

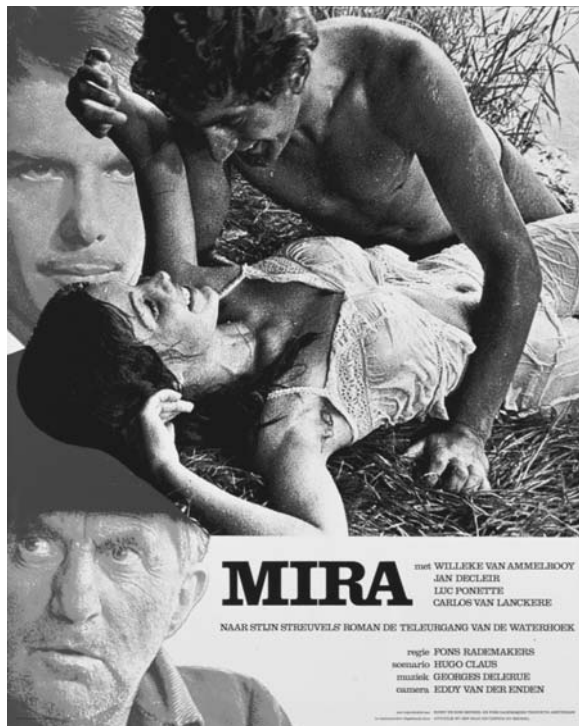
stoel van de filmer zitten, om iets te krijgen wat past in hun dramabeleid. Bovendien hebben ze last van een eigen smaak.

Wil het publiek dat? Het antwoord daarop wordt gelegitimeerd door een beroep op de missie en het aantal leden van de omroepen. Dat publiek, zeggen de omroepen, wil vermaakt worden tijdens een televisieavond, waarbij een film (voor hen synoniem met dramaproductie) een afwisseling is op een reality show, een quiz en een soap. Dat aan dat type vermaak heel andere eisen worden gesteld dan aan een speelfilm, die ook nog een rol moet kunnen spelen in een nationale filmcultuur, zal duidelijk zijn. Iedereen die betrokken is bij de productie van een speelfilm wordt dan ook veroordeeld tot eindeloos 'gepolder', totdat iedereen en alles tevreden is gesteld. Dat er desondanks nog zulke hoogstandjes als **Cloaca** gemaakt kunnen

worden, is dan ook een wonder.

Er zal alleen iets aan deze situatie veranderen als er een radicaal nieuwe verdeling van de middelen komt, waarbij het geld bestemd voor speelfilm uit het budget van de afzonderlijke omroepen verdwijnt en direct onder de supervisie komt van – ja, van wie? Buitenstaanders misschien? Alleen al het idee staat voor de meeste omroepbestuurders gelijk aan horror en sciencefiction tegelijk. Voor filmers zal het maken van een film voorlopig dus nog wel een melodrama blijven.

Pauline Terreehorst is directeur van het Amsterdam Fashion Institute, bestuurslid van het Stimuleringsfonds voor Culturele Omroepproducties, lid van de Programmaraad van de NPS en oprichter van Cinemien.



Mira Jurriaan Schrofer 1971

Richard Smoorenburg

Dringen rond de omroephekk

De rol van de publieke omroep in de financiering van film

De publieke omroep speelt een grote rol bij de totstandkoming van films. Die rol zal alleen maar toenemen als straks de overheidssteun wegvalt. Wat zijn de voor- en nadelen van de samenwerking tussen omroep en film?

Nu het einde van de fiscale financieringsregeling voor film in zicht is, laait de discussie over de rol van de publieke omroepen in de financiering van de Nederlandse film weer op. Met het wegvallen van de overheidssteun aan de Nederlandse filmindustrie via het ministerie van Economische Zaken zou de filmindustrie afhankelijker kunnen worden van de omroepsector. Het financiële gat dat zal vallen kan niet door Cultuur wordt opgevangen. De netcoördinator van Nederland 3, Lennart van der Meulen, vreest dat de filmwereld in die situatie naar de omroep zal wijzen. Die heeft, zeker na de huidige bezuinigingsgolf die de publieke omroep treft, echter het budget niet om het financiële gat van de filmindustrie te vullen.

Daarnaast hebben sommige filmproducenten problemen met de omroepen: er zijn door de vele omroepverenigingen veel loketten, en het kan eindeloos duren voordat een project ergens wordt ondergebracht. Bovendien vinden producenten dat de inhoudelijke invloed van een omroep niet in overeenstemming is met de investering.

