals freelancers en ouderen, meer in de bioscoop te vinden zijn.¹¹

¹¹ Het bereik en de bezoeksfrequentie is gestegen bij deze groepen. Bron: Bioscoopmonitors, Stichting Filmonderzoek.

1.3.1 Voorstellingen per film

Het aantal voorstellingen per film is vrijwel gelijk gebleven de afgelopen jaren. Dit klopt bij het feit dat er elk jaar meer nieuwe titels uitkomen en het totaal aantal voorstellingen is toegenomen. Aangezien in 2013 niet meer titels zijn verschenen dan in 2012 is het aantal voorstellingen per film licht gestegen in 2013.

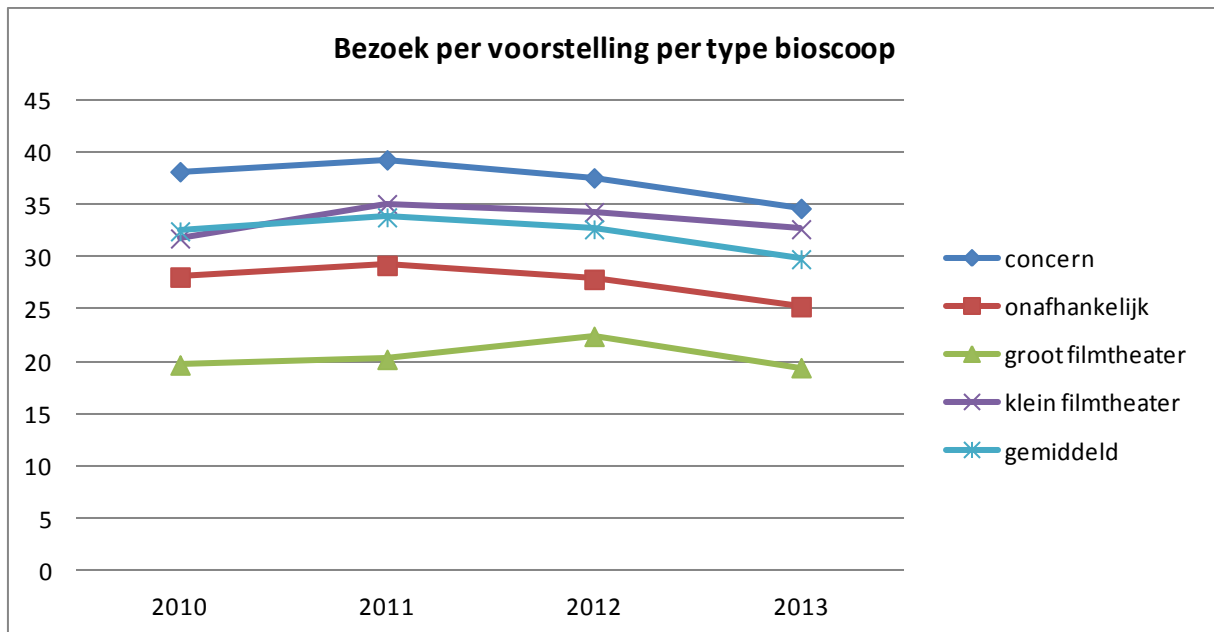


Figuur 17: Gemiddeld aantal voorstellingen per type releaseomvang. (* voorlopige cijfers)

Als er toenames zijn in het aantal voorstellingen, dan is dit – vanzelfsprekend sterk samenhangend met ontwikkelingen in het aantal kopieën – vooral zichtbaar bij films van *independent* distributeurs. Ook bij grotere releases is er een lichte toename in het aantal voorstellingen. Bij de kleinste releases was in 2012 een sterke toename te zien van eenmalige vertoningen. In 2013 is echter juist een sterke afname te zien van titels met slechts enkele vertoningen.

2.3.2 Bezoek per voorstelling

Het aantal voorstellingen is sterker gestegen dan het bezoek in de afgelopen jaren, waardoor het bezoek per voorstelling licht is gedaald. Na een stijging van het bezoek in 2011, daalt het bezoek per voorstelling vanaf 2012. Bij de filmtheaters is de daling het meest beperkt, kleine filmtheaters hadden in 2013 zelfs evenveel bezoekers per voorstelling als in 2010. Grote filmtheaters hadden in 2012 een piek in het bezoek per voorstelling, samenhangend met het succes van de film INTOUCHABLES.

