

Het beleid rond film en audiovisuele cultuur in Vlaanderen is jong en kende een trage doorstart. Lange tijd bleef het verstrikt tussen cultuur, economie en media, waar verschillende belangen en waarden heersen. Vanaf de jaren 1990 kwam daar verandering in, met als mijlpaal in 2002 de oprichting door de Vlaamse Regering van het Vlaams Audiovisueel Fonds, dat een sterke impuls betekende voor de productie. In 2006 krijgen de culturele vertoning, omkadering en educatie een plaats in het schottenloze Kunstendecreet. Vele andere spelers werken op profitbasis of worden gesteund binnen het lokaal cultuurbeleid. Maar door het ontbreken van een beleidshistoriek en -visie slaagt dit veld er nog onvoldoende in om zich als één sector te organiseren, noden aan te kaarten, een gedeelde visie op te bouwen.

Deze veldanalyse is een essentieel instrument om dat diverse veld vandaag, met zijn interrelaties, noden, spanningen, hoop en kansen te overschouwen, van structuur te voorzien en naar synergieën te helpen zoeken. Het is ook een instrument voor dialoog, veldopbouw en beleidsontwikkeling. Het werkveld is klaar voor een grote stap voorwaarts: meer overleg, een inclusieve blik met plaats voor diverse spelers en waarden en een eigentijds antwoord op de vele veranderingen in het landschap.

BAM maakt er de komende jaren een hoofdzaak van om dit proces te begeleiden en aan te jagen.

Dirk De Wit en Ann Overbergh

VOORWOORD

Het in kaart brengen van een creatief veld in voortdurende evolutie is een kwestie van keuzes. Cijfers zijn belangrijk om de schaal van actoren en verhoudingen te kennen, de omvang en implicaties van fenomenen of problemen in te schatten. Verhalen en meningen zijn nodig om de essentie van een creatieve industrie te vatten, wat erin leeft, met alle bijhorende tegenstrijdigheden en meningsverschillen. Je wil inclusief zijn en volledig, ‘op de kleintjes letten’, alle praktijken in het veld uittekenen, zo compleet mogelijk en met inbegrip van zichtbare en verborgen interdependenties. Maar daarbij bots je op grenzen: volledig kan je nooit zijn, en teveel detail ontnemt het zicht op het geheel.

Ook voor deze veldanalyse heeft BAM een aantal duidelijke keuzes gemaakt. Ten eerste hebben we ons geconcentreerd op twee grote werkpraktijken: audiovisuele vertoning en distributie. Daarbinnen hebben we afgebakend. We hebben het bijvoorbeeld niet over televisie, want die wordt meegenomen in een studie naar ontwikkeling en professionalisering van de creatieve industrieën waaraan Flanders DC en Antwerp Management School kenniscentrum werken. Voor de definitie van ‘audiovisueel’ hebben we het beleid gevolgd: het betreft alles wat te maken heeft met de openbare vertoning van beeld op scherm (of schermen, bijvoorbeeld in de context van audiovisuele installaties).

Ten tweede zijn we expliciet kwalitatief te werk gegaan. We wilden erg graag weten ‘hoeveel’, maar daar zijn andere studies mee bezig. Zo publiceerden Vlerick Management School en Idea Consult in opdracht van het VAF in 2010 een onderzoek naar het sociaal-economische gewicht van de audiovisuele sector. Ook het voornoemde onderzoeksproject door Flanders DC en Antwerp Management School zal voor een groot stuk cijfermatig zijn.

Naast het ‘hoeveel’ wilden wij dus graag op zoek naar het ‘hoe’ en het ‘waarom’. De beste manier om een sector te leren kennen, is door erin te werken, óf door vragen te stellen en de tijd te nemen voor uitvoerige antwoorden. We hebben tientallen mensen geïnterviewd, en hen telkens eenzelfde cluster vragen voorgelegd. ‘Hoe werkt je sector? Met welke spelers werk je samen en hoe gaat dat? Hoe voorzie je in het voortbestaan van je organisatie? Hoe zie je de toekomst: wat zou je sector moeten doen, wat zouden beleidsmakers op de agenda kunnen zetten?’ Enzovoort.

De beperkingen van die methode zijn gekend: je gaat mee in de onderwerpen die je respondenten aanboren en je doet weinig meer dan hun verhalen neerschrijven en met andere zienswijzen confronteren. Naderhand zoek je de rode draden en haal je er de steeds terugkerende onderwerpen uit. Daarrond geef je zoveel mogelijk achtergrond en verschillende argumenten, met een zo goed mogelijk evenwicht tussen tegengestelde visies. Helemaal neutraal kan je daarbij niet zijn – een steunpunt is betrokken bij de sector waarvoor het werkt. Maar je doet je best om voldoende ruimte te maken voor verschillende perspectieven. Het resultaat is dan een agenda van

thema's: punten van verder debat, mogelijke actiepunten, zaken om verder over na te denken, als sector, als steunpunt en als beleidsmaker.

Keerzijde van de medaille is dat men doorheen deze publicatie weinig inhoudelijke systematiek zal aantreffen: niet elke categorie vertoners en verdelers heeft dezelfde interesses of zorgen. Doordat middelen en tijd schaars zijn konden we per categorie soms slechts een aantal mensen aan het woord laten. Voor de bioscoopketens is het duidelijk dat we met Kinopolis spraken: de lezer kan zich informeren over de ketens, maar middels slechts één duidelijke casus. Voor andere categorieën hadden we dan weer een brede waaier aan respondenten en een even breed palet aan – soms radicaal tegengestelde – opinies. Voor sommigen is deze tekst te sterk geopinieerd, en gestuurd door de respondenten (ook al waren die heel divers). Voor anderen is hij te weinig polemisch (al zal een aandachtig lezer geen moeite hebben de kern en draagwijdte van benoemde problemen in te schatten). Voor sommigen is ons onderzoek onvoldoende extensief geweest en niet wetenschappelijk – een kwestie van beperkte middelen en methodologische keuzes. Voor anderen hebben we te zéér 'op de kleintjes gelet', wat de reële schaalverhoudingen geweld aandoet. Of men vindt het conceptueel vreemd om een hoofdstuk apart te wijden aan audiovisuele kunsten op het snijvlak van de beeldende kunst – BAM werkt dan ook voor de beeldende, de audiovisuele en de mediakunstsector.

In elk geval weten we dat deze veldanalyse een goed inzicht zal bieden in wat leeft. De sector heeft het ons namelijk zelf verteld, bij monde van de vele respondenten en nalezers, die we bij dezen welgemeende dank willen betuigen voor hun inzet en geduld. Omdat vele respondenten anoniem wensten te blijven, hebben we dat doorgetrokken doorheen de hele publicatie. Maar onze nalezers kunnen we wel vermelden, alsook alle mensen die zich op een of andere manier hebben ingezet voor deze publicatie en van wie de input onontbeerlijk was: Walter Provo, Erik Martens, het BAM-team, Marc Boonen, Tinne Bral, Piero Cavaliere, Philip Cleynens, Myriam Dassonville, Patrick Deboes, Franky Devos, Guido De Brabander, Peter De Maegd, Christian De Schutter, Sophie De Vinck, Wim De Witte, Marijn Dionys, Siebe Dumon, Stoffel Debuysere, Pascal Gielen, Nathalie Goethals, Michael Gubbins, Bert Haemelinck, Hilde Herman, Wouter Hessels, Frans Lefever, het steunpunt LOCUS, Marie Logie, Iwein Moons, Ellen Onkelinx, Emmy Oost, Dries Phlypo, Luc Pien, Karla Puttemans, Yannick Schandené, Annick Schramme, Rik Stallaerts, Steven Vanackere, Karen Vandenberghe, Alexander Vandeputte, Maud Vandavelde, Felix Vanginderhuysen, Lieve Vankeirsbulck, Luc Van de Casseye, Jos Van Den Bergh, Bart Van der Hertten, Geert Van Goethem, Johan Van Schaeren, Jack Verbeke, Sofie Verdoodt, Iris Verhoeven, Mayke Vermeren, Wim Viaene, Ine Vos en Nils Walravens.

Ann Overbergh

INLEIDING EN HISTORIEK

Een landschapstekening van het Vlaams audiovisuele vertonerveld met zijn verschillende spelers, werkvormen en doelstellingen kan niet zonder in te zoomen op de geschiedenis van audiovisuele media in het algemeen, en die van het Vlaams audiovisueel beleid. In die historische schets hebben we vooral aandacht voor de zeer diverse praktijken en waarden die binnen dat veld gehanteerd worden. Al te vaak wordt de geschiedenis van het audiovisuele veld en beleid verengd tot een geschiedenis van de film- en media-industrie.

De geschiedenis toont aan dat de actuele veranderingen in het medialandschap en de impact ervan op de verschillende spelers, hun onderlinge relaties en de waarden van waaruit ze werken, geen nieuw gegeven zijn. Technische en maatschappelijke ontwikkelingen maken in de loop van de geschiedenis nieuwe uitdrukkings- en verspreidingsvormen en nieuwe financieringsmodellen mogelijk. De drijfveren waarmee men dat doet en de waarden waarop men zich baseert, zijn telkens heel verschillend: economische, culturele, educatieve en sociale waarden. In dat diverse veld is het belangrijk een evenwicht na te streven tussen die verschillende praktijken en waarden, en ze integraal te benaderen. Evenwicht tussen bijvoorbeeld marktgerichte en culturele praktijken en een benadering waarin elke veldspeler zijn werking in het ruimere geheel van een veld kan situeren. Ook dat is vandaag in het audiovisuele veld-intransitie absoluut aan de orde. Het zijn moeilijke oefeningen die overleg vragen maar zorgen voor synergie tussen spelers, een dynamische ontwikkeling van het veld en culturele diversiteit.

ENKELE BREUKLIJNEN IN HET AUDIOVISUELE VELD¹

Nieuwe technieken, nieuwe praktijken, andere waarden

Voor de geschiedenis van audiovisuele media beperken we ons tot enkele breuklijnen die illustreren hoe door technische en maatschappelijke ontwikkelingen nieuwe praktijken ontstaan waarachter soms heel verschillende doelstellingen schuilen. Die praktijken beïnvloeden elkaar en worden daarna gestandaardiseerd.

