

Stichting Abraham Tuschinski Fonds

info@abrahamtuschinskifonds.nl
www.abrahamtuschinskifonds.nl

TERUGBLIK ATFXNFF: (MEER) PUBLIEK VOOR DE NEDERLANDSE FILM 2023

Dinsdag jl. liep de Hekmanfoyer in de Stadsschouwburg Utrecht vol voor de bijeenkomst van het Abraham Tuschinski Fonds op het Nederlands Film festival. De NVBF heeft, samen met het ATF bestuur, deze bijeenkomst over de Nederlandse film georganiseerd.

Na een welkom door Anne de Jong (bestuur ATF) sprak Will Koopman in een videoboodschap de aanwezigen toe. Zij riep op tot samenwerking in de sector om meer, en een diverser, publiek naar de Nederlandse films te trekken in de bioscopen en filmtheaters; ook de vele mooie artistieke films zouden daarvan moeten profiteren. Boris van der Ham sprak hierna met Silvia van der Heijden, directeur NFF. Zij voerde samen met Will Koopman diverse gesprekken n.a.v. Koopman's speech tijdens de uitreiking van het Gouden Kalf voor de Filmcultuur 2022 waarin ze pleitte om het publieksbereik te vergroten. Bij deze gesprekken schoven vorig jaar ook regisseur Bobby Boermans en acteur Jon Karthaus aan; zij waren ook nu aanwezig.

Ga je naar de nieuwe Nolan, of naar een klein Nederlands fröbeldingetje?

Besproken werden Nederlandse films die een breder publiek hadden kunnen bereiken; waarbij titels als *Do Not Hesitate*, *Narcosis* en *El Houb* werden genoemd. Hoe kunnen we als sector zorgen voor meer zichtbaarheid en hoe kunnen bezoekersdoelgroepen succesvol worden bereikt? Het introduceren van een "merk" voor Nederlandse films dat garant staat voor kwaliteit werd besproken, evenals het gespreid door het jaar heen in de spotlights zetten van een aantal (artistieke) Nederlandse titels met een uitgebreider marketingbudget en daarbij behorende programmering in de bioscopen. Ate de Jong vroeg zich daarbij af of deze titels dan nog wel 'artistiek' zijn of dat er meer cross-over titels gekozen zullen worden.

Bobby Boermans en Jon Karthaus spraken over het belang van de autonomie van de maker versus het sturen naar 'commercieel succes'. Zij gaven aan dat filmmakers open staan om na te denken over sturing in het maakproces, naar het zoeken naar de 'trekkracht' van het narratief en hoe de keuzes van casting en scenario bijdragen bij de verkoopbaarheid van een film. De termen publieksfilm (met commercieel succes) en artistieke film moeten niet tegenover elkaar staan maar kunnen ook grijstinten opleveren. Als voorbeeld wordt *Intouchables* genoemd.

Silvia van der Heiden benadrukt het belang van een goede programmering voor Nederlandse films; een goed tijdslot in bioscopen en filmtheaters en voldoende tijd om te groeien, zijn cruciaal. Het Nederlands Filmfonds kan daaraan bijdragen, maar ook de markt zelf: de makers, distributeurs en vertoners gezamenlijk.

George van Breemen, zakelijk directeur van het Nederlands Filmfonds reageerde vanuit de zaal. N.a.v. [het rapport](#) dat dit weekend werd gepresenteerd (Olsberg SPI) wordt er nagedacht over hoe de Nederlandse film voor een breder publiek ontwikkeld kan worden. Het fonds gaat makers uitnodigen in een vroeg stadium hun projecten te pitchen bij collega's die dan in een vroeg stadium mee kunnen denken over de ontwikkeling en het doel en het publieksbereik van een film. Daarna volgt begeleiding bij de projectontwikkeling waarbij ook ondersteuning wordt geboden bij de marketing.

Nederlands Film Festival, Volkskrant-dag: event + merk bereiken publiek

Tot slot kwam Johan Nijenhuis aan het woord. Hij gaf aan dat het Nederlands Film Festival zelf

een geweldige plek is voor de promotie van de, artistieke, Nederlandse film. Maar, zo vroeg hij zich af, wat gebeurt er daarna? Is daar niet een rol weggelegd voor de gesubsidieerde filmtheaters? *De Beentjes van Hildegard* was een commercieel succes, maar er zijn meer titels met dezelfde kwaliteit en potentie. Vanuit het publiek wordt aangegeven dat Johan Nijenhuis als merk zelf belangrijk is; de reputatie van de maker kan een film ook maken of breken.

Silvia van der Heiden reageerde door aan te geven dat een festival zoals het NFF inderdaad publiek bereikt dat meestal niet de Nederlandse film bezoekt. Maar het is ook nodig om voor Nederlandse film een speciaal merk te creëren en door het jaar heen events te organiseren naast een reguliere release. Als voorbeeld noemt zij nog de Volkskrant-dag waarbij de drie vertoningen van Nederlandse films zo uitverkocht zijn.