Voor de omroepen is de filmindustrie van groot belang. Immers: met speelfilms, korte films, documentaires, telefilms, telescoopfilms en televisiedrama draagt de filmindustrie bij aan het programma-aanbod én het onderscheidend karakter van de publieke omroep. De publieke omroep gaat daarom ook zorgvuldig om met de nationale filmindustrie. Echter: noch de wet, noch de uitzendconcessie die de regering aan de NOS verleent, verplicht de omroepen om zich in te zetten voor de Nederlandse film. Zoals de Film- en Mediacommissie van de Raad voor Cultuur schreef in haar vooradvies: 'De verhouding tussen de film- en de omroepwereld is maar ten dele vastgelegd. Daarin verschilt Nederland van veel andere Europese landen waar de overheid strenge afspraken heeft afgedwongen tussen film en omroep.'

Culturele taak De omroepen zijn zich terdege bewust van hun positie ten opzichte van de filmindustrie. Het stimuleren van film beschouwt de publieke omroep al sinds jaar en dag als behorend bij haar culturele taak en, belangrijker nog, als een verantwoordelijkheid die ze heeft ten opzichte van de filmsector. Daarnaast levert

hun inzet voor de film de omroepen ook veel voordelen op, zoals de eerste uitzendrechten van een film op een publiek kanaal, materiaal voor op de website, contact met de leden door middel van promotionele acties, of, meer recent, het werven van leden, zoals BNN dat deed bij de première van **Phileine zegt sorry** op het Nederlands Filmfestival in Utrecht.

De verantwoordelijkheid die de omroepen voor de film voelen, is niet alleen gebaseerd op ideologische gronden, maar wordt zorgvuldig afgewogen tegen beleidsvisie, het profiel, de mogelijke kijkcijfers en het ledenbereik. Filmproducenten vergeten wel eens dat een coproductie duur is in vergelijking met een **pre-sale** (vooraf verkregen eenmalige uitzendrechten op een publiek kanaal) en een aankoop achteraf. Bovendien komen er veel onzekerheden om de hoek kijken bij de productie van een speelfilm. Zo zijn er in het verleden faillissementen geweest waarbij de inbreng van de omroep als verloren beschouwd kon worden. Daarnaast is een omroep voor de programmering afhankelijk van de netcoördinator. Die weet als geen ander dat een eenmalige uitzending minder aan het zenderprofiel bijdraagt dan een serie die dertien weken achtereen in hetzelfde tijdslot kan worden uitgezonden. Het gevolg hiervan kan zijn dat een duur filmproject 's avonds na **NOVA** uitgezonden wordt, als er nagenoeg niemand kijkt.

De klachten van de producenten over de samenwerking met omroepen betreffen voornamelijk de organisatiestructuur en de invloed die de publieke omroep wil hebben. Het financiële belang om een omroep als coproducent te hebben, is groot, maar als de omroep eenmaal participeert, wil ze in ruil voor haar marginale investering bemoeienis in een vroeg stadium van het project. De vergaderingen tussen scenarioschrijvers en omroepdramaturgen resulteren vaak in het aanpassen van het scenario. Die aanpassingen zijn vaak noodzakelijk, want een omroepdramaturg helpt niet alleen bij het script, maar beslist ook deels over de financiering ervan.

Door het grote aantal omroepverenigingen zijn er veel loketten waar een producent langs kan om een project ergens ondergebracht te krijgen. Dat heeft zijn voordeel: de pluriformiteit biedt een grotere kans om projecten ergens onder te kunnen brengen. Maar het leidt ook tot hevige discussies over een netbreed filmbeleid. Volgens netcoördinator Van der Meulen heeft de Raad van Toezicht inmiddels al een besluit genomen over een dergelijk beleid.

Op de eerste rang De reden dat producenten zich keer op keer tot een omroep wenden, is niet de zestig- tot honderdduizend euro omroepgeld, maar de vervolgfianciering. De suggestie dat de omroep voor een dubbeltje op de eerste rang zou zitten, komt deels voort uit de manier waarop een film via de omroep wordt gefinancierd. De publieke omroepen zijn namelijk onderdeel van een financieringsstructuur die alleen voor hen toegankelijk is. Met een investering van een publieke omroep kan het Stimuleringsfonds Binnenlandse Culturele Omroepproducties (Stifo) en het Coproductiefonds Binnenlandse Omroep (CoBO) worden gevraagd om mee te financieren. Het Stifo doet dit, wat speelfilm betreft, zo'n vier maal per jaar en selecteert voornamelijk de cultureel hoogwaardige projecten. Het CoBO speelt een grotere rol in de financiering van speelfilm. Dat heeft vooral te maken met de werkwijze en samenstelling van dat fonds.