Film en audiovisuele cultuur zijn heel jong in vergelijking met andere artistieke uitdrukkingsvormen zoals literatuur, theater of schilderkunst. De technologie bestaat amper honderd jaar en bevindt zich in een toestand van voortdurende transformatie, ook vandaag.

De eerste filmvoorstellingen vonden plaats in 1894 en 1895 in Berlijn en Parijs. De films van die tijd zijn korte registraties van beweging, farces of illusionistische evocaties. Ze kwamen terecht in het amusementscircuit van de variététheaters en kermissen. Pas nadien kwam er voldoende standaardisering in camera's en projectoren zodat een film op verschillende plekken kon worden vertoond, en ontstonden er bioscopen: eerst omgebouwde theaterzalen, daarna echte filmtheaters. De eerste avondvullende films dateren van 1910. Hiermee werd de basis gelegd voor een industrie die speelfilms,

registraties en nieuws op grote schaal produceerde, verdeelde en vertoonde. De modellen verlopen parallel aan andere industriële modellen van die tijd. Er ontstonden gespecialiseerde filmbedrijven zoals Eastman Kodak. Pathé Brothers of Edison Studios produceerden en exploiteerden massaal films. De Europese filmindustrie werd na de eerste wereldoorlog overtroffen door de Amerikaanse, die het sterrenfenomeen tot bloei bracht en een sterke waardenketen opzette van *studios*, wereldwijd verspreide distributiekantoren en zalen. Reeds in 1920 werden achthonderd Amerikaanse films geproduceerd.

Waar de industrie film situeerde in het verlengde van de vroegere media zoals theater, variëte en literatuur, verkenden kunstenaars in de avant-gardes van de jaren 1920 (daïsme, surrealisme) het specifieke en nieuwe van dat medium. Naast de industriële 35mm-standaard werd in de jaren 1920 ook het goedkopere 16mm-formaat ontwikkeld waarmee kleinere producenten en filmmakers onafhankelijk werkten. Begin jaren 1930 werd film gedemocratiseerd met de 8mm-camera's en projectoren, bedoeld voor individueel gebruik. Binnen het studiosysteem waren ook meer eigenzinnige scenaristen en filmmakers aan de slag die men later als auteurs met auteursfilms zou onderscheiden van het pure massa-entertainment. Die wisselwerking tussen markt en cultuur zal steeds blijven bestaan, met heel extreme waarden zoals amusement en markt enerzijds en kunst en experiment anderzijds. In werkelijkheid gaat het echter om een continuüm waarin verschillende waarden (economische, culturele) telkens in meerdere of mindere mate spelen. Europese films beschikten niet over een studiosysteem waardoor films diverser waren van inhoud en stijl, maar minder performant in een wereldwijde markt werden geplaatst. In de jaren 1950 en 1960 ontwikkelde de 16mm-film zich tot een parallelcircuit met onafhankelijke makers, soms verenigd in coöperatieven, distributeurs, filmclubs en gespecialiseerde zalen waarmee een 'alternatief' netwerk van productie en vertoning werd opgezet.

De volgende omwenteling werd veroorzaakt begin jaren 1950, door een nieuwe distributievorm naar de huiskamer via de ether en beeldbuis, later aangevuld door de magnetische (analoge) band: de televisie. Er ontstond een efficiënt massamedium – één kanaal met programma's voor de 'gemiddelde' burger – met een nieuw soort content van magazines, nieuws, shows, drama en ook films, aanvankelijk in handen van en financieel ondersteund door de overheid, zoals ook met de radio was gebeurd. Daarna werd de ether ook opengesteld voor privé-initiatieven die programma's financieren met reclame-inkomsten. Dit gaf een stevige injectie aan mediabedrijven die zich toelegden op productie en postproductie. De televisie nam bepaalde functies van de filmzaal over, zoals bijvoorbeeld de korte reportages die tot dan als voorfilm golden. Maar vooral vormde de televisie een concurrent met een negatief effect op het bioscoopbezoek. Ten slotte introduceerde het nieuwe waarden: de betekenis van de thuisbeleving in familieverband, en de educatieve en informatieve functie van de audiovisuele taal.



Het elektronische beeld en de magnetische band werden verder ontwikkeld en halverwege de jaren 1960 ontstond de videocamera, waarmee beeld en geluid onmiddellijk kunnen worden opgenomen en weergegeven in een draagbare, en vooral betaalbare vorm: de 'portapak'. Kunstenaars experimenteerden niet enkel binnen omroepen met nieuwe televisietaal en technische mogelijkheden (bv. Jean-Christoph Averty) maar konden dat vanaf dan ook onafhankelijk doen: experiment met interactie tussen beeld, geluid en narrativiteit, commentaar op televisie of visueel en plastisch werk met video in het kader van de beeldende kunst (Nam June Paik, Wolff Vostel, Bruce Naumann). Later waagden ook filmmakers (Jean-Luc Godard, Michelangelo Antonioni) en ook kunstenaars uit andere disciplines zich aan dat elektronische beeld. De videocamera, *player* en compacte videocassette kwamen vervolgens op de consumentenmarkt en vervingen de 8mm. De consument kon nu niet alleen zijn eigen film of televisie maken maar kon ook films in de huiskamer bekijken, wanneer het hem uitkwam. Hij kon een film huren of kopen in de videotheek. Hij nam hiermee zijn consumptie zelf in handen en kon daarnaast, net zoals met muziek, films kopiëren en doorgeven. De 'piraterij'.

De filmindustrie herpositioneerde zich en zocht naar schaalvoordelen. Voor de zaalexplotatie streefde men in de tachtiger jaren naar een grotere efficiëntie: afbouw van zaalpersoneel, compartimentering in kleinere zalen, introductie van meer dranken en versnaperingen, de verhuis van het centrum naar de stadsrand in functie van meer bouwruimte,

parkeerruimte, steeds meer blockbusters, automatisering, concentratie en monopolisering. Anderzijds trachtte de filmindustrie de bioscoopexploitatie te beschermen door een film trapsgewijs bij de consument te brengen met scherpe afspraken: eerst in de zaal, daarna in de videotheek en pas daarna op televisie. Zo werd ook meerdere keren betaald voor eenzelfde product. *Contentproviders* (film en televisie), materiaalleveranciers en verdelers vormden krachtige internationaal opererende groepen (Sony, Disney, ...).

In de jaren 1960 ontstond een nieuwe generatie makers die brak met de tradities en formats van de filmtaal en voor een nieuw elan zorgde in filmfestivals, *art-et-essai*-bioscopen en filmclubs. In de jaren 1950 en 1960 werd in de meeste Europese landen vanuit cultuur en economie, en dus niet enkel vanuit onderwijs en educatie, met een subsidiebeleid gestart.

Eind jaren 1970 werd het aanbod nog diverser: onze blik op de wereld werd verruimd, met veel meer aandacht voor films uit andere continenten. Dit werd gestimuleerd door critici als Serge Daney in *Cahiers du Cinéma* of Huub Bals met het Filmfestival van Rotterdam. In de jaren 1980 en 1990 bleef een sterke mainstream cinema bestaan, maar in de rand ervan werkten filmmakers die afweken van de geijkte genres en formats. Ze lieten zich vanuit verschillende hoeken beïnvloeden en hanteerden mengvormen tussen markt en cultuur, tussen cinema en televisie, tussen cinema en de dan nog geïsoleerde videokunst, tussen filmprojectie en installatie, en tussen film en andere disciplines. Ook nu zien we in het vertonerveld die groeiende diversifiëring terug: meer themafestivals, arthousebioscopen, film in de programma's van cultuurcentra en kunstencentra, in mediatheken, musea, in de beeldende kunst, op kunstkanalen, op televisie enz. Vandaar de vaak gehoorde stelling: *cinema is everywhere*.

De jaren 1990 en het voorbije decennium werden gekenmerkt door de opkomst en ontwikkeling van digitale media: de pc, dvd, het wereldwijde web, de convergentie van verschillende media in grotere, vaak globale concerns, een steeds grotere interactiviteit, mobiele media en de toegenomen beslissingsmacht van de consument. Het bewegend beeld is aanwezig op verschillende schermen thuis, in het stadsbeeld en op mobiele apparaten; de game-industrie is nog niet aan zijn hoogtepunt toe, en de technologie van dragers evenmin: *smartphones*, *tablets* en een steeds groter wordende hoeveelheid content die 'in the cloud' wordt gedeeld. Men voorspelt dat in 2020 90% van alle onlinecontent audiovisueel zal zijn.

We bevinden ons middenin deze evoluties en het is nog niet helemaal duidelijk hoe de audiovisuele cultuur en vertoning in deze veranderende omgeving zullen evolueren. Zo wordt de traditionele productiewaardeketen zoals we die tot voor kort kenden (scenario, regie, productie, distributie, bioscoopvertoning, televisievertoning, ...) sterk uitgedaagd. De consument beslist zelf op welk platform en wanneer hij welke content wil zien, dus de volgorde van stappen wordt steeds minder relevant en vertoningen minder exclusief. Ten tweede zijn er nieuwe vormen van productie (de millenniumgeneratie communiceert via filmpjes, makers kunnen steeds makkelijker en goedkoper werken, audiovisuele taal wordt in alle kunst disciplines gebruikt), financiering (traditionele financieringsbronnen staan onder druk, *crowdsourcing*² duikt op als een – wellicht niet de enige – nieuwe bron), distributie (online, mobiel, Video on Demand) en vertoning (de cinema is al een tijdje van zijn voetstuk gehaald als enige plek voor publieke

vertoning). Er ontstaan netwerken tussen organisaties vanuit een breder 'vizier' dan voorheen: creatieve industrieën en mediabedrijven met vertoners, festivals met televisie, e.d. Audiovisuele producties worden steeds hybrider: interactieve en/of webgebaseerde werken, en een steeds verdere integratie van het audiovisuele in andere kunsten. Op grotere schaal convergeren media volop: kranten migreren deels naar het web, het web manifesteert zich op televisietoestellen, computers, zaktelefoons.

