

# De business van megabioscopen

Schaalvergroting in de bioscoopwereld om het publiek te verleiden

**Ineke van Hamersveld** De bioscoopbranche is zich drastisch aan het vernieuwen. Megabioscopen zijn de trend. Met een programmering van uitsluitend populaire films trekken zij een groot en gedeeltelijk nieuw publiek. Voor serieuze films is echter geen plaats.

In vrijwel alle studies naar ontwikkelingen in de filmsector in Europa wordt geklaagd over de naoorlogse bezoekcijfers. Deze vertonen een sterk dalende lijn, het sterkst van alle West-Europese landen in Nederland. Ging de Nederlander tot de komst van de televisie, in 1957, nog gemiddeld zes keer per jaar naar de film, aan het begin van de jaren negentig was dat nog maar een keer. In de tussenliggende jaren moesten tal van bioscopen hun deuren sluiten of werden grote bioscopen opgesplitst in kleine(re) zalen. In 1992 bereikte de daling een dieptepunt, geweten aan een combinatie van factoren, zoals de komst van de videorecorder, een groter aanbod van vrijetijdsbestedingen, de gebrekkige kwaliteit van de bioscopen, gestegen toegangsprijzen en de opkomst van de kabeltelevisie (Seckel 2000). In de tweede helft van de jaren negentig begon het bezoekcijfer weer te stijgen.

Tabel 1 Bioscoopbezoek per hoofd van de bevolking in landen van de Europese Unie 1998

land	bezoek per hoofd van de bevolking
Griekenland	1,18
Finland	1,24
Nederland	1,28
Portugal	1,51
Zweden	1,79
Duitsland	1,81
Oostenrijk	1,88
Italië	1,96
Denemarken	2,08
Zwitserland	2,24
Groot-Brittannië	2,29
België	2,49
Noorwegen	2,61
Spanje	2,85
Frankrijk	2,90
Luxemburg	3,34
Ierland	3,35

Bron: MediaSalles 2000

De vraag waar die recente stijging vandaan komt, is niet moeilijk te beantwoorden. Die is een rechtstreeks gevolg van de komst van megabioscopen, zoals multiplexen: moderne, efficiënt ingerichte bioscopen, comfortabel voor de bezoeker, goed geoutilleerd en met doorlopende voorstellingen in acht tot zestien zalen. Bioscopen die groter zijn, worden megaplexen genoemd, bioscopen die kleiner zijn vallen in de categorie multiscreens (Seckel 2000). Waar komen die megabioscopen eigenlijk vandaan, waarom zijn ze opgezet, en met welk effect?

## Megabioscopen

Het eerste multiscreencomplex wordt in 1966 in Kansas City geopend, de Metro Plaza, en maakt de weg vrij voor steeds grotere bioscopen met meer zalen. Overgewaaid uit Amerika, wordt het verschijnsel megabioscoop in de jaren zeventig in Zweden geïntroduceerd. Typerend voor de eerste generatie Europese megabioscopen die dan volgt is het grote aantal zalen, maar zonder het comfort dat pas halverwege de jaren tachtig standaard wordt toegevoegd. In België volgt in 1982 de Decascoop in Gent, met tien zalen, en in 1985 de eerste multiplex van Engeland in Milton Keynes. In zeer korte tijd zijn hier, tussen 1989 en 1991, met de bouw van multiplexen meer dan honderd filmdoeken per jaar toegevoegd (Schuringa 1996, 61). Begin jaren negentig volgen andere Europese landen het Britse voorbeeld en in 1994 wordt in Maastricht de eerste Nederlandse megabioscoop geopend, met zes zalen (Seckel 2000). Maastricht is de eerste in een lange reeks van steden waar inmiddels is of wordt gebouwd: Amsterdam, Den Haag, Diemen, Eindhoven, Enschede, Groningen, Hilversum, Nijmegen, Rotterdam, Scheveningen, Tilburg, Vlissingen...

