

PRESENTEERT:



HOLLYWOOD AAN DE WADDEN

EEN ONDERZOEK NAAR STIMULERING VAN
EEN ECO-SYSTEEM VOOR AUDIOVISUELE
PRODUCTIE IN FRYSLÂN/NOORDEN.

IN OPDRACHT VAN:

provinsje fryslân
provincie fryslân 

Hollywood aan de Wadden

Een onderzoek naar stimulering van een ecosysteem voor
audiovisuele productie in Fryslân/Noorden.

Een onderzoeksverslag voor de Provincie Fryslân,

maar ook voor alle betrokkenen, deelnemers, professionals, bedrijven,
overheden en geïnteresseerden in de audiovisuele branche van Noord-Nederland.

20 juli 2023, Leeuwarden

Een project van:
Stichting CineNord
Joris Hoebe
Arend Wouwenaar

In samenwerking met:
Paul Rutten (Paul Rutten Onderzoek), Lisette Derksen
(Derksen Denkt Door), Dimitri Lahaut (Bureau Lahaut).

Dit onderzoeksrapport met de titel "Hollywood aan de Wadden" ("het Rapport") is het intellectuele eigendom van Stichting CineNord ("de Auteur") en is gemaakt in opdracht van de provincie Fryslân ("de opdrachtgever"). Alle rechten met betrekking tot het Rapport, inclusief maar niet beperkt tot het auteursrecht, blijven eigendom van de Auteur, tenzij uitdrukkelijk anders overeengekomen met de Auteur en opdrachtgever.

Het Rapport mag niet worden gereproduceerd, verspreid, gewijzigd, of op enige andere wijze worden gebruikt of openbaar gemaakt zonder de schriftelijke toestemming van de Auteur. Eventuele verzoeken tot gebruik van het Rapport voor andere doeleinden dan de opdracht waarvoor het is gemaakt, moeten schriftelijk worden ingediend bij en goedgekeurd worden door de Auteur.

De provincie Fryslân heeft het recht om het Rapport te gebruiken voor de specifieke doeleinden waarvoor het is gemaakt, zoals aangegeven in de opdrachtverstrekking, maar mag niet gebruikt worden voor commerciële doeleinden zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de Auteur.

Alle inbreuken op het auteursrecht van het Rapport zullen worden behandeld volgens de geldende wetten en regelgeving met betrekking tot intellectueel eigendom.

Inhoud

1. De Noordelijke audiovisuele industrie in kaart

1. Inleiding

1.2 Creatieve industrie, ICT en audiovisuele sector gedefinieerd

1.2.1 Creatieve Industrie en ICT

1.2.2 Audiovisuele sector: breed en smal

1.3 Creatieve Industrie, ICT en audiovisuele bedrijvigheid in Nederland

1.3.1 Banen

1.3.2 Bedrijfsvestigingen

1.3.3 Audiovisuele sector in de economie

1.4 Audiovisuele bedrijvigheid in Noord-Nederland

1.4.1 Banen

1.4.2 Bedrijfsvestigingen

1.5 Audiovisuele sector in Fryslân, Groningen en Drenthe

1.5.1 Banen

1.5.2 Bedrijfsvestigingen

1.6 Audiovisuele bedrijvigheid in Groningen, Leeuwarden en Assen

1.6.1 Banen

1.6.2 Bedrijfsvestigingen

1.7 Provincies en hoofdsteden: specialisatie en ontwikkeling

1.7.1 Audiovisuele sector in provincies en steden

1.7.2 Podiumkunsten

1.8 Conclusies en Aanbevelingen

A. Nederland

B. Noord-Nederland

C. Groningen, Fryslân en Drenthe

D. Groningen, Leeuwarden en Assen

1.8.2 Audiovisuele sector

A. Nederland

B. Noord-Nederland

C. Provincies Groningen, Fryslân en Drenthe

D. Provinciale hoofdsteden: Groningen, Leeuwarden en Assen

1.8.3 Provincies en steden in Noord

1.8.4 Aanknopingspunten voor stimulering

Literatuur

1. De Filmsector door de ogen van Filmmakers in Noordelijke Netwerken

- 1.1 Methode
- 1.2 Resultaten
 - 1.2.1 Economische aspecten
 - Beroep
 - Regio
 - Verdiensten
 - 1.2.2 Sociale netwerken en instituties
 - Netwerken
 - Waarde van netwerken
 - Instituties
 - 1.2.3 Culturele praktijk
- 2. In gesprek met betrokken professionals over de Noordelijke audiovisuele sector
 - 2.1 Methode
 - 2.2 Resultaten
 - 2.2.1 Economische aspecten
 - Beroepen
 - Publiek
 - 2.2.2 Sociale netwerken en instituties
 - Werking van netwerken
 - Verwachtingen
 - Instituties
 - Goed werk
 - Ontwikkeling
 - 2.2.3 Culturele praktijk
 - 2.3 De Wensen van de Filmmakers van Noord Nederland
 - 2.3.1 Professionele ontwikkeling
 - 2.3.2 Een gedegen regionaal filmfonds
 - 2.3.3 Netwerk en Communicatie
 - Literatuur
- 1. Inleiding
- 2. Resultaten van de casestudies
 - 2.1 Economische aspecten en locatie
 - De cases
 - Locatie
 - Locatie Noord-Nederland
 - 2.2 Sociale netwerken en instituties

- Team
- 2.3 Culturele praktijk
 - Imago
- 2.4 Conclusie
 - 2.4.1 Economische wensen: Ontwikkelbudget
 - 2.4.2 Sociale wensen: Inzicht in crew en al aanwezige faciliteiten
 - 2.4.4 Culturele waarde: Regiokracht
 - 2.4.4 Tips: Digitalisering, duurzaamheid en inclusie
- 1. Inleiding
 - 1.1 Literatuuronderzoek
 - 1.2 Afbakening
- 2. De Europese filmmarkt
 - 2.1 Concurrentie van Amerikaanse films
 - 2.1.1 Lagere productie- en marketingbudgetten
 - 2.1.2 Het (inter)nationale bereik van Europese films
 - 2.1.3. Verschillende doelstellingen
 - 3.1 Culturele-, economische en sociale opbrengsten
 - 3.2 Culturele opbrengsten
 - 3.3 Economisch opbrengsten
 - 3.4 Sociale/maatschappelijke opbrengsten
 - 3.5 Kritiek op veronderstelde opbrengsten van filmsubsidiëring
- 4. Verschillende typen subsidies
 - 4.1 Grofweg twee type subsidies
 - 4.2 Directe subsidies
 - 4.3 Waarvoor worden de directe subsidies gebruikt?
 - 4.4 Beoordeling culturele en sociale opbrengsten
 - 4.5 Kritiek op selectieve filmsubsidies
 - 4.6 Indirecte subsidies
 - 4.7 Voorbeelden van indirecte subsidies
- 5. Kenmerken van regionale fondsen
 - 5.1 Cultuurbeleid als economisch beleid
 - 5.3 Grootte afzetgebied bepalend voor het subsidiebedrag
 - 5.4 Toename aantal regionale fondsen
 - 5.6 Vereisten voor aanvraag regionaal filmfonds
- 6. Casus Ierland
 - 6.1 Introductie

- 6.2 Av-sector Ierland
 - 6.2.1 Economische opbrengsten Ierse AV-sector
 - 6.2.2 Culturele- en sociale opbrengsten
- 6.3 Verkrijgen van subsidies
- 6.4 The Quiet Girl
- 6.5 Regio: West-Ierland en film
- 6.6 The WRAP Fund
- 6.7 Doelen van het regionale fonds
- 6.8 Voorspelde uitkomsten
- 7. Casus Noorwegen
 - 7.1 Introductie
 - 7.2 AV-sector Noorwegen
 - 7.3 Regionale filmfondsen in Noorwegen
 - 7.4 Economische opbrengsten
 - 7.5 Ondersteuning filmmakers
 - 7.6 Kritiek
- 8. Samenvatting
 - 8.1 Opbrengsten van subsidies
 - 8.2 Typen subsidies
 - 8.3 Regionale fondsen
 - 8.4 Casus Ierland
 - 8.5 Casus Noorwegen
- 9. Literatuurlijst
 - 1. Inleiding
 - 2. Europees Framework
 - 2.1 Subsidieprogramma's
 - 2.1.1 Honoreren van subsidieaanvragen
 - 2.1.2 Netwerken
 - 2.2 Europa in cijfers
 - 2.2.1 Low-Budget Filmproducties
 - 2.2.2 Onafhankelijke Filmproducties
 - 2.2.3 Positie van Onafhankelijke Filmproducties in Europa
 - 2.3 Landen en Filmproducties
 - 3. Implementatie en Advies
 - 3.1 Innovatie
 - 3.1.1 Vaardigheden voor Innovatie

- 3.2 Optimaliseren van subsidieaanvragen
 - 3.2.1 Hulpmiddelen
 - 3.2.2 Vaardigheden en trainingsprogramma's
 - 3.2.3 Europese Trainingsprogramma's
 - 3.2.4 Nederlandse Trainingsprogramma's
- 3.3 Ondernemerschap
 - 3.3.1 Verkennen van nieuwe businessmodellen
- 3.4 Competenties
- 3.5 Droomsценario en praktische aanbevelingen
 - 3.5.1 Actuele ontwikkelingen
 - 3.5.2 Quadrupel Aim Model
 - 3.5.3 Visie en Strategie voor Hollywood aan de Wadden: Een Droomsценario
 - 3.5.4 Praktische aanbevelingen
 - 3.5.5 Financiering
- Nawoord

Inleiding

Hollywood aan de Wadden is een onderzoek naar stimuleringsinstrumenten voor de doorontwikkeling en innovatie van het ecosysteem van audiovisuele productie in de Noord-Nederlandse provincies. Het onderzoek stippelt een route uit voor de ontwikkeling van een duurzame, regionaal verankerde en een sterke audiovisuele sector. Dit speelt een centrale rol in een mogelijk ecosysteem waarin ook (semi)publieke instellingen, organisaties, netwerken, talent, opleidingen en betrokken lokale en regionale overheid goed gepositioneerd zijn. Een sterk audiovisueel ecosysteem draagt bij aan verdere articulatie van cultuur en identiteit van de regio en aan regionaal economische ontwikkeling.

Het onderzoek speelt in op een aantal actuele zaken waardoor de noodzaak gemakkelijk aan bod komt. Er is bijvoorbeeld een sterk groeiende behoefte en vraag naar makers die diverse en inclusieve verhalen uit regio's over etniciteit, gender en bredere maatschappelijke ontwikkelingen vertellen. Daarnaast biedt de versnelde groei van streamingsdiensten en video-on-demand services (Netflix, Disney+, NPO Start, Videoland, Viaplay, HBOmax en Picl) een verhoogde vraag naar hoogwaardige content van films, series en documentaires. De ontwikkeling en groei van het audiovisueel ecosysteem kan daarnaast ook resulteren in positieve externe effecten. Denk hierbij aan de mogelijkheid tot economische als wel culturele groei die regionaal tot invloed kan zijn.

Hoofdstuk 1 biedt een inventarisatie van de stand van zaken van de drie Noord-Nederlandse provincies en haar hoofdsteden betreffende de audiovisuele industrie. Hierin staat het economisch profiel centraal en wordt het belang van de sector vergeleken met het landelijk beeld. Hoofdstuk 2 staat de filmsector door de ogen van filmmakers in Noord-Nederland centraal. In dit hoofdstuk worden de resultaten weergegeven van een enquête die gehouden is onder leden van netwerken die actief zijn in de filmindustrie. Daarna volgt hoofdstuk 3 die de resultaten van enkele casestudies bespreekt. Dit betreft interviews met betrokken producenten van filmprojecten en hoe zij hun werkzaamheden ervaren. Na deze hoofdstukken wordt er in hoofdstuk 4 uitgezoomd vanuit Noord-Nederland en wordt de regionale audiovisuele stimulering in het buitenland onderzocht. Hierbij komen twee casussen aan bod; Casus Ierland en Casus Noorwegen. Dit rapport sluit af met hoofdstuk 5 die de bevindingen van hoofdstuk 1 tot en met 4 in gedachte neemt en deze implementeert en advies geeft alswel een droomsценario schetst. Hierin wordt voornamelijk de kloof besproken die zichtbaar is tussen de deelnemers van de Nederlandse filmindustrie en de stimuleringsregelingen die beschikbaar zijn binnen Europa en wat de invloed daarvan is op makers in Noord-Nederland.



HOLLYWOOD
AAN DE WADDEN

HOOFDSTUK 1

DE NOORDELIJKE AUDIOVISUELE INDUSTRIE IN KAART

AUTEUR: PAUL RUTTEN (PAUL RUTTEN ONDERZOEK)
MEDEWERKING VAN: WALTER MANSHANDEN (NEO)

1. De Noordelijke audiovisuele industrie in kaart

1. Inleiding

In dit hoofdstuk staat het economisch profiel van de audiovisuele industrie in de Noord-Nederlandse provincies centraal. Het Noorderlijke audiovisueel ecosysteem floreert bij de gratie van ondernemingen in de audiovisuele industrie die in de provincie(s) domicilie houden en voor wie het aantrekkelijk is daar gevestigd te zijn. Dit hoofdstuk brengt in kaart hoeveel audiovisuele bedrijven er actief zijn, hoeveel banen en bedrijven er zijn en wat het belang daarin is van individuele bedrijfstakken binnen die sector. Ook wordt het belang van de sector vastgesteld in vergelijking met het landelijke beeld. Dat gebeurt voor de drie noordelijke provincies, Fryslân, Groningen en Drenthe gezamenlijk, maar ook voor elk van hen afzonderlijk. Vervolgens volgt een nog specifiek beeld van de drie provinciehoofdsteden: Leeuwarden, Groningen en Assen.

De basis van de gehanteerde methodiek is de Monitor Creatieve Industrie.¹ In dat project worden al sinds 2006 de ontwikkelingen in de creatieve industrie, ook wel aangeduid als de culturele en creatieve sector, en de sector ICT bijgehouden. De Monitor maakt gebruik van bestaande statistieken over de Nederlandse economie, in het bijzonder het LISA-databestand² en de Nationale Rekeningen van het CBS. Dit onderzoek gebruikt voor het overgrote deel LISA-data. Het grote voordeel is dat deze statistieken betrekking hebben op alle economische activiteiten in Nederland. Er is dus geen sprake van steekproeven en betrouwbaarheidsmarges die grenzen stellen aan de zeggingskracht van het gepresenteerde cijfermateriaal. Een nadeel is dat analyses altijd moeten uitgaan van bestaande indelingen en categorieën die in deze statistieken worden gehanteerd. Daarmee wordt de mate waarin specifieke uitspraken over bijzondere verschijnselen tot de mogelijkheden behoren, beperkt.

De audiovisuele sector is onderdeel van de creatieve industrie. Daarnaast is de ICT-sector van belang voor de audiovisuele sector met het oog op de rol van digitale technologie. Digitalisering heeft vergaande consequenties voor de werking en structuur, maar vooral ook voor innovatie in de creatieve en audiovisuele sector. Nederland is de belangrijkste economisch-geografische context voor de noordelijke audiovisuele industrie. Daarom wordt hier, voorafgaand aan de analyse van de audiovisuele sector in Noord, de situatie op de schaal van Nederland geschetst.

Steeds wordt een vergelijking gemaakt tussen het belang van de creatieve industrie, ICT-sector en audiovisuele sector in verschillende contexten: nationaal, regionaal, provinciaal en gemeentelijk. Daarmee kan bijvoorbeeld worden vastgesteld of de creatieve industrie van een relatief kleiner of groter belang is in Leeuwarden dan in Groningen of hoe de audiovisuele sector is vertegenwoordigd in de drie noordelijke provincies gezamenlijk, ten opzichte van de landelijke situatie. Bovendien schetst het onderzoek op een aantal punten de ontwikkeling

¹ Zie onder meer: Paul Rutten, Walter Manshanden & Frank Visser (2021). Monitor Creatieve Industrie 2021. Nederland, Top 10-steden, Gevolgen van COVID-19. Hilversum: Media Perspectives.

² LISA is een databestand met gegevens over alle vestigingen in Nederland waar betaald werk wordt verricht, grotendeels gebaseerd op het Handelsregister van de Kamer van Koophandel, maar ook op andere bronnen. Het bestand registreert banen met een omvang van acht uur per week of meer. Zie ook: www.lisa.nl.

vanaf 2010 tot en met 2021, het laatste jaar waarover ten tijde van dit onderzoek betrouwbare gegevens beschikbaar zijn.

1.2 Creatieve industrie, ICT en audiovisuele sector gedefinieerd

Voor de presentatie en interpretatie van de uitkomsten van de analyses is het van belang om toe te lichten welke definities van de creatieve industrie, ICT-sector en audiovisuele sector worden gehanteerd en welke bedrijfstakken daartoe gerekend worden.

1.2.1 Creatieve Industrie en ICT

De definities van de creatieve industrie, de sector ICT en de brede audiovisuele industrie en de gehanteerde selecties van bedrijfstakken zijn gebaseerd op de zogenaamde standaardbedrijfsindeling (SBI). Voor elk van die sectoren is, op basis van inhoudelijke argumenten, een aantal bedrijfstakken uit het LISA-databestand (het meest relevante databestand voor regionaal-economisch onderzoek) geselecteerd, en toegekend aan respectievelijk de creatieve industrie, de sector ICT en de audiovisuele sector.

De definities van creatieve industrie en ICT zijn ontleend aan de Monitor Creatieve Industrie.³ Binnen de creatieve industrie worden drie deelsectoren onderscheiden: media- en entertainmentindustrie, creatieve zakelijke dienstverlening en kunsten en cultureel erfgoed. Daarbinnen worden dan weer specifieke domeinen als filmindustrie, vormgeving en scheppende kunsten. Binnen ICT wordt onderscheid gemaakt tussen twee deelsectoren: diensten (bijvoorbeeld het ontwikkelen, produceren en uitgeven van software en draadloze telecommunicatie) en hardware (bijvoorbeeld vervaardiging van elektronische componenten).

De audiovisuele sector wordt binnen de Monitor Creatieve Industrie niet afzonderlijk gedefinieerd. Alle bedrijfstakken die tot de audiovisuele sector gerekend kunnen worden zijn onderdeel van de creatieve industrie en zijn grotendeels te vinden in de deelsector media- en entertainmentindustrie, onder meer radio en televisie, film en muziekindustrie, en ook binnen kunsten en cultureel erfgoed, in het bijzonder binnen het domein van de podiumkunsten. In dit onderzoek wordt onderscheid gemaakt tussen de brede en de smalle audiovisuele sector.

1.2.2 Audiovisuele sector: breed en smal

Voor de bepaling van de bedrijfstakken die tot de zogenaamde brede en smalle audiovisuele sector worden gerekend is uitgegaan van twee criteria:

- Allereerst is de rol en betekenis van een bedrijfstak in de productie- of waardeketen van de filmsector, van creatieve input (bijvoorbeeld acteurs) via productie (producenten van films en facilitaire bedrijven) en distributie en exploitatie (filmdistributeurs) naar vertoning (bioscopen en arthouses). Wanneer de economische activiteiten in een bedrijfstak die aangeduid wordt door een specifieke SBI-code zich voor een substantieel deel afspeelt in die keten, wordt hij tot de sector gerekend.
- Daarnaast zijn die bedrijfstakken meegenomen die in hun werking en aangeboden diensten en producten naburig zijn aan de filmsector en in toenemende mate vervlochten zijn of in toenemende mate vervlochten raken met de filmindustrie. Daarbij gaat het onder meer om producenten van programma's voor televisie, radio- en televisiebedrijven, maar ook om producenten van geluidsopnames en gamebedrijven. Bedrijfstakken die tot die categorie gerekend worden zijn ook ingedeeld in de brede audiovisuele sector.

Onderzoek dat zich baseert op bestaande statistieken kampt met beperkingen, zoals ook al hiervoor werd aangegeven. De aanduidingen van bedrijfstakken, in dit geval de SBI-codes,

³ Zie voor de definitie van creatieve industrie en de ICT-sector en de lijst van daartoe behorende domeinen en bedrijfstakken: Paul Rutten, Walter Manshanden & Frank Visser (2021). Monitor Creatieve Industrie 2021. Nederland, Top-10 steden, Gevolgen van COVID 19. Hilversum: Media Perspectives, p. 180-183.

sluiten vaak niet helemaal, en soms helemaal niet, aan bij nieuwe vormen van actuele bedrijvigheid, in het bijzonder waar het gaat om nieuw ontstane bedrijfstakken. Game-bedrijven zijn vrijwel niet traceerbaar, zeker wanneer ze zich toelagen op game-ontwikkeling. Dat geldt ook voor een nieuwe, snel groeiende bedrijfstak: digital design.⁴

Een ander probleem is dat sommige van de gehanteerde categorieën dermate breed zijn dat ze veel meer economische activiteiten omvatten dan voor de definitie van een bijzondere sector als de audiovisuele sector nodig is. Dat geldt bijvoorbeeld voor het acteren in en regisseren van audiovisuele producties. Die activiteiten kunnen op basis van de bestaande SBI-indeling, waarin sprake is van beoefening van podiumkunsten (SBI 90011)⁵ niet onderscheiden worden van bijvoorbeeld acteren in en regisseren van podiumvoorstellingen en het verzorgen van muzikoptredens. Acteurs en regisseurs spelen een belangrijke rol in de brede audiovisuele sector. Het is daarom geen optie om ze buiten beschouwing te laten in deze studie, ook al is het onmogelijk om alleen acteurs mee te nemen die in audiovisuele producties optreden of regisseurs die ze regisseren. Daar komt nog bij dat beide categorieën creatieven zijn die maar zelden beperken tot louter film of theater. Daardoor is het bovendien onmogelijk om dat deel van hun professionele activiteiten te isoleren dat louter betrekking heeft op de audiovisuele industrie van andere activiteiten, zoals lesgeven. Met het oog daarop is hier de keuze gemaakt om, waar nodig, de omvang van de audiovisuele sector te bepalen, zowel met als zonder beoefenaars van podiumkunsten. In het eerste geval is het een overschatting en in het tweede een onderschatting van de omvang van de sector. Wanneer de bedrijfstak beoefening van podiumkunsten in de berekeningen wordt meegenomen, wordt in deze studie gesproken van de **brede audiovisuele sector**, wanneer hij in de calculaties buiten beschouwing blijft wordt de aanduiding **smalle audiovisuele sector** gehanteerd.

Een vergelijkbaar dilemma doet zich voor bij de categorie schrijven en overige scheppende kunst (SBI 9003)⁶. Die categorie verenigt beeldend kunstenaars, diverse beoefenaars van ambachten en schrijvers, waaronder ook scenaristen, onder een noemer. Literaire auteurs zijn belangrijke leveranciers van verhalen voor speelfilms en scenaristen zijn onontbeerlijk in de filmwereld. Echter de categorie is dermate breed dat besloten is om ze in het geheel niet op te nemen in de definitie van de audiovisuele sector.

Met bovenstaande criteria en overwegingen in het achterhoofd is voor dit onderzoek op basis van een selectie van bedrijfstakken de volgende definitie van wat hier de audiovisuele sector (breed en saml) wordt genoemd tot stand gekomen. Allereerst zijn dat de bedrijfstakken die een rol spelen in de waardeketen van de filmsector.

- Binnen de productieketen van de filmsector staan de partijen die verantwoordelijk zijn voor de **productie van films** (SBI 59111) centraal. Zij zijn verantwoordelijk voor de financiering en totstandkoming van allerlei soorten speelfilms en documentaires, en audiovisuele producties voor bedrijven.

⁴ Zie onder meer de site van brancheorganisatie DDA: <https://dutchdigitalagencies.com/>

⁵ De officiële omschrijving van deze SBI-code luidt: vertolkend, regisserend of improviserend bezig zijn met kunst die doorgaans op een podium wordt gebracht, zoals: w.o. toneel, cabaret, mime; w.o. muziek inclusief majorettegroepen en tamboerkorpsen, popgroepen e.d.; w.o. zang en dans; w.o. presentatoren, acteurs, conferenciers.