Vandaag wordt het audiovisuele erkend als een volwaardige taal: een medium voor expressie, leren en communiceren, dat snel aan belang toeneemt. Een taal waarin de millenniumgeneratie technisch beslagen is, maar waarbij coaching voor kritische interpretatie en audiovisuele bedrevenheid die verder gaat dan filmpjes maken met de mobiele telefoon, essentieel zijn. Over heel Europa zijn overheden bezig met het organiseren en vernieuwen van mediageletterdheid.

HISTORIEK VAN HET VLAAMSE AUDIOVISUELE BELEID

Ook in de geschiedenis van het audiovisuele beleid komen diezelfde diverse waarden terug vertaald in verschillende beleidsdomeinen zoals economie, cultuur, media en onderwijs. De geschiedenis toont het proces van uitkristalliseren van beleidsdoelstellingen en hoe gezocht wordt naar evenwicht, afstemming en synergie, op weg naar een integraal beleid.

Terugblik op 50 jaar Vlaams filmbeleid³

Zoals gezegd, film is relatief jong (1894) en de interesse van overheidswege is er vrij laat gekomen, ongeveer 50 jaar na de uitvinding van het medium. Daar zijn verschillende redenen voor. Om te beginnen de jeugdige leeftijd en daarnaast ook de onduidelijke culturele status van het medium. Dat probleem heeft film gemeen met nagenoeg alle jonge, populaire genres: met de populaire muziek, met de strip, en vandaag ook met de multimediamereld, de video- en computergames. Al deze jonge media staan met een of twee benen in de wereld van de massamedia en de ontspanningsindustrie en worden geacht te functioneren volgens de logica van de markt. In die zin lijkt de overheid er zich niet meteen over te moeten bekommeren. Natuurlijk lokt de film niet alleen de handelaar, maar ook de kunstenaar en in dat laatste geval blijkt de draagkracht van de markt niet toereikend om een duur medium als film levensvatbaar te maken. Op dat moment stelt zich de vraag of en op welke manier de overheid een rol moet spelen om de mechanismen van de markt te corrigeren.

De zaken zijn echter niet zo eenvoudig als ze nu worden voorgesteld: film is doorgaans een mengvorm van culturele en commerciële ambities. Bovendien is film een dermate geldverslindend medium dat ook commerciële projecten er zelden in slagen rendabel te zijn. In een klein taal- en cultuurgebied is het nagenoeg onmogelijk winst te maken met film. Het is ermee gesteld zoals met het openbaar vervoer: de investeringen zijn zo groot dat film alleen in uitzonderlijke omstandigheden een rendabele onderneming wordt. In een krachtige filmindustrie, die aansluit op een groot taal- en (dus) afzetgebied is die mogelijkheid er principieel wel, maar in Vlaanderen en in de meeste landen en regio's ter wereld komt het de facto weinig voor.

Tegenover de commerciële en culturele aspiraties van filmmakers heeft de overheid in de loop van de jaren verschillende houdingen aangenomen en verschillende accenten gelegd. Doorgaans werd het beleid gekenmerkt door een aanzienlijke traagheid en terughoudendheid, allicht geïnspireerd door de bescheiden uitstraling van de lokale cinema op internationaal vlak. Is die interesse van het beleid voor film aan de lauwe kant, heel anders verging het de televisie, die in het begin van de jaren 1950 haar intrede deed in België. Voor televisieprogramma's gold het als een evidentie dat publieke gelden ter beschikking werden gesteld. Meer nog: de overheid eigende zich er meteen een monopolie op toe.

Vanaf 1952: economische steun

Interesse van overheidswege is er vrij laat gekomen. Pas in 1952, met het Koninklijk Besluit van 14 november 'betreffende de hulpverlening aan de Belgische filmnijverheid' van minister van Economische Zaken Jean Duvieusart, werd een begin gemaakt met een vorm van financiële steun aan de Belgische film. De maatregel gold voor elke als 'Belgisch' erkende film, los van de overweging of het om culturele of niet-culturele film ging. De premie, die bekend raakte onder de vreemde benaming 'detaxatie' is vandaag nog altijd in voege voor de langspeelfilm. De logica van die premie is dat de overheid de producent een bedrag schenkt dat van grootte overeenkomt met de 'vermakelijkheidsbelasting' die op de verkoop van filmtickets wordt geheven (vandaar 'detaxatie'). Voor een langspeelfilm bedroeg de premie oorspronkelijk 75% van de vermakelijkheidsbelasting op de vertoning waarvan de langspeelfilm een onderdeel was. 'Korte films' in datzelfde programma kregen een premie van 20% en de resterende 5% was bestemd voor het 'journaal'. De premie ging dus niet naar de bioscopeigenaar, maar naar de producent, om hem daarmee in staat te stellen nieuwe producties op te starten.

Met de jaren werd nogal wat aan het mechanisme gesleuteld, zonder het evenwel overboord te gooien. De percentages werden later berekend op de totale zaalontvangsten in plaats van op de vermakelijkheidsbelasting en er werden algauw bepalingen ingebouwd (al in 1957 via het KB van 25 juli 'betreffende de hulpverlening aan de Belgische filmnijverheid' van minister van Economische Zaken Jean Rey) die garanties moesten bieden voor de kwaliteit van filmproducties. Bleek namelijk dat nogal wat producenten van korte films erin bedreven waren om via goedkoop ineengeknutselde producten makkelijk geld te verdienen aan de steunmaatregel. Vooral wanneer producent en bioscoopexploitant het goed met elkaar konden vinden, eventueel zelfs dezelfde hoed droegen, kon een korte film, geprojecteerd bij een succesvolle buitenlandse hoofdfilm, aardig wat inkomsten opleveren. Pas in 1994 werd definitief een einde gemaakt aan de misbruiken: de detaxatie voor de kortfilm werd afgeschaft. Tegelijk werd daarmee voor de welmenende kortfilmer een belangrijke levensader afgesneden. Voor de langspeelfilm daarentegen blijft het principe in voege tot vandaag. De jongste jaren bedraagt de 'automatische steun' (ook nog 'premie op basis van bruto opbrengsten' genoemd) 25% van de inkomsten van de zaalvertoning. Hoe meer tickets verkocht worden, hoe hoger dus de premie. Succesvolle films worden beloond in dit systeem. De zogeheten moeilijke film – de film met culturele ambities die slechts een beperkt publiek naar de zaal trekt – heeft weinig baat bij deze steunmaatregel. Belangrijk onderscheid met andere, latere vormen van steunverlening is dat de



Cinema Nova, Brussel (© Bart Van der Moeren)

detaxatie *alle* films ten goede komt, culturele en commerciële. Vermits de premie is gebaseerd op de inkomsten aan de kassa, wordt de steun vanzelfsprekend uitbetaald na de bioscooprelease en niet ervoor. Het is dus geen zuivere productiesteun.

Vanaf 1964: culturele steun

In 1964 krijgt Vlaanderen onder CVP-minister Renaat Van Elslande een eerste culturele steunpolitiek voor film. Van Elslande liet zich aanvankelijk inspireren door het Nederlandse voorbeeld, waar sinds 1956 een echt filmproductiefonds bestond. De idee van een onafhankelijk opererend productiefonds bleek op dat moment politiek niet haalbaar, maar het droombeeld zou tot aan de eeuwwende door de Vlaamse beleidsteksten blijven spoken. Een Vlaams filmfonds is er dus niet gekomen in 1964, maar met het Koninklijk Besluit van 10 november 'ter bevordering van de Nederlandstalige filmcultuur' creëerde Van Elslande een instrument dat meer dan dertig jaar lang het filmbeleid in Vlaanderen zou bepalen. Van de gesubsidieerde film werd een uitgesproken culturele ambitie verwacht. Volgens de richtlijnen van het KB zou een 'selectiecommissie voor Nederlandstalige culturele films' worden opgericht, die de minister advies geeft over de projecten die hij dient te ondersteunen. De politiek, in casu de minister, beslist dus over de cultuur, maar de selectiecommissie speelt een doorslaggevende rol in het tot stand komen van die beslissing. Het concept van de filmcommissie zal pas verdwijnen eind 2002, bij het in werking treden van het Vlaams Audiovisueel Fonds, het VAF. De eerste commissie bestond uit volgende leden: Joz. Van Liempt (voorzitter), Jos Burvenich, Frits Danckaert, René de Borger, Paul de Vree, Frans Dupont, Ivo Nelissen en André Vandenbunder.

Tweede belangrijk element in het KB was dat de minister zich voor zijn beleid zou laten adviseren door een 'Hoge Raad voor Nederlandstalige Filmcultuur' waarin specialisten uit de betrokken sectoren en uit de audiovisuele wereld zouden zetelen. In tegenstelling tot de selectiecommissie die rechtstreeks betrokken is bij de uitvoering van het beleid, moet de Hoge Raad een rol spelen bij het vormgeven van het beleid zelf, meer bepaald op het vlak van productie, distributie, filmtijdschriften, filmscholen, enz. De eerste Hoge Raad wordt voorgezeten voor Tony Hermans met als ondervoorzitters Nic Bal en Roland Verhavert. Onder de leden volgende namen, zorgvuldig uitgepikt uit die sectoren die vermeld worden in het KB: Georges D. Heylen (exploitatie); André Vandenbunder (pers- en communicatiewetenschappen); Maria Rosseels, J. de Gendt, Karel Simons, Jean-Pierre Wauters (filmkritiek); Jozef Coolsaet, D. Waterschoot (film-dienst BRT); J.J.L. Van Overloop (Belgisch instituut voor voorlichting en documentatie); Ivo Michiels, Emile Degelin (filmauteurs); J. Pauwels (ministerie van Buitenlandse Zaken en Buitenlandse Handel); Walter Debrock, Paul Rock (ministerie van Nationale Opvoeding en Cultuur); Jules Anthonissen (secretaris). Ten gevolge van allerlei interne problemen valt de Hoge Raad vanaf 1972 weg. Hij wordt nooit opnieuw geïnstalleerd. Die mislukking is medeverantwoordelijk voor een van de meest gehoorde verwijten aan het adres van de Vlaamse filmpolitiek, namelijk dat er geen beleid is. Het beleidsinitiatief wordt vanaf 1972 geheel overgelaten aan minister en kabinet, waardoor het nauwelijks aan een visie op langere termijn toekomt. Externe politieke factoren, zoals het hoge ritme van de regeringswisselingen in de jaren 1970 maakt het voeren van een coherent beleid er ook niet eenvoudiger op.