De reden die wordt aangevoerd om dergelijke bioscopen uit de grond te stampen, met

goedvinden van de gemeentelijke en lokale overheid, is steevast dezelfde: de exploitanten zeggen te hopen het publiek weer warm te maken voor bioscoopbezoek. Het avondje film moet weer 'allure krijgen', aldus filmeconoom en exploitant J. Wolff (Ockhuysen 1998). Over de manier waarop dat gerealiseerd kan worden, zijn de exploitanten het redelijk eens. Om te beginnen vinden ze de kwaliteit van het bestaande bioscoopaanbod ontoereikend. Bioscopen hebben, tot aan het begin van de jaren negentig, niet geïnvesteerd in de verbetering van hun kwaliteit. Cannon bijvoorbeeld, dat toen zo'n negentig procent van de doeken in de Randstad beheerde, investeerde het geld dat uit de exploitatie van de Nederlandse bioscopen kwam, niet in Nederland. Na het faillissement van Cannon nam MGM alle activiteiten over en ontwikkelde in sneltreinvaart een vijfjarenplan voor de bouw van megabioscopen in Nederland. Megabioscopen bieden door hun ruime opzet en inrichting de beoogde kwaliteitsverbetering. Dankzij de financiering van de bank Crédit Lyonnais, eigenaar van MGM, kwam voor dit plan geld beschikbaar (Stam 1994). De multiscreen in Maastricht was daarvan het eerste resultaat.

De inrichting van megabioscopen vertoont grote overeenkomsten. Zo is het comfort vele malen groter dan in de 'oude', traditionele bioscopen, dankzij brede stoelen, veel beenruimte en een tribuneopstelling (trapsgewijs oplopende rijen). Het personeel is geüniformeerd en getraind in servicegericht en publieksvriendelijk optreden. In technisch opzicht is er ook sprake van een grote kwaliteitsverbetering ten opzichte van de oude bioscoop: de doeken zijn panoramisch en lopen van wand tot wand, het geluid is digitaal *surround* en derhalve van cd-kwaliteit, de projectie is perfect (Hulsman 1996; Haagsma en De Haan 2000). Deze wordt doorgaans geregeld vanuit een projectiestraat die achter de zalen loopt waardoor meerdere

zalen door slechts enkele operateurs kunnen worden bediend. De films, die de hele dag door draaien, worden zonder pauze vertoond.

#### Filmbezoek als belevenis

Naast verhoging van de kwaliteit van de bioscopen hebben de exploitanten nog een andere pijl op hun boog. Zij situeren hun filmpaleizen altijd in een omgeving die goed bereikbaar is, met voldoende horecagelegenheid in de buurt. Het filmbezoek wordt daardoor ingebed in een totaalpakket, variërend van een dagje uit met het hele gezin, tot een uitje met vrienden, waarin ook gegeten kan worden, gewinkeld of gedanst in de nabijgelegen disco.

Afhankelijk van de vestigingsfilosofie van de exploitant, zijn de megabioscopen gevestigd in de periferie, of juist in het stadscentrum. De exploitanten in Nederland zijn zowel nationale als internationale bedrijven. Twee belangrijke internationale spelers zijn Kinopolis, een van huis uit Belgisch familiebedrijf, en Pathé dat in 1992 MGM opkocht. Kinopolis zoekt zijn locaties per definitie ver buiten de stad, met voldoende parkeergelegenheid. Het trekt jaarlijks volgens dat recept miljoenen bezoekers in twaalf Europese landen. De vestiging bij Antwerpen trekt alleen al ruim 700.000 bezoekers uit Nederland. Kinopolis heeft momenteel onder meer bouwplannen bij Diemen, Heerlen en Tilburg. De schaal waarop men bij Kinopolis denkt is giga: in Diemen moet bijvoorbeeld een complex met 24 zalen verrijzen, met in totaal 8000 stoelen, een parkeergarage en uitgebreide horecavoorzieningen (Stam 1994).