In 1985 werd duidelijk dat er met de doorgifte van Nederlandse publieke zenders

in Duitsland en België auteursrechten gemoeid waren. Met die nieuwe stroom geld heeft toenmalig minister Brinkman, onder invloed van een traditioneel sterke producentenlobby, zich ervan laten overtuigen dat er geld moest komen voor het stimuleren van coproducties met de omroepen. In 1986 werd het CoBO opgericht, om met deze verkapte vorm van omroepgeld coproducties tussen publieke omroepen en derden te financieren.

Het feit dat het geld er is en dus gebruikt kan worden, grijpen de omroepen aan als reden om coproducties met onafhankelijke producenten aan te gaan. Dat de omroepen het fonds daar erg graag voor gebruiken, heeft te maken met een interessante constructie die in de vervolgstructuur is ingebouwd. Want waar een investering van de omroep normaal gesproken goed is voor ongeveer een verdrievoudiging door het CoBO, hanteert dit fonds een hogere staffel als het Nederlands Fonds voor de Film ook participeert in het project – er komt dus meer geld beschikbaar.

De omroepen bewerkstelligen voor een fractie van het budget van een speelfilm zoveel aanvullende financiering via de fondsen dat ze zelf 'voor een dubbeltje op de eerste rang zitten'.

Het nieuwe mecenaat De voor de publieke omroep voorbehouden toegang tot de verschillende fondsen staat met het beëindigen van de cv-regeling opnieuw ter discussie. De commerciële omroepen beweren dat ze een veelvoud kunnen betalen van wat de publieke omroep betaalt. Het gaat dan vooral om pre-sales waarbij de bedragen hoger liggen dan de investering van een publieke omroep. Maar omdat de commerciële omroepen geen toegang hebben tot de fondsen, is het voor een producent financieel gezien echter oninteressant om met een commerciële omroep in zee te gaan.

Het eventueel toegankelijk maken van CoBO-gelden voor commerciële omroepen is geen serieuze optie, aangezien het geld waar het fonds over beschikt, afkomstig is van auteursrechten die bij de publieke omroepen liggen. Ook is in verschillende publieke debatten de discussie al opgelaaid wat er zou gebeuren als commerciële omroepen zich met speelfilms gaan bemoeien. Zo zou er tegenover de grotere geldstromen wel eens kunnen staan dat het medium wezenlijk verandert, omdat een film niet meer gemaakt wordt voor de bioscoop, maar voor de tweede openbaarmaking op televisie.

Een recente ontwikkeling in de vorming van een nieuw mecenaat is de opvallende rol van internetprovider Tiscali in de financiering van speelfilms. Waar deze provider eerst als financier op de achtergrond van verschillende grote projecten aanwezig was, heeft Tiscali voor de nieuwe film van Theo van Gogh besloten om als mecenas op te treden. Doordat er sprake is van opdrachtwerk, komen de volledige rechten in handen van Tiscali, die vervolgens de film via de normale weg zal laten distribueren. Dat wil zeggen, niet voordat de film op internet in première is geweest als promotie voor Tiscali breedband. Deze nieuwe vorm van filmfinanciering zal wellicht in de

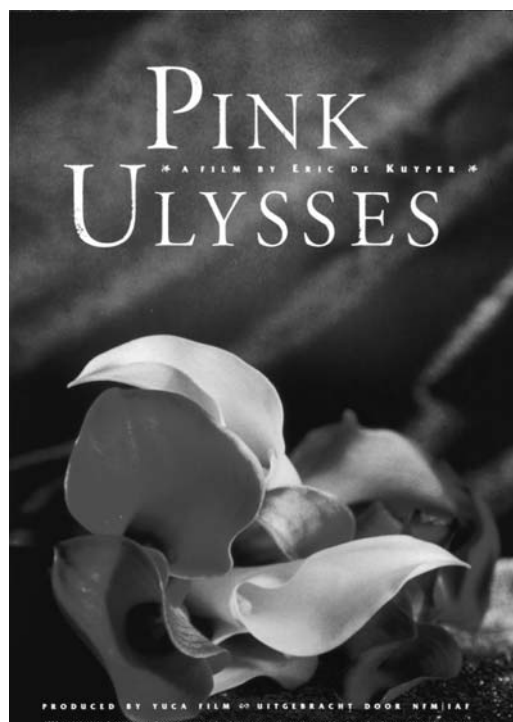
toekomst een belangrijke rol kunnen gaan spelen als de drang naar **content** weer vormen aan gaat nemen zoals die eind jaren negentig normaal waren.

