

Het prijskaartje van de digitale film

François Stienen De digitalisering van de Nederlandse filmindustrie komt maar moeizaam op gang. De hamvraag luidt: wie moet voor de noodzakelijke investeringen opdraaien?

Europees koploper is Nederland niet als het gaat om de digitalisering van de filmindustrie. Volgens de gegevens van het *European Cinema Yearbook – 2007* (een uitgave van MEDIA Salles) staat de teller voor Nederland op 18 digitale bioscopen die samen over 34 volledig digitale projectieschermen (zalen) beschikken. Op een totaal van 700 zalen is dat slechts 5 procent. Waarbij gezegd moet worden dat de Nederlandse filmtheaters en onafhankelijke arthouses kennelijk niet zijn meegeteld in het *Yearbook*. Gezamenlijk hebben zij inmiddels 33 zalen met digitale capaciteit.

Koploper in Europa is Engeland met 219 bioscopen, goed voor 272 gedigitaliseerde zalen. Duitsland (74/152) en Frankrijk (47/69) volgen op enige afstand en van de kleinere landen is met name ook België actief. Bij onze zuiderburen hebben 17 bioscopen samen in totaal 51 gedigitaliseerde zalen.

De VS zijn al een flinke stap verder. Van de in

totaal 37.000 bioscoopzalen daar zijn er nu zo'n 5000 gedigitaliseerd. Ook liggen er twee grote plannen op tafel die ervoor moeten zorgen dat rond 2010 bijna alle zalen digitaal zijn.

Digitale geluidssystemen zijn er natuurlijk al veel langer, maar aan digitale projectoren ontbreekt het nog vaak. En terwijl het doorsneepubliek in Nederland waarschijnlijk denkt dat de cinema zich al in een vergevorderd stadium van digitalisering bevindt, is er in feite sprake van een soort patstelling binnen de Nederlandse filmindustrie. Vraag je bioscoopexploitanten en distributeurs naar de voortgang, dan gebruiken ze eenstemmig de uitdrukking: de kip of het ei. Waarmee ze bedoelen dat bioscopen de aanschaf van digitale projectoren uitstellen omdat distributeurs onvoldoende digitale films uitbrengen, en dat distributeurs films niet digitaal uitbrengen omdat bioscopen nog over te weinig geschikte projectoren beschikken. Niemand wil, anders gesteld, de eerste stap zetten.

De exploitanten vinden dat de distributeurs ook mee moeten betalen aan de aanschaf of lease van de dure projectieapparatuur, maar de distributeurs zien nog niet zoveel voordelen en wachten liever tot de prijzen verder dalen.

Pan-Europees

Een van de mannen van het eerste digitale uur in Nederland is Kees Ryninks van CinemaNet Nederland (en Alfa Film Services). Na een succesvolle carrière als documentairemaker en -producent werkte Ryninks van 2001 tot 2007 als hoofd documentaire bij het Nederlands Fonds voor de Film (het Filmfonds). In die functie stond hij in 2002 aan de basis van DocuZone, het eerste digitale vertonings- en distributiecircuit in Europa, waaraan tien filmtheaters in Nederland deelnamen. Ze werden voorzien van state-of-the-art digitale apparatuur en vertoonden elke maand minstens één documentaire. Het baanbrekende initiatief was kostenbesparend en bracht de documentaire weer terug in de bioscoop. Van harte ging het echter allemaal niet.

Ryninks: 'Iedereen verklaarde me destijds voor gek. Ik heb de woede van heel veel documentairemakers op mijn nek gehaald. Voor hen was 35 mm toch het summum voor

Niemand wil de eerste stap zetten

een filmmaker. Later zijn de meesten wel bijgedraaid. Maar ik wist dat de verandering er aan zat te komen. En het heeft de documentaire uiteindelijk weer op de kaart gezet. Al hadden we ook wel het geluk dat films als die van Michael Moore het in die periode heel goed deden.' Ryninks kreeg gelukkig ook alle steun van zijn werkgever, het Filmfonds, die hiermee – dat mag ook wel eens gezegd worden – blijk gaf van een opvallend visionaire blik.