Ander vaak gehoord punt van kritiek betreft de lange en omslachtige administratieve weg die dossiers moeten doorworstelen om in aanmerking te komen voor ondersteuning. Na het advies van de selectiecommissie neemt de minister een besluit, waarmee hij al dan niet ingaat op de aanbevelingen van de commissie. Van daar vertrekt het dossier naar een veelheid van departementen, vooraleer de toegezegde steun ook daadwerkelijk wordt uitgekeerd aan de producent. Wanneer het dossier onderweg in het parcours om welke reden dan ook afgeremd wordt, kan de procedure een hele tijd aanslepen. Elke regeringswissel of -crisis veroorzaakt bijkomende vertragingen. Vooral wanneer een producent een coproductie met verschillende andere productiepartners wil opzetten, bijvoorbeeld met het Nederlandse productiefonds (waar het KB van 1964 op aandringt), is dit neveneffect bijzonder hinderlijk. Op de Vlamingen moet men altijd wachten.

In 1964 wordt ter ondersteuning van de Vlaamse film 50 000 euro (2 miljoen BEF) voorzien, het bedrag wordt hetzelfde jaar nog opgetrokken tot 100 000 euro (4 miljoen BEF). *Y Mañana* van Emile Degelin, afgewerkt in 1965, is officieel de eerste film in de geschiedenis van de Vlaamse gesubsidieerde film.

Achteraf hebben een aantal waarnemers en betrokkenen, onder wie Joz. Van Liempt, zich de vraag gesteld of het KB van 1964 niet overhaast tot stand is gekomen. Er waren namelijk tussen november 1963 en mei 1964 gesprekken aan de gang over de oprichting van een parastataal 'Belgisch' filminstituut, gebaseerd op de bevindingen van een studie van ULB-vorser Jean-Claude Batz. In de voorbereidende documenten daarrond werd gesproken van een budget van 12,5 miljoen euro (500 miljoen BEF) voor een periode van vijf jaar. De politieke consensus over dat bedrag was nagevoelbaar. Alleen was men er bij de Vlaamse gesprekspartners (waaronder Joz. Van Liempt) niet gerust in dat de Vlaamse belangen voldoende aan bod zouden komen. En zo werd het nationale project in de geest van het toenmalige streven naar culturele autonomie abrupt afgebroken. Via het KB van 1964 waren die Vlaamse belangen wel gegarandeerd, alleen bleek de financiële basis erg bescheiden in vergelijking met het voorgestelde budget in het ontwerp van Jean-Claude Batz.

De eerste filmselectiecommissie blijft in het zadel tot 1978. Op 13 september van hetzelfde jaar treedt een nieuwe selectiecommissie aan. De toenmalige CVP-minister Rika De Backer beloofde een nieuwe Hoge Raad, maar met de val van de regering Tindemans verdween het voornemen voorgoed van de tafel. Intussen blijft het filmbudget in stijgende lijn evolueren. Ook het aantal filmprojecten dat wordt gerealiseerd, zal geleidelijk aan toenemen. In sommige jaren, zoals blijkt uit onderstaande tabel, vertonen de cijfers een plotse duik naar beneden. Dat heeft doorgaans te maken met projecten die de eindstreep niet halen omdat hun financiering niet rond geraakt. De overheid subsidieert namelijk niet het hele budget, maar slechts een gedeelte ervan (vroeger doorgaans 60%). In sommige periodes, zoals de jaren 1980 wanneer liberale ministers het departement cultuur beheren, wordt van de producent een veel grotere eigen inbreng verwacht, wat nogal wat projecten in moeilijkheden brengt, en waardoor het jaarbudget voorzien voor filmproductie vaak maar gedeeltelijk kan worden besteed. De bedragen hieronder zijn geen zuivere subsidies, maar wel *productievoorschotten*. In de praktijk raken echter heel weinig films uit de kosten, waardoor de voorschotten de facto de status krijgen van zuivere financiële steun.

Jaar	Filmbudget euro	Filmbudget BEF	Films*	Ministers
1965	99 157	4 000 000	1	Renaat Van Elslande
1966	185 920	7 500 000	4	
1967	123 947	5 000 000	2	
1968	185 920	7 500 000	2	Frans Van Mechelen
1969	371 840	15 000 000	3	
1970	495 787	20 000 000	2	
1971	495 787	20 000 000	3	
1972	594 944	24 000 000	3	
1973	635 837	25 649 612	5	Jos Chabert
1974	713 925	28 799 650	4	Rika De Backer
1975	420 216	16 951 487	1	
1976	1 204 057	48 571 531	2	
1977	1 205 146	48 615 484	4	
1978	1 192 566	48 108 005	5	
1979	1 020 129	41 151 898	2	
1980	1 354 843	54 654 220	4	
1981	985 717	39 763 736	2	Karel Poma
1982	1 331 188	53 700 000	5	
1983	2 119 490	85 500 000	1	
1984	2 087 263	84 200 000	6	
1985	2 119 490	85 500 000	3	Patrick Dewael
1986	1 375 809	55 500 000	8	
1987	2 578 093	104 000 000	6	
1988	2 776 407	112 000 000	5	
1989	2 776 407	112 000 000	5	
1990	2 776 407	112 000 000	6	
1991	2 912 749	117 500 000	9	
1992	2 912 749	117 500 000	5	Hugo Weckx
1993	3 113 543	125 600 000	7	
1994	7 568 787	305 324 093	11	
1995	7 340 473	296 113 964	8	Eric Van Rompuy (Media)
1996	5 283 010	213 116 075	4	
1997	7 427 127	299 609 560	11	
1998	7 523 039	303 478 643	8	
1999	9 956 042	401 625 745	17	Dirk Van Mechelen (Media)
2000	10 195 281	411 276 616	8	Bert Anciaux
2001	10 407 541	419 839 175	11	

Cijfers: Ministerie Vlaamse Gemeenschap

* Films: langspeelfilms, waaronder ook coproducties met andere landen

1994-2002: een halfslachtig fonds

Het culturele steunmechanisme dat door het KB van 1964 in werking wordt gesteld, blijft in grote mate intact na de staatshervormingen van 1970 en 1980. Delen ervan zelfs tot in 2002. Met de staatshervorming van 1989 komen de middelen van het federale ministerie van Economische Zaken bij de gemeenschappen terecht, maar aan het principe van de tweeledige steun – economische steun (de oude detaxatie) van het ministerie van Economische Zaken en culturele steun van een ministerie van Cultuur – wordt niet geraakt.

Intussen blijft de politiek met de idee van het autonome productiefonds flirten. Op verschillende momenten lijkt de realisatie ervan om de hoek. Op 11 juli 1975 werd onder Rika De Backer een Staten-Generaal bijeengeroepen, waarbij een ontwerp van decreet werd opgesteld. Onder meer door onenigheid bij producenten en auteurs komt de dynamiek opnieuw tot stilstand. In 1991 sloegen Patrick Dewael, Vlaams minister van Cultuur en Norbert de Batselier, minister van Economische Zaken de handen in mekaar. De champagne stond al op tafel, maar dan viel de regering en verdwenen de plannen opnieuw in de kelder.

Twee jaar later komt er dan toch schot in de zaak, of zo lijkt het toch: 'Er wordt een Fonds "Film in Vlaanderen" opgericht', zo stelt het decreet van 29 december 1993. Het nieuwe fonds begeleidt de productie en financiert enkele festivals en losse initiatieven. In dat Fonds worden de gelden van Economische Zaken ('automatische steun') en Cultuur samengebracht. Vandaar de opvallende verhoging die de cijfers vanaf 1994 vertonen (de cijfers van voor 1994 vermelden alleen de culturele steun). Het beleid wordt weliswaar gecentraliseerd, maar de concrete werking blijft voor een groot deel bij het oude. De 'Vlaamse Audiovisuele Selectiecommissie' verschilt alleen in naam van de 'Selectiecommissie voor Nederlandstalige Culturele Films' van 1964. Ook zij heeft een louter adviserende functie: de beslissing ligt nog steeds bij de politiek. Het nieuwe Fonds Film in Vlaanderen heeft geen echte autonomie gekregen van haar geestelijke vaders. Het wordt beheerd door de Vlaamse regering. Een belangrijk incident hieromtrent vindt plaats in 1996 wanneer de Vlaamse regering uit onvrede met de film *Camping Cosmos* van Jan Bucquoy de subsidie voor de film gewoon schrappt. Het advies van de commissie wordt genegeerd. Het fonds stippelt ook geen integraal beleid uit voor productie, presentatie en omkadering. De bevoegde ministers Van Rompuy en zijn opvolger Dirk Van Mechelen hebben meer aandacht voor het mediadossier en de omroepen dan voor film. Het is immers de tijd van een snelle ontwikkeling van lokale en commerciële zenders. Het Fonds Film in Vlaanderen werd opgericht via een begrotingsdecreet zonder dat er een regerings- of parlementair debat, raadpleging van de sector of gestructureerd overleg aan voorafgegaan was. De dagelijkse werking van het Fonds wordt toevertrouwd aan de administratie 'Media', die onder het departement van Economische Zaken ressorteert en die vanaf dan de administratie (of 'afdeling') Film en Media wordt genoemd. Zo raakt de filmsector – ongewild – de voeling met het aan de gang zijnde kunsten- en cultuurdebat kwijt. De administratie Film en Media bereidt de dossiers voor en stuurt ze nadien door naar de andere departementen, die ook voordien al deel uitmaakten van het traject: financiën, begroting, cultuur, ... Het probleem van de administratieve complexiteit en de daarmee gepaard gaande traagheid, is dus geenszins uit de wereld geholpen.

Door de samenvoeging van de middelen van economie en cultuur is het beschikbare bedrag van het Fonds opgelopen tot ongeveer 8,2 miljoen euro (330 miljoen BEF). In de uitvoeringsbesluiten (23 februari 1994) bij het decreet wordt tevens de oprichting van een 'Vlaamse Audiovisuele Raad' in het vooruitzicht gesteld, een nieuwe versie van de 'Hoge Raad' die de politiek zou moeten adviseren over het te voeren audiovisuele beleid. Maar wanneer een aantal professionelen in 1994 onder het voorzitterschap van Stijn Coninx het Vlaams Film Instituut (VFI) uit de grond stampten om de belangen van de sector te behartigen, wordt de oprichting ervan onbepaald uitgesteld.