⁶ De officiële omschrijving van deze SBI-code luidt: – via een creatief proces maken van veelal eenmalige voorwerpen welke in eerste instantie bedoeld zijn als kunstvoorwerp en niet als gebruiksvoorwerp: w.o. schilders; w.o. pottenbakkers, beeldhouwers, glazeniers; w.o. edelsmeden, zeefdrukken; – schrijvers, dichters, componisten, choreografen; – restauratie van kunst; – documentaire schrijvers.

- Een belangrijke rol is daarbij weggelegd voor bedrijven die zich toeleggen op **facilitaire activiteiten voor film en televisie** (SBI 5912) die, zoals de benaming aangeeft, niet alleen voor filmproducenten werken, maar ook voor televisieproducties.
- Van belang voor productie van audiovisuele fictie zijn de professionals die werkzaam zijn binnen **de beoefening van podiumkunsten** (SBI 90011). Dat is een categorie waartoe behalve acteurs die op het podium staan, ook zij behoren die in audiovisuele producties optreden, maar ook acteren in andere audiovisuele werken van commercials tot voorlichtings- en bedrijfsfilms. Ook het regisseren van podiumkunsten wordt tot deze categorie gerekend, net als het uitvoeren van muziek op podia. Zoals hiervoor al is aangegeven wordt deze categorie bij de smalle definitie van de audiovisuele sector buiten beschouwing gelaten.
- Een vierde categorie bedrijven die tot de keten van de filmsector behoren zijn de **distributeurs van film- en televisieproducties** (SBI 5913). Anders dan hun benaming doet vermoeden zijn ze niet primair verantwoordelijk voor de distributie van producties, maar hebben ze vooral een taak in de exploitatie ervan. Ook partijen in deze bedrijfstak werken in film en televisie.
- Tenslotte kunnen de vertoners, de **bioscopen** (SBI 5914) onderscheiden worden. Zij presenteren de producties van de sector aan het publiek en dragen bij aan een levend filmklimaat in steden en regio's.

Het tweede deel van de brede audiovisuele sector betreft de partijen die niet direct tot de filmsector behoren maar gerekend kunnen worden tot de aangrenzende bedrijfstakken die raken aan de filmsector en er ook vaak direct of indirect mee verbonden zijn.

- Allereerst zijn dat de partijen die actief zijn in de **productie van televisieprogramma's** (SBI 59112). Ondanks dat in de statistische categorieën het onderscheid van deze categorie bedrijven met die van de productie van films strikt gehanteerd wordt, lopen beide activiteiten in de huidige praktijk vaak in elkaar over. Ook binnen het landelijk stimuleringsbeleid wordt het programma ter bevordering van hoogwaardige televisieseries in een adem genoemd met filmstimulering en door een publiek fonds uitgevoerd.
- Eveneens tot de naburige bedrijfstakken binnen de brede audiovisuele industrie worden de **televisieomroepen** (SBI 6020) en **radio-omroepen** (SBI 6010) gerekend. De eersten zenden audiovisueel materiaal uit, waaronder vaak ook allerlei soorten filmproducties. Radio-omroepen vormen vaak een bedrijfsmatige eenheid met televisie-omroepen.
- Ook de muziekindustrie, hier aangeduid door het **maken en uitgeven van geluidsopnames** (SBI 5920), maakt onderdeel uit van het brede audiovisuele cluster, mede vanwege de verbindingen met de bedrijven die zich toeleggen op de combinatie van audio- en video-opnamen.
- Tenslotte doet de hier gehanteerde definitie recht aan de verbindingen die binnen de audiovisuele sector ontstaan met nieuwe media en game-bedrijven, onder andere door de integratie van digitale animaties en virtuele toepassingen in audiovisuele productie. Zoals eerder aangegeven zijn deze bedrijven moeilijk traceerbaar in de statistieken maar komen enigszins aan bod in de categorieën **uitgeverijen van computerspellen** (SBI 5821) en **overige uitgeverijen van software** (SBI 5829).

1.3 Creatieve Industrie, ICT en audiovisuele bedrijvigheid in Nederland

In deze paragraaf wordt de stand van zaken en de ontwikkeling van de audiovisuele industrie, de creatieve industrie en de sector ICT in Nederland in kaart gebracht. Zij vormen de relevante

economisch-geografische context waarbinnen de audiovisuele sector in Noord gesitueerd is. Tenslotte volgt een impressie van de wijze waarop de brede audiovisuele industrie is ingebed in de Nederlandse economie. Deze analyse is, vanwege de aard van de beschikbare statistieken, niet mogelijk op regionaal of lokaal niveau. Ze is hier toegevoegd omdat de resultaten indicatief zijn voor de economische inbedding van de audiovisuele sector op regionaal niveau.

1.3.1 Banen

Nederland telt in 2021 375 duizend banen in de creatieve industrie en 342 duizend banen in ICT. Van het totaal aantal banen in Nederland is 4,1 procent te vinden in de creatieve industrie en 3,8 procent in de sector ICT.

Tabel 1.1						
Banen in creatieve industrie, ICT en audiovisuele sector 2010-2021, Nederland						
	Banen	Banen	Groei	Groei	Groei	Groei
	2021	2021	2010-21	2010-21	2019-21	2019-21
	Aantal	Aandeel	Aantal	% per jaar	Aantal	% per jaar
Kunsten en cultureel erfgoed	139,3	37%	36,2	2,8%	5,4	2,0%
Media en entertainmentindustrie	102,2	27%	10,0	0,9%	1,6	0,8%
Creatieve zakelijke dienstverlening	133,5	36%	39,3	3,2%	8,2	3,2%
Creatieve industrie	375,0	100%	85,5	2,4%	15,2	2,1%
Audiovisuele sector (breed)	75,8	20%	28,6	4,4%	5,7	4,0%
Diensten	298,7	87%	59,8	2,1%	6,6	1,1%
Hardware	43,5	13%	-0,8	-0,2%	-0,8	-0,9%
ICT	342,2	100%	59,0	1,7%	5,8	0,9%
Creatieve industrie en ICT	717,2	8%	144,5	2,1%	21,0	1,5%
Totale economie	9105,5	100%	806,2	0,8%	186,8	1,0%

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Naar aantal banen gerekend is de deelsector kunsten en cultureel erfgoed binnen de creatieve industrie het grootst, met 37 procent van de banen. Kunsten en cultureel erfgoed wordt op de voet gevolgd door de creatieve zakelijke dienstverlening met 36 procent, met de media- en entertainmentindustrie op enige afstand met een aandeel van 27 procent.

Over de periode 2011-2021 overstijgt de banengroei in de creatieve industrie met 2,4 procent jaarlijks gemiddeld, die van de totale economie, die 0,8 procent bedraagt. Van de drie deelsectoren van de creatieve industrie groeit creatieve zakelijke dienstverlening procentueel het hardst met 3,2 procent gemiddeld jaarlijks, gevolgd door kunsten en cultureel erfgoed met 2,8 procent en de media- en entertainmentindustrie met 0,9 procent. De laatste deelsector

komt daarmee, een fractie hoger uit dan de gemiddelde Nederlandse economische ontwikkeling. Het aantal banen in ICT neemt gemiddeld jaarlijks met 1,7 procent toe.

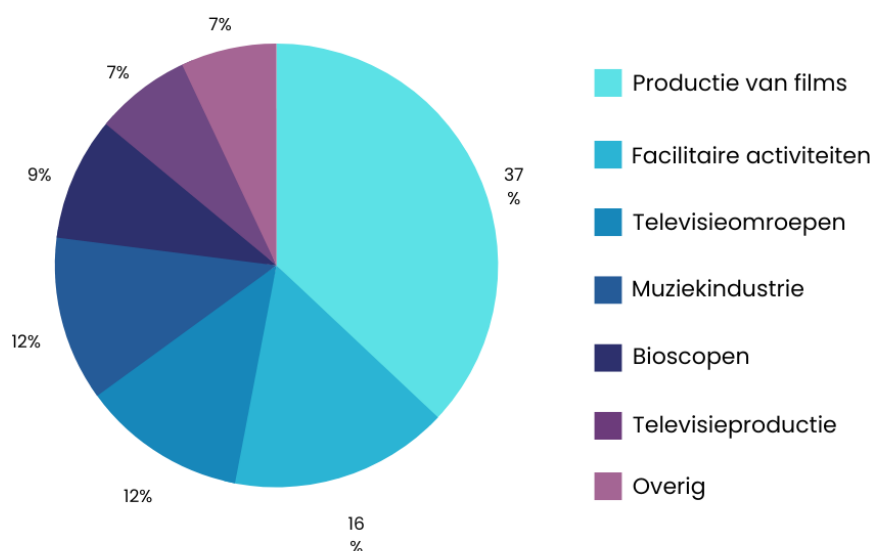
De brede Nederlandse audiovisuele industrie, dat wil zeggen inclusief beoefening van podiumkunsten, telt in 2021 bijna 76 duizend banen, wat neerkomt op 0,8 procent van alle banen in Nederland. Een op de vijf banen (twintig procent) in de creatieve industrie valt in die sector. Deze brede audiovisuele sector groeit in de periode 2010–2021 met 4,4 procent gemiddeld jaarlijks opvallend hard. De groei in de coronajaren 2019–2021 is iets minder dan over de gehele, genoemde periode maar nog steeds hoger dan in alle andere deelsectoren van de creatieve industrie en ruim hoger dan de groei van de gehele Nederlandse economie. Voor de creatieve industrie en ICT geldt dat de groei in de coronajaren 2019–2021 lager uitvalt dan over de gehele periode vanaf 2010. Dat is anders in de gehele economie. Die groeit in de coronajaren 2019–2021 met een procent jaarlijks gemiddeld harder dan in de gehele periode 2010–2021: 0,8 procent.

Tabel 1.2						
Banen in de audiovisuele sector naar bedrijfstak, Nederland (2010–2021)						
	Banen	Banen	Groei	Groei	Groei	Groei
	2021	2021	2010–21	2010–21	2019–21	2019–21
	Aantal	Aandeel	Aantal	% per jaar	Aantal	% per jaar
Uitgeverijen van computerspellen	0,2	0,3%	0,2	23,0%	0,1	16,2%
Overige uitgeverijen van software	0,6	0,8%	0,5	13,2%	0,1	7,9%
Productie van films (geen televisiefilms)	15,7	20,7%	6,2	4,7%	1,6	5,5%
Productie van televisieprogramma's	3,0	3,9%	-0,1	-0,3%	0,0	0,0%
Facilitaire activiteiten voor film- en televisie	6,9	9,1%	1,6	2,4%	0,1	0,7%
Distributie van films en televisieproducties	0,9	1,2%	0,6	9,0%	0,0	1,8%
Bioscopen	3,8	5,1%	0,5	1,2%	-0,3	-4,1%
Maken en uitgeven van geluidsopnamen	5,2	6,8%	2,8	7,3%	0,8	8,1%
Radio-omroepen	1,1	1,5%	-0,1	-1,0%	0,0	-1,0%
Televisieomroepen	5,3	7,0%	-0,4	-0,6%	0,1	0,7%
Beoefening van podiumkunst	33,1	43,6%	17,0	6,8%	3,3	5,5%
Audiovisuele sector (breed)	75,8	100,0	28,6	4,4%	5,7	4,0%
Audiovisuele sector (smal, excl. podiumkunsten)/ Aandeel creatieve industrie	42,7	11,4%	11,6	2,9%	2,3	2,8%

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Wat opvalt in de samenstelling van de brede audiovisuele sector is het grote aandeel banen van de bedrijfstak beoefening van podiumkunsten, 43,6 procent ofwel ruim 33 duizend banen. In beoefening van podiumkunsten zijn in de periode 2010–2021 veruit de meeste banen bij gekomen; 17 duizend ofwel een groei van 6,8 procent gemiddeld jaarlijks. In de recente jaren 2019–2021 is dat 5,5 procent.

Figuur 1.1.
Banen in de kleine audiovisuele sector naar bedrijfstak, zonder podiumkunsten (Nederland, 2021)



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Zonder de podiumkunsten resteert wat hier wordt aangeduid als de kleine audiovisuele sector. Dat zijn allemaal bedrijfstakken die tot de media- en entertainmentindustrie behoren. De kleine audiovisuele sector is in Nederland met bijna 43 duizend banen goed voor bijna 42 procent van de banen in de media- en entertainmentindustrie, ruim 11 procent van de creatieve industrie en heeft een aandeel van 0,5 procent van de Nederlandse economie. De groeipercentages van de kleine audiovisuele sector zijn over de gehele periode 2010-2021 bescheidener dan die van de brede audiovisuele sector (inclusief beoefening van podiumkunsten), maar nog altijd hoger dan die van de creatieve industrie als geheel, 2,9 procent gemiddeld jaarlijks tegenover 2,4 procent. Ook in 2019-2021 groeit de kleine audiovisuele sector harder dan de creatieve industrie. Ook groeit de kleine audiovisuele sector harder dan de media- en entertainmentindustrie waar ze onderdeel van is, de genoemde 2,9 procent gemiddeld over de periode 2010-2021, tegen 0,9 procent voor de media- en entertainmentindustrie. De kleine audiovisuele sector ontwikkelt zich daarmee positief binnen de deelsector media- en entertainmentindustrie.

De grootste bedrijfstak in de kleine audiovisuele sector in 2021 is productie van films met 15,7 duizend banen en een aandeel van bijna 21 procent, gevolgd door facilitaire activiteiten voor film en televisie met 6,9 duizend banen en een aandeel van ruim negen procent.

De snelst groeiende bedrijfstak is uitgeverijen van computerspellen met 23 procent gemiddeld per jaar in de periode 2010-2021. Het is echter, zeker in deze statistiek, een relatief kleine bedrijfstak met maar tweehonderd banen in 2021. De op een na sterkst groeiende bedrijfstak is overige uitgeverijen van software met een gemiddelde jaarlijkse groei van 2010 van 13,2 procent. Ook hier gaat het om een relatief kleine tak van bedrijvigheid met om en nabij de zeshonderd banen in 2021. Opvallend is de relatief sterke terugloop van banen in de bioscoopsector in de jaren 2019-2021, een evident effect van de COVID-19 maatregelen. De in absolute aantallen meest gegroeide bedrijfstak is productie van films met 6,2 duizend nieuwe

banen vanaf 2011, gevolgd door het maken en uitgeven van geluidsopnames met 2,8 duizend nieuwe banen in diezelfde periode.

1.3.2 Bedrijfsvestigingen

Herhaaldelijk blijkt uit onderzoek dat de gemiddelde bedrijfsomvang in de creatieve industrie een stuk kleiner is dan die in de gehele Nederlandse economie. Dit impliceert dat het aandeel van bedrijven in de creatieve industrie in de economie een stuk hoger ligt dan in de totale economie. Immers een bedrijf met enkele of slechts een werknemer telt even zwaar als een bedrijf met honderd of meer werknemers.

Nederland telt in 2021 ruim 215 duizend creatieve industrie bedrijfsvestigingen, ruim 11,5 procent van het totale aantal bedrijven in Nederland. Dat is bijna driemaal zo groot als het aandeel van de creatieve banen (4,1 procent). Het aantal bedrijfsvestigingen in ICT is met 84 duizend (4,5 procent van de Nederlandse vestigingen) een stuk lager dan dat in de creatieve industrie, maar hun procentuele aandeel is nog steeds aanzienlijk hoger dan dat van de ICT-banen (3,8 procent).

Het belang van bedrijfsvestigingen in de audiovisuele sector is af te meten aan hun aandeel in de totale economie en binnen de creatieve industrie. Er zijn ruim 49 duizend vestigingen in de brede audiovisuele sector, wat neerkomt op ruim 2,6 procent van de bedrijfsvestigingen in Nederland. Binnen de creatieve industrie is bijna 23 procent van alle bedrijven te vinden in de brede audiovisuele sector.

Tabel 1.3						
Bedrijfsvestigingen creatieve industrie, ICT en audiovisuele sector, Nederland 2010-2021						
	Vestigingen	Vestigingen	Groei	Groei	Groei	Groei
	2021	2021	2010-21	2010-21	2019-21	2019-21
	Aantal	Aandeel	Aantal	% per jaar	Aantal	% per jaar
Kunsten en cultureel erfgoed	88,0	41%	40,0	5,7%	7,4	4,5%
Media en entertainmentindustrie	50,2	23%	19,1	4,5%	4,2	4,5%
Creatieve zakelijke dienstverlening	77,0	36%	36,1	5,9%	9,2	6,6%
Creatieve industrie	215,2	100%	95,1	5,4%	20,8	5,2%
Audiovisuele sector (breed)	49,2	23%	28,7	8,3%	5,7	6,4%
Diensten	78,6	94%	28,6	4,2%	5,1	3,4%
Hardware	5,4	6%	1,4	2,8%	0,1	1,0%
ICT	84,0	100%	30,0	4,1%	5,2	3,3%
Creatieve industrie en ICT	299,2	16%	125,1	5,0%	26,1	4,7%
Totale economie	1865,6	100%	597,5	3,6%	168,6	4,8%

Van de ruim 49 duizend bedrijfsvestigingen in de brede audiovisuele sector behoren er ruim 27 duizend (bijna 56 procent) tot beoefening van podiumkunsten, terwijl het aantal banen in die bedrijfstak ruim 33 duizend (bijna 44 procent) is.⁷

Wanneer de smalle definitie van de audiovisuele sector wordt gehanteerd, dus exclusief de podiumkunsten, zijn de verhoudingen anders. Dan is het aandeel van bedrijfsvestigingen van de audiovisuele sector in de Nederlandse economie gereduceerd tot een kleine 1,2 procent en het aandeel binnen de creatieve industrie tot ruim tien procent. Het aandeel bedrijfsvestigingen in de smalle audiovisuele industrie in de media- en entertainmentindustrie is ruim 43 procent en ruim 10 procent binnen de creatieve industrie.

Tabel 1.4						
Bedrijfsvestigingen bedrijfstakken in de audiovisuele industrie, Nederland (2010-2021)						
	Vestigingen	Vestigingen	Groei	Groei	Groei	Groei
	2021	2021	2010-21	2010-21	2019-21	2019-21
	Aantal	Aandeel	Aantal	% per jaar	Aantal	% per jaar
Uitgeverijen van computerspellen	0,1	0,1%	0,1	31,9%	0,0	21,0%
Overige uitgeverijen van software	0,2	0,4%	0,2	38,1%	0,0	15,7%
Productie van films (geen televisiefilms)	11,8	24,1%	6,1	6,8%	1,6	7,5%
Productie van televisieprogramma's	1,2	2,4%	0,4	3,7%	0,0	2,0%
Facilitaire activiteiten voor film- en televisie	4,3	8,7%	2,2	7,0%	0,3	3,8%
Distributie van films en televisieproducties	0,1	0,3%	0,1	12,2%	0,0	2,4%
Bioscopen	0,2	0,3%	0,0	0,3%	0,0	0,0%
Maken en uitgeven van geluidsopnamen	3,8	7,7%	2,7	11,6%	0,9	13,6%
Radio-omroepen	0,1	0,2%	0,0	3,4%	0,0	5,2%
Televisieomroepen	0,1	0,1%	0,0	-3,8%	0,0	-3,5%
Beoefening van podiumkunst	27,4	55,7%	17,0	9,2%	2,9	5,7%
Audiovisuele sector (breed)	49,2	100%	28,7	8,3%	5,7	6,4%
Audiovisuele sector (smal, excl. podiumkunsten)/Aandeel creatieve industrie	21,8	10,1%	11,7	7,3%	2,9	7,3%

Na de beoefening van podiumkunsten telt de bedrijfstak productie van films met bijna 12 duizend het grootste aantal bedrijfsvestigingen, gevolgd door facilitaire activiteiten voor film

⁷ Het aanzienlijk hogere aandeel van podiumkunsten in het totaal aantal bedrijfsvestigingen in vergelijking met banen, duidt op een kleine bedrijfsomvang in deze bedrijfstak. Beoefening van podiumkunsten heeft dan ook het hoogste aandeel zzp-banen van alle bedrijfstakken in de creatieve industrie. Vgl. Paul Rutten en Walter Manshanden (2022). ZZP'ers in de creatieve industrie. Onderzoeksnotitie [<https://innovatielabs.org/updates/onderzoeksnotitie+zzpers+in+de+creatieve+industrie/>]

en televisie (4,3 duizend vestigingen) en maken en uitgeven van geluidsopnamen (3,8 duizend vestigingen).

Net als bij de banenontwikkeling is de sterkste positieve ontwikkeling te zien in de nieuwe media bedrijfstakken, die qua omvang in deze statistieken als klein verschijnen: uitgeverijen van computerspellen en overige uitgeverijen van software. Relatief omvangrijke bedrijfstakken die zich onderscheiden door een sterke groei zijn maken en uitgeven van geluidsopnamen (bijna twaalf procent gemiddeld jaarlijks en 2,7 duizend nieuwe vestigingen in 2010-2021) en beoefening van podiumkunsten (gemiddeld ruim negen procent en 17 duizend vestigingen in dezelfde periode). Opvallend is de afname van bedrijfsvestigingen in televisieomroepen met bijna vier procent. Opmerkelijk is dat de daling van banen in de bedrijfstak bioscopen zich niet vertaald in een teruggang van bedrijfsvestigingen.

1.3.3 Audiovisuele sector in de economie

Op basis van de zogenaamde Nationale Rekeningen is het mogelijk om de economische betekenis van de audiovisuele sector nader te verkennen. De gehanteerde categorieën binnen de Nationale Rekeningen komen niet overeen met de SBI-systematiek die in de data in deze studie worden gehanteerd. Toch is het mogelijk een indruk te krijgen van het belang van de sectoren en bedrijfstakken waar de audiovisuele sector de voor haar benodigde goederen en diensten betreft en wat de totale omvang van die inkoop is. De audiovisuele sector wordt hier opgevat als de gezamenlijke bedrijfstakken voor productie van films, televisie, radio en muziek. Deze sector is hier gemeten op het niveau van de zogenaamde input-outputtabel van de Nederlandse economie en telt 81 bedrijfstakken.

Tabel 1.5	
Inkoop van productie van films, TV, radio en muziek in € miljoen in Nederland (2021)	
Bedrijfstak	€ miljoen
Verhuur van roerende goederen	932
Productie van films, TV, radio en muziek	435
Reclamewezen en marktonderzoek	417
Holdings en managementadviesbureaus	278
IT-dienstverlening	188
Uitzending van radio- en televisieprogramma's	177
Design, fotografie, vertaalbureaus	122
Groothandel en handelsbemiddeling	112
Overig intermediaire inkoop	965
Totaal	3.626

Bron: CBS/bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

De audiovisuele sector koopt in 2021 voor ruim € 3,6 miljard aan diensten en producten in. Daarbij is een drietal categorieën van bedrijvigheid van belang.

De eerste categorie bestaat uit bedrijven uit de audiovisuele sector (productie van films, tv, radio en muziek). De audiovisuele industrie is een samenstel van verschillende bedrijven, zoals ook hiervoor al is gebleken, die vaak in samenwerking met elkaar producten en diensten ontwikkelen die ze voor hen op relevante markten exploiteren. Dat verklaart de € 435 miljoen die in 2021 is besteed aan zogenaamde onderlinge leveringen, van het ene bedrijf van de audiovisuele sector naar het andere..

De tweede categorie betreft de inkopen bij andere bedrijven buiten de audiovisuele sector, maar binnen de creatieve industrie, om precies te zijn reclamewezen en marktonderzoek (€ 417 miljoen), uitzending van radio- en televisieprogramma's (€ 177 miljoen) en design, fotografie en vertaalbureaus (€ 122 miljoen). Wat illustreert dat bedrijven uit de audiovisuele industrie vaak behoefte hebben aan creatieve diensten van andere bedrijven in de creatieve sector.