Nederlandse markt stabiel, Sinterklaasfilms verantwoordelijk voor 10% totaalbezoek

Koen de Groot, business intelligence analist NVPI, presenteerde de kerncijfers van de Nederlandse film. De markt schommelt sinds 2016 rond de 4 miljoen bezoeken (uitgezonderd de corona-jaren). Zijn prognose is dat dit ook voor 2023 zal gelden. Er zijn wel veranderingen in het aanbod - zo worden er steeds meer documentaires uitgebracht maar trekken zij gemiddeld minder bezoek. Bij het genre komedie is het gemiddeld aantal bezoeken per titel juist gestegen, bijna allemaal hebben zij een Gouden Film status. Het marktaandeel van de 'romcom' is bijna 25% maar is iets afgenomen. Ook jeugdfilms zijn belangrijk en trekken veel publiek – vooral de Sinterklaasfilm (dit jaar zijn dat er drie): deze zijn inmiddels verantwoordelijk voor 10% van alle bezoeken aan Nederlandse film.

Koen de Groot bespreekt verder het belang van de regio (een groot deel van de bezoeken aan Nederlandse film wordt buiten de randstad gerealiseerd) en daarmee ook het belang van de onafhankelijke vertoner. Het bereik van de Nederlandse film is het grootst bij vrouwen en bij de jongere doelgroepen, het bereik onder jongeren is de laatste jaren wel iets afgenomen.

De ATF uitvoeringsregeling 2023

Gamila Ylstra, bestuurslid van het ATF, licht hierna kort de nieuwe uitvoeringsregeling van het ATF fonds toe. Eén keer per jaar wordt vastgesteld hoeveel geld er beschikbaar is dankzij de afdracht van NVBF- en FDN-leden uit de opbrengst van bioskoopkaartverkoop (inmiddels wordt de afdracht jaarlijks geïndexeerd) dan wordt de top 10 van Nederlandse titels opgesteld en volgt er een reservering voor de producenten van de films via een verdeelsleutel. Deze reserveringen zijn drie jaar beschikbaar, na een eerste bijdrage voor een film kunnen producenten binnen een jaar nog een tweede keer gebruik maken van hun reservering voor een bijdrage tussen de € 50.000 – € 150.000. Op basis van de reserveringen liggen er nu drie aanvragen bij het fonds.

Ook de discussie rondom het verlaagde btw-tarief op cultuurtickets wordt besproken. Anne de Jong geeft aan dat deze discussie bij de politiek nu in de ijskast ligt. Het is aan een volgend kabinet om belastingtarieven vast te stellen.

Boris van der Ham spreekt hierna met drie makers en een distributeur. Jeroen Koopman (NewBe) heeft op basis van het succes van *De Allergrootste Slijmfilm* een reservering bij het fonds. Hij geeft aan dat deze ATF-bijdrage precies de *gap-financing* is die hij nodig heeft - zonder deze bijdrage zou zijn volgende film *Superkrachten voor je hoofd* niet mogelijk zijn. Jeroen Koopman benadrukt dat zekerheid en voorspelbaarheid van het fonds belangrijk is voor hem als ondernemer. Ook de continuïteit is van belang: liever een slechtere regeling die tien jaar lang hetzelfde is dan dat er ieder jaar weer wat anders wordt bedacht.

Rachel van Bommel (Millstreet Films) heeft een reservering op basis van successen van twee titels uit 2022: *Soof3* en *Faithfully Yours*. Een aanvraag heeft zij nog niet ingediend, wel is zij bezig met de ontwikkeling van diverse producties. Ze is blij met de zekerheid en transparantie die de nieuwe regeling biedt.

Paul Ruven (Talent United) heeft een reservering staan op basis van *De Tatta's* en is bezig met de productie van *De Tatta's 2* - met een bijdrage vanuit het fonds. Hij is blij met de bijdrage maar vraagt zich af waarom er een maximum is gezet op het restbedrag waar zij voor een tweede film aanspraak kunnen doen. Voor *De Tatta's 2* maken zij aanspraak op 400.000 euro waardoor er nog 350.000 euro blijft staan. Toch kunnen ze nog slechts 150.000 euro inzetten bij een volgende productie.

Anne de Jong reageert door aan te geven dat het maximum een resultaat is van de lange onderhandelingen tussen producenten, distributeurs en vertoners. Wanneer het geld niet direct nodig is, moet het beschikbaar komen voor projecten van anderen. Dit is een punt dat bij een volgende evaluatie meegenomen kan worden. Gamila Ylstra verwijst naar het doel van het fonds: meer publieksbereik voor Nederlandse films in de bioscopen en filmtheaters.

Vanuit het publiek komen er verschillende reacties. Wilco Wolfers vraagt, n.a.v. zijn release *All Inclusive* in maart van dit jaar, of het fonds niet beter zou kunnen werken in semesters. Zijn titel moet nu anderhalf jaar wachten op een mogelijke bijdrage. De huidige regeling zou ook de druk in de releaselijst aan het einde van het jaar veroorzaken.

Na afloop van de bijeenkomst vond een drukbezochte borrel plaats in Zindering van de Stadsschouwburg waar nog werd nagepraat over alle onderwerpen.