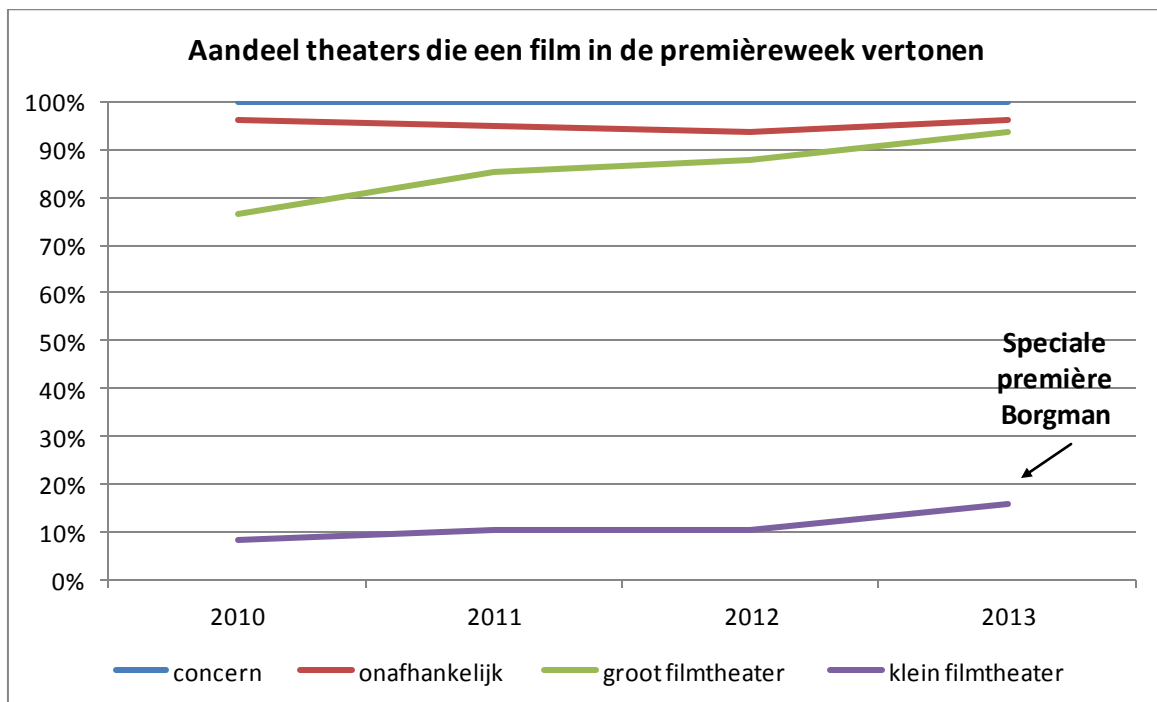


Figuur 18: Bezoek per voorstelling per type bioscoop

1.4 Premières

1.4.1 Second-run en premièretheaters

Alle commerciële bioscopen vertonen films in de premièreweek, met uitzondering van een klein aantal commerciële arthouses. Bij de filmtheaters ligt dit anders. Het aantal grote filmtheaters die premières vertonen is toegenomen in de afgelopen jaren. In 2013 zijn op twee na alle grote filmtheaters een premièretheater, terwijl dit er in 2010 nog 8 waren. Het voor verhuizing tijdelijk sluiten van enkele theaters heeft ook invloed op de percentages.



Figuur 19: Aandeel theaters die een film in de premièreweek vertonen

De lichte stijging van kleine filmtheaters die premièretitels vertoonden in 2013 – en in mindere mate bij de grote filmtheaters – komt door de speciale landelijke première van de Nederlandse film *BORGMAN* van Alex van Warmerdam, een door Cinema Digitaal georganiseerd evenement. Voor de meeste kleine filmtheaters was dit de enige première in 2013. Als het “*BORGMAN*-evenement” buiten beschouwing wordt gelaten zijn er ten opzichte van 2012 geen theaters bijgekomen die films in de premièreweek vertoonden.

Door de digitalisering zouden second-run theaters makkelijker een premièrekopie moeten kunnen bemachtigen, maar de ervaring leert dat dit vooralsnog niet gebeurt, zoals bijvoorbeeld in Noorwegen wel zichtbaar was.¹² Een verklaring kan gezocht worden bij:

- VPF
Distributeurs blijven door de kosten van VPF dezelfde beslissingen maken als in het 35mm tijdperk. De verwachting is dat bij het wegvallen van de VPF, deze situatie sterk zou kunnen veranderen en dat iedere film landelijke dekking zou kunnen krijgen in de premièreweek.
- Strategie
De ervaring is dat het vertonen van een première vooral een kwestie is van strategie, niet zozeer van beschikbaarheid van kopieën. Het bewaken van exclusiviteit van een titel is bijvoorbeeld een factor. Concurrerende theaters kunnen bijvoorbeeld exclusiviteit eisen van een titel die in hun theater wordt uitgebracht. Als strategie belangrijker is dan de kosten, zal het wegvallen van de VPF geen invloed hebben op het aantal premièretheaters.

Een manier om second-run theaters hun publiek af en toe premières aan te bieden, is een evenement zoals bij de film *BORGMAN*. Er zijn andere vergelijkbare initiatieven in Europa, zoals IFFR Live!, waarbij het plan is bijzondere films in heel Europa tegelijk en eenmalig in première te laten gaan, inclusief live stream van een Q&A met filmmakers.¹³ En de evenementen van DOXBIO, een documentaire platform in Denemarken, waarbij eveneens documentaires tegelijk en eenmalig vertoond worden, op een vast moment, inclusief bijvoorbeeld panel discussies.¹⁴

Een andere optie zijn deelopieën. Hierbij wordt een kopie van een première gedeeld onder een groep bioscopen of filmtheaters, waarbij de film wisselend per week wordt vertoond. Hierdoor kunnen theaters films vertonen waar ze normaliter lang op moesten wachten. Goede samenwerking tussen theaters of gezamenlijk films boeken is hierbij essentieel.