Nieuwe structuren in het vooruitzicht

Vanaf 1998 wordt de halfslachtige hervorming van 1993 opnieuw ter discussie gesteld. Blijkt immers dat het beleid *met* Fonds precies op dezelfde punten faalt waar het oude beleid *zonder* Fonds te kort schoot. De noodzaak van een onafhankelijk van de politiek opererend orgaan komt opnieuw op de agenda. Tal van ideeën die al sinds 1964 in omloop zijn, worden opnieuw onderzocht. Op 13 april 1999 vaardigt de Vlaamse regering een decreet uit 'om toe te treden tot en mee te werken aan de oprichting van de vereniging zonder winstgevend doel Vlaams Audiovisueel Fonds', een nieuw en ditmaal echt fonds. De concrete invulling ervan, zo stelt het decreet, zal worden omschreven in een beheersovereenkomst, maar die zal nog even op zich laten wachten, want intussen is het debat over het ethos van het beleid volop losgebarsten. Op een beleidsnota (2000-2004) van minister Van Mechelen (Vlaams minister van Economie, Ruimtelijke Ordening en Media; opvolger van Eric Van Rompuy, de initiatiefnemer van het decreet van 1999) volgt nogal wat ongenoegen uit de sector omdat die van weinig affiniteit getuigt met de culturele film. Van verschillende kanten wordt gepleit om film opnieuw bij Cultuur onder te brengen en niet langer bij Economische Zaken, waar het sinds 1993 met de dienst 'Media' was verzeild geraakt. Wanneer het Vlaams Audiovisueel Fonds (VAF) operationeel wordt in 2002 is het audiovisuele landschap hertekend.

Van een filmbeleid naar een audiovisueel beleid binnen Cultuur⁴

Met Bert Anciaux als nieuwe minister van Cultuur komt het beleidsdiscours in een andere toonaard terecht. Om te beginnen probeerde Bert Anciaux te werken aan een *audiovisueel* beleid, waarin niet alleen film (de klassieke pelliculefilm – speelfilm, kortfilm, documentaire, animatie enz.) maar ook nieuwe media (video, cd-rom, interactieve projecten, ...) en de (televisie) omroepen een plaats moeten hebben. Vervolgens opteerde hij ervoor een beleid te ontwikkelen dat de benadering en ondersteuning van de sector (het 'audiovisueel bedrijf en zijn economische noden') kadert in een 'culturele finaliteit' (de audiovisuele kunsten).

In 2002 wordt het Vlaams Audiovisueel Fonds opgericht (VAF). Anciaux lijkt de culturele verzuchtingen van de cineasten ernstiger te nemen. De terugkeer van film naar het departement Cultuur betekent een belangrijk signaal voor de sector. En de 'manager' die in de beleidsnota van Van Mechelen aan het hoofd zou komen van het Vlaams Audiovisueel Fonds wordt in de mond van Anciaux een 'intendant'. Voor het

overige blijven heel wat uitgangspunten overeind: het voornemen om tot een 'levendige audiovisuele industrie' te komen, om strategieën te bedenken waardoor externe financiering wordt aangetrokken.

Het Fonds kreeg bij zijn opstart van de overheid een jaarlijks bedrag van 12,5 miljoen euro, 78% daarvan gaat naar productiesteun. Aanvragen tot steun (scenario, preproductie, productie en promotie) worden niet langer door een filmcommissie behandeld maar door ad hoc aangestelde experts die hun advies geven over concrete dossiers. Aan de hand daarvan neemt de directie van het Fonds een definitieve beslissing. Het Fonds valt onder de bevoegdheid van de Vlaamse minister van Cultuur, maar de eindbeslissing over concrete dossiers ligt niet langer bij de minister. Beslissingen moeten sneller genomen kunnen worden en ook betalingen moeten op veel kortere termijn kunnen worden vrijgemaakt.

Naast de klassieke productieondersteuning heeft het VAF nog drie andere taken: vorming, promotie en onderzoek. Voor de promotieopdracht doet het VAF een beroep op Flanders Image, het internationale promotieorgaan van de Vlaamse film, dat in 1993 werd opgericht en bij het opstarten van het VAF opgaat binnen de nieuwe structuur.

Het thema van de fameuze 'tax-shelter', die investeringen in de audiovisuele industrie onder bepaalde voorwaarden fiscaal aftrekbaar maakt, komt opnieuw op de politieke agenda en treedt in werking in 2003. Een ander belangrijk thema is de relatie met de openbare omroep en omroepen in het algemeen en de oprichting van een economisch fonds naar model van Wallimage.

Het besef groeide dat een audiovisueel beleid zich niet exclusief mag toeleggen op de audiovisuele productie. Er moet ook aandacht geschonken worden aan de ontwikkeling en bevordering van een algemene audiovisuele cultuur in Vlaanderen door middel van een vertoningbeleid, aan audiovisuele educatie en aan een volwaardige integratie van het audiovisuele erfgoed in een algemeen erfgoedbeleid. Het is de bedoeling om in Vlaanderen een klimaat te scheppen waarin de audiovisuele sector beter kan gedijen.

De Minister van Cultuur blijft rechtstreeks bevoegd voor het beleid inzake educatie, presentatie en erfgoed in het audiovisuele veld. De uitvoering van dit beleid blijft tot en met 2005 in handen van de Administratie Media en Film.

Met het oog op het in werking treden van het Kunstendecreet (januari 2006) werd een voorlopige reglementering uitgewerkt voor culturele initiatieven in het audiovisuele veld. Dat zijn initiatieven die de audiovisuele kunsten in culturele zin bij het publiek bevorderen, zoals de film- en mediafestivals, de filmverenigingen, de documentatiecentra, permanente vertoners (zoals filmclubs en circuits, filmhuizen, bioscopen enz.) en de tijdschriften.

Deze voorlopige reglementering volgde de hoofdprincipes van het ondertussen goedgekeurde Kunstendecreet dat dirigisme wil vermijden: de overheid staat open voor alle mogelijke initiatieven, zolang die inhoudelijk en structureel onderbouwd zijn, een publiekswerking kunnen aantonen, een resultaatsverbintenis en zo mogelijk samenwerkingsverbanden aangaan.

Een uitgeschreven reglement waarin een aantal definities werden meegegeven, criteria gesuggereerd en procedures en voorwaarden uiteengezet, was nieuw voor de audiovisuele initiatieven. De oprichting van een beoordelingscommissie die samen met de Administratie advies moest uitbrengen bij de minister al evenzeer.

Deze voorlopige reglementering werd aangepast en ging over in de uitvoeringsbesluiten van het Kunstendecreet, dat als belangrijkste vernieuwing de mogelijkheid van vierjarige structurele subsidie opent en duidelijk onderscheid maakt tussen projectmatige en structurele werking.

Naast het afbakenen van de beleidsbevoegdheden voor het Vlaams Audiovisueel Fonds en de voorlopige regeling voor steun aan audiovisuele initiatieven werd ook een steunpunt naar het model van het Vlaams Theaterinstituut, het Muziekcentrum Vlaanderen, het Initiatief Beeldende Kunsten en het Vlaams Architectuur Instituut opgericht. Medio 2002 werd het Initiatief Audiovisuele Kunsten (IAK) opgericht voor de uitbouw van een steunpuntwerking voor het audiovisuele veld. In 2007 zal het samen met IBK opgaan in het steunpunt voor beeldende, audiovisuele en mediakunst (BAM). Het steunpunt krijgt de taak om dit audiovisuele veld van vertoning, omkadering, educatie en erfgoed te begeleiden in het proces van professionalisering en veldopbouw.

Minister Anciaux stelt in zijn beleidsnota 2004-2009: "Vanaf 1 januari 2006 treedt ook op het terrein van de audiovisuele kunsten het Kunstendecreet in voege. (...) Op enkele uitzonderingen na is de sector van de audiovisuele kunsten traditioneel immers sterk ondergesubsidieerd. Een inhaalbeweging, parallel met het beleid ten aanzien van de beeldende kunsten, dient zich aan. Hier moet het steunpunt IAK zijn rol spelen. Dat moet enerzijds de noden van de sector in kaart brengen en die, samen met de administratie, omzetten in voorstellen. Anderzijds moet het IAK ook zorgen voor begeleiding van de sector, wat moet leiden tot een verdere professionalisering en het maximaal benutten van de beschikbare ondersteuningsvormen op de diverse niveaus."

In de blauwdruk van deze nieuwe structuren lijkt het beleid tegemoet te komen aan een aantal bezwaren uit het verleden.

Daarnaast nopen volgende thema's tot verdere beleidsontwikkeling: de nood aan dialoog met het departement onderwijs voor de ontwikkeling van audiovisueel onderwijs, het stimuleren van een betere spreiding van het audiovisuele aanbod (zowel inhoudelijk als geografisch), de bezinning over de rol van de openbare omroep in de Vlaamse audiovisuele productie en haar plaats in een audiovisueel vertoning-landschap, de rol die cultuur- en gemeenschapscentra moeten/kunnen spelen in een betere en meer gediversifieerde spreiding van het audiovisuele aanbod, de rol van de openbare bibliotheken en hoe zij hun audiovisueel aanbod kunnen/moeten uitbouwen en verbeteren, de zorg voor het audiovisuele erfgoed en de digitale ontsluiting ervan en ten slotte hoe het audiovisueel cultuurbeleid ook maatregelen kan/moet nemen ter ondersteuning van de cultureel geïnspireerde profitsector (de arthousebioscopen en distributeurs). Het heeft immers geen zin dat gemeenschapsgelden geïnvesteerd worden in audiovisuele creaties als de gemeenschap deze creaties na afwerking niet kan zien en er niets over te weten komt. Dat geldt niet alleen voor bepaalde categorieën van bioscoopfilms en kortfilms, maar zeker voor die creaties die niet voor de klassieke bioscoop bestemd zijn: de experimentele film, de videocreatie, de media-kunsten, nieuwe-mediacreaties.

Met dank aan Erik Martens en Walter Provo.