Pathé vaart een andere koers. Bij dit concern vindt men de Belgische aanpak ongeschikt voor Nederland. In België vormen steden het centrum van een grote regio. De Randstad, waar Pathé vooral actief is, bestaat uit veel kleinere regio. Daarom worden er zowel megabioscopen in als vlak buiten de steden gebouwd. Daarom ook is Pathé zeer wel bereid tot renovatie van

bioscopen in het stadscentrum. Zo is bijvoorbeeld de City Bioscoop aan het Leidseplein in Amsterdam voor 12 miljoen gulden opgeknapt (Stam 1994). Op de valreep van 2000 is in Amsterdam Pathé De Munt geopend, met dertien doeken en in totaal 2674 stoelen. De City Bioscoop en Pathé De Munt liggen beide in de directe omgeving van horeca en winkels van allerhande aard, respectievelijk het Leidseplein met de Leidsestraat en het Rembrandtplein met de Utrechtsestraat en als toetje de Kalverstraat, uitmondend in de Dam.

Ook buiten de stad drukt Pathé zijn stempel. In 2000 is Pathé Arena geopend, pal naast het voetbalstadion de Arena. Omdat de context van horeca, winkels en cultuur hier ontbrak, wordt deze gecreëerd. Bij Pathé Arena moeten theaters, een bibliotheek, winkels, warenhuizen, restaurants en een discotheek verrijzen: GETZ (Gezondheid, Entertainment, Theater en Zaken), een funboulevard in statu nascendi. Anno 2000 bezat Pathé veertien bioscopen en 96 zalen, ofwel 35 procent van alle bioscopen in Nederland (Haagsma en De Haan 2000).

Spelers van Nederlandse bodem zijn bijvoorbeeld de eerder genoemde J. Wolff van de Wolff Groep en Jogchem's Theaters. Met het Duitse bedrijf Kieft & Kieft en het Australische Greater Union opende Wolff Groep in 2000 een megabioscoop aan de Miracle Planet, een uitgaanscentrum met kartbaan en cafés tussen Enschede en Hengelo. Jogchem's Theaters verbouwde het Grand Théâtre in Amersfoort en begint met de bouw van een megabioscoop in Hilversum bij Theater Gooiland. De megabioscoop moet de bestaande bioscopen vervangen (Ockhuysen 1998). Door het filmbezoek uit te bouwen tot een belevenis en de kwaliteit van het bioscoopbezoek te verhogen, willen en kunnen de bioscopen de concurrentie met andere uitgaansmogelijkheden aangaan.

#### Bouwdrift

Er is nog een belangrijk argument dat bioscoopexploitanten aanvoeren ter legitimering van hun bouwdrift: Nederland heeft een tekort aan doeken en stoelen. De jarenlange daling van de bezoekcijfers is immers gepaard gegaan met een vermindering van de capaciteit (Schuringa 1996, 33). Veel films komen (om die reden) niet eens in de Nederlandse bioscopen, films zouden vaak zijn uitverkocht, ze worden verspreid over het jaar uitgebracht, kassuccessen moeten te snel plaatsmaken voor nieuwe films (Seckel 2000). Het gaat er dus niet alleen om dat bioscopen investeren in kwaliteit, ze moeten ook investeren in kwantiteit. Te weinig zalen, te weinig stoelen en lage bezoekcijfers: geen wonder dat de exploitanten Nederland als een groeiemarkt par excellence beschouwen.

Volgens Frank van der Putte, secretaris van de Nederlandse Federatie voor de Cinematografie,<sup>1</sup> komen veel van deze projecten echter niet of moeilijk van de grond, worden geschrapt of bijgesteld. Zo heeft geen enkel plan van Kinopolis nog tot een concreet gebouwde megabioscoop geleid.<sup>2</sup> Toch is de verwachting dat de voorgenomen doeken- en stoelenexpansie vergezeld zal gaan met verdergaande sluiting van bioscopen oude stijl. Bekende Amsterdamse bioscopen als Alhambra en Desmet zijn al gesloten.