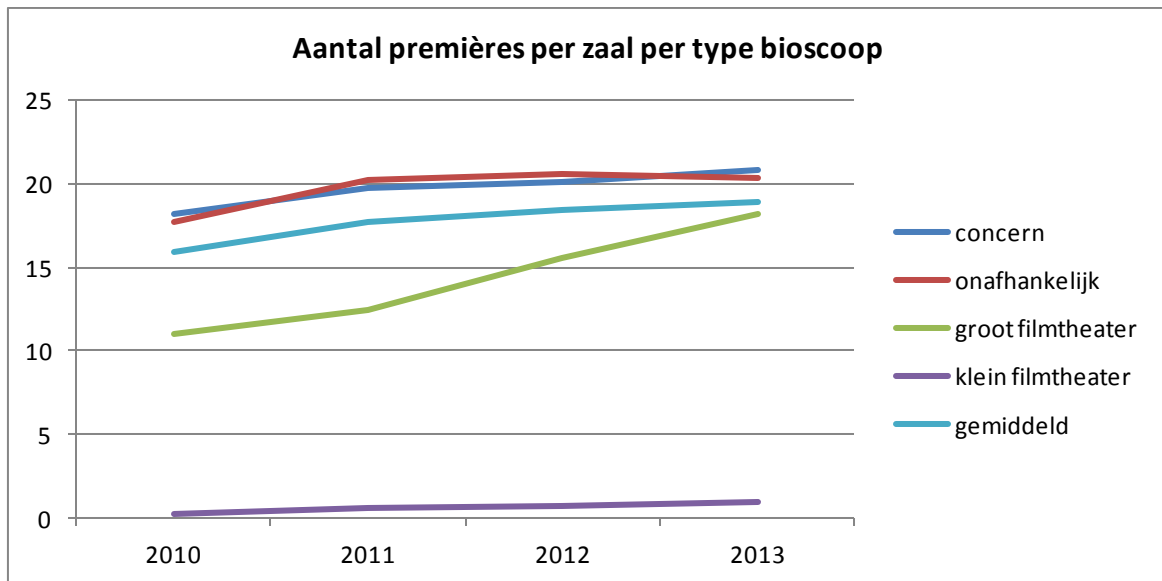
1.4.2 Premières per bioscoop

Het aantal premières per zaal is gemiddeld bij alle premièrebioscopen met 3 premières toegenomen. Dit hangt samen met de toename van het aantal titels. Bij de grote filmtheaters is de grootste toename te zien, namelijk met 7 premières ten opzichte van 2010. Concerns en onafhankelijke theaters hebben de afgelopen jaren beiden 2,5 premières meer vertoond ten opzichte van 2010. Het aantal premières bij kleine filmtheaters is vrijwel niet toegenomen. De ervaring is dan ook dat second-run theaters de afgelopen jaren niet meer premières hebben kunnen vertonen, maar wel makkelijker een extra kopie kunnen krijgen bij een succesvolle film.

¹² Bron: toelichting bij “Case study Norway: The Impact of digital cinema. Europa Cinemas Conference, nov 24, 2012.” Rolv Gjestland, Senior adviser, Film & Kino, Norway

¹³ <http://www.filmdistributeurs.nl/nieuws/summit-iff-live/> Geraadpleegd 25 februari 2014.

¹⁴ http://www.doxbio.dk/?page_id=142&lang=en Geraadpleegd 27 februari 2014.



Figuur 20: Aantal premières per zaal per type bioscoop

1.5 Diversiteit van het filmaanbod

Het aantal titels is toegenomen en ondanks de hierdoor verhoogde druk op de doeken, is de diversiteit van het aanbod toegenomen. Diversiteit kan echter niet alleen in kwantiteit, maar ook in kwaliteit worden uitgedrukt.

1.5.1. Verschraving van het filmaanbod

Voor de start van de digitalisering was men bang voor verschraving en commercialisering van het aanbod. Nu bijna drie jaar later is deze angst nog niet afgenomen. Het is echter nog steeds een toekomstige bedreiging en geen angst die inmiddels werkelijkheid is geworden. De digitalisering heeft volgens de geïnterviewde bioscopen en distributeurs voornamelijk nog niet geleid tot vergaande verschraving van het aanbod. Dit komt vooral doordat VPF nog altijd een financiële drempel opwerpt bij de keuze van de strategie. Er wordt dan ook verwacht dat na het wegvallen van de VPF, er wél vergaande gevolgen zichtbaar worden.

Het korter worden van de looptijd van titels, doordat sneller nieuw product wordt aangeboden, kan volgens enkele geïnterviewden bijvoorbeeld een bedreiging vormen voor kleinere films. Veel kleinere films zonder grote marketingcampagnes trekken hun publiek vooral door goede word-of-mouth en hebben daarom genoeg tijd nodig om publiek te bereiken. Als na het wegvallen van de VPF de druk op de doeken nog meer opgevoerd wordt, kunnen kleinere films hierdoor minder kansen krijgen, omdat ze te snel plaats moeten maken voor nieuw aanbod.

1.5.2 Commercialisering van het filmaanbod

Daarnaast wordt opgemerkt dat binnen het arthouse segment ook nu al steeds meer veilige keuzes worden gemaakt. Er is weinig ruimte voor films van beginnende of onbekende makers, bijzondere projecten of experimenten. Dit is echter een proces aangedreven door moeilijke financiële tijden, bezuinigingen en hogere vaste kosten bij filmtheaters, en niet zozeer door de digitalisering. Door bezuinigingen bij gemeenten worden filmtheaters bijvoorbeeld gedwongen meer mainstream te programmeren om gewenste bezoekersaantallen te halen. Ook worden er geen distributeurs meer structureel gesubsidieerd. En doordat veel filmtheaters hun zalen professionaliseren, met nieuwe, meer luxe gebouwen, kunnen vaste kosten sterk oplopen en stijgt de noodzaak meer inkomsten te

genereren. De ervaring is echter dat de digitalisering nieuwe strategieën kan faciliteren waar kleinere releases van kunnen profiteren te midden van externe financiële bedreigingen.