- 1 De auteurs van dit hoofdstuk zijn Dirk De Wit en Ann Overbergh.
- 2 *Crowdsourcing* is het fenomeen waarbij makers of initiatiefnemers van uiteenlopende projecten zich beroepen op input van verschillende mensen, meestal grote groepen (*crowds*). Die input kan kennis of informatie zijn, financiële bijdragen, of zelfs creatieve bijdragen aan iets wat online wordt gemaakt. Heel vaak gebeurt dit online via web 2.0-platforms. Een gekend voorbeeld is *crowdfunding*: via kleine individuele bijdragen haalt men een stuk van de financiering op voor, bijvoorbeeld, een filmproject of de opname van een muziekalbum.
- 3 Deze tekst is gebaseerd op de bijdrage van Erik Martens voor *Wegwijs Cultuur*, DILLEMANS, Roger en SCHRAMME, Annick, Davidsfonds, 2005.
- 4 Deze tekst is gebaseerd op een bijdrage van Walter Provo, verschenen in *Wegwijs Cultuur*, DILLEMANS, Roger & SCHRAMME, Annick, Davidsfonds, 2005.

BESLUIT

“Finding new audiences must be a priority and that begins with understanding that there is no such thing as a passive audience any more, even if individuals do no more than choose when and where to watch content. (...) There is one overwhelming reason for film to take new forms of audience engagement seriously, and that is that we have to win time. Our main competition is not necessarily other films or other forms of media exploitation of work, but against a host of alternative forms of diversion and other pressures on the lives of audiences – reduced household expenditure, expanding working hours, the weather, etc. Winning the active audience means understanding how they think and behave.”¹

Naarmate maatschappij, technologie, conjunctuur en het consumentengedrag veranderen, staan cultuurindustrieën voor lastige vragen. Ook audiovisuele vertoners worden niet gespaard. Is er nog wel een publiek voor cinema? Is straks niet alles te downloaden en thuis te bekijken, goedkoper dan een bioscoopticket of zelfs gratis?

Maar zulke hevige transformaties zijn niets nieuws. Met de komst van de televisie verwachtte men dat de bioscoop zou verdwijnen, en de videocassette leek het voortbestaan van zowel televisie als cinema te bedreigen. Uiteindelijk is niets verdwenen, en zijn enkel de rollen herverdeeld. In de muzieksector zijn labels door piraterij gedwongen om hun businessmodellen en prijszetting te herzien, legale downloads aan te bieden, in verschillende soorten extra's te voorzien voor uiteenlopende publieken. Ze hebben de idee van gecontroleerde schaarste moeten laten varen; heel veel muziek is immers gratis online te vinden. Men heeft moeten aanvaarden dat het louter beschikbaar maken van content niet langer voldoende was voor een betalende consument, dat er voorbij de opname zelf moest worden gezocht: exclusieve uitgaven, 'picture discs' of gekleurd vinyl, speciale platenhoezen, limited editions, merchandise. Ondertussen bleef het livegebeuren rond muziek floreren. De muzieksector is nog steeds bezig met een zoektocht naar nieuwe rolverdelingen, inkomstenstromen en financiële modellen.

Iets vergelijkbaars zien we met de vertonersector gebeuren. Verschillende organisaties staan onder druk om hun publiek te behouden, sommige zien zich in hun voortbestaan bedreigd. In zulke omstandigheden valt het zwaar om voorbij tegenvallende cijfers of lastige concurrentie te kijken en zichzelf te herdefiniëren in relatie tot een veranderend landschap. Bovendien is er in Vlaanderen nooit een sterke integrale visie geweest op de audiovisuele vertonersector, noch bij het beleid, noch bij de versnipperde sector zelf.

Toch liggen er belangrijke kansen voor het grijpen. Ook nu zullen cinema en audiovisuele cultuur niet verdwijnen, ze zijn enkel aan vernieuwing toe: niet enkel technologisch en infrastructureel, maar ook op zakelijk en inhoudelijk vlak. Er moet 'voorbij de vertoning' worden gekeken, net zoals de muziekindustrie 'voorbij het album' is gegaan. Daarbij hebben we het voordeel dat de audiovisuele taal steeds belangrijker wordt in de maatschappij, en dat audiovisuele geletterdheid en educatie hoog op de beleidsagenda staan. Ook de publieksinteresse in film en audiovisuele cultuur taant niet; hooguit komen er andere uitingen, nieuwe belevingen bij. Dankzij nieuwe technologieën heeft de hedendaagse liefhebber alles ter zijner beschikking, tot de meest kleine, obscure werken die aan zijn allerindividueelste smaak beantwoorden. De alomtegenwoordigheid van het bewegende beeld (kwantiteit) stuwt bij een groeiende groep mensen de zin in verdieping en betrokkenheid. *Cinephilia Take Two* slaat op het hernieuwde 'fan cult'-karakter van de liefde voor film. Mensen volgen, verzamelen, bespreken en celebreren audiovisueel werk, niet enkel thuis maar ook op festivals en tijdens filmreeksen, op onlineplatforms en sociale netwerken.² Sommigen weten goed wat ze zoeken, anderen hebben gidsen nodig in dat overweldigende aanbod.

Wie de moeite neemt om inclusief te kijken naar het Vlaams audiovisueel veld van vertoning en distributie treft een verrassend bedrijvige, uitgebreide, veelzijdige en gepassioneerde sector aan. Die wordt bevolkt door organisaties met heel uiteenlopende schaal, missies en werkmodellen, die elkaar soms goed, soms minder goed en soms nog helemaal niet kennen. Zeker waar ze eenzelfde publiek willen bedienen, en nog meer wanneer ze ongesubsidieerd werken, zijn die organisaties concurrenten van elkaar. Maar evengoed zien we een grote complementariteit en kansen voor wederzijdse versterking.

De aandacht voor audiovisuele cultuur is in de eerste plaats een zaak van culturele bioscopen, kunstcentra, cultuurcentra, festivals en musea. Binnen deze groep werken sommige spelers meer publieksgericht dan andere, en hebben sommige een scherper cultureel of artistiek profiel. Maar allemaal hebben ze een doelpubliek dat ze trachten te bereiken door de drempel naar hun aanbod te verlagen. Ook profitvertoners dragen hun steentje bij tot het publieksdraagvlak voor film, zowel met (overwegend) publieksfilms als met films met een culturele waarde: publieksgerichte arthouse en/of doelgroepspecifiek product, bijvoorbeeld klassiekers. Men doet er alles aan 'om mensen terug naar de cinema te halen', om de missie van Kinopolis te parafaseren, en ook het marktonderzoek van ketens past daarin. Veel onafhankelijke profitcinema's kunnen vergeleken worden met de Franse *cinémas de proximité*: nabijheid en persoonlijk contact. Men mag dus niet de fout maken vertoners aan weerszijden van een bipolaire as te plaatsen: 'publieksgericht en commercieel' dan wel 'auteursgericht en artistiek'. Die tweedeling is in werkelijkheid een continuüm, dat evengoed geldt voor verdelers. Uiteraard bestaan tussen al deze groepen spelers spanningen, en hebben ze sterk verschillende missies en waarden. Maar op die manier beschouwd zijn er ook raakvlakken.



Film Festival Under the Stars, Edinburgh ((cc) Chattirigiri)

Het succes van de filmclubwerking in sommige cultuurcentra en cinema's illustreert dat de publieksinteresse voor culturele film niet aan het verdwijnen is, zoals soms wordt gesuggereerd. Wel is de samenleving veranderd: de uitdaging is vandaag de dag niet langer om films te programmeren die mensen anders niet te zien krijgen. Met dvd en VoD wordt die beschikbaarheid steeds groter. De meerwaarde van een programmator ligt vandaag meer in een zorgvuldige selectie – de gidsfunctie waarover we het hoger hadden, vaak aangevuld met een vaste (wekelijkse, maandelijkse) afspraak die mensen structuur biedt, zonder ook het sociale aspect, de ontmoeting uit het oog te verliezen.

Al enige jaren spreekt men over de belevingseconomie en de opkomst en het belang van het eventuele in cultuur. Die trend, weerspiegeld in het succes van livemuziek, zet zich onveranderd voort in de vertonersector. Met een boutade: een festival, gesprek, ontmoeting met een cast of eender welke omkaderende beleving kan je niet downloaden. Sommigen zien die trend als een knieval voor commerce, toeters en bellen rond de kern van de zaak. Wij denken dat filmvertoning steeds op twee benen heeft moeten steunen, een inhoudelijke en een publieksvriendelijke, of nog: cinema is een cultuurindustrie. Events kunnen enorm veel vormen aannemen: makkelijk en 'fun' (*ladies' nights*), smaakvol en creatief (festivals, thema-avonden), inhoudelijk verdiepend (nagesprekken, lezingen) en/of doelgroepspecifiek (peutervriendelijke voorstellingen, specials voor senioren, 'roze' festivals). Vertoners kunnen zulke events zelf organiseren maar treden ook vaak als gastheer op voor externe organisatoren.

Misschien werkt het niet-structurele karakter van een filmclubwerking of het eenmalige van events rond film extra motiverend voor een publiek. Verschillende 'gewone' cinema's wensen hierrond te experimenteren: moet een film echt alle voorstellingen krijgen? Is het voor sommige films niet beter om enkel tijdens weekavonden of slechts wekelijks over een langere tijd gespreid te worden vertoond? Jammer genoeg is het moeilijk om verdelers warm te maken voor zulke experimenten. Zij moeten hun kopieën zo efficiënt mogelijk uitzetten en wekelijkse vertoningen lijken daar niet toe bij te dragen. Naarmate de digitalisering binnen de sector zich doorzet en films dus bij cinema's op een server kunnen worden bijgehouden, kan hier misschien verandering in komen, maar daarvoor zullen *goodwill* en bereidheid tot experiment nodig zijn.