De derde categorie bestaat uit andere bedrijfstakken. In tabel 1.5 zijn de bedrijfstakken waar meer dan honderd miljoen euro in 2021 is ingekocht, verhuur van roerende goederen (€ 932 miljoen), holding/management advies (€ 278 miljoen), IT-diensten (€ 188 miljoen), en groothandel (€ 112 miljoen). Overigens kwam in dit onderzoek naar voren dat in sommige gevallen bedrijven die actief zijn in facilitaire diensten voor film en televisie, bij de Kamer van Koophandel te boek staan als verhuur van roerende goederen. Dat betreft dan bijvoorbeeld bedrijven die apparatuur en studioruimte verhuren, kapitaalintensieve productiemiddelen die audiovisuele productiebedrijven vaak niet in eigendom hebben. Het aankooppatroon van de audiovisuele sector dat in tabel 1.5 is samengevat, is een illustratie van het bredere belang van de sector voor de economie.

Het brede economische belang van de audiovisuele sector in Nederland ligt daarmee niet alleen in het belang voor de werkgelegenheid en het aantal bedrijven binnen de eigen sector maar ook in de aanjager van de brede economie. Behalve dat de bedrijven aankopen binnen het audiovisuele ecosysteem doen, zorgen ze voor aanzienlijke omzetten in de creatieve industrie en de brede economie. Voor de bedrijfstak verhuur van roerende goederen is audiovisuele sector van bijzonder belang

1.4 Audiovisuele bedrijvigheid in Noord-Nederland

Na het nationale beeld, is de focus nu gericht op het noordelijk deel van Nederland, de provincies Fryslân, Groningen en Drenthe. De banen en de bedrijfsvestigingen in de creatieve industrie, de ICT-sector en de audiovisuele sector en de ontwikkelingen daarin in de Noordelijke regio komen aan bod.

1.4.1 Banen

Het totaal aantal banen in de creatieve industrie in de noordelijke provincies is 25,6 duizend. Dat is 3,1 procent van de totale werkgelegenheid in die regio. Daarmee blijft de noordelijke regio een procent achter bij het landelijk gemiddelde van 4,1 procent. Fryslân, Groningen en Drenthe zijn samen verantwoordelijk voor 6,8 procent van de creatieve industrie banen in Nederland. De totale noordelijke regio is verantwoordelijk voor 9,1 procent van het totale aantal banen in de Nederlandse economie.

Ook in de Noord-Nederlandse provincies groeit het aantal banen in de creatieve industrie gemiddeld per jaar harder dan in de totale economie, net als nationaal. In de periode 2010 tot en met 2021 is dat 1,6 voor de creatieve industrie tegenover 0,5 procent voor de totale economie. In die jaren zijn er 4,1 duizend banen in de creatieve industrie in de noordnederlandse provincies bijgekomen. Ook in de recente periode 2019-2021 groeit de werkgelegenheid in de creatieve industrie gemiddeld harder dan in de gehele economie, met 1,5 tegen 0,9 procent. Daarmee wordt het aandeel van de creatieve industrie in de noordelijke economie almaar groter.

De verdeling tussen de drie deelsectoren in deze regio wijkt licht af van de landelijke. Het aandeel van kunsten en erfgoed is er precies even groot. Dat van media- en entertainment iets groter en dat van creatief zakelijke dienstverlening iets kleiner.

Opvallend is dat ICT in Noord-Nederland, goed voor 23,7 duizend banen in 2021, over de gehele periode 2010-2021 harder groeit dan de creatieve industrie. Landelijk geldt het omgekeerde.⁸ Jaarlijks noteert de noordelijke ICT-sector gemiddeld 2,1 procent aan extra banen. Dat resulteert in die periode in een groei van vijfduizend banen. Echter, in de jaren 2019-2021 is de ICT-sector gekrompen met 0,7 procent (driehonderd banen). Die krimp komt voor rekening van ICT-diensten, met afstand de belangrijkste deelsector binnen ICT, zowel in noord als landelijk.

Tabel 1.6						
Banen (x 1.000) in creatieve industrie, ICT en audiovisuele sector 2010-2021, Noord-Nederland						
	Banen	Banen	Groei	Groei	Groei	Groei
	2021	2021	2010-21	2010-21	2019-21	2019-21
	Aantal	Aandeel	Aantal	% per jaar	Aantal	% per jaar
Kunsten en cultureel erfgoed	10,6	41%	1,9	1,8%	0,2	1,0%
Media en entertainmentindustrie	6,5	25%	0,0	0,0%	0,0	0,4%
Creatieve zakelijke dienstverlening	8,5	33%	2,2	2,8%	0,5	3,2%
Creatieve industrie	25,6	100%	4,1	1,6%	0,8	1,5%
Audiovisuele sector (breed)	4,1	16%	1,5	4,4%	0,3	4,1%
Diensten	20,2	85%	4,7	2,4%	-0,4	-0,9%
Hardware	3,5	15%	0,2	0,6%	0,1	0,9%
ICT	23,7	100%	4,9	2,1%	-0,3	-0,7%
Creatieve industrie en ICT	49,3	6%	9,0	1,8%	0,4	0,4%
Totale economie	831,3	100%	40,9	0,5%	14,5	0,9%

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

⁸ Vergelijk tabel 1.1.

De audiovisuele sector in de noordelijke provincies telt in 2021 ruim vierduizend banen, wat neerkomt op 16 procent van alle banen in de creatieve industrie in de noordelijke regio. Dat percentage ligt landelijk hoger: 20 procent. De brede audiovisuele sector is verantwoordelijk voor een half procent van alle banen in de regio, landelijk is dat 0,8 procent. Van alle Nederlandse banen in de brede audiovisuele industrie is 5,4 procent te vinden in Noord. Dat is lager dan het percentage van alle Nederlandse banen dat in de noordelijke provincies te vinden is, dat is, zoals eerder vermeld, 9,1 procent. Daarmee is de audiovisuele sector relatief ondervertegenwoordigd in de noordelijke provincies.

De ontwikkeling van de brede audiovisuele industrie in de drie noordelijke provincies verloopt voorspoedig. In de periode 2010 tot en met 2021 groeit de Noordelijke audiovisuele sector met 4,4 procent per jaar. Er komen over de gehele periode om en nabij de vijftienhonderd banen bij. Dat groeitempo tempert enigszins in de jaren 2019–2021, maar is nog steeds fors, namelijk jaarlijks gemiddeld 4,1 procent.

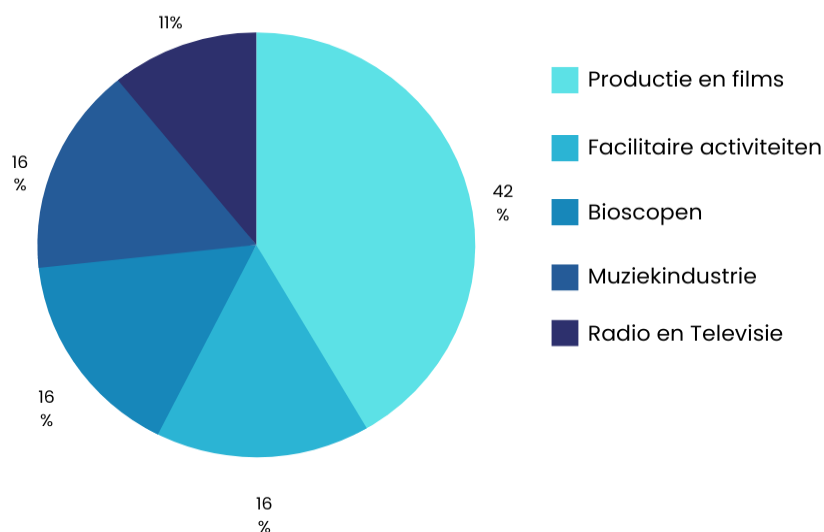
Tabel 1.7						
Banen in de audiovisuele sector naar bedrijfstak, Noord-Nederland (2010–2021)						
	Banen	Banen	Groei	Groei	Groei	Groei
	2021	Aandeel	2010–21	2010–21	2019–21	2019–21
Uitgeverijen van computerspellen	0,0	0,2%	0,0	0,0	0,0	58,1%
Overige uitgeverijen van software	0,0	0,2%	0,0	10,5%	0,0	22,5%
Productie van films (geen televisiefilms)	0,8	20,8%	0,5	7,2%	0,1	7,0%
Productie van televisieprogramma's	0,0	1,1%	0,0	-0,4%	0,0	13,0%
Facilitaire activiteiten voor film- en televisieproducties	0,3	7,4%	0,1	2,6%	0,0	0,8%
Distributie van films en televisieproducties	0,0	0,3%	0,0	27,1%	0,0	3,8%
Bioscopen	0,3	6,6%	-0,1	-1,8%	-0,1	-9,5%
Maken en uitgeven van geluidsopnamen	0,3	7,5%	0,2	8,5%	0,0	5,0%
Radio-omroepen	0,1	2,5%	0,0	2,2%	0,0	-5,4%
Televisieomroepen	0,1	3,5%	-0,1	-5,2%	0,0	4,5%
Beoefening van podiumkunst	2,0	49,8%	0,9	5,9%	0,2	5,8%
Audiovisuele sector (breed)	4,1	100%	1,5	4,4%	0,3	4,1%
Audiovisuele sector (smal, excl. podiumkunsten)/ Aandeel creatieve industrie	2,0	7,8%	0,6	3,1%	0,1	2,6%

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Net als landelijk is ook in de drie noordelijke provincies beoefening van podiumkunsten met afstand de belangrijkste bedrijfstak binnen de brede audiovisuele sector, met nagenoeg de helft van alle banen in 2021. Het noordelijke banenaandeel van beoefening van podiumkunsten is met 49,8 procent ruim hoger dan het landelijke (43,6 procent). Beoefening van podiumkunsten in Noord groeit over de gehele periode 2010–2021 en ook in 2019–2021 bovengemiddeld met respectievelijk 5,9 en 5,8 procent. Landelijk ligt dat groeipercantage met 6,8 procent voor de gehele periode iets hoger, maar met 5,5 procent voor de jaren 2019–2021

iets lager. Van 2010 tot en met 2021 kwamen er in de beoefening van podiumkunsten in de noordelijke provincies om en nabij de negenhonderd banen bij.

Figuur 1.2 Banen in de audiovisuele sector (tweeduizend) naar bedrijfstak (excl. podiumkunsten) (Noord-



Nederland, 2021)

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Zonder podiumkunsten telt de audiovisuele sector in Noord-Nederland om en nabij de tweeduizend banen en noteert hij een groei van zeshonderd banen in de periode 2010-2021 waarvan honderd in de jaren 2019-2021. Dat komt neer op een gemiddelde groei per jaar van 3,1 procent over die gehele periode en 2,6 procent in de jaren 2019-2021. Dat is nog altijd ruim boven het groeicijfer van de ICT-sector (respectievelijk 2,1 en -0,7 procent), creatieve industrie (respectievelijk 1,6 en 1,5 procent) en de totale economie (0,5 en 0,9 procent) in Noord. De smalle audiovisuele sector is verantwoordelijk voor een kleine 0,3 procent van de banen in de Noordelijke provincies, voor 7,8 procent van de creatieve industrie en 30,8 procent van de media- en entertainmentindustrie. Op landelijk niveau zijn dat respectievelijk bijna 0,5, 11,4 en 41,8 procent. Dat houdt in dat de betekenis van de smalle audiovisuele sector in de media- en entertainmentindustrie en de gehele creatieve industrie op landelijke schaal groter is dan in de Noord-Nederlandse provincies. Van alle Nederlandse banen in de smalle audiovisuele sector is 4,7 procent te vinden in de noordelijke provincies.

De sterkste groei binnen de noordelijke audiovisuele industrie noteren, net als landelijk, de twee nieuwe media bedrijfstakken (uitgeverijen van computerspellen en overige uitgeverijen van software). De bedrijfstak distributie van films en televisieproducties laat voor 2017-2019 een forse procentuele groei zien, maar dat zet in aantallen banen weinig zoden aan de dijk. Het gaat hier om een kleine sector.

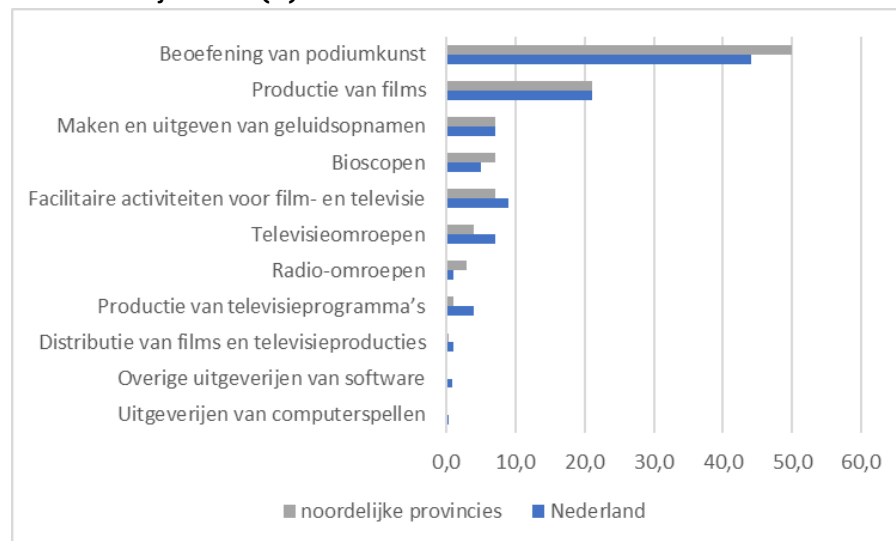
Opvallend en tegelijkertijd substantieel is de groei in de bedrijfstak productie van films, gemiddeld jaarlijks 7,2 procent in de periode 2010 tot en met 2021 en zeven procent in de jaren 2019-2021. In die periode worden in die bedrijfstak vijfhonderd nieuwe banen gecreëerd. In 2021 zijn er bijna driemaal zoveel banen in de productie van films (om en nabij de achthonderd) dan in het uitgangsjaar 2010 (om en nabij de driehonderd). Ook maken en uitgeven van

geluidsopnames laat een bovengemiddelde groei zien, maar het is een kleine bedrijfstak. Van dezelfde omvang is facilitaire activiteiten voor film- en televisieproducties, de groei daarvan is echter bescheiden.

Een aantal bedrijfstakken is stationair of levert banen in, gerekend over de periode 2010–2021. De banen bij bioscopen zijn vooral in de jaren 2019–2021 fors teruggelopen, met 9,5 procent per jaar gemiddeld, als reactie op de COVID-19 maatregelen. Ook televisieomroepen leveren banen in (om en nabij de honderd). Productie van televisieprogramma's, een kleine bedrijfstak in Noord laat in de jaren 2019–2021 forse procentuele groei zien, toch is het aantal banen over de gehele periode 2010–2021 licht gedaald.

Figuur 1.3

Aandeel bedrijfstakken (%) in totaal van banen in brede audiovisuele sector in noordelijke provincies en Nederland



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

In vergelijking met de landelijke situatie is het aandeel van beoefening van podiumkunsten in de noordelijke provincies aanzienlijk hoger. Ook het banenaandeel van bioscopen in Noord is hoger dan landelijk. Opvallend is dat het banenaandeel van productie van films in de noordelijke provincies gelijk is aan het landelijk gemiddelde. Dit is vooral opmerkelijk met het oog op het feit dat de cinematografische productiecapaciteit in Nederland sterk geconcentreerd is rond Amsterdam en in de brede Randstad. Op basis daarvan zou verwacht kunnen worden dat het economische belang van productie van films in de regio's van Nederland onder gemiddeld is. Voor de noordelijke provincies is dat niet het geval. Datzelfde geldt in zekere zin voor de bedrijfstak maken en uitgeven van geluidsopnames. Ook kennen de Noordelijke provincies een groter banenaandeel in de bedrijfstak radio-omroepen dan Nederland als geheel. Waarschijnlijk zijn de publieke regionale en lokale omroepen in de drie noordelijke provincies daarvoor verantwoordelijk.

1.4.2 Bedrijfsvestigingen

Er zijn in totaal 15,7 duizend creatieve bedrijfsvestigingen in 2021 in de drie noordelijke provincies gezamenlijk. Daartoe behoren zowel zzp'ers als grotere MKB-bedrijven en incidenteel grote bedrijven. In de noordelijke provincies is 9,5 procent van de bedrijven een bedrijf in de creatieve industrie. Dat aandeel is ruim driemaal zo hoog als dat van de creatieve banen (3,1 procent). Dat komt door de kleinschaligheid van de creatieve industrie, die ook

geldt voor de noordelijke provincies. Het aantal ICT-bedrijven is kleiner: 6,3 duizend. Van alle bedrijven in Noord is 3,8 procent een ICT-bedrijf.

Van alle Nederlandse creatieve-industrie-bedrijven is 7,3 procent te vinden in de noordelijke provincies. Voor de ICT-bedrijven is dat iets meer: 7,5 procent. Ter vergelijking: in Fryslân, Groningen en Drenthe is 8,9 procent van alle bedrijven in Nederland gevestigd. Dus de creatieve bedrijven zijn licht ondervertegenwoordigd in Noord.

Tabel 1.8						
Bedrijfsvestigingen creatieve industrie, ICT en audiovisuele sector (x 1.000), Noord-Nederland 2010-2021						
	Vestigingen	Vestigingen	Groei	Groei	Groei	Groei
	2021	2021	2010-21	2010-21	2019-21	2019-21
	Aantal	% Aandeel	Aantal	% per jaar	Aantal	% per jaar
Kunsten en cultureel erfgoed	6,7	43%	2,7	4,7%	0,6	4,6%
Media en entertainmentindustrie	3,5	23%	1,2	3,7%	0,4	5,4%
Creatieve zakelijke dienstverlening	5,4	35%	2,4	5,4%	0,7	7,1%
Creatieve industrie	15,7	100%	6,2	4,7%	1,6	5,6%
Audiovisuele sector (breed)	2,9	18%	1,7	8,5%	0,4	7,9%
Diensten	5,8	92%	1,6	3,0%	0,3	2,4%
Hardware	0,5	8%	0,0	0,7%	0,0	-1,0%
ICT	6,3	100%	1,6	2,8%	0,3	2,1%
Creatieve industrie en ICT	21,9	13%	7,9	4,1%	1,9	4,6%
Totale economie	166,1	100%	38,9	2,5%	12,9	4,1%

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

In het totaal groeide het aantal bedrijfsvestigingen in de creatieve industrie in de jaren 2010 tot en met 2021 met 6,2 duizend, een groei die mede vorm kreeg in 2019 tot en met 2021. Het groeitempo van het aantal bedrijven in de creatieve industrie ligt aanzienlijk hoger dan dat in de gehele noordelijke economie: 4,7 procent tegen 4,1 procent in de jaren 2010 tot en met 2011. In de recente jaren is het verschil gegroeid: 5,6 tegen 4,6 procent.

Het grootste aantal bedrijven binnen de noordelijke creatieve industrie is te vinden in kunsten en erfgoed (6,7 duizend), het kleinste aantal in media- en entertainment (3,5 duizend). De sterkste groei over de gehele periode 2010-2021 vindt plaats in kunsten en erfgoed. Echter die groei is in de recente jaren 2019-2021 minder dan over de gehele periode, wat ook landelijk het geval is. Dat kan worden toegeschreven aan de gevolgen van corona. De kunsten hadden daar

het zwaarst onder te leiden⁹. In de recente jaren 2019–2021 komen er de meeste creatieve bedrijven in de noordelijke provincies bij in de creatieve zakelijke dienstverlening, wat ook landelijk geldt. Het groeitempo van het aantal bedrijven in de media- en entertainmentindustrie neemt, net als in de creatieve dienstverlening, de recente jaren toe.

Opmerkelijk is dat de toename aan bedrijven in de ICT-sector over de gehele periode 2010–2021 boven het tempo van de gehele noordelijke economie ligt, maar in de jaren 2019 tot en met 2021 niet mee ontwikkelt met diezelfde economie en zelfs terugloopt van 2,9 naar 2,1 procent. Eerder kwam al naar voren dat het aantal banen binnen die sector een daling laat zien in die recente jaren.

In 2021 zijn er 2,9 duizend bedrijven in de brede audiovisuele sector. Dat is 1,7 procent van alle bedrijven in de noordelijke provincies en 18,5 procent van de bedrijven in de noordelijke creatieve industrie. Van de Nederlandse bedrijven in de brede audiovisuele industrie zijn er 5,9 procent in Noord gevestigd, tegen 8,9 procent van de totale Nederlandse economie. De sector is daarmee ondervertegenwoordigd in de noordelijke provincies. Daarbij is opvallend dat de groei aan bedrijven in de noordelijke audiovisuele sector die van de creatieve industrie in de regio ver overstijgt. Het aantal bedrijven nam toe met respectievelijk 8,5 (2010 tot en met 2021) en 7,4 procent (2019 tot en met 2021) gemiddeld per jaar. Voor de gehele creatieve industrie waren dat 4,7 en 5,6 procent. In de periode 2010 tot en met 2021 zijn er zeventienhonderd bedrijven in de brede audiovisuele sector bij gekomen.

Tabel 1.9						
Bedrijfsvestigingen bedrijfstakken in de audiovisuele industrie (x 1.000), Noord-Nederland (2010–2021)						
	Vestigingen	Vestigingen	Groei	Groei	Groei	Groei
	2021	2021	2010–21	2010–21	2019–21	2019–21
	Aantal	Aandeel	Aantal	% per jaar	Aantal	% per jaar
Uitgeverijen van computerspellen	0,0	0,1%	0,0	0,0%	0,0	0,0%
Overige uitgeverijen van software	0,0	0,3%	0,0	13,4%	0,0	26,5%
Productie van films	0,7	24,1%	0,4	8,3%	0,1	9,4%
Productie van televisieprogramma's	0,0	1,1%	0,0	2,6%	0,0	13,1%
Facilitaire activiteiten voor film- en televisieproductie	0,2	6,9%	0,1	6,5%	0,0	8,8%
Distributie van films en televisieproductie	0,0	0,1%	0,0	10,5%	0,0	0,0%
Bioscopen	0,0	0,7%	0,0	0,0%	0,0	0,0%
Maken en uitgeven van geluidsopnamen	0,2	7,7%	0,1	9,9%	0,0	9,5%
Radio-omroepen	0,0	0,2%	0,0	6,5%	0,0	9,5%
Televisieomroepen	0,0	0,1%	0,0	-8,0%	0,0	-18,4%
Beoefening van podiumkunst	1,7	58,7%	1,0	9,1%	0,2	7,0%

⁹ Zie onder meer: René Goudriaan, Michiel Slag, Rogier Brom, Maartje Goedhart, Maxime van Haeren, Lisa Wolters, Dionne Faber en Maartje Gielen (2021). Ongelijk getroffen, ongelijk gesteund Effecten van de corona crisis in de culturele sector. Amsterdam: Boekmanstichting, SRiM, Significant/APE. [https://www.boekman.nl/wp-content/uploads/2021/05/Ongelijk-getroffen-ongelijk-gesteund_def.pdf]; Paul Rutten en Walter Manshanden (2022). Gevolgen van corona voor de creatieve industrie. Boekman 13, pp. 46–50.

Audiovisuele sector (breed)	2,9	100%	1,7	8,5%	0,4	7,9%
Audiovisuele sector (smal, excl. podiumkunsten)/ Aandeel creatieve industrie	1,2	7,6%	0,7	7,8%	0,2	9,2%

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

De ontwikkelingen die hiervoor werden gesignaleerd toen het ging over de banenontwikkeling in de verschillende bedrijfstakken binnen de brede audiovisuele sector, in paragraaf 1.4.1 en tabel 1.7, zijn voor een belangrijk deel terug te zien in de ontwikkeling van het aantal bedrijven.