1.5.3 Releasestrategieën bij kleine releases

Uit de data-analyse bleek t/m 2012 een toename van titels met slechts enkele voorstellingen, verspreid over een langere releaseperiode. In 2013 is dit echter niet meer zichtbaar. Het aantal titels dat met 1 t/m 5 kopieën in première ging is gehalveerd, wat erop kan duiden dat deze titels met meer kopieën zijn uitgegaan in 2013. Aan de andere kant zou dit ook kunnen betekenen dat er minder ruimte is voor dit soort titels en dat dergelijke series van eenmalige vertoningen verdwijnen. Verder monitoren van de ontwikkelingen zal hier inzicht in geven.

1.5.4 Commercieel middensegment

Naast verschraving van het arthouse segment, bestaan er bij *major* distributeurs en commerciële distributeurs zorgen om het commerciële middensegment, oftewel de releases rond de 40 kopieën. In de data analyse is zichtbaar dat middelgrote releases (van 11 tot 80 kopieën) het minst lijken te profiteren van de digitalisering, gezien de beperkte toename van het aantal kopieën en de lichte afname van het aantal voorstellingen. Vooral de releases van 11 tot 30 kopieën van *major* distributeurs hebben hiermee te maken. *Major* distributeurs geven aan dat de studio's zich hierdoor meer gaan concentreren op grotere films. Ze verwachten dat er vanuit Amerika minder titels zullen worden uitgebracht in de komende jaren.

1.6 Flexibiliteit

Zoals uit de data-analyse bleek worden er steeds meer kopieën bijgezet tijdens de looptijd van een titel. De digitalisering heeft financiële risico's verkleind, waardoor er gemakkelijker geprolongeed kan worden. Ook heeft de digitalisering de programmering flexibeler gemaakt. Films worden nu niet langer op een vast tijdstip, in een vaste zaal geplaatst. "Er zweven allerlei titels door elkaar heen" en "de programmering is een lappendeken", wordt er gezegd. Vooral filmtheaters ervaren deze voordelen. Een flexibele programmering geeft meer vrijheid en een beter publieksbereik, zo is de ervaring. Profiteren van deze flexibiliteit hangt bij grotere commerciële bioscopen sterk samen met de mate van technische automatisering en de inzet van technisch personeel. Als er veel storingen zijn en technisch personeel niet goed wordt ingezet, wordt de digitalisering juist als minder flexibel ervaren.

1.7 Alternatieve programmering

1.7.1 Zaalhuur

De digitalisering zou het programmeren van evenementen en verhuren van zalen gemakkelijker moeten maken. Dit is echter niet gebleken. De geïnterviewde bioscopen programmeren nog net zo veel – of net zo weinig – speciale programma's als 2,5 jaar geleden en verwachten hierin geen veranderingen. Het verhuren van zalen aan bedrijven en organisaties voor congressen, lezingen, en presentaties wordt door de crisis relatief weinig gedaan. En door cultuurbezuinigingen op lokaal niveau komen samenwerkingsverbanden tussen filmtheaters en andere culturele instellingen niet op een hoger niveau. Voor evenementen die sterk met film te maken hebben is er wel een markt – bijvoorbeeld de *Ladies Nights* – maar de digitalisering heeft de groei hiervan niet zozeer beïnvloed volgens de geïnterviewden.

1.7.2 Klassiekers

De digitalisering van oudere films is niet even snel gegaan als de digitalisering van de projectoren. De beschikbaarheid van digitale klassiekers is daardoor nog ondermaats. Aangezien het aantal theaters met 35mm projectoren slinkt, is de verspreiding van analoge klassiekers steeds minder lucratief. Dit vormt een probleem voor het vertonen van de filmgeschiedenis.

1.7.3 Event Cinema (alternative content)

Wat wel is gegroeid, is alternative content, of ook wel *event cinema* genoemd. Het succes is echter sterk verschillend per regio en per evenement en is vooraf moeilijk te voorspellen. Dit wordt door alle ondervraagde bioscopen ondervonden. Ook zou het aanbod meer gereguleerd kunnen worden. Nu zijn er veel onzekerheden, onduidelijkheden, slechte kwaliteit en hoge prijzen. Wat dat betreft zijn de meningen – ondanks de lichte groei van het succes – hetzelfde gebleven als 2,5 jaar geleden. Dat geldt ook voor de distributeurs. Allen zijn ze het erover eens dat de bioscoop een plek moet blijven voor film, ook omdat zij mede verantwoordelijk zijn voor de financiering van de projectoren. De groei is echter minder sterk dan verwacht, dus distributeurs zien voor *event cinema* vooral een marginale plek naast film. Door bioscopen wordt aangegeven dat deze vertoningen goed zijn voor een divers aanbod en daarnaast nieuw publiek kunnen trekken. Bezoekers van opera's en balletten komen voor het eerst sinds jaren in een bioscoop en worden door het verbeterde beeld en geluid geïnspireerd tot herhaalbezoek. Bioscopen zien in tegenstelling tot distributeurs hun zalen wél als een plek waar het publiek méér dan alleen film kan kijken.

Statistieken over *event cinema* vertoningen zijn beperkt, omdat nog niet alle bioscopen deze gegevens delen in CinemaBridge. Een voorlopige analyse is gebaseerd op de data van bioscopen aangesloten bij Cinema Digitaal en de beperkte gegevens via CinemaBridge. Hierdoor is het momenteel alleen mogelijk de hoeveelheid *event cinema* titels en vertoningen aan te geven in 2012 en 2013 en niet het bezoek of de recette. Bij *event cinema* wordt uitgegaan van vertoningen van opera's, concerten, ballet- en theatervoorstellingen, sportwedstrijden en evenementen die publiek toegankelijk zijn en waarvoor een kaartje gekocht moet worden. Zaalhuur, festivals, eenmalige vertoningen van documentaires en andere alternatieve programmering zijn buiten de analyse gelaten.