Nog een duidelijke trend is diversificatie. Die kan vele vormen aannemen. Inhoudelijk wordt steeds meer gekozen voor een mix van films en formats, zowel in de programmering van vertoners als in de portfolio van verdelers. Cinema's blijven alle mogelijkheden van alternatieve content en 3D onderzoeken. Arthouse- en culturele bioscopen vertonen ook documentaires, films van kunstenaars en experimenteel werk. Voor hun afzet werken verdelers steeds meer met verschillende kanalen: steeds minder enkel *theatrical*, steeds meer ook dvd, BluRay, VoD, televisie en partnerships met media. Wat inkomstenstromen betreft, zien we een mix: recette blijft belangrijk, maar consumptie binnen de cinema neemt in belang toe. Wie er de geschikte infrastructuur voor heeft doet aan zaalverhuur en B2B, organiseert conferenties, enz. Grotere groepen die het goed doen blijken vaak vertoning en verdeling te combineren, en kunnen zo ook aan risicospreiding doen.

Inhoudelijke diversificatie en een meer evenementiële werking hebben een groot potentieel maar vereisen soms *trial and error* en, zeker op korte termijn, een verlies aan efficiëntie. Nieuwe werkmodellen vereisen meestal nieuwe en nog te ontwikkelen *skills*. In zijn rapport over kansen voor de creatieve industrieën pleit de Europese Commissie³ voor een betere afstemming tussen deze industrieën en onderwijsinstellingen, opdat deze laatste rekening kunnen houden met de *skills* die de sector nodig heeft. Bijvoorbeeld wat publiekswerking betreft: cinema's moeten mee in de evoluties in en voorbij web 2.0 en mobiele media. En ze moeten nog doelgroepspecifieker gaan redeneren. Voor kleinere spelers is dit bij gebrek aan personeel en middelen een heel moeilijke opdracht. Voor arthouse-exploitanten komen hier de uitdagingen van digitalisering van de projectietechnologie bij, en in sommige gevallen de modernisering van hun infrastructuur meer algemeen. Met name voor kleine en middelgrote spelers zien we twee mogelijke en onderling complementaire oplossingen: meer partnerships en nieuwe businessmodellen. De recepten voor eigentijdse filmvertoning zijn min of meer gekend maar de businessmodellen blijven onduidelijk. Dat is niet verwonderlijk als we zien hoe lang de muziekindustrie hierover doet.

Diversificatie en evenementwerking vereisen een nieuwe blik op financieel management. Met name kleinere profitvertoners die zich specialiseren in culturele film – de arthousebioscopen – zullen hun financiële stabiliteit moeten halen uit een nog diversere mix van inkomstenstromen. Hun belangenvereniging VAC pleit voor de subsidiëring van hun werking. Men ziet dat die ondersteuning in andere landen sinds jaar en dag bestaat en samen met fondsen voor infrastructurele modernisering is ingebed in een beleidsvisie op vertoning. Over veel ondersteuning hoeft het niet te gaan. Een kleine financiële marge kan mogelijkheden voor extra eigen inkomsten creëren: een sterkere werking moet leiden tot meer publiek en dus meer recette en horecaconsumpties; een verbeterde infrastructuur opent deuren voor meer zaalverhuur, conferenties en samenwerking met verenigingen en scholen. Als ze erin slagen zich te digitaliseren kunnen arthouse-exploitanten ook zoeken naar meer sponsorinkomsten, misschien zelfs de vruchten plukken van 3D. Het recent uitgekomen *Pina* van Wim Wenders is een arthouseprent in 3D maar onze arthouse-exploitanten kunnen de film niet vertonen.

Kortom, zoveel is er niet nodig om veel effect te kunnen sorteren. Maar tegenover beperkte ondersteuning zullen wellicht overtuigende plannen en garanties moeten staan, zakelijk zowel als inhoudelijk.

Een beleid voor de Vlaamse vertonersector hoeft niet de verantwoordelijkheid te zijn van één department. Bioscopen bieden belangrijke meerwaarden voor onderwijs en educatie, media, cultuur en economie, en dit zowel voor het lokale als in sommige gevallen voor het Vlaamse beleidsniveau. De meeste culturele bioscopen die we kennen in het buitenland werken deels met overheidssteuning, gedragen door verschillende beleidsniveaus en departementen. Uitzonderingen zijn grotere arthousegroepen die vertoning en distributie verenigen. Subsidie is ook niet de enige mogelijkheid: eenmalige grotere investeringen gekoppeld aan een intelligent exploitatiemodel kunnen tot een jaarlijkse meeropbrengst leiden die ten goede kan komen van weer andere spelers. Watershed in Bristol werkt met zo'n model: de overheid kocht het gebouw aan en de winst uit de exploitatie vloeit terug naar de creatieve sectoren in de omgeving. Spelers beslissen samen over de toewijzing van geld aan projecten en dragen zo een gedeelde verantwoordelijkheid, wat onderlinge banden versterkt en samenwerking stimuleert.

Samenwerken is niet makkelijk en vergt veel compromis. Toch biedt het tal van kansen en wordt het voor sommigen zelfs noodzakelijk naarmate eigentijdse audiovisuele vertoning uiteenlopende vaardigheden vereist. Een sterke, originele, liefst unieke programmering; een wervende benadering van soms gesegmenteerde, soms brede publieksgroepen; een sterk neergezet event met de gepaste sfeer en inkleding; een gedegen inhoudelijke omkadering; een aantrekkelijke zaal en een café waar mensen na een voorstelling graag vertoeven. Doorheen deze publicatie hebben we de belangrijkste kenmerken en sterktes van de spelers in dit veld beschreven. Festivals hebben inhoudelijke expertise, vaak format- of genrespecifiek, en zijn sterke eventorganisatoren. Cultuurcentra hebben vaak een uitgebreid publieksbestand, hebben middelen voor publiekswerking ter beschikking en bieden een laagdrempelig kader. De verschillende culturele vertoners maken een selectie uit een artistiek belangwek-

kend aanbod, bieden daar omkadering rond en hebben natuurlijke banden met andere cultuurhuizen. Vele bioscopen beschikken over hoogwaardige infrastructuur en technologie, sommige ook over een sterke horecawerking. Arthousebioscopen hebben hun merksnaam, vaak een centrale ligging, en alle nodige ervaring met de vertoning van culturele film. Hoe meer verregaand culturele actoren zich organiseren in sterke lokale netwerken, hoe meer ze verschillende troeven kunnen samenbrengen.

Al vaak heeft BAM gepleit voor een integrale visie op het vertoner- en distributieveld. Maar voor zo'n doorbraak moeten eerst een aantal knelpunten worden opgelost. Vertoners zijn in de eerste plaats met hun eigen doelstellingen bezig, zeker wanneer ze het moeilijk hebben. Men zou met heel concrete zaken kunnen starten, dingen waarbij de hele sector belang heeft. Voor onze distributeurs, een beter zicht op aanvaardbare businessmodellen voor VoD-distributie. Voor onze festivals, een informatief kader voor minimum- en maximumfees voor films. Voor onze vertoners, een actualisering van de wet op huurpercentages voor films. En voor de hele sector samen, een instrument voor promotie van film in Vlaanderen: iets wat gezamenlijk wordt gedragen en georganiseerd, een brede impact kan hebben en aandacht wekt voor alle films die in Vlaanderen uitkomen. Een onlineplatform bijvoorbeeld, met een uitgebreide filmkalender en rijk contextmateriaal, maar ook met een breed verspreide gedrukte versie. De onlinependant kan misschien de link leggen naar VoD of *videostreaming* van ons Vlaams audiovisueel erfgoed. Er staat een Vlaams Instituut voor Audiovisuele Archivering in de steigers, dat opent alvast spannende perspectieven.

Is het verder mogelijk om de sectorvertegenwoordiging en belangenbehartiging in één platform te organiseren in plaats van in kleine, versnipperde en niet-representatieve organisaties? Niet elke speler heeft daar evenveel belang bij maar in Nederland, waar ook sterk verschillende spelers bestaan, is zo'n integrale bond wel mogelijk. Als die zo inclusief mogelijk kan zijn, en bijvoorbeeld ook de gesubsidieerde actoren kan betrekken, kan dit ook de plek zijn waar men tot meer afspraken en een gezamenlijke functie-afbakening tussen gesubsidieerde en profitspelers kan komen.

Er zou meer druk kunnen worden uitgeoefend op exploitanten om hun cijfers te delen. Het feit dat grote vertoners dit al lange tijd niet meer doen en dat het probleem niet opgelost raakt, is symptomatisch voor de overspannen relaties binnen de sector. Verdelers en vertoners klagen dat ze hun werk niet naar behoren kunnen uitvoeren en de cijfergegevens die ter beschikking worden gesteld van de Europese overheid zijn niet accuraat.

De verschillende openbare vertoners moeten zich opnieuw profileren en onderscheiden, hun meerwaarde vinden ten opzichte van andere platforms: VoD, dvd, *streaming* en downloads, de multiplex, het cultuurcentrum, de arthousevertoner, het festival, de onafhankelijke profitvertoner. Sleutelwoorden zijn 'ervaring' (elk van deze types vertoners kan een ervaring bieden die verschillende soorten publieken aanspreekt), 'diversificatie' (exploitatie van afgeleide rechten, de combinatie van distributie en vertoning, de verbreding van een aanbod en een sterkere profilering op basis van programmering, wat hand in hand gaat met een nieuw soort gids- of filterfunctie) en een nieuwe omgang met het publiek (een nieuwe generatie die zich expliciet online en

via communitytools beweegt en informeert). Daarnaast denken we dat het in ieders belang is als de sector zich meer als een veld weet te organiseren, met een gedeelde toekomstvisie.

BAM wil de komende jaren mee bouwen aan zo'n integraal plan. Mede door het ontbreken van een historisch gegroeid beleidskader heeft de Vlaamse vertoner- en verdelersector nogal wat euvels weg te werken. Wanneer echter die eerste kaap van concrete knelpunten genomen is, liggen tal van kansen voor het rapen. Het is nu of nooit, want we mogen niet vergeten dat vele van de verschillende actoren in het netwerk onderling afhankelijk zijn: de arthouseverdelers en -vertoners van het tweede circuit van de arthouse-exploitanten; festivals en scholen van cultuurcentra en bioscopen; en ons Vlaams productieveld van onze openbare schermen.