Voortbordurend op het succes van DocuZone ontstond in 2004 CinemaNet Europe, het eerste pan-Europese digitale bioscoopnetwerk, waarin acht landen participeerden, die zich garant stelden voor de digitale vertoning van de Europese documentaire in filmtheaters en onafhankelijke arthouses. In 2006 werd in aansluiting hierop CinemaNet Nederland NV opgericht, met als doelstelling het gehele Nederlandse arthousecircuit (45 filmtheaters, 120 zalen) en minstens 60 procent van de commerciële bioscopen (700 zalen) te digitaliseren. De strategie van CinemaNet is – volgens de in maart 2007 uitgebrachte prospectus – 'om met alle marktpartijen in Nederland een netwerk op te bouwen, dat technisch afdoende beschermd wordt en waarmee gezamenlijke belangen worden gediend en gezamenlijke voordelen worden behaald'.

Weerbarstige praktijk

In theorie lijkt het voorstel van CinemaNet overtuigend, maar de praktijk is weerbarstig. In de rubriek DigiTaal van filmblad *Skrien* constateert Frank de Neeve in september van vorig jaar: 'Om de constructie leven in te blazen, is deelname van zo'n veertig filmtheaters nodig, plus het gros van de distributeurs, maar die aantallen worden nog niet gehaald.'

De betrokkenen vinden onder meer dat de technologie nog onvoldoende is uitgekristalliseerd. Ryninks erkent dat er op dit punt enige stagnatie is opgetreden. Het heeft lang geduurd

voordat het systeem kwalitatief goed was. Maar een ander, veel groter probleem is volgens hem de behoudzucht in de bioscoopwereld. 'Het is een minder progressief wereldje dan mensen denken. Het is lichtelijk generaliserend, maar je merkt dat bioscopen en ook distributeurs permanent bezig zijn met overleven. Het langetermijndenken ontbreekt, zelfs bij de grotere spelers. Het blijft een lastige business om het goed te doen, en dat geldt ook internationaal.'

Maar het grootste knelpunt is volgens Ryninks het kip-of-eiprinncipe: 'Degenen die moeten investeren zijn de bioscopen en degenen die er profijt van hebben zijn de distributeurs. Je moet dus een methodiek vinden om ze bij elkaar te brengen, en daar zijn wij druk mee bezig.'

Te veel onduidelijkheid
Raymond van Walraven, algemeen directeur van Filmtheater Rialto in Amsterdam, bevestigt dat de financiële consequenties van digitalisering een belemmering zijn voor filmtheaters. Van Walraven: 'Filmtheaters zijn kleine non-profitorganisaties en geen kapitaalcrachtige bv's. Er wordt nu verwacht dat we per zaal toch zo'n 70 tot 80 duizend euro investeren. Dat geld is er niet. Maar mijn grootste

'De bioscoopwereld is minder progressief dan veel mensen denken'

probleem is dat in alle rapporten duidelijk naar voren komt dat het economische voordeel niet bij de vertoners van arthousefilms ligt, terwijl ze in het plan van Kees Ryninks wel geacht worden te investeren. Ik heb aan het vertonen van 35 mm-films nu weinig tot geen kosten: de apparaten behoeven amper onderhoud en de meeste zijn al afbetaald. Als ik nu flink moet investeren, gaat dat niet alleen ten koste van mijn bedrijfsvoering, maar ook nog eens ten koste van de inhoud. Want we zouden alleen de succesvolle films kunnen laten zien.'

De filmtheaters en onafhankelijke arthouses zijn, zo stelt Van Walraven, wel met elkaar in gesprek. Het plan van CinemaNet Nederland heeft volgens hem alleen zin als de filmtheaters collectief optreden. Maar door de genoemde risico's en onduidelijkheid stopt de voortgang. Van Walraven vraagt zich bijvoorbeeld af of de constructie waarvoor CinemaNet Nederland gekozen heeft (een nv) wel de juiste is. Wellicht zou een stichtingsvorm beter zijn, omdat die voor alle betrokkenen meer inspraakmogelijkheden biedt.

De samenwerkende filmtheaters hebben onlangs overlegd met het ministerie van OCW. Het ministerie onderkent het probleem, maar stelt zich volgens Van Walraven op het standpunt dat het vooralsnog niets kan doen. Daar zijn Van Walraven en zijn collega's het niet mee eens. Ze wijzen erop dat in andere landen de overheid wél optreedt en zich inspant om kleinere bioscopen overeind te houden. Zoals in Frankrijk, waar de overheid een flinke zak met geld beschikbaar heeft gesteld voor de digitalisering, en in Engeland, waar de middelen van de National Lottery onder meer voor dit doel gebruikt worden.