Tabel 1: aantal event cinema titels, vertoningen en betrokken bioscopen (alleen data van bij Cinema Digitaal aangesloten bioscopen en beperkte data via CinemaBridge)

	2012	2013	verschil
Aantal titels	88	92	+5%
Aantal betrokken bioscopen	81	89	+10%
Aantal voorstellingen	888	949	+7%

Er is een lichte toename te zien in het aantal titels, bioscopen en vertoningen. Opera is het meest populaire *event cinema* genre, zowel in 2012 (39% van de voorstellingen) en 2013 (44% van de voorstellingen). De meest vertoonde opera was in 2013 *Parsifal* van The Metropolitan Opera uit New York. In 2012 was dit *Manon*, van hetzelfde gezelschap. Concerten blijven onverminderd populair. Het concert *Springsteen & I* had in 2013 de meeste voorstellingen, in 2012 was dit *Nick en Simon Live in Carré*. Er zijn in 2013 minder ballet titels verschenen, maar het aantal voorstellingen is hetzelfde als in 2012. Zoals ook uit de interviews bleek is er momenteel weinig interesse voor sportwedstrijden op het grote doek. In 2013 werd alleen de Champions League op het witte doek vertoond, terwijl er in 2012 nog 15 verschillende sportactiviteiten werden geprogrammeerd, overigens voornamelijk EK

voetbalwedstrijden. Evenementen winnen daarentegen in populariteit: in 2013 werden er 7 *events* geprogrammeerd met 40 voorstellingen. Hierbij moet gedacht worden aan *live* rondleidingen door museum exposities, *live* operaties vanuit universitaire ziekenhuizen en rode loper evenementen. In 2012 waren dit er nog slechts 2.

Tabel 2: aantal voorstellingen en titels event cinema 2013

Type	aantal voorstellingen	%	aantal titels	%
Opera	387	44%	33	39%
Concert	218	25%	16	19%
Ballet	202	23%	15	18%
Event	40	5%	7	8%
Theater	27	3%	12	14%
Sport	7	1%	1	1%

Tabel 3: aantal voorstellingen en titels event cinema 2012

Type	aantal voorstellingen	%	aantal titels	%
Opera	346	39%	29	33%
Concert	210	24%	16	18%
Ballet	196	22%	18	20%
Event	11	1%	2	2%
Theater	28	3%	8	9%
Sport	97	11%	15	17%

Deel 2. Management

De digitalisering heeft voornamelijk niet geleid tot geheel nieuwe patronen of strategieën. VPF speelt hier een grote rol in, omdat kosten- en batenanalyses voor een groot deel gelijk blijven. Er zijn daardoor geen nieuwe businessmodellen bedacht, of innovatieve nieuwe manieren van programmeren of uitbrengen van films. Ook blijft bijvoorbeeld de deadline op maandag voor programmeurs en distributeurs nog altijd belangrijk, terwijl de focus op de beschikbaarheid, het transport en vooral de condities van prints veel minder is geworden. Veranderingen door de digitalisering hebben vooral te maken met technische en logistieke problemen die de dagelijkse gang van zaken onderbreken. Het delen van kennis, het gelijktrekken van formaten en regels en het creëren van centrale databases zijn de belangrijkste aanbevelingen.

2.1 Logistiek en techniek

In logistiek en technisch opzicht is er veel veranderd door de digitalisering. In dit onderzoek worden de drie belangrijkste onderwerpen besproken op dit terrein: digitaal transport, de ervaringen met de *Key Delivery Message* (KDM) en technische storingen aan de nieuwe apparatuur bij bioscopen.

2.1.1 Digitaal transport

Het grootste gedeelte van het transport verloopt momenteel digitaal, via *file transfers* direct naar de bioscoop. Een klein gedeelte krijgt de films nog op een harde schijf die de *Digital Cinema Package* (DCP) bevat, dit is vooral het geval bij filmtheaters. Digitaal transport is alleen mogelijk als de verbinding snel genoeg is om de grote bestanden te kunnen downloaden en een snelle verbinding is kostbaar. De omschakeling naar digitaal transport is sneller gegaan dan verwacht. Ervaringen zijn positief, vooral bij distributeurs. Zij hebben na het versturen van de *file* geen omkijken meer naar de film, want er komt geen print of harde schijf meer terug.

Bioscopen geven aan dat het – afhankelijk van de verbinding, de servercapaciteit en de drukte van het dataverkeer – lang kan duren voordat een film op de server staat. Dit komt onder andere doordat films in 4K worden gestuurd, terwijl ze worden afgespeeld op 2K projectoren. Distributeurs geven aan dat theaters niet goed of te laat beseffen dat films niet binnen enkele minuten op hun server staan.

Enkele bioscopen en distributeurs geven aan dat de flexibiliteit van digitaal transport nu nog niet optimaal wordt benut. Een *file* kan op elke moment in de week op de server worden gezet, maar toch gebeurt dit doorgaans vlak voor de première. Hierdoor is er soms te weinig tijd om te testen en om pauzemomenten te bepalen en levert het extra werkdruk op voor technisch personeel.

Daarentegen is het bijzetten van een extra kopie, of het toevoegen van een nieuwe film veel flexibeler geworden.