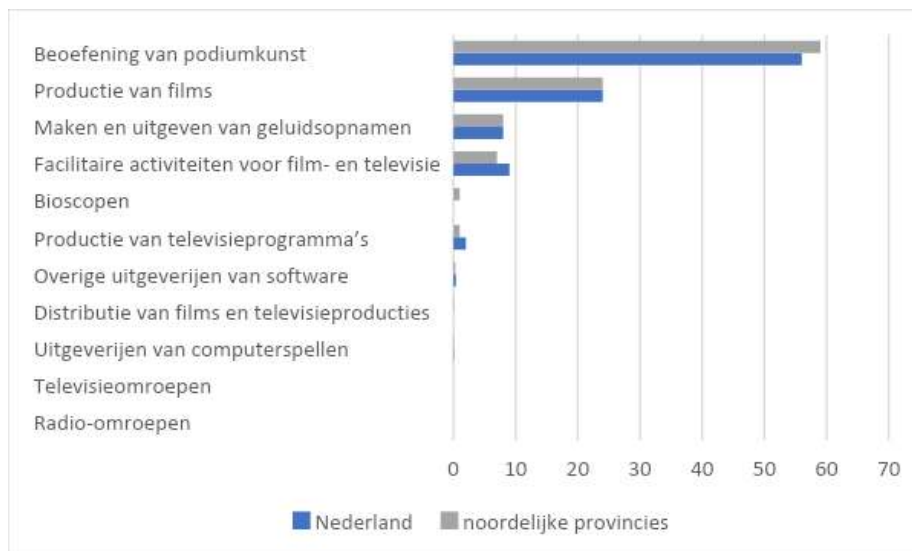
Er zijn vier bedrijfstakken in de audiovisuele sector die een substantieel aantal bedrijven tellen: beoefening van podiumkunsten, productie van films, maken en uitgeven van geluidsopnamen en facilitaire activiteiten voor film- en televisieproductie. Voor alle andere bedrijfstakken geldt dat ze minder dan vijftig bedrijven tellen. Van die vier bedrijfstakken vallen 1,7 duizend bedrijven (58,7 procent), onder beoefening van podiumkunsten. In tabel 1.2 kwam naar voren dat die bedrijven goed zijn voor om en nabij de tweeduizend banen. Dat geeft aan dat het bij veel van deze bedrijven gaat om creatieve professionals, doorgaans uitvoerende artiesten, die als zzp'er actief zijn, voor een deel binnen en voor een ander deel buiten de audiovisuele sector, zoals in de paragraaf 1.2.2 uiteen is gezet.

In de audiovisuele sector zonder de bedrijfstak podiumkunsten zijn in Noord-Nederland om en nabij de twaalfhonderd bedrijven actief. Daarmee is de smalle audiovisuele sector verantwoordelijk voor 0,7 procent van de bedrijven in Noord, 7,6 procent van bedrijven in de creatieve industrie in de regio en ongeveer een derde van de bedrijven in de noordelijke media- en entertainmentindustrie. Het grootste deel van de bedrijven in de smalle audiovisuele sector valt in productie van films (om en nabij de zevenhonderd vestigingen), op afstand gevolgd door het maken en uitgeven van geluidsopnamen en facilitaire activiteiten voor film- en televisieproducties, met elk rond de tweehonderd bedrijven.

Hiervoor is vastgesteld dat het aandeel van beoefening van podiumkunsten in banen in de noordelijke audiovisuele industrie aanzienlijk groter is dan in Nederland gemiddeld. Dat verschil is kleiner als het gaat om bedrijven. Het aandeel van bedrijfsvestigingen in de productie van films en het maken en uitgeven van geluidsopname in de audiovisuele sector is in de noordelijke provincies gelijk aan dat in Nederland. Bedrijven in facilitaire diensten maken een groter deel uit van de landelijke audiovisuele sector dan de noordelijke. Bioscopen leggen in aantallen bedrijfsvestigingen minder gewicht in de schaal in vergelijking met banen, omdat het relatief grote organisaties zijn met veel mensen in dienst, althans in vergelijking met veel relatief kleine creatieve industrie bedrijven.¹⁰ Datzelfde lijkt te gelden voor radio- en televisieomroepen. De resterende bedrijfstakken zijn zowel klein in aantal banen als bedrijfsvestigingen.

Figuur 1.4
Aandeel bedrijfstakken (%) in totaal van bedrijven in brede audiovisuele sector in noordelijke provincies en Nederland

¹⁰ Vgl. tabel 2.1



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

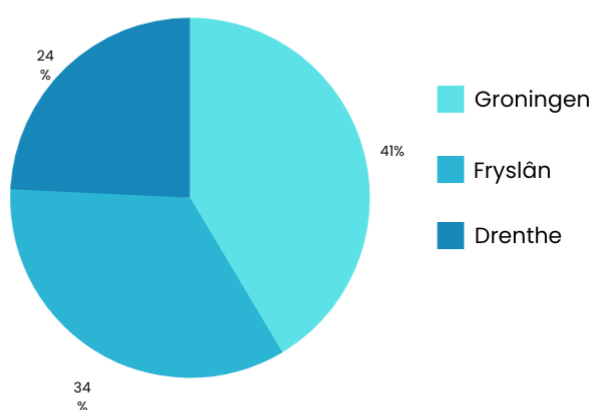
1.5 Audiovisuele sector in Fryslân, Groningen en Drenthe

Deze paragraaf schetst het belang van de audiovisuele sector in de afzonderlijke noordelijke provincies in 2021 in de context van de creatieve industrie en in relatie tot ICT en de totale economie.

1.5.1 Banen

Van de drie noordelijke provincies telt Groningen met 10,6 duizend, de meeste banen in de creatieve industrie, gevolgd door Fryslân met 8,8 en Drenthe met 6,2 duizend. Het aandeel van de creatieve industrie in het totale aantal banen in de provincie Groningen is 3,6 procent. Voor Drenthe is dat 2,7 en voor Fryslân 2,9 procent. Landelijk behoort 4,1 procent van alle banen tot de creatieve industrie.

Figuur 1.5
Banen (10,6 duizend) in de creatieve industrie in Noord-Nederland per provincie (%) (2021)



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Van alle creatieve industrie banen in de noordelijke provincies is 42 procent te vinden in Groningen, 34 procent in Fryslân en 24 procent in Drenthe. De verhoudingen tussen het belang van de verschillende deelsectoren van de creatieve industrie in de drie provincies zijn

vergelijkbaar; kunsten en erfgoed is dominant, gevolgd door creatieve zakelijke dienstverlening en media- en entertainment.

Het aandeel van de brede audiovisuele sector in de provinciale creatieve industrie varieert van 17 procent in Groningen (1,8 duizend banen) tot bijna 13 procent in Drenthe (om en nabij de achthonderd banen) met een tussenpositie voor Fryslân met bijna 16 procent (1,4 duizend banen). Van alle banen in de brede audiovisuele sector in de noordelijke provincies is 45 procent in Groningen te vinden, 35 procent in Friesland en 20 procent in Drenthe. Opvallend, maar niet verrassend, is de relatief sterke positie van de provincie Groningen in de ICT-sector, met 11,5 duizend banen. Groningen heeft door de jaren heen een sterk ICT-profiel ontwikkeld.

Tabel 1.10								
Werkgelegenheid in de creatieve industrie, ICT, totale economie en audiovisuele sector in noordelijke provincies (2021)								
	Groningen		Friesland		Drenthe		Noord	
	Aantal	Aandeel	Aantal	Aandeel	Aantal	Aandeel	Aantal	Aandeel
Kunsten en cultureel erfgoed	4,5	43%	3,5	39%	2,6	43%	10,6	41%
Media- en entertainment	2,6	24%	2,3	26%	1,6	25%	6,5	25%
Creatieve zakelijke dienstverlening	3,5	33%	3,1	35%	2,0	32%	8,5	33%
Creatieve industrie	10,6	100%	8,8	100%	6,2	100%	25,6	100%
Audiovisuele sector (breed)	1,8	17,1%	1,4	16,3%	0,8	13,1%	4,1	15,9%
ICT-diensten	10,5	91%	5,1	80%	4,6	79%	20,2	85%
ICT-hardware	1,0	9%	1,3	20%	1,2	21%	3,5	15%
ICT	11,5	100%	6,4	100%	5,8	100%	23,7	100%
Creatieve Industrie en ICT	22,1	7,4%	15,3	4,9%	12,0	5,3%	49,3	5,9%
Totale economie	297,3	100%	308,5	100%	225,5	100%	831,3	100%

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Het belang van de verschillende bedrijfstakken die onderdeel zijn van de brede audiovisuele sector, is vergelijkbaar met het beeld dat eerder is geschetst van de situatie in Nederland en het totaal van de Noord-Nederlandse provincies. Wat ook hier de dominantie van de bedrijfstak beoefening van podiumkunsten is. In de provincie Groningen beslaat die zelfs 55 procent van alle banen in de brede audiovisuele sector. In beide andere provincies is dat 45 procent. De helft van de banen in de podiumkunsten in de noordelijke provincies bevindt zich in de provincie Groningen. Filmproductie is met bijna achthonderdvijftig banen in de noordelijke provincies een belangrijke bedrijfstak. Zijn aandeel per provincie varieert van 20 (Groningen en Drenthe) tot 22 procent (Fryslân) van de brede audiovisuele sector. Facilitaire activiteiten voor film- en televisieproductie is aanvullend aan filmproductie en beslaat ook een belangrijk deel van de sector audiovisueel. Daarbij valt het relatief hoge aantal banen in deze bedrijfstak in Drenthe op. Deze provincie koppelt dat aan een extreem laag aantal banen in radio- en

televisieomroep (twee), wat doet vermoeden dat de belangrijkste aanbieder van omroepprogramma's, RTV Drenthe, ingedeeld staat in de categorie facilitaire diensten. Voorts zijn de bioscopen belangrijk en ook het maken en uitgeven van geluidsopnamen, net als radio- en televisieomroepen. Distributeurs van films en televisieproducties zijn dun gezaaid in de noordelijke provincies. In Groningen en Fryslân resteren, wanneer de podiumkunsten buiten beschouwing worden gelaten, om en nabij de achthonderd banen in de zogenaamde smalle audiovisuele sector, in Drenthe bijna 440 (zie tabel 1.11).

Tabel 1.11								
Werkgelegenheid in de bedrijfstakken*) in de audiovisuele industrie in noordelijke provincies (2021)								
	Groningen		Friesland		Drenthe		Noord-totaal	
	Aantal	Aandeel	Aantal	Aandeel	Aantal	Aandeel	Aantal	Aandeel
Productie van films	370	20%	314	22%	160	20%	844	21%
Productie van televisieprogramma's	7	0%	31	2%	8	1%	46	1%
Facilitaire activiteiten film- en televisieproductie	81	4%	83	6%	137	17%	301	7%
Distributie van films en televisieproducties	2	0%	10	1%	2	0%	14	0%
Bioscopen	126	7%	78	5%	63	8%	267	7%
Maken en uitgeven van geluidsopnamen	101	6%	137	9%	65	8%	303	7%
Radio- en televisieomroep	112	6%	131	9%	2	0%	245	6%
Beoefening van podiumkunst	1.005	55%	650	45%	366	45%	2.021	50%
Overig	8	0,4%	9	0,6%	2	0,2	19	0,5%
Audiovisuele sector (breed)	1.812	100%	1.443	100%	805	100%	4.060	100%
Audiovisuele sector (smal, excl. podiumkunsten)/ Aandeel creatieve industrie	807	7,6%	793	9,0%	439	7,1%	2.039	8,0%

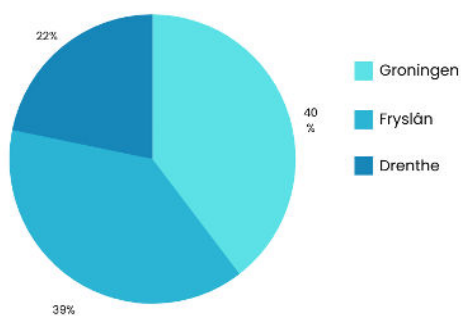
*) In deze analyse is een aantal categorieën die hiervoor werden onderscheiden samengetrokken. Radio-omroepen en televisieomroepen is hier een categorie. Uitgeverijen van computerspellen en overige uitgeverijen van software zijn hier, vanwege de lage scores, samengebracht onder de categorie overig.

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Figuur 1.6 laat de verdeling van de banen in de zogenaamde smalle audiovisuele sector in de noordelijke provincies over de drie provincies zien: Groningen, Fryslân en Drenthe. In Groningen is de smalle audiovisuele industrie verantwoordelijk voor 0,3 procent van alle banen en telt hij ruim 31 procent van alle banen in de provinciale media- en entertainmentindustrie. In Fryslân behoort eveneens 0,3 procent van alle banen tot de smalle audiovisuele sector en beslaat hij 34 procent van de media- en entertainmentindustrie. In Drenthe gaat het om respectievelijk 0,2 en 27,5 procent. Van alle banen binnen de smalle audiovisuele sector in Noord is veertig procent in Groningen te vinden, 39 procent in Fryslân en 21 procent in Drenthe.

Figuur 1.6.

Banen (tweeduizend) in de smalle audiovisuele sector (excl. podiumkunsten) in de drie noordelijke provincies (%) (2021)



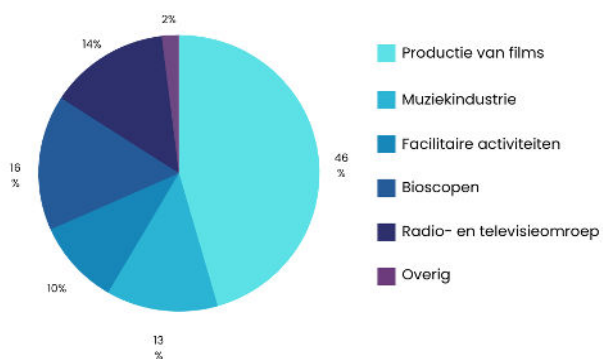
Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

In figuur 1.7 is de verdeling van de banen in de smalle audiovisuele sector in verschillende bedrijfstakken per provincie weergegeven.

Figuur 1.7

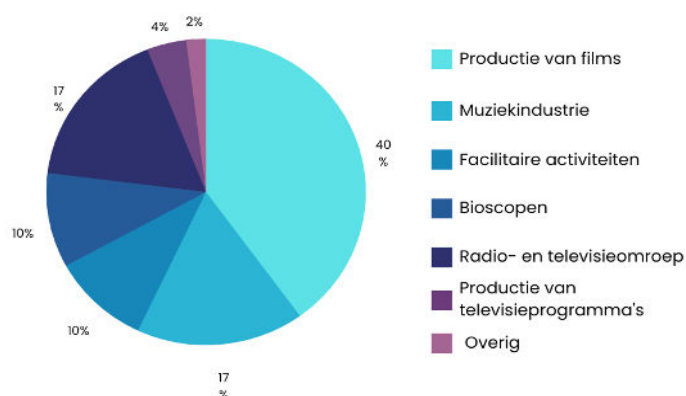
Banen in de smalle audiovisuele sector (excl. podiumkunsten) in de drie noordelijke provincies naar bedrijfstak (%) (2021)

a. Groningen (807 banen)



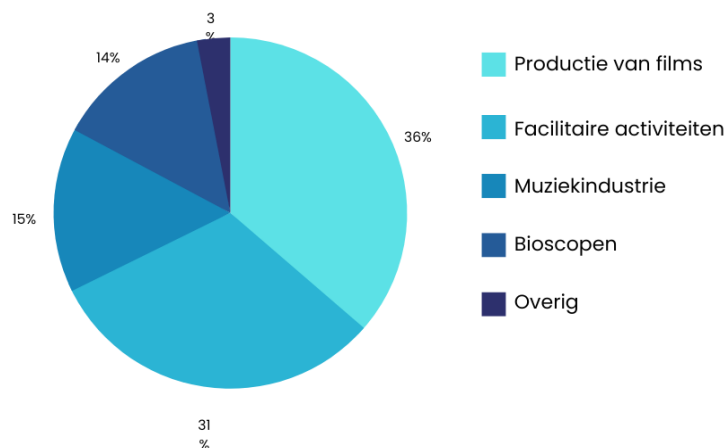
Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

b. Fryslân (793 banen)



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

c. Drenthe (493 banen)



Bron: Lisa, bewerking NEO
Observatory/Paul Rutten Onderzoek

1.5.2 Bedrijfsvestigingen

In Groningen is ruim 12 procent van alle bedrijven een creatieve industrie bedrijf. Dat is een hoger percentage dan het landelijk gemiddelde van 11,5. Dat is terug te voeren op het grote belang van de bedrijven in kunst en erfgoed in Groningen, die doorgaans klein van omvang zijn en voor een groot deel bestaan uit zzp'ers binnen de podiumkunsten. 46 procent van de Groningse bedrijven in de creatieve industrie valt binnen kunst en erfgoed. Ruim 41 procent van alle bedrijven in de creatieve industrie die in Noord gevestigd zijn, is te vinden in de provincie Groningen. 8,7 procent van alle Friese bedrijven is een creatieve industrie bedrijf. Fryslân heeft bijna 37 procent van alle noordelijke creatieve industrie vestigingen in huis. In Drenthe is zowel het aantal, maar ook het aandeel van creatieve industrie bedrijven lager, namelijk 7,1 procent van de Drentse bedrijven behoort tot de creatieve industrie, wat neerkomt op 21 procent van alle noordelijke vestigingen in de creatieve en culturele sector.

Tabel 1.12

Bedrijfsvestigingen in creatieve industrie, ICT, audiovisuele sector en totale economie voor noordelijke provincies (aantal x 1.000 en % aandeel) (2021)

	Groningen		Friesland		Drenthe		Noord	
	Aantal	Aandeel	Aantal	Aandeel	Aantal	Aandeel	Aantal	Aandeel
Kunsten en cultureel erfgoed	3,0	46%	2,4	41%	1,3	39%	6,7	43%
Media- en entertainment	1,3	21%	1,4	24%	0,8	25%	3,5	23%
Creatieve zakelijke dienstverlening	2,1	33%	2,1	35%	1,2	36%	5,4	35%
Creatieve industrie	6,5	100%	5,8	100%	3,3	100%	15,7	100%
Audiovisuele sector	1,3	19,6%	1,1	18,1%	0,6	16,8%	2,9	18,4%
Diensten	2,4	93%	1,8	90%	1,5	91%	5,8	92%
Hardware	0,2	7%	0,2	10%	0,2	9%	0,5	8%
ICT	2,5	100%	2,0	100%	1,7	100%	6,3	100%

Creatieve Industrie en ICT	9,0	16,9%	7,9	11,8%	5,0	10,9%	21,9	13,2%
Totale economie	53,4	100%	66,5	100%	46,2	100%	166,1	100%

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

De verhoudingen tussen de noordelijke provincies die gelden voor de vestigingen in de creatieve industrie worden weerspiegeld in de audiovisuele sector. Bedrijven in de audiovisuele sector zijn het sterkst vertegenwoordigd in Groningen, gevolgd door Friesland en Drenthe. Groningen is verantwoordelijk voor 45 procent van alle vestigingen van de brede audiovisuele industrie (inclusief beoefening van podiumkunsten), Fryslân voor 37 en Drenthe voor 21 procent.

Tabel 1.13								
Bedrijfsvestigingen in bedrijfstakken in de audiovisuele sector (aantal en aandeel) (2021)								
	Groningen		Friesland		Drenthe		Noord	
	Aantal	Aandeel	Aantal	Aandeel	Aantal	Aandeel	Aantal	Aandeel
Productie van films	297	23%	267	25%	131	23%	695	24%
Productie van televisieprogramma's	7	1%	20	2%	5	1%	32	1%
Facilitaire activiteiten film- en televisieproductie	75	6%	76	7%	48	9%	199	7%
Distributie van films en televisieproducties	1	0%	1	0%	1	0%	3	0%
Bioscopen	9	1%	5	0%	5	1%	19	1%
Maken en uitgeven van geluidsopnamen	84	7%	95	9%	44	8%	223	8%
Radio- en televisieomroep	3	0%	3	0%	2	0%	8	0%
Beoefening van podiumkunst	787	62%	585	55%	324	58%	1.696	59%
Overig	7	0,6%	3	0,3%	2	0,4%	12	0,4%
Audiovisuele sector (breed)	1.270	100,0%	1.055	100,0%	562	100,0%	2.887	100,0%
Audiovisuele sector (smal, excl. podiumkunsten)/ Aandeel creatieve industrie	483	7,5%	470	8,1%	238	7,1%	1.191	7,6%

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

Voor alle drie noordelijke provincies geldt dat beoefening van podiumkunsten met afstand het grootste aantal bedrijfsvestigingen kent binnen de brede audiovisuele sector. In Groningen is het aandeel 62 procent (787 vestigingen), in Friesland 55 procent (585 vestigingen) en in Drenthe 58 procent (324 vestigingen). Ook productie van films telt een substantieel aantal bedrijven, 297 in de provincie Groningen (23 procent van de brede audiovisuele sector), 267 (25 procent) in Friesland en 131 (23 procent) in Drenthe. De op twee na belangrijkste bedrijfstak is de muziekindustrie (maken en uitgeven van geluidsopnamen) met tussen de zeven en negen procent van het aantal vestigingen in de drie provincies. Het aandeel van de facilitaire bedrijfstak varieert van zes (Groningen) tot negen procent (Drenthe) van alle vestigingen. Opvallend is het kleine aantal bedrijven in de samengestelde categorie radio- en

televisieomroep. Dat is terug te voeren op de relatief grote omvang van de belangrijkste spelers in dit domein, in vergelijking met bedrijven in andere bedrijfstakken.

Wanneer beoefening van podiumkunsten buiten beschouwing blijft is het aandeel bedrijfsvestigingen substantieel kleiner. De sterkste afname geldt voor Groningen. In die provincie is de smalle audiovisuele industrie verantwoordelijk voor 0,9 procent van alle bedrijven en neemt die bedrijfstak bijna 37 procent van de bedrijfsvestigingen binnen de provinciale media- en entertainmentindustrie voor zijn rekening. In Fryslân kan 0,8 procent van alle bedrijven tot de smalle audiovisuele sector worden gerekend en beslaat die bedrijfstak bijna 34 procent van de media- en entertainmentindustrie. In Drenthe gaat het om respectievelijk 0,5 en dertig procent. Van alle bedrijven in de smalle audiovisuele sector die gevestigd zijn in noordelijke provincies nemen de provincies Fryslân en Groningen ieder veertig procent voor hun rekening. In Drenthe is dat twintig procent.

1.6 Audiovisuele bedrijvigheid in Groningen, Leeuwarden en Assen

In deze paragraaf is de aandacht gericht op het belang van de audiovisuele sector in de drie noordelijke hoofdsteden, binnen de context van zowel creatieve industrie als ICT-sector en totale economie. Net als in de voorgaande paragraaf wordt de situatie in 2021 geanalyseerd.

1.6.1 Banen

Van de drie noordelijke hoofdsteden is in Groningen de creatieve industrie, gemeten naar het aantal banen, het meest van belang, met 7,5 duizend banen, tegen drieduizend in Leeuwarden en dertienhonderd in Assen. In de stad Groningen heeft de creatieve industrie een aandeel van 4,6 procent van de economie, in Leeuwarden 3,9 procent en in Assen 3,2 procent. Voor de stad Groningen is het economisch belang van de creatieve industrie hoger dan het landelijk gemiddelde van 4,1 procent. Leeuwarden ligt daar iets onder. Verder blijkt dat de stad Groningen veel banen in de ICT-sector telt, in het bijzonder in ICT-diensten. Met 8,9 duizend banen is de ICT-sector in Groningen groter dan de creatieve industrie. ICT vertegenwoordigt 5,5 procent van de economie, gerekend naar banen.

Tabel 1.14

Werkgelegenheid in de creatieve industrie, audiovisuele industrie, ICT en totale economie in noordelijke provinciehoofdsteden (aantal banen en aandeel totaal) (2021)

	Groningen		Leeuwarden		Assen	
	Aantal	Aandeel	Aantal	Aandeel	Aantal	Aandeel
Kunsten en cultureel erfgoed	3,2	42%	1,2	38%	0,8	58%
Media- en entertainment	1,8	24%	0,9	31%	0,3	22%
Creatieve zakelijke dienstverlening	2,5	34%	0,9	31%	0,3	20%
Creatieve industrie	7,5	100%	3,0	100%	1,3	100%
Audiovisuele sector (breed)	1,3	17,7%	0,6	19,1%	0,2	14,3%
Diensten	8,6	97%	1,5	76%	1,3	84%
Hardware	0,3	3%	0,5	24%	0,2	16%
ICT	8,9	100%	2,0	100%	1,5	100%

Creatieve Industrie en ICT	16,4	10,1%	5,0	6,5%	2,9	7,0%
Totale economie	161,6	100%	77,8	100%	41,2	100%

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

In Assen is, met 58 procent van de creatieve banen, een uitzonderlijk hoog aandeel in kunst en cultureel erfgoed te vinden, in Groningen is dat 42 procent en Leeuwarden 38 procent. In omvang, dat wil zeggen het aantal banen, is kunst en erfgoed het grootst in Groningen met ruim drieduizend banen. Voor wat de media- en entertainmentindustrie betreft valt Leeuwarden op door het grootste percentage banen in deze subsector binnen de creatieve industrie, 31 procent. Toch is het aantal banen in media- en entertainment in Groningen met achttienhonderd, tweemaal zo groot als in de Friese hoofdstad. In creatieve zakelijke dienstverlening voert de stad Groningen zowel procentueel als in aantallen banen de boventoon.