#### Strictly business

De bioscoopexploitanten getroosten zich grote moeite om hun wens in vervulling te laten gaan. Zij hebben om te beginnen toestemming nodig van de lokale en provinciale overheid. De lokale overheid laat niet zelden eerst zelf marktonderzoek verrichten om te zien of er voldoende potentieel publiek voor de geplande bioscoop zal zijn. Als het plan wordt goedgekeurd door de gemeente, moet via een

artikel 19-procedure de bestemming worden gewijzigd; daarvoor is de goedkeuring van Provinciale Staten vereist. Deze neemt in haar overweging altijd de belangen mee van de omringende gemeenten. Al was het maar om te voorkomen dat de bioscoopplannen niet de plannen van een andere gemeente doorkruisen. Als er meer dan 500.000 bezoekers op jaarbasis worden verwacht, is bovendien een Milieu Effect Rapportage verplicht. 'Tedere provincie lijkt vooralsnog zijn eigen normen te hanteren, waardoor er grote onduidelijkheid ontstaat over de positie van de overheid ten opzichte van perifere bioscooplocaties' (Seckel 2000, 26). Dit hele proces van plannen maken, wegen en toetsen, neemt soms jaren in beslag.

Ook de financiële investeringen zijn enorm en lopen per project in de miljoenen: Pathé Arena kostte bijvoorbeeld een slordige vijftig miljoen gulden. De megabioscoop heeft zo'n specifieke functie, vertaald in indeling en inrichting, dat deze niet of nauwelijks te transformeren is tot een andere functie. Het is voor exploitanten daarom van het grootste belang precies te weten hoeveel bezoekers zij kunnen verwachten, hoeveel stoelen zij daarvoor kunnen bouwen en wanneer het verzadigingspunt van beide is bereikt. Gegevens over het huidige aantal bezoeken per jaar in de stad of regio, het huidige aantal stoelen, het aantal inwoners, de geschatte groei van het aantal inwoners, de afname van het aantal doeken en stoelen in oude bioscopen door sluiting van de theaters en de verwachte terugloop in het bezoek aan de overgebleven bioscopen kunnen tot de gewenste informatie leiden. De bioscoopexploitant kan vervolgens bepalen hoeveel doeken en stoelen zijn nieuwe theater kan tellen en hoeveel voorstellingen gemiddeld per dag gegeven moeten worden. Een verkeerde inschatting kan dramatische gevolgen hebben: het gevaar van *overscreening* ligt dan op de loer. Zo is in Maastricht en

Tabel 2 Impressie van gerealiseerde plannen en bouwplannen voor megabioscopen in 2000