2.1.2 Ervaring met Key Delivery Message (KDM)

Digitale *files*, op harde schijf of via digitaal transport, worden sinds de digitalisering voorzien van een *Key Delivery Message* (KDM), of ook wel een sleutel genoemd. Door een *file* te voorzien van een KDM is de film versleuteld en alleen af te spelen op in de KDM vastgelegde tijdspanne in een specifieke bioscoop en zaal. Een KDM geeft een distributeur controle op hun digitale *files*. Veel distributeurs moeten er aan wennen dat hun film nu slechts uit enen en nullen bestaat. Een kopie is niet langer iets tastbaars dat na verloop van tijd terug gestuurd moet worden. Maar met een KDM beperken distributeurs de looptijd van een film, zodat vertonen buiten afspraken om niet mogelijk is. Ook zorgt

versleuteling ervoor dat eventueel illegaal verspreiden van de film heel moeilijk wordt. Veel distributeurs vinden de controle op de looptijd van een film momenteel nog niet optimaal. KDM's moeten per film, per kopie aangemaakt worden en dit is voor een groot deel nog niet geautomatiseerd. Dit levert distributeurs extra werkdruk op. Daarnaast heeft elke leverancier van sleutels eigen regels, formaten en timing voor het opleveren, wat voor problemen en ook extra werk zorgt. Ook zouden sommige distributeurs graag KDM's uitgeven die niet langer dan een speelweek geldig zijn voor optimale controle. Maar het steeds opnieuw verlengen is bewerkelijk. Momenteel wordt er getest met een centrale database en geautomatiseerde aanmaak van sleutels geïntegreerd met CinemaBridge. Dit zou een oplossing kunnen zijn voor de problemen.

Bioscopen vinden dat distributeurs de vertoning van een film teveel beperken met een sleutel. Ze willen films graag van te voren testen, of een pauzemoment bepalen. Als de *file* echter versleuteld is, gaat dit niet. Veel distributeurs geven aan dat de studio of *licensor* van de film hier verantwoordelijk voor zijn en dat dit niet aangepast kan worden. Deze problemen doen zich dan ook vooral voor bij premières van films uitgebracht door Amerikaanse studio's. Kleine distributeurs leveren hun films vaak onversleuteld aan of geven sleutels af voor een langere periode, waardoor filmtheaters minder problemen ondervinden met KDM's dan commerciële bioscopen.

2,5 jaar geleden waren er nog veel technische problemen met KDM's, deze zijn inmiddels grotendeels opgelost. Veel geïnterviewden concluderen dat dit kinderziektes waren.

2.1.3 Technische storingen bij bioscopen

Er zijn grote verschillen tussen de ervaringen met technische storingen. Men is het erover eens dat digitale storingen lastiger te verhelpen zijn dan analoge storingen. Maar de frequentie van storingen verschilt sterk per bioscoop. Mogelijke oorzaken kunnen het type apparatuur zijn, maar ook de inzet van technisch personeel speelt een rol. Veel bioscopen zijn nog aan het zoeken naar de juiste inrichting van hun team en in hoeverre automatisering hierin flexibiliteit kan bieden. Hierdoor zijn kostenbesparingen ook zeer verschillend per bioscoop. Het ene theater zegt veel te besparen op personeel en daardoor meer films kan programmeren. Het andere theater heeft het personeel op een andere manier ingezet, wat niet zozeer een directe besparing oplevert of een ander soort programmering.

Veel technische storingen zijn communicatieproblemen die met de KDM's te maken hebben. Zo wordt vaak aangegeven dat er foutmeldingen zijn bij KDM's als er (onderdelen van) apparatuur is vervangen. Aangezien in KDM's registratienummers staan van de apparatuur waarop de *file* wordt afgespeeld, moet dit naadloos bij elkaar aansluiten. Het probleem kan zijn dat de vertoner, de distributeur of het laboratorium het nieuwe registratienummer niet heeft doorgegeven of ingevuld. Hetzelfde kan voorkomen als niet is aangegeven dat het bijvoorbeeld een film in *High Frame Rates* (HFR) betreft. Enkele geïnterviewden geven aan dat een centrale database met registratienummers van apparatuur en andere belangrijke gegevens dit probleem zou kunnen oplossen.

Overige technische storingen worden veelal op afstand opgelost door de service support van de leverancier. Hier zijn over het algemeen goede ervaringen mee.

Aanbevolen wordt om ervaringen met technische problemen en de inzet van (technisch personeel) te delen met andere vertoners, aangezien de ervaringen sterk van elkaar afwijken.

2.2 Toekomstbeeld met betrekking tot VPF

Distributeurs betalen sinds de digitalisering per premièrekopie een Virtual Print Fee (VPF) om mee te betalen aan de bekostiging van de nieuwe apparatuur. Na *recoupment* valt het betalen van de VPF weg. De kosten van het maken van een kopie worden dan beduidend lager. En het uitbrengen van een film kan met nog minder risico's gepaard gaan. In dit onderzoek is globaal ingegaan op toekomstscenario's voor deze periode. Uitgebreider onderzoek op dit gebied is gewenst.