Een belangrijke vraag is in hoeverre de banen in de creatieve industrie geconcentreerd zijn in de provinciehoofdsteden of dat ze verspreid zijn in de provincie. Voor Groningen geldt, meer dan voor de andere provinciehoofdsteden, dat er sprake is van concentratie van creatieve banen. De hoofdstad is verantwoordelijk voor 71 procent van alle banen in de provincie Groningen. In Friesland is dat anders, ruim 34 procent is te vinden in Leeuwarden. Van de Drentse creatieve banen is slechts ruim twintig procent te vinden in de provinciehoofdstad Assen. Van het totaal aan creatieve industrie banen in de noordelijke provincies neemt de stad Groningen ruim 29 procent van voor de rekening, Leeuwarden bijna twaalf procent en Assen ruim vijf procent.

De brede audiovisuele sector, inclusief beoefening van podiumkunsten, telt in Groningen dertienhonderd banen (0,8 procent van de totale economie), in Leeuwarden zeshonderd banen (0,7 procent) en in Assen om en nabij de tweehonderd banen (0,5 procent). Opvallend is dat het aandeel banen in de audiovisuele sector binnen de creatieve industrie in de Friese hoofdstad, met ruim negentien procent, dat van de stad Groningen, ruim zeventien procent, overstijgt. Assen volgt met bijna vijftien procent op enige afstand. Van alle banen in de brede audiovisuele sector in de provincie Groningen bevindt zich ruim 72 procent in de stad Groningen. Leeuwarden herbergt ruim 41 procent van alle Friese audiovisuele banen en Assen ruim 24 procent van die in Drenthe.

Tabel 1.15

Werkgelegenheid in bedrijfstakken van de audiovisuele industrie in noordelijke provinciale hoofdsteden, noord en Nederland (aantal banen en aandeel totaal) (2021)

	Groningen		Leeuwarden		Assen	
	Aantal	Aandeel	Aantal	Aandeel	Aantal	Aandeel
Productie van films	269	20%	106	18%	24	12%
Productie van televisieprogramma's	6	0%	9	2%	1	1%
Facilitaire activiteiten film- en televisieproductie	52	4%	33	6%	98	51%

Distributie van films en televisieproducties	2	0%	10	2%	0	0%
Bioscopen	78	6%	23	4%	0	0%
Maken en uitgeven van geluidsopnamen	61	5%	33	6%	7	4%
Radio- en televisieomroep	112	8%	130	23%	0	0%
Beoefening van podiumkunst	743	56%	224	39%	63	33%
Overig	7	1%	7	1%	0	0%
Audiovisuele sector (breed)	1.330	100%	575	100%	193	100%
Audiovisuele sector (smal, excl. podiumkunsten)/ Aandeel creatieve industrie	587	7,8%	351	11,6%	130	9,6%

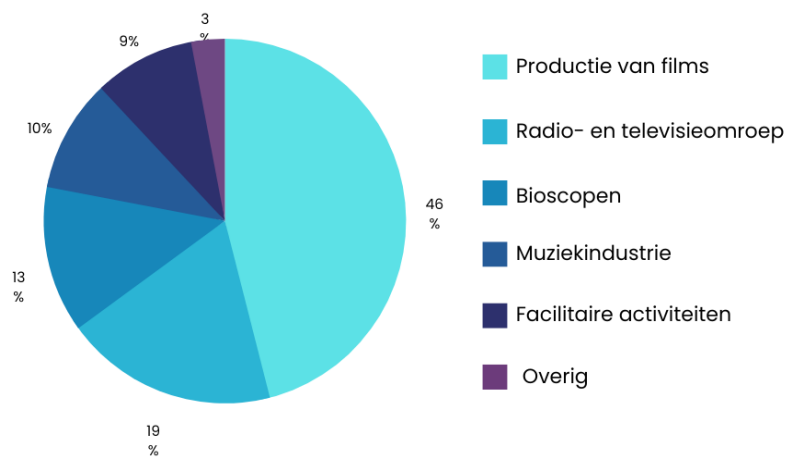
Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Het belang van beoefening van podiumkunsten binnen de brede audiovisuele sector is ook in de drie provinciehoofdsteden onmiskenbaar, met een aandeel van 56 procent (bijna zevenhonderd vijftig banen) in de stad Groningen, 39 procent (ruim tweehonderd twintig banen) in Leeuwarden en 33 procent (63 banen) in Assen. De verschillen in aantallen banen en ook in het procentuele aandeel in verschillende steden laat overduidelijk de conclusie toe dat in het Noorden van het land, Groningen het centrum is van de podiumkunstbeoefening. Ook productie van films laat een concentratie in de stad Groningen zien met twintig procent van de audiovisuele sector in die stad en bijna 270 banen. Die bedrijfstak is ook in Leeuwarden substantieel met achttien procent van de brede audiovisuele sector en bijna 110 banen. In Assen is productie van films maar mondjesmaat present.

Opvallend is verder het grote belang van radio en televisie in Leeuwarden, in het bijzonder procentueel. De analyse laat verder geen enkele baan in deze bedrijfstak in Assen zien. Dat is naar alle waarschijnlijkheid te wijten aan een afwijkende registratie van de grootste omroepinstelling in de Assen en de provincie: RTV Drenthe. Deze omroep is in Assen gevestigd. Vermoedelijk staat deze organisatie bij de Kamer van Koophandel te boek als actief in facilitaire activiteiten in film- en televisieproductie. In die bedrijfstak noteert de Drentse hoofdstad bijna honderd banen. Opvallend is ook dat Assen geen enkele baan laat zien in de bedrijfstak bioscopen. Dat lijkt evenzeer een artefact van de registratiesystematiek die zich vertaalt in de dataset die gebruikt is voor de analyse hier.

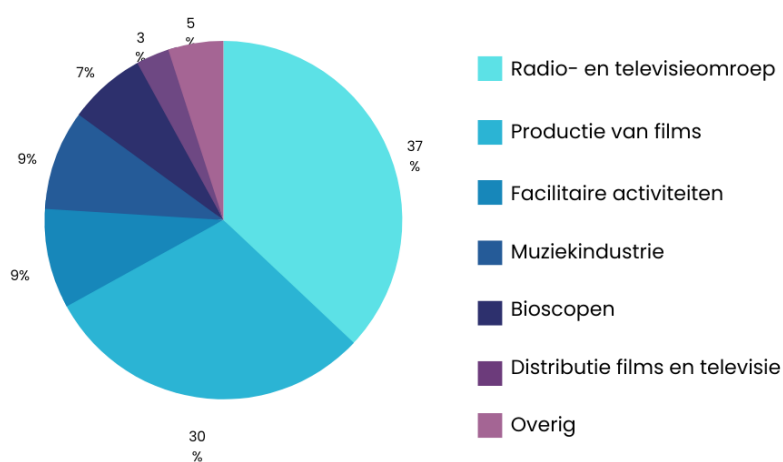
Figuur 1.8
Banen in de audiovisuele sector (tweeduizend) naar bedrijfstak (excl. podiumkunsten) (noordelijke provincies 2021)

a. Groningen (587 banen)



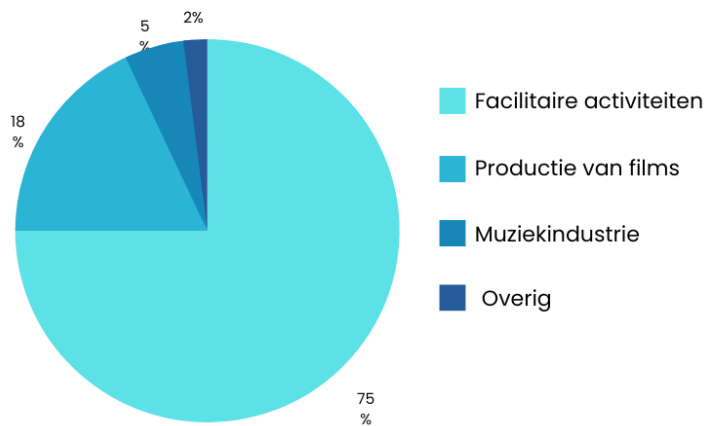
Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

b. Leeuwarden (351 banen)



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

c. Assen (130 banen)



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Wanneer de focus ligt op de smalle audiovisuele sector, dat wil zeggen dat beoefening van podiumkunsten buiten beschouwing blijft, heeft dat in het bijzonder een krimp van de sector in de stad Groningen tot gevolg, van ruim dertienhonderd naar een kleine zeshonderd banen. De terugloop in de andere provinciehoofdsteden is aanmerkelijk kleiner. Het aandeel van de smalle audiovisuele sector in de totale creatieve industrie is daarmee in Leeuwarden (bijna twaalf procent) aanmerkelijk groter dan in Groningen (bijna acht procent). Dat geldt in mindere mate ook voor Assen (bijna tien procent). Toch neemt de stad Groningen een groter deel van de banen in de smalle audiovisuele sector in de gezamenlijke noordelijke provincies voor de rekening, bijna dertig procent en bijna zeshonderd banen, dan Leeuwarden (17,5 procent en ruim 350 banen) en Assen (6,5 procent en 130 banen). Dat is terug te voeren op de toaalomvang van de creatieve industrie in Groningen, in vergelijking met Leeuwarden en Assen (vgl. tabel 1.14). Binnen de provincie Groningen is de stad Groningen de belangrijkste concentratie in de smalle audiovisuele sector met bijna 73 procent van alle provinciale banen in deze bedrijfstak. Voor Leeuwarden is ruim 44 procent van alle Friese banen in die sector en voor Assen bijna dertig procent van alle banen in de Drentse smalle audiovisuele sector. De spreiding van de smalle audiovisuele sector over de provincie is Drenthe en Fryslân groter dan in Groningen.

1.6.2 Bedrijfsvestigingen

Het patroon dat zich manifesteert in het belang en onderverdeling van banen in de creatieve industrie in de drie noordelijke provinciehoofdsteden is in grote lijnen terug te zien in dat van de bedrijfsvestigingen. Dat is met dien verstande dat het aantal bedrijven in kunsten en erfgoed, en meer in het bijzonder beoefening van podiumkunsten, in vergelijking met de situatie bij de banenverdeling, relatief hoog is. Dat is te wijten aan het grote aantal banen bij zzp'ers, onder meer binnen de podiumkunsten.

De stad Groningen telt ruim vierduizend bedrijfsvestigingen in de creatieve industrie; bijna een op de vijf bedrijven in Groningen is een creatieve industrie bedrijf. In Leeuwarden is dat een op de zeven (1,7 duizend vestigingen) en in Assen (om en nabij de vijfhonderd) een op de tien. In de stad Groningen is 28 procent van alle creatieve industrie bedrijven in de noordelijke provincies gevestigd, in Leeuwarden bijna elf procent en in Assen ruim drie. Binnen de provincie Groningen is twee derde van alle creatieve industrie bedrijven gevestigd in de stad

Groningen. In Fryslân is 29 procent gevestigd in Leeuwarden, in Drenthe kent ruim vijftien procent Assen als thuisbasis.

In verhouding tot Groningen is het aandeel bedrijven in media- en entertainment binnen de creatieve industrie in Assen (26 procent) en Leeuwarden (24 procent), groot. In Groningen is het aandeel negentien procent. Het aantal bedrijven in media- en entertainmentbedrijven is in Groningen, met om en nabij de achthonderd, een stuk groter dan in Leeuwarden (ongeveer vierhonderd) en Assen (honderd).

In elk van de provinciehoofdsteden ligt het aandeel van de brede audiovisuele industrie in de bedrijfsvestigingen binnen de creatieve industrie binnen de eigen grenzen rond de twintig procent. In Leeuwarden en Groningen is het aandeel iets groter, in Assen ligt het er net onder. Ook voor de brede audiovisuele sector geldt dat Groningen als stad, met ruim 31 procent, het meeste gewicht in de schaal legt in het aantal bedrijven in deze bedrijfstak in de noordelijke provincies gezamenlijk. Voor Leeuwarden is dat ruim 12,5 procent en voor Assen ruim drie procent.

Tabel 1.16

Bedrijfsvestigingen in de creatieve industrie, ICT-sector, totale economie en audiovisuele sector in noordelijke provinciehoofdsteden en Nederland (aantal en aandeel) (2021)

	Groningen		Leeuwarden		Assen	
	Aantal	Aandeel	Aantal	Aandeel	Aantal	Aandeel
Kunsten en cultureel erfgoed	2,1	48%	0,7	43%	0,2	38%
Media- en entertainment	0,8	19%	0,4	23%	0,1	26%
Creatieve zakelijke dienstverlening	1,4	33%	0,6	33%	0,2	36%
Creatieve industrie	4,4	100%	1,7	100%	0,5	100%
Audiovisuele sector	0,9	20,9%	0,4	21,3%	0,1	19,6%
ICT-diensten	1,5	96%	0,5	93%	0,3	91%
ICT-hardware	0,1	4%	0,0	7%	0,0	9%
ICT	1,6	100%	0,6	100%	0,3	100%
Creatieve Industrie en ICT	6,0	25,1%	2,3	18,6%	0,8	14,6%
Totale economie	23,7	100%	12,2	100%	5,3	100%

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

De verhoudingen tussen het aantal bedrijven in de verschillende bedrijfstakken van de audiovisuele industrie laten een bekend beeld zien. Het hoogste aantal en het grootste aandeel komt op rekening van beoefening van podiumkunsten, in de stad Groningen 62 procent (567

vestigingen), in Leeuwarden 54 procent (198 vestigingen) en Assen 58 procent (55 vestigingen). Productie van films is de bedrijfstak met op een na het grootste aandeel en de meeste vestigingen in de drie noordelijke provinciehoofdsteden, in Groningen vierentwintig procent (219 vestigingen), in Leeuwarden 25 procent (91 vestigingen) en in Assen 21 procent (twintig vestigingen). Substantiële aandelen in audiovisuele vestigingen kennen de noordnederlandse provinciehoofdsteden verder in facilitaire activiteiten (tussen dertien en zes procent) en maken en uitgeven van geluidsopnamen (tussen de zes en de acht procent).

Tabel 1.17

Bedrijfsvestigingen in de bedrijfstakken van de audiovisuele sector in noordelijke provincies en Nederland (aantal en aandeel) (2021)

	Groningen		Leeuwarden		Assen	
	Aantal	Aandeel	Aantal	Aandeel	Aantal	Aandeel
Productie van films	219	24%	91	25%	20	21%
Productie van televisie	6	1%	9	2%	1	1%
Facilitaire activiteiten	51	6%	30	8%	12	13%
Distributie van films en televisie	1	0%	1	0%	0	0%
Bioscopen	5	1%	2	1%	0	0%
Maken van geluidsopnamen	52	6%	30	8%	7	7%
Radio- en televisieomroep	3	0%	2	1%	0	0%
Beoefening van podiumkunst	567	62%	198	54%	55	58%
Overig	6	1%	1	0%	0	0%
Audiovisuele sector (breed)	910	100%	364	100%	95	100%
Audiovisuele sector (smal, excl. podiumkunsten)/Aandeel creatieve industrie	343	7,9%	166	9,7%	40	8,3%

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Als in de bepaling van de audiovisuele sector de bedrijfstak beoefening van podiumkunsten buiten beschouwing wordt gelaten neemt het aantal bedrijfsvestigingen ook hier substantieel af. In de stad Groningen van 910 naar 343, in Leeuwarden van 364 naar 166 en in Assen van 95 naar veertig. Daarmee komt het aandeel van bedrijfsvestigingen in de smalle audiovisuele sector binnen de creatieve industrie uit op 9,7 procent voor Leeuwarden, 7,9 procent voor Groningen en 8,3 procent voor Assen. Het aandeel van de smalle audiovisuele sector op het totaal aantal bedrijven in de provinciale hoofdsteden is in r Groningen en Leeuwarden 1,4 procent en in Assen 0,8 procent.

1.7 Provincies en hoofdsteden: specialisatie en ontwikkeling

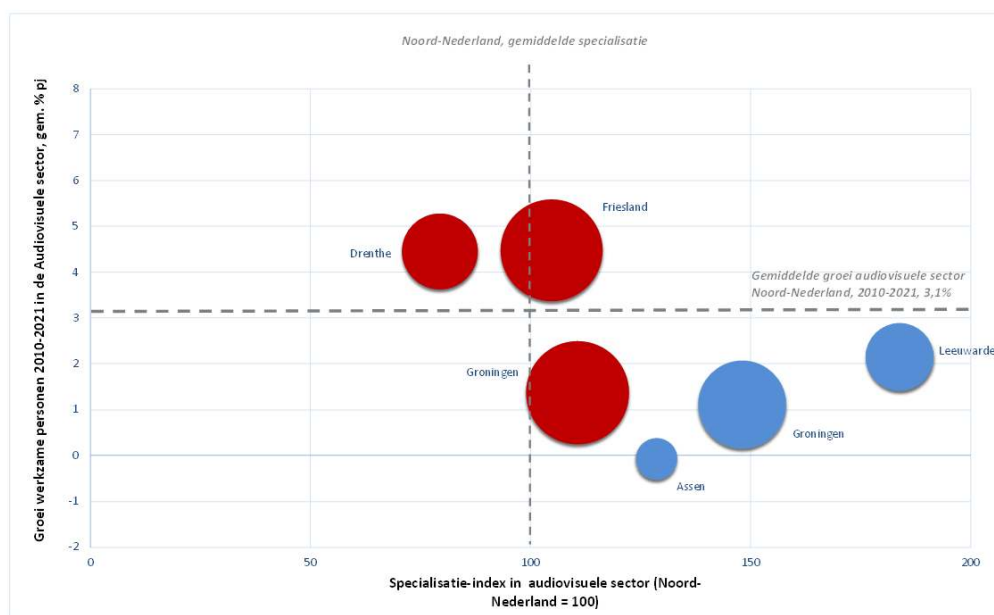
Deze voorlaatste paragraaf van dit hoofdstuk integreert de belangrijkste gegevens en inzichten uit het voorafgaande in een tweetal totaalbeelden om inzicht te geven in de stand van zaken van de audiovisuele sector in de noordelijke provincies en de provinciehoofdsteden in de brede economische context.

1.7.1 Audiovisuele sector in provincies en steden

Figuur 1.8 combineert een viertal invalshoeken om de regionale en lokale rol en betekenis van de audiovisuele industrie te duiden. De eerste invalshoek is de omvang van de smalle audiovisuele sector, gerekend naar het aantal banen binnen Noord-Nederland, de drie provincies en de drie provinciehoofdsteden in 2021. De tweede insteek is de ontwikkeling van die sector in de periode 2010-2021. De derde insteek is de regionaal-economische: de provincies (Groningen, Fryslân en Drenthe) en de hoofdsteden (Groningen, Leeuwarden en Assen). Ten vierde geldt hier de definitie van de audiovisuele sector, zonder de bedrijfstak beoefening van podiumkunsten, de zogenaamde smalle audiovisuele sector. De reden om die bedrijfstak hier buiten te laten is ten eerste dat onduidelijk is welk deel van de banen in die bedrijfstak effectief van belang is voor de audiovisuele industrie en ten tweede, gepaard aan de eerste, de sterke dominantie van de bedrijfstak in de brede audiovisuele industrie waardoor er een geen betrouwbaar beeld van het belang van de sector kan worden gegeven.

Figuur 1.9 laat de betekenis en ontwikkeling van de smalle audiovisuele sector in de drie noordelijke provincies en de drie provinciehoofdsteden zien en maakt een vergelijking tussen hen mogelijk.

Figuur 1.9
Specialisatie in en groei van de smalle audiovisuele sector (excl. podiumkunsten) in noordelijke provincies en hoofdsteden



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

- De positie op de horizontale as geeft aan hoe de smalle audiovisuele sector in de provincies (rood) en steden (blauw) zich verhoudt tot de situatie voor geheel Noord-Nederland. Wanneer een stad of provincie een aandeel van banen in deze sector kent dat hoger is dan het gemiddelde van bijna 0,3 procent voor de gehele Noordelijke regio, bevindt ze zich rechts van de verticale as die het gemiddelde aangeeft. De gemiddelde specialisatie wordt aangeduid met een score van 100. Bijvoorbeeld, de smalle audiovisuele sector is meer dan gemiddeld aanwezig in Assen, maar ook in de

steden Groningen en Leeuwarden. Dat verklaart de positie van deze steden rechts van de verticale as, het gemiddelde van Noord-Nederland.

- De positie op de verticale as geeft aan hoe een stad of provincie zich verhoudt tot de gemiddelde jaarlijkse groei van de smalle audiovisuele sector in de periode 2010 tot en met 2021. Die wordt aangegeven door de horizontale stippellijn die verwijst naar de gemiddelde jaarlijkse groei van 3,1 procent in die periode. Een positie boven de stippellijn geeft aan dat de betreffende sector in een provincie of een stad harder is gegroeid dan het gemiddelde in Noord-Nederland. Dat geldt bijvoorbeeld voor de provincies Drenthe en Friesland, maar niet voor de provincie Groningen.
- De omvang van de gearceerde cirkels geeft de omvang aan van de audiovisuele sector in de betreffende provincies en steden. Hoe groter de gearceerde cirkel, hoe meer banen in de respectievelijke provincie of hoofdstad. De cirkels die duiden op de omvang van de sector in de provincies zijn steeds groter dan die van de provinciehoofdsteden omdat bij het bepalen van de sector in de provincie, de banen in de hoofdsteden worden meegeteld.

Figuur 1.9 bevestigt het uit studies bekende beeld dat creatieve bedrijfstakken waaronder de audiovisuele sector, geconcentreerd zijn in steden. Dat verklaart de positie van respectievelijk Leeuwarden, Groningen en Assen in de rechterhelft van de figuur. Leeuwarden is van de drie de meest gespecialiseerd in de audiovisuele sector, maar heeft niet de meeste banen. Die zijn in Groningen te vinden. Tegelijkertijd is de stedelijke, procentuele groei van banen in de smalle audiovisuele sector het sterkst in Leeuwarden, maar is minder dan gemiddeld dan in Noord-Nederland totaal. Tegelijkertijd telt Groningen de meeste banen in de smalle audiovisuele sector), maar de procentuele groei blijft achter bij Leeuwarden en die van Noord-Nederland gemiddeld. Dat laatste geldt nog sterker voor Assen. De audiovisuele sector in die stad is zelfs licht gekrompen in het voorbije decennium.

Opvallend en ook verrassend is de ontwikkeling in de provincies Fryslân en Drenthe. Fryslân als gehele provincie, inclusief de hoofdstad Leeuwarden, is licht gespecialiseerd in de audiovisuele sector en laat een bovengemiddelde groei zien, die sterker is dan de groei in de hoofdstad Leeuwarden. De groei in de Friese audiovisuele sector vindt daarmee voor een belangrijk deel plaats buiten de hoofdstad Leeuwarden, die overigens ook niet stilstaat.