- 1 GUBBINS, M., *Digital Revolution: the Active Audience. A Cine-regio Report on the Future of Film Distribution*, in collaboration with Filmby Aarhus (2010), p. 20.
- 2 RUSSELL, C., *The Future of Cinophilia*, <<http://www.filmreference.com/encyclopedia/Academy-Awards-Crime-Films/Cinophilia-THE-FUTURE-OF-CINEPHILIA.html>>
- 3 'Green Paper – Unlocking the Potential of Cultural and Creative Industries' van de Europese Commissie (april 2010), p. 3.

VERKLARENDE WOORDENLIJST

2K: Standaard-beeldresolutie die de Amerikaanse *filmstudios* als standaard voor digitale cinema naar voren schuiven. Hiermee onderscheiden ze zich van het volgens hen inferieure en piraterijgevoelige geheel van e-cinema-technieken: 1.4K-1.9K, HD-projectie, BluRay of DVD-projectie, ...

Alternatieve content: Programmering die afwijkt van de reguliere filmvertoning zoals bijvoorbeeld opera in de cinema, sportevenementen, televisieseries, concerten, ...

Arthouse: Films met een overwegend artistiek karakter, meestal met een relatief beperkt budget gemaakt. Doorgaans trekken ze een kleiner, specifiek publiek dan de zogenaamde mainstream publieksfilm. Sommige films halen heel weinig betalende bezoekers, andere vullen zalen, weken aan een stuk. Sterke auteursfilms zijn vaak goed bestand tegen de tijd: ze blijven jaren-, soms decennialang in roulatie, en weten over langere tijd grote publieksgroepen te bereiken. Arthousefilms zijn doorgaans langspeelfilms die in het traditionele distributiecircuit circuleren.

B2B of business-to-business: Bioscopen stellen steeds vaker hun infrastructuur ter beschikking aan bedrijven die hun werknemers of vips een leuke avond willen bezorgen, bedrijfspresentaties of congressen willen organiseren, e.d.

Beaming/beamer: Het projecteren van digitale video- of computerbeelden/een projector voor digitale video- of computerbeelden.

Box office: Synoniem voor de maatstaven waarmee wordt gekeken hoe succesvol een filmproductie is. Afhankelijk van of een productie goed of slecht loopt kan men spreken van een 'goede *box office*' of een 'slechte *box office*'. De term is afgeleid van de Engelstalige benaming voor het loket waar kaartjes voor een film of theaterproductie worden verkocht. De *box office* van een productie kan op verschillende manieren worden vastgesteld, onder meer door te kijken naar de opbrengst van een productie of naar de hoeveelheid mensen die de productie bezoeken.

BluRay: Formaat waarmee informatie op een optische schijf wordt opgeslagen. Het formaat is met name bedoeld als digitaal opslagmedium voor speelfilms in HD (720p- of 1080p-resolutie) en is een beoogde opvolger van de dvd.

CoD of Cinema on Demand: Cinema op aanvraag. Het publiek krijgt de keuze tussen een aantal films of mensen kunnen stemmen ronselen om een film in de bioscoop te krijgen.

Crowdsourcing, -funding: Een organisatie of persoon maakt gebruik van een grote groep niet vooraf gespecificeerde individuen (professionals, vrijwilligers, geïnteresseerden) voor consultancy, innovatie, beleidsvorming en onderzoek. Dit gebeurt meestal via het internet. Crowdfunding is wanneer een organisatie of persoon gebruik maakt van een grote groep personen om een project te financieren.

Digibeta of Digital Betacam: Betacam is een analogo videoformaat, ontwikkeld en gelanceerd door Sony in 1982. Betacam wordt de facto beschouwd als de standaard in de professionele broadcastwereld. Betacam bestaat zowel in een analoge versie (Betacam en Betacam SP) als in een digitale versie (Digital Betacam, Betacam SX, Betacam IMX).

DCP of Digital Cinema Package: de standaard-drager voor 2K-formaat.

DRM of Digital Rights Management: Wordt door sommigen ook Digital Restrictions Management genoemd. Dit is een techniek om de digitale consumptie van bijvoorbeeld muziek of film te beheren en beperken in functie van de bijhorende rechten.

Eerste circuit: Het eerste of tweede vertonercircuit of ook *'first'* en *'second run'*. Dit verwijst naar het moment binnen de bioscoopcarrière van een film dat een vertoner de hand kan leggen op een kopie voor vertoning ervan. Met name voor studiofilms (blockbusters) is het belangrijk voor bioscopen dat ze die heel snel na de release, en liefst in première, kunnen vertonen. Distributeurs beslissen bij de opmaak van hun uitbrengstrategie, en later op basis van publiekscijfers, welke vertoner wanneer in aanmerking komt voor een kopie.

Feature film of **langspeelfilm:** Een film die, in tegenstelling tot een korte film, minstens drie kwartier duurt. Een avondvullende film duurt tegenwoordig gemiddeld 90 minuten.

First run: Zie 'eerste circuit'.

Flat fee: Vaste prijs. Inkomsten zijn niet afhankelijk van kijkcijfers, weersomstandigheden e.d., maar ook niet winstgevoelig.

Free TV: Gratis televisie (films, series, ...) die, meestal online, beschikbaar is.

HD-technologie of **High Definition-technologie:** Technologie die wordt ontwikkeld met de bedoeling de resolutie van het beeld alsmat te verhogen en aldus de beeldkwaliteit steeds te verbeteren.

Wholesalefestivals: Zogenaamde grote festivals waar alle vertoners, *sales agents* en distributeurs uit de hele wereld heen gaan om films van daar uit verder te verdelen en te vertonen.

Huurpercentages: Percentage van de inkomsten dat door de vertoner wordt betaald aan de distributeur voor het tonen van een film.

In-theatre sales: Retailactiviteiten of detailhandel. De verkoop van fysieke producten naast de ticketverkoop, zoals de verkoop van snacks, drankjes, posters, ...

Integratoren: Marktpartijen die als intermediaire partij tussen Amerikaanse *majors* en bioscopen de feitelijke digitale transitie begeleiden (zowel financiering, installatie als onderhoud van digitale systemen).

iPhone apps of **applicaties:** Heel erg uitgebreid en continu aangroeiend aanbod van programma's die je, meestal tegen betaling, op je iPhone kunt installeren. Deze applicaties kunnen online worden gedownload bij Apple in de zogenaamde Appstore.

Key Delivery Message of **KDM:** Een code op een USB-stick of in een e-mail die ervoor zorgt dat een film enkel op een specifieke server en/of een specifiek tijdstip kan worden afgespeeld.

Livestreaming: Rechtstreeks en onmiddellijk afspelen van media zonder dat het mediabestand eerst moet worden gedownload. Bijvoorbeeld livetelevisie en liveradio via internet, webcams, webvideo, ...

Majors: Grote, meestal Amerikaanse, *filmstudios* zoals 20th Century Fox, Paramount Pictures, Disney, ...

MG of **minimumgarantie:** De minimumgarantie is een forfaitaire som die betaald moet worden door de vertoner, onafhankelijk van het publiek dat een film haalt.

Monoscreens: Vertoners die slechts over één scherm beschikken.

Partage: Procentuele verdeling van de opbrengst.

Profitvertoner/ non-profitvertoner: Profitvertoners zijn bedrijven met een winstoogmerk, terwijl non-profitvertoners niet als doel hebben winst te maken.

Q&A of **vraaggesprek:** Wordt georganiseerd na een lezing of voorstelling om het aanwezige publiek toe te laten vragen te stellen over wat ze net gehoord of gezien hebben.

- Refertelijsten:** Geven per zaal een gemiddeld aantal bezoekers weer. Op basis van die gemiddelden wordt bepaald welke exploitant het eerst in aanmerking komt voor beschikbare filmkopieën.
- Retail en retailfestivals:** *Sales agents*, distributeurs en vertoners trekken naar de grote festivals om films in wereldpremière te zien, aan te kopen en dan verder in eigen regio te verspreiden in bioscopen of op festivals (die doorgaans op hun beurt voor hun regio ook premièrevertoningen zullen vragen).
- Revenue shares:** Percentages op de inkomsten.
- Sales agent:** Tussenpartij die mits commissie zorgt voor de verkoop en verdeling van een film.
- Screening fee:** Som die moet worden betaald aan de verdeler of maker om een film te mogen tonen op een festival.
- Second run:** Zie 'eerste circuit'
- Self-ticketing:** Zelf een ticket aankopen via het internet of aan een automatisch loket zonder tussenkomst van een kassier of kassierster.
- Tax shelter:** Een fiscale maatregel met als doel het ondersteunen van de audiovisuele sector (films e.d.). Diegenen die ingaan op de *tax shelter* krijgen daarvoor als 'beloning' een belastingvrijstelling afhankelijk van het geïnvesteerde bedrag.
- Theatrical release:** Tijdstip wanneer een film voor het eerst wordt getoond in de cinema.
- Tweede circuit:** Zie 'eerste circuit'.
- User-generated content:** Letterlijk vertaald: *door gebruikers gegenereerde inhoud*. Een inhoudelijke bijdrage van een professionele of niet-professionele gebruiker aan een onlinemedium. Dit in tegenstelling tot de traditionele manier, waar professionele mensen in dienst van een mediabedrijf de inhoud van een medium produceren. Voorbeelden van *user-generated content* zijn bijvoorbeeld foto's, video's of audio-opnames, maar ook recensies, weblogs of recepten.
- VoD of Video on Demand:** Dienst die een gebruiker toelaat om, op het moment dat hij dit wil, audiovisuele content te bekijken op zijn interactieve televisie of op zijn pc, via *streaming* of via een downloadsysteem.
- VPF of virtual print fee-akkoorden:** Contracten tussen distributeurs en vertoners waarbij distributeurs een bepaalde som geld per digitale vertoning betalen aan de vertoner die in digitale filmprojectie heeft geïnvesteerd. Meer uitleg in OVERBERGH, A., *Digitale Cinema: veranderingen, kansen en uitdagingen voor de bioscoop- en distributiesector*, Gent: BAM, 2009.
- Webisode:** Komt van web-episode. Korte online geplaatste afleveringen van een serie of gebaseerd op een film, met dezelfde personages. HBO doet dit met populaire series als *True Blood*. *Purefold* was een interactieve webisode gebaseerd op *Blade Runner*.
- Window:** De traditionele vaste periodes tussen de cinema-, dvd-, VoD, *rental* en televisierelease van films.