locatie	doeken	stoelen	bouwfase	locatie	doeken	stoelen	bouwfase
<i>Groningen</i>				<i>Zuid-Holland</i>			
Groningen				Delft	6	850	concept
- centrum	9	1677	1995 geopend	Den Haag			
- bij FC Groningen	8	?	2003 gepland	- Centrum	6	1395	1995 geopend
<i>Friesland</i>				- Marktstraat	10	3000	2002 gepland
Leeuwarden	7-8	?	concept	Dordrecht	12	?	in onderzoek bij gemeente
<i>Drenthe</i>				Leiden	8	?	concept
<i>Overijssel</i>				Leidschendam	8-10	?	in onderhandeling
Almelo	?	?	pril concept	Rotterdam			
Deventer	8	1800	concept	- Schouwburgplein	7	2723	1996 geopend
Enschede	10	2700	2000 geopend	- De Kuip	14	4400	2001 gepland
Zwolle	?	?	pril concept	- Coolsingel	10	?	2004 gepland
<i>Flevopolder</i>				- Kop van Zuid	8	?	concept
Almere	10	2433	voorlopig ontwerp	Scheveningen	8	2224	1995 geopend
<i>Gelderland</i>				Spijkenisse	6	817	1997 geopend
Apeldoorn	?	?	concept	Zoetermeer	8	1247	1998 geopend
Doetinchem	6	1035	1998 geopend	<i>Zeeland</i>			
Ede	8	1200	2000 geopend, uitbreiding gepland	Vlissingen	7	1211	1998 geopend
Nijmegen	11	2000	concept	<i>Noord-Brabant</i>			
<i>Utrecht</i>				Breda	10-14	?	concept, 2005 gepland
Utrecht	15-16	?	2003 gepland	Den Bosch	10-14	2000-2500	locaties in studie
<i>Noord-Holland</i>				Eindhoven	8	1958	1998 geopend
Alkmaar	6-8	?	concept	Tilburg			
Amsterdam				- Zuid	16	5000	vergevorderd
- Pathé Arena	14	3250	2000 geopend	- Pieter Vreedeplein	8	?	concept
- Pathé De Munt	13	2374	2000 geopend	<i>Limburg</i>			
- Haarlemmerplein	8	1800	bouwaanvraag	Geleen/Sittard	8	2500	2001 gepland, wordt niet gehaald
- Buikslotermeer	10	3000	concept	Heerlen	20	6000	2004 gepland
- ODE	9	2500	concept	Maastricht	6	1678	1994 geopend
Beverwijk	22-24	3500-4500	concept	Bron: Seckel 2000, 7 en 21; dossier <i>Multiplexen</i> bibliotheek Boekmanstichting			
Den Helder	8	1200	concept				
Diemen	24	8000	ligt bij Raad van State				
Haarlem	8	1759-2250	concept				
Hilversum	?	?	concept				
Hoorn	?	?	concept				

Zoetermeer de stijging van het aantal bezoeken als gevolg van de megabioscoop verkeerd ingeschat (Seckel 2000, 47-48). In het uiterste geval zullen de megabioscopen hun deuren moeten sluiten. Volgens J. Wolff blijven in sommige deelstaten van Duitsland dankzij overscreening de winsten zo ver achter bij de prognoses, dat gedwongen sluiting niet uit kan blijven (Ockhuysen 1998).

Om de enorme investeringen terug te verdienen zetten bioscoopexploitanten, als alle ondernemers, de kosten af tegen de opbrengsten.<sup>3</sup> De kostenposten zijn divers en variëren van de kosten van het huren van een film van een distributeur (ruim de helft van de kaartprijs), de inkoop voor de horeca (beloofd 20-35 procent van de opbrengsten van de horeca), personeelskosten (10-15 procent van de gemiddelde jaaronzet) tot huur en afschrijvingen interieur en techniek. De opbrengsten zijn voor een deel vast, zoals gelden uit schermreclame en congresverhuur (zo'n 12 procent van de jaaropbrengsten) en voor een deel variabel. Die variabele inkomsten worden rechtstreeks opgebracht door de bezoekers, via hun bestedingen in de horeca (circa 30 procent boven op de omzet van de kaartverkoop) en tot slot de kaartverkoop zelf. Het bezoek per stoel kan variëren van 150 tot wel 500 bezoeken per jaar. Bij een multiplex in de binnenstad wordt meestal uitgegaan van een stoelbezetting van 300 tot 350, op jaarbasis. Exploitanten van megabioscopen spelen quitte bij een bezetting van ongeveer 245 bezoeken per stoel per jaar. Een hogere stoelbezetting leidt tot winst; bij een stoelbezetting van 300 komt die al uit, na aftrek van de belasting, op tien procent (Seckel 2000, 30-32).

#### Bioscoopbezoek stijgt

De wens van de exploitanten, meer publiek naar de bioscopen, wordt door de bouw van megabioscopen met kwalitatieve voorzieningen,