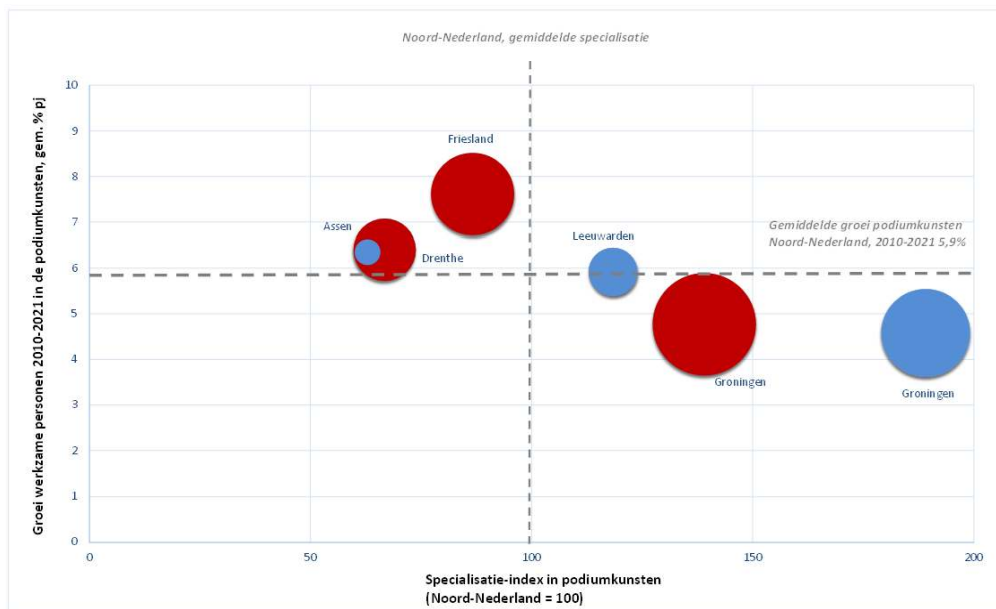
Ook is een vergelijking van de gecombineerde ontwikkeling van Leeuwarden en Fryslân en die van de stad en de provincie Groningen interessant. Eerder in dit hoofdstuk is vastgesteld dat het belang van Leeuwarden als vestigingsplaats voor de Friese audiovisuele sector, kleiner is dan dat van de stad Groningen voor de gelijknamige provincie. Leeuwarden telt 36 procent van het totaal aantal Friese audiovisuele banen. De stad Groningen heeft bijna 71 procent van de audiovisuele banen in de gelijknamige provincie. Dat is in figuur 1.9 terug te zien in de omvang van de blauwe cirkels die verwijzen naar de stand in beide hoofdsteden ten opzichte van de rode, die de situatie in de provincies indiceren. De omvang van de cirkel die naar de stad Groningen verwijst is bijna gelijk aan die van de gelijknamige provincie. Bovendien is het groeitempo dat de provincie Groningen laat zien, vrijwel gelijk aan dat van de stad Groningen. Met andere woorden, de dynamiek in de provincie Groningen wordt grotendeels bepaald door de ontwikkeling van de sector in de hoofdstad. Dat geldt niet voor Fryslân. Enerzijds zit de specialisatie in de audiovisuele bedrijvigheid in Leeuwarden. Echter, de sterkste, positieve dynamiek, de Friese groei in de sector, is te vinden in de rest van de provincie buiten de

hoofdstad. Hetzelfde patroon geldt, zij het minder uitgesproken, voor Drenthe en Assen, met die aantekening dat de dynamiek in de Drentse hoofdstad niet bijzonder groot is, maar dat de sector in de provincie Drenthe als geheel bovengemiddeld groeit. Ook de Drentse dynamiek voltrekt zich vooral buiten de provinciehoofdstad.

1.7.2 Podiumkunsten

De regionale stand van zaken in de bedrijfstak beoefening van podiumkunsten in Noord-Nederland is op een vergelijkbare manier geanalyseerd als de audiovisuele sector in de vorige paragraaf. Op die manier worden uitspraken mogelijk over een belangrijke creatieve en economische bron en input voor audiovisuele productie. Figuur 1.10 laat een aantal opmerkelijke overeenkomsten en verschillen zien met de dynamiek in de smalle audiovisuele sector in de vorige paragraaf.

Figuur 1.10 Specialisatie in en groei van beoefening van podiumkunsten in noordelijke provincies en hoofdsteden



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Het Noorden van Nederland laat een sterke groei van banen in de podiumkunsten zien, van 5,9 procent gemiddeld jaarlijks in de periode 2010 tot en met 2021. Opmerkelijk is dat de stad die de grootste hoeveelheid en de sterkste concentratie van de bedrijfstak laat zien, het laagste groeipercentage vertoont: Groningen. De groei van het aantal banen in beoefening van podiumkunsten in de gehele provincie Groningen ligt iets boven dat van de provinciehoofdstad. Dat duidt op een wat sterkere groei buiten de Groningse hoofdstad. Echter, de groei in Leeuwarden en Assen, maar ook in de provincie Drenthe en vooral die in Fryslân, is aanzienlijk sterker. Daarbij past een kanttekening: de absolute groei in podiumkunsten in de stad en provincie Groningen is nog altijd groter dan die in Leeuwarden en Assen en in Fryslân en Drenthe, ondanks het lagere groeicijfer in de stad en provincie Groningen. De groei van het aantal banen dat het gevolg is van een relatief laag groeipercentage van een grote hoeveelheid banen (in het geval van de provincie en de stad Groningen), overtreft hier de hoeveelheid extra banen die volgen uit een hoger groeipercentage van een kleinere hoeveelheid banen (zoals in Leeuwarden en Assen en de provincies Drenthe en Fryslân). De conclusie op basis van figuur

1.9 mag luiden dat van de sterkere concentratie van podiumkunsten in de stad Groningen geen dempend effect heeft op de dynamiek in podiumkunsten buiten de provinciehoofdstad binnen Groningen en op de andere noordelijke provincies en hoofdsteden. Er lijkt echter eerder sprake van het tegendeel. De procentuele groei buiten de stad Groningen in Noord-Nederland in beoefening van podiumkunsten is sterker dan in de stad Groningen. Redenen en oorzaken daarvoor kunnen op basis van deze analyse niet worden aangeduid.

1.8 Conclusies en Aanbevelingen

In dit hoofdstuk is het economisch profiel van de audiovisuele industrie in Nederland, Noord-Nederland, de Noordelijke provincies en de provinciehoofdsteden Groningen, Leeuwarden en Assen geschetst, met de creatieve industrie en de economie als geheel als belangrijke contexten.

1.8.1 Creatieve industrie

A. Nederland

De creatieve industrie is een belangrijke groeisector in de Nederlandse economie. Hij maakt in 2021 met 375 duizend banen 4,1 procent uit van de Nederlandse economie. Op nationale schaal groeit het aantal banen in de sector in de periode 2010 tot en met 2021 met 2,4 procent per jaar. Daarmee overstijgt hij ruim banengroei van de gehele Nederlandse economie.

B. Noord-Nederland

Ondanks het feit dat de creatieve industrie een kleiner deel uitmaakt van de economie van de noordelijke provincies dan landelijk, laat hij ook in Noord-Nederland een bovengemiddelde banengroei zien en is hij ook daar een belangrijke motor van economische ontwikkeling. In de drie noordelijke provincies gezamenlijk telt de creatieve industrie 25,6 duizend banen, wat neerkomt op 3,1 procent van de Noordelijke economie. De gemiddelde jaarlijkse groei van de sector in de jaren 2010 tot en met 2021 is 1,6 procent, tegenover een totale jaarlijkse banengroei in de economie van Noord-Nederland van 0,5 procent in dezelfde periode. Ruim zes procent van alle creatieve industrie banen zijn te vinden in de noordelijke provincies, terwijl het totale aandeel van Noord-Nederland in Nederlandse banen ruim negen procent is. Daarmee is de creatieve industrie relatief ondervertegenwoordigd in de provincies Groningen, Fryslân en Drenthe in vergelijking met het landelijk gemiddelde. Echter, de langjarige bovengemiddelde groei van de creatieve industrie zorgt ervoor dat het belang van die sector in Noord almaar toeneemt.

C. Groningen, Fryslân en Drenthe

Het directe economisch belang van de creatieve industrie in de noordelijke provincies geldt in verschillende mate voor de provincies in Noord-Nederland. Het belang is het grootst in Groningen, gevolgd door Fryslân en daarna Drenthe. De provincie Groningen telt 42 procent (10,6 duizend) van alle creatieve industrie banen in Noord-Nederland, Fryslân 34 procent (8,8 duizend) en Drenthe 24 procent (6,2 duizend). Het aandeel van de creatieve industrie in het totaal aantal banen van de drie provincies is 3,6 procent voor Groningen, 2,9 procent voor Friesland en 2,7 procent voor Drenthe.

Van de bedrijfsvestigingen in de creatieve industrie is 41 procent gevestigd (6,5 duizend) in de provincie Groningen, 37 procent (5,8 duizend) in Fryslân en 21 procent (3,3 duizend) in Drenthe. In Groningen is twaalf procent van alle bedrijven een creatieve industrie bedrijf. Dat hoge percentage is terug te voeren op de vele kleine creatieve ondernemingen in Groningen, in het bijzonder in de kunsten. In Fryslân is negen en in Drenthe zeven procent van alle bedrijven een creatieve industrie bedrijf.

D. Groningen, Leeuwarden en Assen

De provinciehoofdsteden zijn regionale concentraties van bedrijvigheid in de creatieve industrie. Dat geldt het sterkst voor de stad Groningen die het overgrote deel van de creatieve banen en vestigingen in de provincie binnen haar grenzen telt. Leeuwarden en Assen vormen ook regionale concentraties, echter aanmerkelijk minder dan de stad Groningen. De creatieve industrie in Fryslân en Drenthe is aanzienlijk meer gespreid over de provincie dan in Groningen.

De stad Groningen telt 7,5 duizend banen in de creatieve industrie, wat neerkomt op 4,6 procent van het aantal banen in de stad en maar liefst 71 procent van alle creatieve banen in de provincie. Leeuwarden telt drieduizend creatieve banen, wat optelt naar 3,9 procent van alle banen in de Friese hoofdstad en 34 procent van de creatieve banen in Fryslân. Het aandeel van de Asser creatieve banen op het totaal van de stad is 3,2 procent, wat neerkomt op ruim 20 procent van alle creatieve industrie banen in Drenthe.

Het aantal vestigingen van creatieve bedrijven in de drie provinciehoofdsteden is 4,4 duizend in Groningen, 1,7 duizend in Leeuwarden en om en nabij de 500 in Assen. In de stad Groningen behoort een op de vijf bedrijfsvestigingen tot de creatieve industrie, in Leeuwarden een op de zeven en in Assen een op de tien. In de stad Groningen is bijna 68 procent van alle creatieve bedrijfsvestigingen uit de provincie gevestigd. Leeuwarden huist ruim 29 procent van alle Friese creatieve ondernemingen en Assen ruim 15 procent van de Drentse.

1.8.2 Audiovisuele sector

A. Nederland

Het aantal banen in de brede Nederlandse audiovisuele sector groeit uitzonderlijk hard, in vergelijking met de creatieve industrie en zeker ook met de groei van het totale aantal Nederlandse banen. De banengroei in de brede audiovisuele sector (4,4 procent per jaar) ligt gemiddeld twee procent hoger dan in de gehele creatieve industrie (2,4 procent jaarlijks) en aanmerkelijk hoger dan in de totale economie (0,8 procent). De brede Nederlandse audiovisuele sector telt in 2021 bijna 76 duizend banen. Dat komt neer op 0,8 procent van alle banen in Nederland. Een op de vijf banen (twintig procent) in de creatieve industrie valt in die sector. Beoefening van podiumkunsten maakt met ruim 33 duizend banen in Nederland bijna 44 procent van de brede audiovisuele sector uit en groeit in de periode 2010–2021 jaarlijks gemiddeld met 6,8 procent. Het aandeel van bedrijven in de podiumkunsten binnen de brede audiovisuele sector bedraagt, met ruim 27 duizend, zelfs bijna 56 procent. Het is belangrijk om de bedrijfstakbeoefening van podiumkunsten, met het oog op acteurs en regisseurs die een bijdrage leveren aan audiovisuele producties, te betrekken in de bepaling van het belang van de audiovisuele sector.

Echter, een naar alle waarschijnlijkheid groot deel van de activiteiten in de bedrijfstak podiumkunsten heeft geen betrekking op de audiovisuele sector, maar bijvoorbeeld op de toneel-, theater- of de muziekpodia. Daarom is ook het belang te bepalen wat het belang is van de audiovisuele sector zonder de bedrijfstak podiumkunsten. We spreken dan van de smalle audiovisuele sector.

De smalle Nederlandse audiovisuele sector groeit sterker dan de gehele Nederlandse economie en de creatieve industrie, maar minder dan de brede audiovisuele sector. Dat is te wijten aan het feit dat de uitzonderlijke banengroei in bedrijfstak podiumkunsten niet meetelt in de bepaling van de smalle audiovisuele sector.

In de Nederlandse smalle audiovisuele sector werken in 2021 bijna 43 duizend mensen. De banengroei daar is met 2,9 procent in de periode 2010-2021 groter dan die in de gehele creatieve industrie en de totale economie. De smalle audiovisuele sector in Nederland telt in 2021 bijna 22 duizend bedrijven. Een op de tien bedrijven in de creatieve industrie behoort tot de smalle audiovisuele sector.

De bedrijven en bedrijfstakken in de smalle audiovisuele sector behoren tot de media- en entertainmentindustrie. Het belang van de Nederlandse audiovisuele sector binnen de media- en entertainmentindustrie en de creatieve industrie is in het voorbije decennium gegroeid als gevolg van de sterke banengroei in die sector, in verhouding tot de andere bedrijfstakken binnen de media- en entertainmentindustrie. In 2021 behoort 42 procent van alle banen en ruim 43 procent van alle bedrijfsvestigingen in de Nederlandse media- en entertainmentindustrie tot de smalle audiovisuele sector.

De grootste bedrijfstak in de smalle audiovisuele sector is productie van films met 15,7 duizend banen en bijna twaalfduizend bedrijfsvestigingen in 2021. Dat is ook de bedrijfstak waar in de periode 2010-2021 de meeste banen bij zijn gekomen: 6,2 duizend.

De op een na grootste bedrijfstak in de smalle audiovisuele sector is facilitaire activiteiten voor film en televisie met 6,9 duizend banen en 4,3 duizend bedrijven. De op een na sterkste groei in het aantal banen in de smalle audiovisuele sector, na productie van films is maken en uitgeven van geluidsopnames met 2,8 duizend banen wat in 2021 resulteert in 5,2 duizend banen en 3,8 duizend bedrijven. Daarmee is hij in 2021 een fractie kleiner dan de bedrijfstak televisieomroepen met 5,3 duizend banen en om en nabij de honderd bedrijven in 2021.

De procentueel snelst groeiende bedrijfstak is uitgeverijen van computerspellen, een relatief kleine bedrijfstak met om en nabij de tweehonderd geregistreerde banen in Nederland. De op een na sterkst procentueel groeiende bedrijfstak, overige uitgeverijen van software, is ook een kleine bedrijfstak met om en nabij de zeshonderd banen in 2021.

B. Noord-Nederland

Het belang van de brede audiovisuele sector binnen de creatieve industrie in Noord-Nederland is iets kleiner dan gemiddeld in Nederland. De banengroei in de brede audiovisuele industrie in Noord in 2010-2021 houdt met 4,4 procent jaarlijks echter gelijke tred met de landelijke ontwikkeling. Bovendien groeit het aantal banen in de brede audiovisuele sector in Noord-

Nederland sterker dan de creatieve industrie in dat landsdeel (1,6 procent jaarlijks) en met een veelvoud van de procentuele banengroei in de gehele Noordelijke economie (0,5 procent).

De brede audiovisuele sector in de gezamenlijke provincies Groningen, Fryslân en Drenthe, telt 4,1 duizend banen. Dat komt neer op zestien procent van de banen in de Noordelijke creatieve industrie. Het Noorden is verantwoordelijk voor 5,4 procent van de banen in de Nederlandse brede audiovisuele sector. Dat is verhoudingsgewijs minder dan de 9,1 procent van het totaal aantal Nederlandse banen dat in de noordelijke provincies te vinden is. Beoefening van podiumkunsten is onderdeel van de definitie van de brede audiovisuele sector en is daarbinnen met tweeduizend banen verantwoordelijk voor de helft van de werkgelegenheid in de Noordelijke brede audiovisuele sector. Bovendien groeide het aantal banen in de bedrijfstak in de periode 2010–2021 met 5,9 procent per jaar.

Het aantal bedrijfsvestigingen in de brede audiovisuele sector in 2021 is 2,9 duizend, wat neerkomt op 18,5 procent van alle creatieve industrie vestigingen en 1,7 procent van alle bedrijfsvestigingen in Noord. Het aantal vestigingen in de brede audiovisuele sector in Noord is in de periode 2010–2021 gemiddeld jaarlijks met 8,5 procent toegenomen. De toename is fors groter dan de jaarlijkse procentuele stijging van het aantal vestigingen in de creatieve industrie in Noord (4,7 procent) en dat in de totale noordelijke economie (2,5 procent). De groei van het aantal bedrijfsvestigingen in de podiumkunsten groeide in de voornoemde periode harder dan in de gehele brede audiovisuele sector, met meer dan negen procent om in 2021 uit te komen op zeventienhonderd.

Het aantal banen in de smalle audiovisuele sector in Noord–Nederland in 2021 telt op naar om en nabij tweeduizend. Dat is de helft van het aantal banen in de brede audiovisuele sector. De smalle audiovisuele sector heeft daarmee een aandeel in de noordelijke creatieve industrie van 7,8 procent. Hij is daarnaast verantwoordelijk voor 31 procent van de media- en entertainmentindustrie in de noordelijke regio. In 2010 tot en met 2021 is de banengroei van de smalle audiovisuele sector gemiddeld 3,1 procent per jaar. Dat is meer dan de groei in de creatieve industrie in Noord, die 1,6 procent in die periode is, en aanzienlijk meer dan de media- en entertainmentindustrie in Noord, die in de periode 2010–2021 stagneert. Dat betekent dat tegenover de positieve ontwikkeling van de smalle audiovisuele sector een negatieve ontwikkeling staat in de rest van de media- en entertainmentindustrie. Naar alle waarschijnlijkheid geldt die in het bijzonder voor de bedrijfstakken binnen de gedrukte media.

Het aantal bedrijfsvestigingen in de smalle noordelijke audiovisuele sector is het afgelopen decennium fors toegenomen, sneller dan in de totale economie, de creatieve industrie en de media- en entertainmentindustrie in Noord. Het aantal bedrijfsvestigingen bedraagt in 2021 om en nabij de twaalfhonderd. Vanaf 2010 was er sprake van een groei van ongeveer zevenhonderd vestigingen, een jaarlijkse groei van 7,8 procent. Dat is fors hoger dan de groei van vestigingen in de noordelijke economie van 2,5 procent, in de creatieve industrie van 4,7 procent en in de media- en entertainmentindustrie van 3,7 procent.

De grootste bedrijfstak binnen de smalle audiovisuele sector is productie van films met achthonderd banen in 2021 in Noord. Hij kende bovendien een sterke gemiddelde banengroei van 7,2 procent per jaar in 2010–2021. Productie van films telt in 2021 om en nabij de

zevenhonderd bedrijven. Een drietal bedrijfstakken telt om en nabij de driehonderd banen in Noord: maken en uitgeven van geluidsopnames (met een groei van 8,5 procent in 2010–2021, bij ongeveer tweehonderd bedrijven)), facilitaire activiteiten (met een groei van 2,6 procent, eveneens tweehonderd bedrijven) en bioscopen (met een krimp van 1,8 procent, bij minder dan vijftig bedrijven).

C. Provincies Groningen, Fryslân en Drenthe

De provincie Groningen heeft het grootste aantal banen in de brede audiovisuele sector van de noordelijke provincies, gevolgd door Fryslân en daarna Drenthe. Van de 4,1 duizend banen in die sector in Noord in 2021 is een kleine 44 procent in Groningen te vinden, herbergt Fryslân er ruim 34 en Drenthe 22 procent. De brede audiovisuele sector neemt in Groningen, met achttienhonderd banen, zeventien procent van de banen in de creatieve industrie voor haar rekening. In Fryslân is dat met veertienhonderd banen zestien procent en in Drenthe dertien procent met dertienhonderd banen. In Groningen zijn dertienhonderd bedrijfsvestigingen geteld binnen de brede audiovisuele sector (waarvan bijna 790 in de podiumkunsten), in Fryslân elfhonderd (bijna 590 binnen podiumkunsten) en in Drenthe zeshonderd (waarvan bijna 325 in de podiumkunsten). Binnen de brede audiovisuele sector is het aandeel van beoefening van podiumkunsten opvallend groot in Groningen: 55 procent. In Fryslân en Drenthe is dat 45 procent.

Het aantal banen en bedrijfsvestigingen in de zogenaamde smalle audiovisuele sector in Groningen en Fryslân is nagenoeg gelijk. De provincie Drenthe volgt op enige afstand. De banen in de smalle audiovisuele sector in de noordelijke regio zijn als volgt over de drie provincies verdeeld: Groningen veertig procent (ongeveer achthonderd banen), Fryslân 39 procent (ongeveer achthonderd banen) en Drenthe 21 procent (bijna 440 banen). De smalle audiovisuele sector is in Fryslân verantwoordelijk voor 34 procent van de banen in de media- en entertainmentindustrie, voor 31 procent in Groningen en 28 procent in Drenthe. Het aantal bedrijfsvestigingen in de smalle audiovisuele sector in Groningen is ruim 480, 470 in Fryslân, en bijna 240 in Drenthe.

Productie van films is een belangrijke bedrijfstak binnen de smalle audiovisuele sector, met 370 banen en 297 vestigingen in Groningen, 341 banen en 267 vestigingen in Fryslân en 160 banen en 131 vestigingen in Drenthe. Belangrijke bedrijfstakken in alle provincies zijn daarnaast bioscopen, facilitaire activiteiten voor film en televisie, maken en uitgeven van geluidsopnamen en radio en televisie.

D. Provinciale hoofdsteden: Groningen, Leeuwarden en Assen

Van de drie noordelijke provinciehoofdsteden telt Groningen de meeste banen in de brede audiovisuele sector, gevolgd door Leeuwarden en Assen. Veel meer dan in Leeuwarden en Assen is in de stad Groningen een bijzonder groot deel van de provinciale banen in de brede audiovisuele sector te vinden. In Drenthe en Fryslân zijn de banen veel meer gespreid over de provincie.

Het aantal banen in de brede audiovisuele sector in Groningen is 1,3 duizend. In Leeuwarden werken 575 mensen in die sector, in Assen bijna 195. Van de creatieve industrie in Leeuwarden werkt negentien procent in de brede audiovisuele industrie, in Groningen zeventien en in Assen vijftien procent. Ruim 72 procent van de Groningse provinciale banen in de brede audiovisuele sector huist in de stad Groningen. Leeuwarden heeft 41 procent van de banen in de brede

audiovisuele sector binnen haar grenzen. Assen heeft ruim 24 procent van de Drentse banen in die sector. In de stad Groningen valt 56 procent van de banen (ruim 740 in getal) en 62 procent van de bedrijven (ruim 565) in de brede audiovisuele sector binnen de podiumkunsten. In Leeuwarden is dat 39 procent (bijna 225 banen en 198 bedrijven) en in Assen een derde (bijna 65 en 55 bedrijven).

Het aantal bedrijfsvestigingen in de brede audiovisuele sector is in Groningen om en nabij de negenhonderd (zeventig procent van alle provinciaal Groningse vestigingen), in Leeuwarden omstreeks vierhonderd (een derde van de Friese vestigingen) en in Assen ongeveer honderd (zestien procent van alle Drentse vestigingen).

Ook in de smalle audiovisuele sector telt Groningen meer banen dan Leeuwarden en Assen, al is het verschil aanmerkelijk kleiner. In Assen en Leeuwarden bestaat een groter deel van de stedelijke media- en entertainmentindustrie uit de smalle audiovisuele sector dan in de stad Groningen. Het aantal banen in de smalle audiovisuele sector bedraagt in Groningen bijna 590. Dat is bijna een derde van de media- en entertainmentindustrie. Het aantal Groningse bedrijven in de smalle audiovisuele industrie is bijna 345. Leeuwarden telt ruim 350 banen in de smalle audiovisuele sector, wat neerkomt op ruim 39 procent van de banen in de media- en entertainmentindustrie en bijna 170 bedrijven. Assen komt uit op ruim 130 banen (ruim 44 procent van de lokale media- en entertainmentindustrie) en veertig bedrijven. De verdeling over de provinciehoofdsteden en de rest van de provincies van de banen in de smalle en de brede audiovisuele sector is voor de stad en de provincie Groningen nagenoeg gelijk, in beide gevallen ruim 72 procent. Leeuwarden telt ruim 44 procent van de banen in de smalle audiovisuele sector ten opzichte van ruim 41 procent in de brede variant. Voor Assen zijn de percentages ruim 29 tegen ruim 24 procent.