De eindeloze digitale mogelijkheden, waar het online bekijken van een bioscoopfilm er een van is, creëert een nieuwe mogelijkheid voor de filmindustrie om, als ze dat willen, de banden met de publieke omroepen te laten vieren en een minder gecompliceerde synergie met de nieuwe economie te verwelkomen. De toekomst zal moeten uitwijzen of de producenten meer richting de **no barriers** van de nieuwe economie zullen neigen, of dat ze om de omroephekkens zullen blijven dringen.

Richard Smoorenburg is vijfdejaars student Film- en televisiewetenschap aan de Universiteit van Amsterdam. Hij hoopt 1 september af te studeren. De titel van zijn scriptie: Dringen rond de omroephekkens? Vergelijkend onderzoek naar de rol van de publieke omroep in de totstandkoming van films in Nederland en Vlaanderen.

Literatuur

- Raad voor Cultuur (2003) Sectoranalysefilm. In: **Cultuur, meer dan ooit:** voor advies Cultuurnota 2005-2008. Den Haag: Raad voor Cultuur.
- Hofstede, B. (2000) **Nederlandse cinema wereldwijd. De internationale positie van de Nederlandse film.** Amsterdam: Boekmanstudies.
- Maltha, S.F. (2003) 'Tijd voor echt beleid'. In: **Filmkrant** nr. 248, oktober 2003
- Meers, P. (1999) 'Ijkkpunt Hollywood. De eenzijdigheid van onderzoek naar de Europese filmindustrie'. In: **Boekmancahier**, jrg.13, nr. 48 juni, 151-170.
- NOS (2000) **Verschil maken. Concessiebeleid publieke omroep 2000-2010.** NOS: Hilversum.



Pink Ulysses Menno Landstra 1990

Strijden tegen het stigma

Drama bij de publieke omroep lijdt onder elitair stempel en geldgebrek

Er is steeds minder drama van kwaliteit te zien op de buis en de publieke omroepen zetten zich onvoldoende in om deze situatie te verbeteren, zo luidt een veelgehoorde klacht. Justine Paauw, hoofd drama bij de AVRO, biedt een blik op de haken en ogen van het dramabeleid.

De drie netten van de publieke omroep worden bestuurd door netcoördinatoren. Hun voornaamste taak bestaat uit het programmeren van hun net, ze hebben dus een belangrijke vinger in de pap wanneer het gaat om het tijdstip waarop programma's worden uitgezonden. Daarnaast hebben ze tien procent (wordt 25 procent) van het programmabudget van de op hun net opererende omroepen ter beschikking. De netcoördinatoren kunnen de omroepen verzoeken programma's te leveren, die in hun optiek nodig zijn om het net te 'versterken'. Deze programma's worden vervolgens uit die tien procent gefinancierd.

De AVRO zendt op dit moment uit op verschillende netten, die zoals bekend elk een eigen 'genre' ofwel stempel hebben. Net 3 is het 'cultuurnet' en staat open voor kwaliteitsdrama, maar op Net 1 en Net 2 ligt dat anders. De netcoördinatoren van 1 en 2 zien zich genoodzaakt om de concurrentie met de commerciële zenders aan te gaan en willen 'scoren', vertelt Justine Paauw. 'Een en ander is in lijn met de uitkomsten van het rapport van de door de politiek ingestelde visitatiecommissie onder leiding van Rinnooy Kan, die tot taak had het bestaansrecht van de publieke omroepen te toetsen. Nu het rapport er ligt, zal het roer, met name op het eerste en tweede net, drastischer worden omgegooid. Immers: de ambitie om "van iedereen en voor iedereen" te zijn, wordt slechts ten dele waargemaakt. "Circa negen miljoen Nederlanders dreigen de publieke televisie de rug toe te keren", aldus het rapport.'

Met een serie als **Oud Geld** haal je, ondanks de hoge kwaliteit, geen hoge kijkcijfers, stelt Paauw. 'De serie trok gemiddeld slechts 4,5 procent van de kijkers, terwijl een serie als **De Erfenis** op RTL4 niet minder dan 1,2 miljoen kijkers trekt en **Grijpstra en de Gier** over de twee miljoen mensen aan de buis gekluisterd houdt.'

Het is echter niet alleen het programma dat de kijkcijfers bepaalt, marketing en publiciteit spelen ook een belangrijke rol. De publieke omroepen hebben relatief weinig geld beschikbaar voor marketing; bovendien heeft de gedachte postgevat dat adverteren niet zoveel zin heeft. De commerciële zenders laten echter het

De publieke omroepen hebben relatief weinig geld beschikbaar voor marketing; bovendien heeft daar de gedachte postgevat dat adverteren niet zoveel zin heeft