Tabel 3

land	bezoek per hoofd van de bevolking 1992	bezoek per hoofd van de bevolking 1998	bezoek 1992-1998 in %	aandeel multiplexen 1992	aandeel multiplexen 1998	multiplexen 1992-1998
AU	1,19	1,88	57,98	0,00	20,28	20,28
B	1,6	2,49	55,63	24,59	42,66	18,07
CH	2,05	2,24	9,27	0,00	3,47	3,47
D	1,3	1,81	39,23	4,57	17,84	13,27
DK	1,68	2,08	23,81	5,40	7,85	2,45
E	2,14	2,85	33,18	0,00	21,29	21,29
F	2,03	2,9	42,86	6,49	17,31	10,82
FIN	1,07	1,24	15,89	0,00	3,02	3,02
I	1,41	1,96	39,01	0,00	7,50	7,50
IRL	2,21	3,35	51,58	16,93	27,97	11,04
N	2,25	2,61	16,00	7,11	9,41	2,30
NL	0,9	1,28	42,22	0,00	7,16	7,16
S	1,81	1,79	-1,10	9,89	13,37	3,48
UK	1,69	2,29	35,45	25,13	46,27	21,14

opgenomen in een aantrekkelijke omgeving voor het besteden van de vrije tijd, zeker gerealiseerd. Ervaringen in het buitenland en Nederland wijzen uit dat het filmbezoek in regio en steden met megabioscopen met sprongen stijgt.

Cijfers over de stijging van het aantal bezoeken aan individuele bioscopen bevestigen dit. Zo is het aantal bezoeken in Maastricht gemeten voor en na de opening van de megabioscoop. In 1993 telde Maastricht 233.075 filmbezoeken, na de opening van de multiscreen in 1994 steeg dat aantal in 1995 tot 407.493 (Ockhuysen 1998). Na de komst van de megabioscoop in Eindhoven, in 1998, steeg het totaal aantal bezoeken met een derde, tot 900.000 (*Algemeen Dagblad* 1999). Uit onderzoek van de Nederlandse Federatie voor de Cinematografie blijkt dat in Nederland tussen 1995 en 2000 het aantal bezoeken is gestegen met 30 procent, naar 21,5 miljoen bezoeken per jaar (Keunen 2000).

#### Meer van hetzelfde

De vrome wens van de bioscoopexploitanten het publiek weer warm te maken voor bioscoopbezoek, is tegelijkertijd ook een heilig moeten. Het is een overlevingsstrategie. Zonder schaalvergroting (risicospreiding, kostenbesparing) geen publiek, zonder publiek geen bestaansrecht. Bioscoopexploitanten zijn bovendien commerciële ondernemers die - in elk geval op termijn - winst willen maken. Zonder publiek worden onvoldoende inkomsten gegenereerd om de torenhoge investeringen terug te verdienen. Daarnaast zijn de kosten die distributeurs in rekening brengen voor de verhuur van een film - 50 à 60 procent van inkomsten uit de kaartverkoop - bepaald niet gering. Dat terugverdienen moet dus uit de hoogte of uit de breedte komen. Hogere entreprijzen dan het publiek al gewend is zijn niet strategisch in een fase waarin men het verloren publiek weer wil terugwinnen. De megabioscopen zoeken de oplossing in een hoge stoelbezetting. En die kan worden verkregen door een formule te hanteren

die rechtstreeks overgenomen lijkt te zijn uit de journalistiek en daar al ruim honderd jaar met succes wordt toegepast: 'Give the people what it wants'. En dat is Hollywood.

Het gros van de bezoekers - overwegend jongeren tot 30 jaar - vindt Hollywoodfilms het aantrekkelijkst (Schuringa 1996, 33). De programmeurs vertalen de informatie over kosten, opbrengsten en publieksvoorkeuren in een mix van drie soorten films die zij willen vertonen. Bovenaan staat de top tien, dat wil zeggen de kaskrakers, zoals *Titanic* (James Cameron, 1997). Dan volgen de grote, Amerikaanse (lees Hollywood) publieksfilms zoals *The Bridges of Madison County* (Clint Eastwood, 1995), *Money Train* (Joseph Ruben, 1995) of *Braveheart* (Mel Gibson, 1995). Tot slot worden, af en toe, serieuzere films gedraaid, vooropgesteld dat daar een markt voor is, bijvoorbeeld *Antonia* (Marleen Gorris, 1995). Volgens L. Nielsen, directeur van Pathé Cinemas, worden kaskrakers steeds langer gedraaid. Overige grote films juist steeds korter als gevolg van het grote aanbod (Blankendaal 2000).