Ook in de provinciehoofdsteden is de bedrijfstak productie van films een van de belangrijkste bedrijfstakken in de audiovisuele sector, met bijna 270 banen en 219 bedrijven in Groningen, ruim 105 banen en 91 bedrijven in Leeuwarden en bijna 25 banen en twintig bedrijven in Assen. Belangrijk is ook de bedrijfstak facilitaire activiteiten voor film en televisie die in Assen bijzonder hoog scoort.¹¹ Ook radio- en televisieomroep is belangrijk, net als het maken en uitgeven van geluidsopnamen, in het bijzonder in Groningen en Leeuwarden.

1.8.3 Provincies en steden in Noord

Vanuit een meer integraal perspectief kan de dynamiek van en kansen voor ontwikkeling van de audiovisuele sector in Noord, in het bijzonder voor de provincies en hun hoofdsteden, worden afgeleid.¹² Die invalshoek is driedelig en bestaat uit de omvang van de audiovisuele sector gerekend in het aantal banen, de gemiddelde jaarlijkse banengroei ervan in de jaren 2010 tot en met 2021 en de mate van specialisatie in de audiovisuele sector in Noord-Nederlandse hoofdsteden en provincies, in 2021. Daarbij geldt de smalle definitie van de audiovisuele sector. Dat is om te voorkomen dat de dynamiek van de bedrijfstak podiumkunsten, die grosso modo de helft van de brede audiovisuele sector representeert, het totaalbeeld domineert. De

¹¹ Aangezien in Assen geen enkele baan is geregistreerd in de categorie radio- en televisie rijst het sterke vermoeden dat RTV Drenthe, de regionale omroeporganisatie in die stad geregistreerd staat als facilitair bedrijf. Dat verklaart ook de uitzonderlijk hoge score in de categorie in de Drentse hoofdstad.

¹² Zie in het bijzonder figuur 1.9.

specialisatie wordt vastgesteld op basis van het gemiddelde belang van de smalle audiovisuele sector in Noord-Nederland.

Allereerst blijkt dat de drie provinciehoofdsteden, Assen, Groningen en Leeuwarden, de belangrijkste concentraties van bedrijvigheid hebben in de smalle audiovisuele sector in Noord-Nederland. Zij kennen specialisaties in die sector. Dat is een bekend patroon vanuit eerder onderzoek. Creatieve bedrijvigheid, waartoe ook de audiovisuele sector behoort, is doorgaans geconcentreerd in steden. De provinciale hoofdstad met de sterkste concentratie in de audiovisuele sector, dat wil zeggen het hoogste aandeel van audiovisuele banen binnen de lokale economie, is Leeuwarden. Tegelijkertijd heeft die stad niet de meeste banen in de audiovisuele sector, dat is Groningen. Die is echter minder gespecialiseerd. Assen kent van de drie steden de minste specialisatie in het audiovisuele domein en ook veruit de kleinste audiovisuele sector.

Door de bepalende rol van de stad Groningen voor de provinciale smalle audiovisuele sector, wordt het beeld van de provincie Groningen sterk bepaald door de hoofdstad. Opvallend is dat ondanks de specialisatie van de stad en de provincie Groningen de procentuele, jaarlijkse groei in de smalle audiovisuele sector daar in het voorbije decennium substantieel lager is dan het gemiddelde voor de gehele noordelijke regio. Dat geldt nog meer voor de stad Groningen dan voor de provincie als geheel.

De dynamiek in de hoofdsteden Assen en Leeuwarden onderscheidt zich, anders dan in de stad Groningen, van die in de rest van de provincies: Drenthe en Fryslân. Allereerst zijn hun provinciehoofdsteden veel minder bepalend voor de omvang en ontwikkeling van de provinciale audiovisuele sector. Waar de sector in Leeuwarden minder dan gemiddeld groeit in 2010-2021 en de ontwikkeling in Assen zelfs stagneert, laat de audiovisuele sector op provinciaal niveau zowel in Fryslân als in Drenthe bovengemiddelde groei zien. Tegelijkertijd is Leeuwarden het meest van alle provinciale hoofdsteden gespecialiseerd in de audiovisuele sector en laat de stad de sterkste procentuele groei zien van alle provinciehoofdsteden. Echter, die groei is lager dan de groei buiten de provinciehoofdsteden in Noord-Nederland. Assen is licht gespecialiseerd in de smalle audiovisuele sector, maar de ontwikkeling ervan stagneert in het voorbije decennium. In de rest van de provincie groeit de sector bovengemiddeld. De Drentse groei buiten de hoofdstad overtreft die in Assen.

1.8.4 Aanknopingspunten voor stimulering

Het belangrijkste aanknopingspunt voor stimuleringsbeleid voor de audiovisuele sector in Noord is de specialisatie en concentratie in Leeuwarden en de kansen die vernetwerking daarvan met de rest van sector in Fryslân biedt; In tweede instantie geldt dit ook voor de audiovisuele bedrijvigheid in Groningen en Assen en mogelijk in de provincies Groningen en Drenthe. Of het zwaartepunt van de beoogde ontwikkeling misschien toch in de stad Groningen moet liggen, met massa als argumentatie, moet nader afgewogen worden. Een combinatie van beide benaderingen, gebaseerd op lokale specialismen die mogelijk in het kwalitatief onderzoek naar boven komen, is een serieuze optie. Drenthe heeft aanmerkelijk minder massa dan de andere twee provincies en een minder belangrijke specialisatie in de provinciehoofdstad Assen. Nadere verkenning van de positieve dynamiek buiten Assen kan licht brengen in de vraag hoe een eventuele verdere ontwikkeling kan aansluiten bij de dynamiek in Groningen of Leeuwarden of breder, in Fryslân.

Literatuur

René Goudriaan, Michiel Slag, Rogier Brom, Maartje Goedhart, Maxime van Haeren, Lisa Wolters, Dionne Faber en Maartje Gielen (2021). Ongelijk getroffen, ongelijk gesteund Effecten van de corona crisis in de culturele sector. Amsterdam: Boekmanstichting, SRiM, Significant/APE. [https://www.boekman.nl/wp-content/uploads/2021/05/Ongelijk-getroffen-ongelijk-gesteund_def.pdf]

Paul Rutten, Walter Manshanden & Frank Visser (2021). Monitor Creatieve Industrie 2021. Nederland, Top-10 steden, Gevolgen van Covid 19. Hilversum: Media Perspectives [<https://mediaperspectives.nl/publicationdoc/monitor-creatieve-industrie-2021/>] Paul Rutten en Walter Manshanden (2022). ZZZP'ers in de creatieve industrie. Onderzoeksnotitie [<https://innovatielabs.org/updates/onderzoeksnotitie+zzpers+in+de+creatieve+industrie/>]

Paul Rutten en Walter Manshanden (2022). Gevolgen van corona voor de creatieve industrie. Boekman 13, pp. 46-50. [<https://www.boekman.nl/tijdschrift/boekman-132-cultuursector-en-de-pandemie/>]



HOLLYWOOD
AAN DE WADDEN



HOOFDSTUK 2

BREDE VERKENNING VAN DE AUDIOVISUELE INDUSTRIE
KWALITATIEVE DUIDING VAN DE NOORDELIJKE FILMSECTOR

AUTEUR: LISETTE DERKSEN (DERKSEN DENKT DOOR)

1. De Filmsector door de ogen van Filmmakers in Noordelijke Netwerken

1.1 Methode

Om het belang van de filmsector voor de Noordelijke provincies zoals dat in het vorige hoofdstuk is bepaald, in te kleuren, is een enquête gehouden onder de leden van netwerken die actief zijn in de filmindustrie in Noord Nederland. De resultaten geven een nadere invulling aan de kwantitatieve data in het vorige hoofdstuk, en schetsen tegelijkertijd een kader waarbinnen de resultaten van de interviews die in het volgende hoofdstuk worden gepresenteerd, betekenis krijgen.

De enquête bestond uit 18 vragen over vestiging, beroep en mening over mogelijkheden en netwerken van de filmindustrie in Noord Nederland. De precieze vragenlijst met antwoordmogelijkheden is te vinden in de bijlage Vragenlijst Enquête. De vragen zijn evenals de interviewvragen opgesteld langs de hoofdlijnen van dit rapport; over economische aspecten als beroep en product, over sociale netwerken en instituties en culturele praktijk. De resultaten van de enquête worden in deze thema's op volgorde gepresenteerd.

De enquête is getest in het Cinenord team dat bestaat uit zowel onderzoekers als filmmakers, en vervolgens anoniem uitgezet in de Whatsapp-groep (ong. 140 leden), de nieuwsbrief van New Noardic Wave (ong. 500 emailadressen) en gedeeld in de Whatsapp-groep van medewerkers en zelfstandigen van creatieve industrie netwerkorganisatie Mooiedingenmakers.nl (ong. 240 leden). Alhoewel een geringe 21 respondenten de enquête hebben ingevuld, geeft het resultaat een gedegen impressie van de praktijk van filmmaken in Noord Nederland, die mede kleur geeft aan het totaalbeeld dat in deze studie geschetst wordt. De respondenten zijn erg betrokken bij de filmindustrie in Noord Nederland, de antwoorden zijn kwalitatief gespreid en tendensen worden bevestigd in gelijkende antwoorden van groepen respondenten. Ook zien we bevestiging van tendensen in de diepte-interviews, waarin dezelfde vragen zijn gesteld die vergelijkbaar worden beantwoord.



A word cloud containing the following professions in Dutch: 'Regisseur', 'Documentairemaker', 'Filmmaker', 'fotograaf', and 'cameraman'. The words are in various shades of blue and are arranged in a non-uniform, overlapping manner.

1.2 Resultaten

1.2.1 Economische aspecten

Beroep

Figuur 1.1 Woordenwolk over meest genoemde beroepen

De respondenten is gevraagd eerst zelf hun beroep(en) te omschrijven. De meest genoemde beroepen staan in de woordenwolk hierboven. Het meest specifiek genoemd zijn regisseur, of iets breder gedefinieerd, filmmaker en als derde fotograaf. Daarnaast werden cameraman of cinematograaf, commerciële corporate filmmaker en documentairemaker genoemd, maar ook overige beroepen zoals docent, politicus, software engineer en fotograaf.

De door de respondenten genoemde beroepen komen grotendeels overeen met de indeling van beroepen in het CBS, zie in tabel 1.1 hieronder. Regisseur wordt naast fotograaf het meest gekozen.

Tabel 1.1. Beroepsindeling volgens CBS categorie, n=21

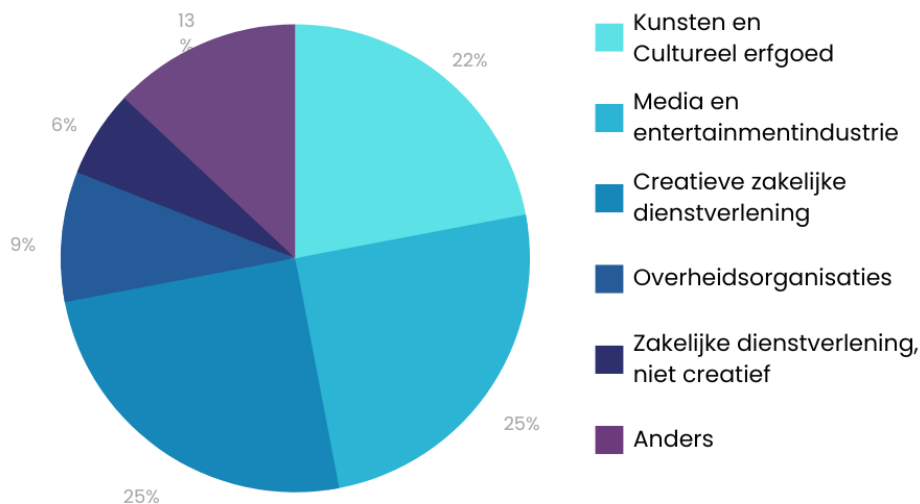
Regisseur voor film, televisie en/of on-line producties	12
Fotograaf	5
Andersoortige vakspecialist op het gebied van audiovisuele media	4
Producent voor film, televisie en/of on-line producties	4
Overige beroepen – anders dan hiervoor genoemd	4
Scenarioschrijver	3
Beeldend kunstenaar	2
Multimedia-ontwerper	2
Overig*	5

*onder overig valt o.a. grafische en regionale media, techniek en ICT.

Daarnaast kristalliseren de eerder gekozen beroepsnamen zich uit in de categorieën: producent voor film, televisie en/of on-line producties (4), scenarioschrijver (3) en andersoortige vakspecialist op het gebied van audiovisuele media (4) waar hoogstwaarschijnlijk verschillende camera-technische specialisaties onder vallen.

Product afzet

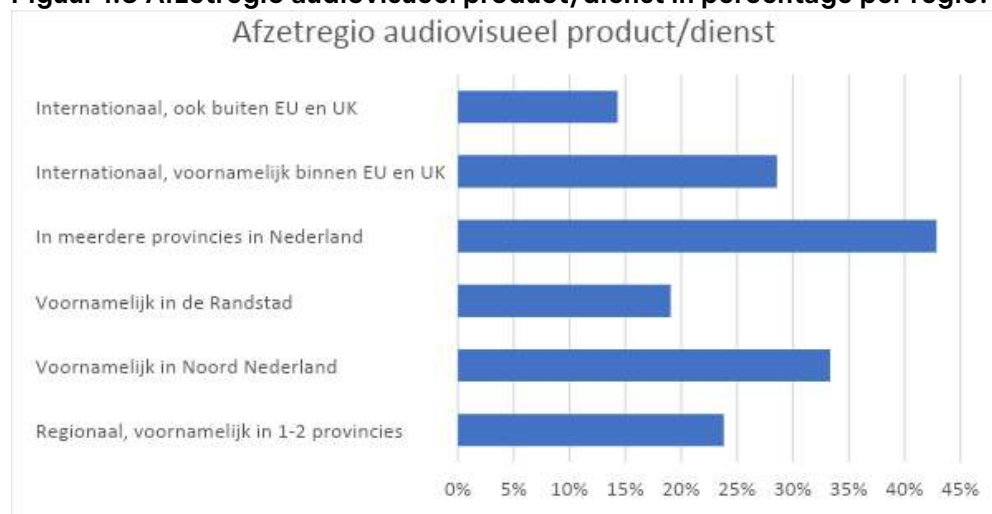
Figuur 1.2 Afzet aan bedrijfstakken van audivisuele producten/diensten



De helft van de respondenten maken vooral product voor de media en entertainmentindustrie en voor kunsten en cultureel erfgoed. In de antwoordcategorie 'anders, namelijk' zitten ook nog enkele anders-omschreven antwoorden die hiertoe gerekend kunnen worden. Het afzetgebied van de zakelijke opdrachten zijn voor ruim 30% en de overheid voor bijna 10%.

Regio

Figuur 1.3 Afzetregio audiovisueel product/dienst in percentage per regio.

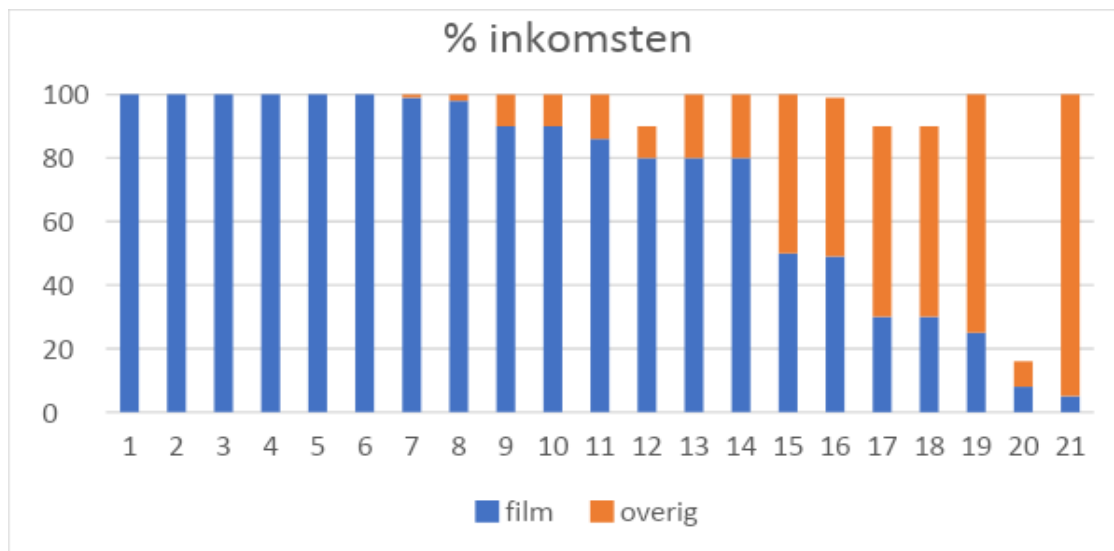


Filmproduct wordt voornamelijk in Nederland gemaakt en afgezet, te zien in de onderste vier categorieën van figuur 1.3. De eerste twee opties geven weer dat de respondenten in mindere mate internationaal werken. Het aandeel Noord Nederland is relatief hoog met ruim 30%, maar wordt meestal gecombineerd met regionaal, 1-2 provincies en de Randstad.

Verdiensten

De verdiensten lopen erg uiteen. In de respondent populatie geeft bijna een derde aan alleen inkomsten uit film te hebben over de laatste twee tot vijf jaar. Tweederde haalt voor minstens 80% zijn verdiensten uit film.

Figuur 1.4 Inkomsten uit film of overige bronnen over de laatste 2 tot 5 jaar.



Figuur 1.4 is uiteraard niet statistisch representatief voor alle audiovisuele werknemers in de noordelijke filmsector en zegt niets over de hoogte van deze inkomsten. In de verdiepende interviews is door de meeste geïnterviewden aangegeven dat inkomsten in filmindustrie grillig zijn en vaak kleine pieken en lange, diepe dalen kennen. Een kleiner deel dat al langere tijd succesvol producent of regisseur is, geeft wel aan een weliswaar onregelmatig maar voldoende stabiel inkomen uit audiovisueel werk te halen. De meeste makers leven van project naar project en doen er ander werk bij. Ze werken aanvullend in een andere sector, of doen filmwerk als uitstapje naast een andere baan.

Waar de inkomsten niet uit audiovisueel werk komen, werkt men meestal in het onderwijs, maar liefst 11 respondenten geven dit aan. Daarnaast zijn andere visuele beroepen veel genoemd, zoals fotografie, commercieel camerawerk en grafische industrie. Als derde werden meer technische functies zoals ICT en audiovisuele techniek genoemd.

1.2.2 Sociale netwerken en instituties

Netwerken

New Noardic Wave en Filmvereniging Groningen worden het meest genoemd als netwerken waarbij men aangesloten is. Daarnaast volgen andere Groningse filmverbanden, zoals De Groningse Filmvereniging, Beeldlijn en Filmclub, het Dutch Directors Guild en Mooiedingenmakers.nl.

Waarde van netwerken

Figuur 1.5 Woordenwolk over de waarde van netwerken



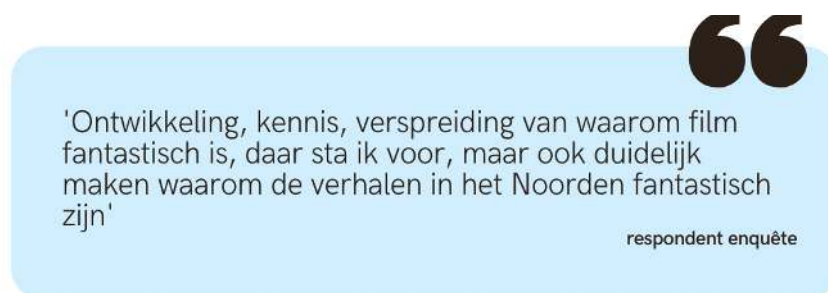
De meeste genoemde voordelen van participatie en lidmaatschap in netwerken zijn contacten met bekende en nieuwe filmmakers, waarbij meerdere personen aangeven dat door betrokkenheid bij een evenement pas echt contacten kunnen worden opgedaan en uitgebouwd, waarmee men werk vindt of later samenwerkt. Op de hoogte blijven, informatie en kennis delen en kansen krijgen wordt, naast inspiratie, ook vaker genoemd.

Wat mist is zichtbaarheid van, overzicht van en inzicht in de netwerken. Duidelijk zichtbaar maken wat er wanneer speelt kan beter. Overzicht van vakmensen wordt gemist en meer mogelijkheid om elkaar te treffen om samen te werken wordt ook meermaals als gemis genoemd door de respondenten.

Op de vraag wat respondenten willen bijdragen aan de audiovisuele sector in Noord Nederland zijn de antwoorden ambitieus. Men gelooft in de kracht van film in Noord Nederland, de beloftes en voornemens zijn legio, zie figuur 1.6.

Men gunt elkaar veel, voornamelijk meer kwaliteit van content, meer kansen om te maken, onderling elkaar meer kansen bieden. Waar de respondenten kunnen bijdragen, zullen ze dat doen.

Figuur 1.6 Antwoord van een respondent op vraag: Wat wil jij bijdragen aan de audiovisuele sector in Noord Nederland?



Instituties

Wat heb je nodig om een goede kwaliteit filmproduct te maken? Voornamelijk worden de factoren mensen en vrijheid genoemd. Met 'mensen' wordt gerefereerd aan het juiste team, goed opgeleide mensen met ervaring en toegang tot goede apparatuur en een netwerk van mensen van wie je weet wie welke ervaring heeft en/of wie dit op wil doen. Vrijheid gaat over de ruimte om te mogen maken volgens je eigen talent en eigenzinnigheid, zonder beperking van te veel regels of te beklemmende tijdsdruk.

Volgens de respondenten kun je je ontwikkelen als professional in Noord Nederland door filmproduct te maken met verschillende en ervaren mensen. Coaching en masterclasses worden genoemd als vormen en manieren om zichzelf te ontwikkelen.

De ontwikkeling van filmmakers kan beter worden als er meer geld is en dus meer filmproduct gemaakt kan worden. Serieuze opdrachten en naar een hoger plan getild onderwijs, dat niet alleen op techniek of commercieel resultaat is gericht maar meer op film, is ook een vaker uitgesproken wens bij de enquête respondenten.

1.2.3 Culturele praktijk

De respondenten zien het Noord-Nederlandse filmklimaat als prettig nuchter of te bescheiden. De meest positieve reacties menen: de filmcultuur in Noord Nederland is opkomend, groeiend en borrelend. Het kwalitatief potentieel is hoog, maar in praktische realisatie te klein.

Het werkklimaat, hoe het filmklimaat wordt ervaren om in of mee te werken, wordt in Noord Nederland getypeerd als zeer behulpzaam en welkomend (naoberschap, mienskip, gemeenschapszin), rijk aan rust en ruimte (of guurheid en rauwe echtheid, maar ten positieve), eigenzinnig en meedenkend.

Figuur 1.7 Antwoord van een respondent op vraag: Wat mist, of wil jij beter ontwikkeld zien aan het Noord Nederlandse filmklimaat als werkomgeving?

“
'Ik denk dat we nog kunnen groeien in identiteit en verbinding. Er gebeurt veel, maar het bereikt nog niet iedereen.'

respondent enquête

Wat gunt men het Noorden dat beter wordt ontwikkeld? Men mag groots denken en doorpakken. Verbinden van mensen en netwerken, samen laten zien wat er kan en al is. Praktisch gezien is daar volgens de respondenten scholing, kennisdeling, netwerkopbouw en geld voor nodig. Dit kan in een fonds, een belasting incentive, een filmcommissioner, een FilmHuis ofwel op een fysieke locatie, waar samen geschreven, voorbereid kan worden (writers room) en ondernemingen rond film zich kunnen huisvesten, al deze opties worden genoemd. Bijna al deze voornemens en wensen zien we terug in de interviews, waarover de volgende paragraaf gaat.