De Europese Commissie houdt zich volgens Van Walraven ook al op de vlakte en draagt het standpunt uit dat iedere lidstaat het zelf moet oplossen: 'Wij vragen de Nederlandse overheid om in te grijpen. Zowel de distributeurs als

theaters zijn niet kapitaalkrchtig genoeg. Waarom zouden juist wij het voortouw moeten nemen? Elders nemen toch ook de grote marktpartijen het voortouw?’

Van alle arthousedistributeurs in Nederland is Cinemien volgens Marcus van der Zwaag, die er als boeker werkt, het meest actief. Tot de films die digitaal werden uitgebracht behoren *Into Great Silence* (2005), *Blindsight* (2006) en *Manufactured Landscapes* (2006) – alle drie documentaires.

De infrastructuur voor digitalisering is zo goed als rond. Van der Zwaag: ‘Wij kunnen het materiaal digitaal leveren. Het is geen kwestie meer van techniek maar van geld.’ Distributeurs moeten namelijk ook flink investeren en digitalisering maakt niet alles per se goedkoper. De *encoding* kost geld, net als het transport en het opslaan van materiaal. Het transport van films is in de huidige plannen van Cinema-Net zelfs drie keer zo duur als bij 35 mm. Het verklaart waarom Cinemien voorlopig nog even de kat uit de boom kijkt. Van der Zwaag: ‘De voordelen voor distributeurs worden nu overdreven, de nadelen te gemakkelijk weggewuifd.’ Volgens hem is het vooral nog een kwestie van tijd voordat de digitalisering definitief gestalte krijgt in de filmindustrie: ‘Je ziet het om je heen gebeuren. De grote jongens gaan door en dat heeft gevolgen voor de rest van de branche. Elke dag dat je wacht wordt het goedkoper, dus daarom wachten we en voert Cinemien voorlopig nog een tweesporenbeleid.’

Kijken naar elkaar

Als voorzitter van de commissie digitalisering van de Nederlandse Vereniging van Bioscoop-exploitanten (NVB) is Peter Isaak nauw betrokken bij de voortgang van de digitalisering in Nederland. Ook hij beaamt dat de partijen op dit moment vooral naar elkaar kijken.

De techniek die nodig is om Hollywoodfilms digitaal en goed beveiligd (tegen het maken van illegale kopieën) te vertonen, is inmiddels

redelijk uitgewerkt. Het ontbreekt echter nog aan een geschikt businessmodel, dat bioscopen de handreiking biedt om massaal de overstap te maken. Zo'n model – waar al zo'n kleine tien jaar aan gewerkt wordt – moet vastleggen wat de vorm en de hoogte van de bijdragen van de Hollywoodstudio's zal zijn. Want zolang de kostenbesparing van digitalisering uitsluitend bij de studio's ligt, moeten die wel mee betalen aan de investeringen van bioscopen.

Isaak: ‘Mijn advies aan bioscopen is dan ook om te wachten totdat er een goed businessmodel voorhanden is. Zelf ben ik voorstander van het time-fee-model, waarbij de studio betaalt, afhankelijk van de periode dat zijn product vertoond wordt.’

Bioscoop Utopolis in Almere (onderdeel van Utopia Benelux) is al een paar jaar om. Het is de eerste bioscoop in Nederland waar alle drie de zalen, sinds de opening in 2003, beschikken over digitale projectapparatuur. Volgens Isaak, directeur exploitaties Nederland, zijn de ervaringen hiermee goed. ‘De film blijft in optima forma. Dit in tegenstelling tot 35 mm-materiaal, dat kwetsbaar is en snel slijt.’

Maar Isaak onderkent dat er wereldwijd nog steeds te weinig films digitaal worden aangeleverd. ‘Daar lopen we bij Utopolis wel tegenaan. Onze digitale projectoren staan voornamelijk stil en zo halen we er te weinig rendement uit.’ Maar hij denkt dat de sector inmiddels over het angststadium heen is. ‘Ik verwacht dat de *roll out* (alle bioscopen digitaal, FS) binnen vijf tot zeven jaar rond zal zijn.’