Over het draaien van serieuzere films bestaat enig verschil van mening. Volgens J. Wolff ontstaat er verwarring als megabioscopen ook de commerciële bovenlaag van de art-house-films gaan draaien (Ockhuysen 1998). Onder de naam Pathé Arthouse heeft Pathé in het Amsterdamse Tuschinski Theater drie art-housezalen, elk met honderd stoelen. De films die hier worden gedraaid, vertonen volgens Nielsen soms een overlap met de films die in het filmtheatercircuit thuishoren. In Lux, het voormalige filmtheater Cinemariënborg in Nijmegen dat met steun van de gemeente is verbouwd en nu acht zalen telt, is de vertoning van deze mengeling van commerciële en subsidieafhankelijke films tot beleid verheven. Naast *Dancer in the Dark* (Lars von Trier, 2000), draaien bijvoorbeeld gelijktijdig *Kadosh* (Amos

Gitai, 2000), *Himalaya* (Eric Valli, 2001), *Wonder Boys* (Curtis Hanson, 2000), uit het middensegment, *Chicken Run* (Nick Park/Peter Lord, 2000). Er ontstaat daardoor een levendige wisselwerking van publieken (Blankendaal 2000).

De megabioscopen mogen dan meer doeken en stoelen brengen, en een groter aanbod, maar ze brengen ook meer van hetzelfde. Risicovol programmeren is er niet bij; dat laat de bedrijfsvoering niet toe. Kleine, kunstzinnige of experimentele films worden er niet vertoond.

#### Doeken- en stoelentekort voor kwaliteitsfilms niet opgelost

Met de vertoning van de grote, populaire films door de megabioscopen, is bijna de helft van het aantal doeken in Nederland gemoeid. Dat betekent dat er nauwelijks ruimte is voor films uit het middensegment: die worden verdreven naar art houses als de Amsterdamse bioscoop de Movies en Kriterion, soms direct naar de filmtheaters. De megabioscopen blijken geen oplossing voor het doeken- en stoelentekort voor kwaliteitsfilms. Het aanbod van kwaliteitsfilms wordt bovendien steeds groter (Blankendaal 2000). Los daarvan heeft het publiek van art houses en filmtheaters genoeg van stoelen met te weinig beenruimte, slechte projectie en belazerd geluid. Deze sector is 'toe aan een volgende stap in de ontwikkeling', aldus directeur van distributiebedrijf Cinemien, Ph. van der Linden. De met zorg door Cinemien geselecteerde films komen niet in aanmerking voor vertoning in megabioscopen en halen het evenmin in de traditionele bioscopen, omdat de programmeurs 'te grote haast hebben', dat wil zeggen films die niet direct aanslaan en goed lopen, uit de roulatie halen. Om een passende entourage te bieden aan dergelijke films en tevens tegemoet te komen aan de eisen van het eigentijdse bioscooppubliek qua comfort en techniek, zal

**Ineke van Hamersveld**

is stafmedewerker bij de Boekmanstichting en hoofdredacteur van het *Boekmancahier*.

Cinemien in Amsterdam een eigen bioscoop bouwen, Cineship (Ockhuysen 1998); de voorbereidingen zijn zo goed als voltooid. Cineship krijgt vermoedelijk vier zalen, elk met honderd stoelen, comfortabel en smaakvol ingericht, beschikt over een café-restaurant en biedt uitzicht over het IJ. Dergelijke arthouses en filmtheaters, op professionele basis geschoeid en met een rendabele exploitatie, zijn er niet veel. Zo'n veertig, verspreid over heel Nederland, schat Frank van der Putte, met Lux in Nijmegen als aansprekend voorbeeld. Het merendeel van de filmtheaters is armlastig en draait op vrijwilligers.