Alle geïnterviewden verwachten dat het wegvallen van de VPF grote impact zal hebben op de markt. Er is echter geen consensus over of dit een negatieve of positieve ontwikkeling is. De volgende verwachtingen zijn geuit:

- Huidige veranderingen – bredere releases, kortere looptijd – worden extremer
- Kleine releases zullen hierdoor uit het aanbod worden 'geduwd'
- In kleinere theaters zal er minder variatie in het aanbod komen

Maar ook:

- Programmeren met meer vrijheid, omdat er geen restricties meer zijn aan het aantal kopieën
- Elke bioscoop kan de films draaien die men wil, dus meer première mogelijkheden
- Meer flexibiliteit in de programmering, omdat VPF het bijvoorbeeld momenteel niet toelaat twee dezelfde films tegelijk te vertonen.
- Een nieuw evenwicht zal snel gevonden worden tussen marktpartijen

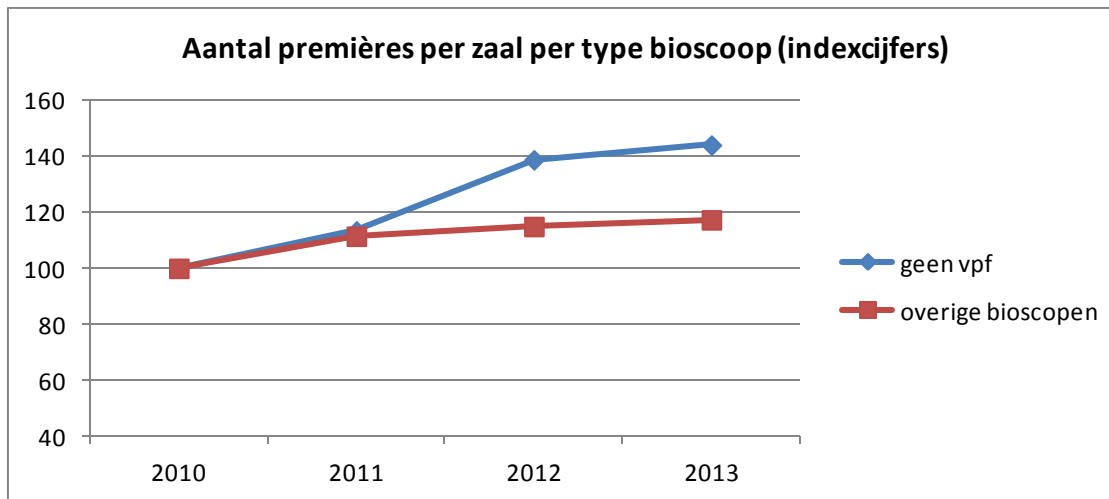
Major distributeurs verwachten de minste veranderingen, omdat zij afhankelijk zijn van de strategie van Amerikaanse studio's. Ook verwachten zij niet meer premières, omdat dit slecht zou zijn voor de markt. Zij geven aan dat het kostenvoordeel bij hen zich niet zozeer uit in meer kopieën, maar in grotere productie- en marketingbudgetten.

Waar men het over eens is, is dat er geen nieuw systeem wordt verwacht na het wegvallen van VPF. Bioscopen zouden moeten anticiperen op investeringen die gedaan moeten worden als de garantietermijn of levensduur van de huidige generatie apparatuur afloopt en distributeurs hopen dat zij niet langer hoeven bij te dragen aan de bekostiging van projectoren. Concrete ideeën over de technische afschrijving van apparatuur zijn er echter alleen bij enkele concerns. Verder (technisch) onderzoek zou hierin meer duidelijkheid kunnen bieden.

2.2.1 VPF vrije bioscopen

Op dit moment zijn er een aantal bioscopen die de nieuwe apparatuur zelf hebben bekostigd en ervoor hebben gekozen distributeurs geen VPF te laten betalen, of alleen een kleine bijdrage. De ervaring is dat VPF vrije bioscopen eerder premières kunnen vertonen dan bioscopen waarbij de distributeur VPF moet betalen. Dit blijkt ook uit de data-analyse waarbij 6 VPF vrije bioscopen zijn geanalyseerd die voor 2010 zijn geopend.¹⁵ VPF vrije bioscopen kunnen aanzienlijk meer premières per zaal vertonen dan bioscopen waar VPF betaald moet worden. Vanaf 2012, toen de meeste bioscopen werden gedigitaliseerd, is de toename aanzienlijk sterker dan in 2011.

¹⁵ Ten opzichte van overige bioscopen die voor 2010 zijn geopend en waar VPF betaald moet worden door de distributeur.



Figuur 21: Aantal premières per zaal per type bioscoop in indexcijfers

Ook het aantal voorstellingen per zaal is enigszins sterker gestegen bij VPF vrije bioscopen, dan bij overige bioscopen. Hiermee samenhangend is het bezoek per voorstelling minder snel gedaald. De toename van het aantal titels loopt per type bioscoop gelijk op.

Bij VPF vrije bioscopen zijn de effecten van de digitalisering opvallend anders dan bij bioscopen waar distributeurs VPF betalen. Dit komt overeen met het toekomstbeeld van de geïnterviewden, die verwachten dat zonder de VPF de markt aanzienlijk kan veranderen.

2.3 Relatie tussen vertoners en distributeurs

Alle geïnterviewden geven aan dat de onderhandeling tussen vertoners en distributeurs niet fundamenteel is veranderd door de digitalisering, zoals aanvankelijk werd verondersteld. Doordat distributeurs VPF moeten betalen, is de onderhandeling hetzelfde gebleven. Dit heeft er onder andere toe geleid dat er niet aanzienlijk meer premières of meer premièrebioscopen zijn bijgekomen. 2,5 jaar geleden werd verwacht dat KDM's distributeurs veel macht en controle zouden geven op programmering van bioscopen. Dit is echter niet het geval. Er spelen, zoals hiervoor besproken, nog allerlei technische en logistieke problemen, maar in het algemeen is er niets veranderd in hoe vertoners en distributeurs met elkaar omgaan.