Nieuwe content

See-Hear-Feel-Experience-Know: de trailer van *U23D*, de 3D-concertfilm van U2, die hier 20 maart in première ging, belooft de bezoekers een nieuwe, unieke filmervaring. In marketingtermen is de film een voorbeeld van nieuwe content die bioscopen met behulp van digitalisering kunnen aanbieden.

François Stienen

is publicist

De aanbieders van nieuwe content komen vooral nog uit de muziekhoeke. Zo vertoont Utopolis in Almere de laatste jaren live het nieuwjaarsconcert uit Wenen, in 3D. Vanaf 6 april vertonen negentien Nederlandse filmtheaters registraties van recente topproducties van De Nederlandse Opera, waaronder *Doctor Atomic* en *Castor et Pollux*. En onlangs werd bekendgemaakt dat dit najaar het pan-Europese filmdigitaliseringsproject *Europe's Finest* van start zal gaan. Het door MEDIA desk (een Europees filmfonds) gesteunde project zal de komende jaren zo'n dertig tot veertig 35 mm-filmprints van Europese klassiekers gaan digitaliseren en verspreiden. 'Het belangrijkste doel van *Europe's Finest* is om cultureel film-erfgoed te bewaren en om digitale bioscopen van films te voorzien', aldus het persbericht van MEDIA desk Nederland.

Vooralsnog is de harde werkelijkheid echter dat nog steeds negen van de tien speelfilms op 35 mm worden aangeleverd, of het nu om de grote Hollywoodproducties gaat – 85 procent van het aanbod in de Nederlandse bioscopen – of om andere films.

Koudwatervrees

Kees Ryninks moet uitsluitend nog de financiering rond zien te krijgen. Daarvoor heeft hij de deelname van filmtheaters en distributeurs nodig. Wat houdt hen nog tegen? Ryninks: 'Het is voor een deel koudwatervrees. Mensen willen liever niet kwijt wat ze al hebben. Beter de duivel die je kent dan die je niet kent. Ik begrijp dat ook wel. Er is echt sprake van iets revolutionairs.'

Nostalgie speelt ook een rol. 'Ik ben zelf ook een 35 mm-mens; ik heb al mijn eigen films op 35 mm gedraaid. Sommige filmmakers en -fans vinden dit nog steeds mooier, maar digitale film doet hier niet voor onder. Als je goed kijkt naar het beeld van 35 mm, dan zijn er veel onvolkomenheden. Het is namelijk helemaal

niet zo scherp, het beweegt alle kanten uit. Toch zeggen veel regisseurs dat ze juist dát zo leuk vinden. Maar hoe lang kun je met zo'n verouderd systeem door blijven gaan, terwijl er nieuwe systemen zijn?'

De digitalisering biedt volgens Ryninks ook de mogelijkheid om de Europese cinema weer op de kaart te zetten en concurrerend te maken met Hollywood. 'Er heerst op dit moment toch een malaise in de distributie- en vertoningswereld, waar niemand in Europa echt een antwoord op heeft. Ik denk dat je niet zoveel verliest als je iets nieuws durft uit te proberen. Ik zie het als een win-winscenario: voor de commercie, voor cultuur en voor de makers. Vooral de laatste groep krijgt hiermee de kans om weer zichtbaar te worden voor het publiek, wat voorheen absoluut niet het geval was.'

Van de ruim 700 speelfilms die jaarlijks in Europa worden geproduceerd, zijn de meeste alleen te zien in het land waar ze gemaakt zijn. Ryninks: 'Onze doeken worden nu nog gemonopoliseerd door Amerikaanse inhoud. Terwijl Europa, met zijn 27 deelstaten en 450 miljoen inwoners, een groter thuisterritorium bestrijkt dan Amerika. Maar met al die verschillende talen is het gigantisch moeilijk om een film pan-Europees uit te brengen. Je hebt voor elk land aparte vertalingen, dus ook aparte prints nodig. Met digitalisering kun je voor het eerst die 27 territoria samenvoegen, want de ondertiteling werkt net als met een dvd: je zoekt bij een blanco beeld gewoon de ondertiteling die je wenst. Voor het eerst sinds lange tijd hebben we hiermee echt de mogelijkheid om iets goeds te doen voor de Europese film, zodat die in ieder geval terug kan komen op onze eigen doeken.'