**Naar een gedifferentieerd vertoningsbeleid**

Vertoningsplekken als Lux, Cineship en de overige filmtheaters hebben niets te vrezen van megabioscopen en vice versa. Om echter de bestaande diversiteit in het aanbod recht te doen en vertoningskansen te geven, moet er wel iets veranderen. De tendens om ook bezoekers van art houses en filmtheaters comfort, service en betere techniek te bieden, lijkt een stap in de goede richting. Zonder steun - beleidsmatig en financieel - van gemeenten kunnen dergelijke ingrijpende plannen echter niet worden gerealiseerd. Toch past steun aan zulke plannen in het beleid van gemeenten die de nieuw- of verbouw van culturele instellingen als theaters en musea zien als instrument van citymarketing. En wellicht zou ook de rijksoverheid een duit in het zakje kunnen doen, bijvoorbeeld door eigenzinnig beleid voor art houses en filmtheaters uit te zetten en door megabioscopen via premies te stimuleren minstens een doek te reserveren voor een meer risicovolle programmering.

**Literatuur**

- Algemeen Dagblad* (1999) 'Brabantse steden willen megabios: concurrentie met België is hard in Zuid-Nederland'. 1 juli.
- Blankendaal, S. (2000) 'Meer doeken nemen druk op kwaliteitsfilm niet weg'. In: *Trouw*, 16 november.
- Dossier *Multiplexen*. Dossier krantenknipsels in bibliotheek Boekmanstichting.
- Ekker, J.P. en R. Ockhuysen (2001) 'De hele dag door naar de film'. In: *de Volkskrant*, 18 januari.
- Haagsma, I. en H. de Haan (2000) 'Multiplex'. In: *de Volkskrant*, 23 november.
- Hulsman, B. (1996) 'Een monster kruipt het plein op: de zegeningen van de megabioscoop'. In: *NRC Handelsblad*, 29 maart.
- Keunen, M. (2000) 'Filmbezoek is een groeiemarkt'. In: *Algemeen Dagblad*, 16 oktober.
- MediaSalles (2000) *European Cinema Yearbook 1999*. Milaan.
- Ockhuysen, R. (1998) 'Druk op het doek'. In: *de Volkskrant*, 23 december.
- Schuringa, J.-W. (1996) *Multiplexen en de vertoning van de Europese film: een onderzoek naar de vertoningsmogelijkheden van Europese films in de nieuwe multiplexen in Nederland en België*. Rotterdam: Erasmus Universiteit Rotterdam, Faculteit der Historische en Kunstwetenschappen, Kunst- en Cultuurwetenschappen. Doctoraalscriptie.
- Stam, H. (1994) 'Stoelendans rond multiplexen'. In: *de Volkskrant*, 5 november.
- Seckel, A. (2000) *De ontwikkeling van het multiplex in de Nederlandse binnenstad: een onderzoek naar de ontwikkeling in heden, verleden en toekomst van bioscopen met acht tot zestien zalen in Nederlandse steden*. Delft: TU Delft, Faculteit der Bouwkunde, Bouwmanagement en Vastgoedbeheer. Doctoraalscriptie.

**Noten**

1. De Nederlandse Federatie voor de Cinematografie bestaat uit drie verenigingen: de Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten, de Nederlandse Vereniging van Filmverhuurders en de Nederlandse Vereniging van Speelfilmproducenten. Om de belangen van de aangesloten leden - bioscopen en filmtheaters - te kunnen behartigen, zijn verschillende stichtingen in het leven geroepen, zoals de Stichting Nationale Bioscoopbond en NFC-Onderzoek (voor onderzoek ten behoeve van de filmvertoning).
2. Telefonisch, 11 mei 2001.
3. Bij de volgende berekeningen is uitgegaan van een multiplex (acht tot zestien zalen).

**Bibliografische gegevens**

Hamersveld, I. van (2001) 'De business van megabioscopen: schaalvergroting in de bioscoopwereld om het publiek te verleiden'. In: *Boekmancahier*, jrg. 13, nr. 48, 171-181.