Bijlage 1 – Onderzoeksverantwoording data-analyse

De data-analyse is gebaseerd op gegevens uit CinemaBridge. Afwijkingen ten opzichte van jaarverslagen van NVB/NVF kunnen voorkomen. De oorzaak hiervan ligt bij het moment van dataverzameling en bij keuzes van de onderzoeker waarmee de consistentie in de data beter wordt gewaarborgd. Bijvoorbeeld bij overnames van bioscopen en openingen en sluitingen van theaters halverwege het jaar of bij ontbrekende gegevens in CinemaBridge. Ook is bij filmtitels rekening gehouden met eventuele uitloop tot zes maanden na het einde van het betreffende jaar. Daarmee kan de volledige looptijd van films die bijvoorbeeld in december in première zijn gegaan geheel worden meegenomen. De cijfers uit 2013 zijn om die reden voor een deel voorlopige cijfers, omdat geen rekening gehouden kon worden met deze uitloop. Hiernaast is in de data-analyse uitgegaan van speelweken, terwijl in de laatste jaarverslagen van het kalenderjaar werd uitgegaan.

Er zijn 5 groepen gemaakt om de films in te delen. De groepen zijn gevormd op basis van het aantal kopieën bij première. De films in de kleinste groep gingen uit met 1 tot 5 kopieën, de films in de grootste groep met meer dan 81 kopieën.

Tabel 4: Aantal releases per releasesomvang (alleen titels van NVF leden) gebruikt in de data-analyse

	releaseomvang	2010	2011	2012	2013
Aantal releases	meer dan 81 kopieën	52	60	59	66
	31 tot 80 kopieën	59	71	79	83
	11 tot 30 kopieën	72	81	83	104
	6 tot 10 kopieën	55	67	63	69
	1 tot 5 kopieën	98	86	101	57
Totaal aantal releases		336	365	385	379

Tabel 5: Totaal bezoek per releaseomvang (alleen titels van NVF leden) gebruikt in de data-analyse

	releaseomvang	2010	2011	2012	2013*
Bezoek (x.1000)	meer dan 81 kopieën	17.485	20.401	19.540	19.580
	31 tot 80 kopieën	6.509	6.558	7.894	7.846
	11 tot 30 kopieën	2.087	2.546	1.966	2.464
	6 tot 10 kopieën	472	452	405	310
	1 tot 5 kopieën	323	182	248	88
Bezoek totaal		26.877	30.139	30.053	30.288

*voorlopige cijfers

De bioscopen waarvan per jaar volledige gegevens bekend waren zijn ingedeeld per type bioscoop. Interne filmhuizen en reisbioscopen zijn in de analyse buiten beschouwing gelaten.

Tabel 6: Aantal bioscopen per type bioscoop, gebruikt in de data-analyse

	type bioscoop	2010	2011	2012	2013
Aantal bioscopen	concern	53	55	55	55
	onafhankelijk	79	78	77	80
	groot filmtheater	34	34	33	31
	klein filmtheater	48	48	48	50
Totaal aantal bioscopen		214	215	213	216

Tabel 7: Totale bezoek per type bioscoop, gebruikt in de data-analyse

	type bioscoop	2010	2011	2012	2013
Bezoek (x1.000)	concern	15.761	18.872	19.470	18.955
	onafhankelijk	8.400	9.150	9.038	8.824
	groot filmtheater	1.600	1.798	2.200	2.037
	klein filmtheater	234	281	297	315
Bezoek totaal		25.996	30.100	31.005	30.130

Bijlage 2 – Interviews

Met veel dank aan de volgende respondenten voor het kwalitatieve gedeelte van het onderzoek:

- Hajo Binsbergen – Warner Bros. Pictures International Holland
- Klaas de Jager – Independent Films
- Marieke Jonker – Amstelfilm
- Daniella Koot – Pathé
- Parwin Mirrahimy – Filmtheater de Fabriek Zaandam
- Frits Nieuwenhuizen – NHBioscopen Schagen, Hoofddorp en Den Burg (Texel)
- Geke Roelink – Filmhuis Den Haag
- Antoine Vandenberghe en Natasha Horsch – Foroxity Filmarena Sittard en Roermond
- Patricia van Wetten – A-Film Distribution
- Andre-Marc van der Wulp en Liane Gehéniou – Universal Pictures International Netherlands

Colofon

Stichting Filmonderzoek heeft dit onderzoek uitgevoerd in opdracht van EYE



In samenwerking met NVB (Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten) en NVF (Nederlandse Vereniging van Filmdistributeurs)

Stichting Filmonderzoek

Stichting Filmonderzoek is een onafhankelijk onderzoeksbureau dat (markt)onderzoek doet naar de Nederlandse filmsector. Ze doet dat op uiteenlopende terreinen, zowel op het gebied van distributie en vertoning als productie. De stichting streeft ernaar om concrete informatie te leveren waarop weloverwogen beslissingen gebaseerd kunnen worden, en geeft daarbij desgevraagd advies. Filmonderzoek hoopt door het uitvoeren van onderzoek bovendien een algemeen inzicht in de filmsector te geven. Ze hoopt hiermee de filmindustrie als bedrijfstak te versterken. Filmonderzoek maakt gebruik van kennis en expertise uit de filmsector zelf. Dit komt doordat Filmonderzoek in direct contact staat met deze bedrijfstak.



Adres

Krijn Taconiskade 420
IJburg, Amsterdam

Postbus 92098
1090 AB Amsterdam
T: 020-4266119
info@filmonderzoek.nl
www.filmonderzoek.nl

Hoofdredactie

Jorien Scholtens, MA

Met medewerking van

Nadieh Pape (stagiaire)
Tim van Meurs (stagiair)

Assistentie bij data verzameling door

Marco Boer (NVB)
Floor Kulker (NVB)
Michael Lambrechtsen (NVF)