2. In gesprek met betrokken professionals over de Noordelijke audiovisuele sector

2.1 Methode

Naast de enquête zijn er acht personen geïnterviewd met een semi-gestructureerde vragenlijst van zestien vragen, bijna gelijk aan de enquêtevragen, thematisch ingedeeld langs de drie hoofdlijnen van dit rapport: De economische aspecten als beroep en product, de sociale netwerken en instituties en de beleving van de culturele praktijk. De resultaten van de interviews worden ook in deze thema's op volgorde gepresenteerd.

Deze vragen zijn eerst getest in twee voorbereidende gesprekken met filmprofessionals uit het Cinenord netwerk. Daarna zijn er interviews gehouden met:

- vijf regisseurs en/of producenten van filmproduct (zowel documentaire als fictiefilm, korte en lange content) met 5 tot >30 jaar ervaring
- een archivaris/filmmaker met >25 jaar ervaring
- twee medewerkers van een commercieel audiovisueel productiebedrijf

Alle geïnterviewden hebben het verslag van hun interview gecheckt en waar nodig aangevuld of gecorrigeerd. De antwoorden in de interviews bevestigen en verdiepen de antwoorden van de enquête, zoals hieronder uiteen gezet.

2.2 Resultaten

2.2.1 Economische aspecten

In drie vragen over beroepsomschrijving, afzetpubliek en afzetgebied is in kaart gebracht hoe het praktische werk van filmmakers in economische zin in Noord Nederland eruit ziet.

Beroepen

De beroepen die geïnterviewden noemen zijn film en televisieproducent, regisseur/producent, filmregisseur, producent, netwerkregisseur, documentairemaker, televisiejournalist, verbinder, regisseur van fictiefilms, producent van film concepten voor bedrijven en reclame. Dit strookt lang niet altijd met de inschrijving bij de Kamer van Koophandel (KvK). Daarin hebben de meeste geïnterviewden minstens een eenmanszaak-inschrijving als filmmaker of producent. Dat staat meestal te boek als 'Productie van films (geen televisiefilms)' of een holding in de vorm van een BV. In de Standaard Bedrijfsindeling (SBI) die het CBS en de KvK hanteren, wordt deze klasse als volgt uitgelegd:

- Klasse: (5911) Productie van films (geen televisiefilms):
 - managen van (video)filmproducties, inclusief voor reclamedoelinden, met betrekking tot de materiële - dus niet artistieke - aspecten: - productie van diaprojecties; - vloggers.
 - Deze klasse omvat niet:
 - productie van televisieprogramma's (5912); - ondersteunende activiteiten zoals ondertiteling, cameramannen, adviseurs en technici voor de productie van (video)films (5912); - acteurs en regisseurs (9001); - producenten van podiumkunsten (9002).

In het eerste hoofdstuk van dit rapport stelden we al in dit kader dat de categorie 'Beoefening van Podiumkunsten' (SBI 9001) ook een aandeel acteren in en regisseren van audiovisuele producties in zich heeft. Die activiteiten worden niet onderscheiden op basis van de bestaande SBI-indeling van acteren in en regisseren van podiumvoorstellingen en het verzorgen van muzikoptredens. De hierboven genoemde werkelijke inschrijvingen bij de Kamer van Koophandel tonen wederom aan hoe de SBI niet aansluit bij de praktische artistieke productie. Deze klasse 5911 koppelt ten eerste televisiefilms los van ander filmproduct, terwijl een paar geïnterviewden toch echt meerdere televisiefilms hebben gemaakt. Ten tweede splitst de categorie materiële en artistieke aspecten, terwijl die aspecten voor veel regisseurs en producenten onlosmakelijk verbonden zijn. Ook spraken we regisseurs die als producent te boek staan. Men kiest meestal de klasse 5911 omdat er meer mogelijk is qua werkzaamheden dan alleen regie, die klasse 9001 omschrijft.

Publiek

De geïnterviewden maken wat hen betreft werk voor het grote publiek. De meeste filmmakers willen vooral verhalen vertellen door middel van mooi beeld, voor wie het ook wil zien. Daarbij wisselt de doelgroep per project, per film of documentaire. Echter staat hoe dan ook het verhaal voorop. Ook bij commerciële corporate filmmakers is de artistieke duidelijk leidend.

Figuur 2.1 Antwoord van een respondent

“
'Ook een bedrijfsfilm moet filmisch aanvoelen,
de effort moet eruit blijken'

commercieel filmproducent

Ook al maak je een documentaire voor een bepaalde doelgroep, film content heeft een potentieel groter bereik en langer leven via wereldwijde festivals en dit sluiten makers niet uit. Dit bepaalt hun maken niet in eerste instantie, maar zij zien wel het potentieel:

Figuur 2.2 Antwoord van een respondent

“'Ik maak meest content voor Fries televisiepubliek en Noordnederlands publiek maar ik heb ook veel ingezonden naar filmfestivals, dan ga je met andere ogen naar je eigen product kijken. Het is voor meer publiek interessant en wat je vastlegt wordt door verder weg en ander publiek anders gezien, wat jij voor lief neemt of gewoon vindt, blijkt van waarde als verhaal of inkijk in een unieke cultuur.'

regisseur

Werkregio

Niemand werkt uitsluitend in de eigen regio, alle geïnterviewden zijn weliswaar gevestigd of geworteld in Noord Nederland maar iedereen ziet zijn speelveld ook ruim daarbuiten. Alle platforms zijn gewenst en mogelijk: van lokale bioscoop en regionale of nationale televisie, tot festivals wereldwijd en streaming services.

Niemand maakt film voor een klein publiek, maar als een product lokaal is of een lokaal verhaal heeft, willen ze wel graag ruim de kans om dat publiek te bedienen. De Noordelijke filmhuizen en filmclubs helpen daar goed bij, al spreken meerderen zich uit voor meer. Zo zouden ze meer opties willen en meer (steun voor) een netwerk dat fijnmaziger is. Het netwerk aan toneelverenigingen en wijk- of buurthuizen wordt genoemd als kans voor distributie van lokaal filmproduct.

Dit sluit aan bij een recent onderzoek naar het culturele infrastructuur van Groningen (Boulil & Van den Hoogen 2022), waarin de culturele instellingen de aanwezigheid van een sociale infrastructuur op wijk- en dorpsniveau noemen als voorwaarde voor een succesvol ecosysteem. Het kan elkaar wederzijds versterken: als culturele instellingen kunnen aansluiten en samenwerken met bestaande netwerken (en kleinere podia, buurthuizen, wijkcentra) in wijken en dorpen en de lokale en regionale overheden dit mede stimuleren, kan dit niet alleen bijdragen aan het welzijn van bewoners maar ook de spreiding van regionaal cultureel product verhogen, ook voor audiovisuele cultuur.

2.2.2 Sociale netwerken en instituties

Er zijn veel verenigingen, clubs en netwerken in Noord Nederland. Met name in Groningen en Friesland heeft elk platform zijn eigen club, al dan niet ontstaan uit een regelmatig evenement rondom film. De clubs zijn van naam goed bekend bij iedereen, maar wie waar precies voor staat, of wie bij wie hoort, is niet duidelijk. Laat staan dat er kennis is over wat elke club precies kan betekenen. Op bestuursniveau blijken de netwerken vaak ook nog lid van elkaar te zijn. De leden, blijkt uit de enquête, hebben geen goed overzicht. Zowel respondenten van de enquête als de geïnterviewden geven aan meer inzicht en eenheid te wensen en menen dat dit de kwaliteit van het netwerk kan verhogen.

Werking van netwerken

De meesten geven aan dat netwerken bijdraagt aan kennis, kennissen en kunde. Kennis overnemen van andere en het leren dat er veel kennis is in het Noorden wat betreft film. Meest

genoemd is wel nieuwe contacten opdoen en filmkennissen onderhouden, maar ook inzien binnen het netwerk dat er veel mensen actief zijn in film.

De meer ervaren filmmakers geven aan dat de netwerken nieuw bloed leveren die willen leren. Maar ook dat je leert door te maken en dat je door nieuwe aanwas ook zelf weer anders leert kijken naar film en het maken ervan. De jongere leden geven aan vooral mensen te leren kennen via het netwerk waar zij wellicht mee kunnen werken en die hen weer wat kunnen leren. Netwerken hebben daarmee een sterke educatieve functie.

Verwachtingen

De verwachtingen zijn heel verschillend. Waar men meer van een netwerk verwacht, worden de eisen ook hoog gesteld: er moet veel geld verdeeld worden en er moeten kansen gegeven worden. Meerdere makers uit de interviews en enquête verwachten niet veel van de huidige netwerkes, uit gebrek aan inzicht, of men vindt ze te beperkt, niet ambitieus genoeg, of juist te hoogdravend zonder verwachtingen waar te maken. Hun verwachtingen zijn niet meer dan connectie, inspiratie en gezelligheid. Naast meer verbinding wenst iedereen ook meer kansen op werk.

De communicatie is volgens meerdere respondenten en geïnterviewden nu niet goed genoeg. De communicatie strookt niet met de ambitieus gestelde ambities, zegt men vaker. Er dient eenduidiger gecommuniceerd te worden. Evenementen kunnen beter worden neergezet bij meer nieuw publiek, er moet niet gerust worden bij het bereiken van de usual suspects.

Omissies en wensen over netwerken

Men wil minder 'Calimero-houding' ten opzichte van de Randstad en minder argwaan onderling. Grappig genoeg stelt geen geïnterviewde zich zodanig op, als benadeelde van de voorgetrokken Randstad, maar beticht 'de Noordelijke sector' er wel van.

Figuur 2.3 Antwoord van respondent

“
'Vind je kansen en stel je niet op als slachtoffer.
Noord Nederland mag uitgaan van eigen kracht ipv
zich op te stellen als achtergesteld.'

producent

Tegelijk stelt bijna iedereen dat het wel klaar mag zijn met de houding van achtergesteldheid. Noord Nederland heeft meer dan genoeg kwaliteit, ambitie, potentie en goede filmmakers en mag daar meer van uitgaan. De noordelijke provincies zijn niet achtergesteld maar een voorbeeld van diversiteit, vol goede verhalen en met prachtige weidse locaties:

Figuur 2.4 Antwoord van respondent

“
'[...]periferie is ook een kans voor mooie verhalen,
en is ook diversiteit! Daar moet een netwerk op
inzetten. Het netwerk moet mee strijden om die
verhalen kansrijk te maken en het beeld van
diversiteit in filmfonds-Nederland bijstellen.'

regisseur

Men wenst allemaal meer maakwerk in en door Noord Nederland, los van afkomst of doel van de makers of de film. Als er maar meer gemaakt wordt, komt er meer ervaring en neemt ook de kwaliteit van filmproduct toe, is de stellige overtuiging van alle geïnterviewden en respondenten.

In samenwerking in Noord Nederland wordt elkaar te weinig gegund, men blijft te voorzichtig dat er iets afgepakt kan worden in plaats dat men voordelen ziet in samenwerking. Deels worden de geringe en kleine financiële kansen hiervoor als reden gegeven. Netwerken geven prima platformwerking maar een gedeeld, gezamenlijk doel mist, met bijbehorende grotere gelden. Netwerken hebben vaak maar beperkt of geen geld; men heeft liever één grotere pot dan al die kleintjes.

De commerciële opdracht-filmmakers en audiovisuele producenten geven aan een internationale kijk te missen. Zij begeven zich veel meer op de internationale markt en zien niet veel heil in een regionaal netwerk, dat voor hen al snel lokaal voelt. Al zien zij wel kansen om hun kennis en ervaring op audiovisueel gebied daar in te brengen, maar daar wordt nog niet veel om gevraagd.

Bijna iedereen vraagt om een stevig geldfonds, met of zonder commissioner of eromheen opgetuigd fysiek of digitaal platform. Als er maar geld aangevraagd kan worden met genoeg voorwaarden eromheen zodat er een financiële laag komt tussen het onbereikbare nationale FilmFonds of CoBo en lokale of regionale commerciële investeerders. Maar ook zodat kleinere investeerders over de streep kunnen worden getrokken en zodat filmmakers voor grotere gelden met meer vertrouwen geld aan kunnen vragen, omdat er een basis van financieel vertrouwen is vanuit een Noord Nederlands fonds.

Figuur 2.5 Antwoord van respondent



Goede voorbeelden worden genoemd zoals, het fonds van CineSud, die door lange termijn jaarlijks te investeren zorgt voor meer maakwerk in het zuiden en daarmee ook beter kwalitatief filmproduct helpt produceren. De betrekkelijk eenvoudige regels van de Rotterdam Film Commission, een belastingvoordeel dat de stad Rotterdam dubbel zoveel opleverde in investeringen tot de gewijzigde regels in 2012.

Instituties

De idealen van filmmakers in hun audiovisuele ambities zijn goed te vatten in zes aansprekende user stories die weergegeven zijn in figuur 2.6

Figuur 2.6 Idealen van filmmakers

Ik wil mooie verhalen vertellen in mooie films, die blijvend kunnen worden genoten. Sommige van mijn films draaien al 20 jaar op televisie, elk jaar weer. Dat vind ik mooi, daar maak ik het voor.	Ik wil dat gelijke speelveld creëren waarin het Noorden diverse en goede filmproducten kan maken. In en voor het Noorden waar het kan!	Ik wil FILM maken. Ook een bedrijfsfilm moet filmisch aanvoelen, de effort moet eruit blijken.
Ik maak graag een kruising tussen arthouse en publieksfilm, ik wil wel kijkers trekken. Ik wil heftige verhalen luchtig vertellen en een eigen wereldje in een film brengen, waar rare dingen kunnen die daar prima op hun plek zijn. In mooi beeld en een helder verhaal.	Ik wil filmmateriaal verbinden aan makers zodat het openbaar getoond of verspreid wordt en muziek maken bij film, uit archief of anders.	Ik wil mensen laten nadenken en de andere kant van een verhaal laten zien. Goed onderzoeken hoort daarbij, en er open ingaan, dan zie je vaak die andere kant goed of een nieuwe invalshoek. Ik werk het liefst op de grens van journalistiek en documentaire.

In alle ambities is goed te lezen dat het maken van filmproduct voorop staat bij de geïnterviewde producenten en regisseurs.

Goed werk

Tijd, ruimte en vrijheid worden veel genoemd als voorwaarde voor kwalitatief goed werk. Dat is iets complexer dan het lijkt. Filmproductie is duur en daarom is de tijdfactor vaak een deadline, ruimte waar je goed kunt maken wordt vaak beïnvloed door diezelfde productieschema's en de voorwaarden van de ruimte waar men filmt zijn bewerkelijk, zeker als dat buiten is. Vrijheid wordt gevoeld als een voorwaarde die vaak beperkt wordt door alle regels rond financiën en co-productie eisen.

Samen maken en meer maken worden ook veel genoemd als voorwaarde voor kwalitatief beter werk. Alleen door veel verschillende ervaringen leer je beter en anders films maken en daar is serieus geld voor nodig.

Naar de buitenwacht – beleid, publiek, potentiële investerende of opdrachtgevende bedrijven – spreekt men uit meer inzicht en kennis in het product film te willen geven, zodat de waardering er ook voor stijgt, dit ligt namelijk te laag. Zowel in budgetten in cultuur als bij investerende of opdrachtgevende bedrijven wordt een gebrek aan kennis en begrip ervaren voor wat een film nodig heeft aan geld, tijd en specialisten. Maar ook wat je aan het product film kunt hebben.

Figuur 2.7 Antwoord van respondent

“Film is nu eenmaal duur; Subsidie gaat veel naar andere cultuurinitiatieven. Maar de levensduur van een film is wel veel langer dan andere vluchtigere cultuur, bijvoorbeeld een open lucht theater-voorstelling; Dat is niet érg, ik vind dat al die cultuur ook moet bestáán, maar subsidieverleners en bestuurders zien vaak over het hoofd dat ze voor een hogere inleg ook een lange termijn product krijgen.”

regisseur

Ontwikkeling

Ontwikkeling van een filmmaker geschiedt door het maken. Meer filmmakers, meer maken, meer in het Noorden is de door een ieder uitgesproken wens. Daartoe wordt ook participatie van de regionale omroepen als kansrijk genoemd. Omrop Fryslân helpt door lokaal product te maken en hierom te vragen bij andere makers, maar zou ook een grotere rol kunnen spelen in ontwikkeling en ondersteuning.

Figuur 2.8 Antwoord van respondent

“Een platform bij de regionale omroep helpt je om scherp bevraagd te worden bij je maakwerk, en kritisch naar je werk te kijken of andere manieren te leren kennen omdat je eens met anderen samen werkt.”

documentairemaker

RTV Noord helpt nu al een beetje door maandelijks een documentaire, niet ouder dan 2 jaar, uit te zenden. Dit zou meer kunnen zijn met provinciale ondersteuning van makers.

New Noardic Wave draagt bij aan ontwikkeling met workshop-reeksen voor jonge makers, na een First Wave programma nu in een tweede ronde, New Wave geheten, waarin filmplan-ontwikkeling wordt getraind in masterclasses en workshops in zeven weekenden, op zowel persoonlijk, artistiek/creatief als zakelijke onderdelen als distributie. Dit programma is bewust gericht op beginnende en jonge makers en is te volgen na een vooropleiding en liefst na al wat ervaring opgedaan te hebben in film maken.

Filmeducatie specifiek voor fictiefilm of documentaire bestaat niet in Noord Nederland, menen de geïnterviewden:

Figuur 2.9 Antwoord van respondent

“
'Recent zijn een paar goede mbo'ers naar de Filmakademie gegaan, opgeleid hier bij het MBO; maar dat zijn uitzonderingen, autodidacten. Ook van Minerva zijn het eerder filmmakers uit eigen wil, dan dat de academie ze daarin opleidt. En Kunst Cultuur en Media van de universiteit Groningen levert toch vooral journalistiek audiovisuelen op.'

filmregisseur

Er is wel redelijk tot goed onderwijs in filmtechniek op de MBO's, kunst- en popacademie en universiteiten, maar het is erg verspreid. Het levert vooral technisch geschoolde filmmakers op, die goed terecht kunnen in de brede audiovisuele dienstverlening binnen zakelijke opdrachtgevers en media.

Figuur 2.10 Antwoord van respondent

“
'Qua filmeducatie zit overal wel wat in de noordelijke provincies, het is niet slecht, het is alleen hopeloos verspreid.'

producent

Samenwerking wordt daarin wel gemist. Het zou de kwaliteit van scholing goed doen om daarin meer samen op te trekken. Afstemming en waar het kan samenwerking kan een filmschool op zich zijn, als je bij elke afdeling ook een specialiteit kunt ontwikkelen, waarbij ook aandacht komt voor het vertellen van een verhaal via audiovisuele middelen, naast de technische basis. Want dat is een vak apart; de Schrijversschool wil daarin ook een rol spelen met scenario-schrijftrainingen.

CineNord is al in gesprek met betrokken scholen om meer connectie te bewerkstelligen in het lopende kalenderjaar 2023. In Groningen is de Filmvereniging daar ook over in gesprek:

Figuur 2.11 Antwoord van respondent

“
'We zijn vanuit het archief bezig met de Filmvereniging hoe we kunnen samenwerken om scholen te laten samenwerken. Journalistiek = research en Minerva = creatief, mbo=techniek en de schrijversschool kan helpen met scripts: Alles is er. Ook de popacademie kan er in mee. Samenwerken is nodig om een fatsoenlijke filmcultuur te maken.'

filmarchivaris

Het ziet ernaar uit dat ontwikkeling van filmmakers goed onder de aandacht van educatieve instellingen en makers is, de connecties zijn er en worden nader gemaakt. Aandacht hiervoor vanuit beleid op gemeentelijk en provinciaal niveau kan helpen dit verder te ontwikkelen en meer potentieel getalenteerde makers af te leveren.

Figuur 2.12 Antwoord van respondent

“Ik heb geen filmakademie gedaan, (...) dat is voor mij niet iets dat op mijn radar staat als mogelijk, als je uit een klein dorpje komt denk je daar niet aan. Ik ben geschoold in de praktijk. Dat wordt misschien normaler als je een filmcultuur creëert.”

regisseur

2.2.3 Culturele praktijk

De eigenschappen van het imago van film in Noord Nederland zijn in interviews gelijk aan de enquête: men is het eens dat de Noorderling te bescheiden is, dat ambitie ondersteund mag worden in plaats van berispt en dat trots voor je werk goed is. Daarnaast meent men dat prijzen uitdelen helpt om dat te voeden. Maar wat De Film in Noord Nederland voorstelt? Er zijn verschillende visies:

Figuur 2.13 Antwoorden van respondenten die verschillende visies weergeven

Visie 1: Wat is nu een Noordelijke film, ging ik eens onderzoeken. Wat is de beste titel? One man, One mountain, kwam ik op uit met mijn Noordelijke kennissen in film. Het gaat vaak over 1 karakter en 1 omgeving waarin iets overwonnen moet worden, en de omgeving is echt beslissend in Noordelijke verhalen.” – regisseur	Visie 2: “We hebben hier goed landschap, de Friese taal, kwalitatief hoogstaande verhalenvertellers, een bescheiden cultuur met oog voor de mens, mienskip cultuur en noaberschap. We missen de ambitie en durf om daar echt voor te gaan staan.” – producent	Visie 3: “Een typisch Noord-Nederlandse filmcultuur lijkt niet te bestaan. In de industrie cijfers is die er wel, maar we maken niks van langere betekenis, je ziet het niet in de productie, dus ook niet in ons imago. Vroeger had je de ‘Friese bries’ in de muziek, een Friese new wave beweging. Dat was een mooi concept dat je zou kunnen gebruiken als voorbeeld voor film: Zet het Noord-Nederlands filmklimaat neer als merk: kijk, dit kunnen wij, dit bieden wij allemaal, en maker, je bent welkom om het hier te komen halen en maken.” – regisseur
--	--	--

Eigenschappen van Noord Nederland als werkklimaat zijn eenduidiger: de gemeenschapszin wordt door iedereen genoemd en geroemd, of het nu noaberschap, mienskip of gemeenschapszin wordt genoemd. Er is een hoge gunfactor in de gemeenschap voor een

project dat komt filmen in het Noorden. De ervaringen van makers zijn dat mensen graag meedenken en elkaar helpen.

Figuur 2.14 Antwoord van respondent

“
'Het noorden is goed voorzien van locaties, spullen en mensen die kunnen en willen; verder kan er een hele hoop op enthousiasme en welwillendheid worden georganiseerd en geregeld, dat is in Friesland heel goed vertegenwoordigd. Misschien is het provinciale kracht, überhaupt buiten de Randstad zijn.'

regisseur

De commerciële audiovisuele bedrijven die we spraken, roemen dezelfde gemeenschapszin, koesteren het netwerk van klanten en kennissen in de noordelijke regio maar voelen zich daar niet specifiek aan verbonden. Zij denken in lokale vestiging, maar nationaal en internationaal werkveld. Ze voelen zich ook niet specifiek verbonden aan filmmakers in fictie of documentaire. De meest directe band zijn cameramensen of andere technici die af en toe hun werk voor fictie, televisie of documentaire afwisselen met commercieel werk voor hen. Beide bedrijven die we interviewden menen dat de praktische, mensgerichte houding wel overal werkt, het is een waarde van de gedragcultuur van Noord Nederland en wordt internationaal gewaardeerd. Maar hoe je dat als bedrijf uitdraagt onder je personeel is meer bepalend dan waar je gevestigd bent.

In Friesland komt de dimensie van de Friese taal er vaak bij. Het is geen absolute voorwaarde dat je Fries spreekt, lang niet elke inwoner van Friesland spreekt Fries, maar het helpt met connecties maken. Zeker bij lokaler levende contacten is dit het geval, maar ook bij netwerken in de Randstad geldt herkomst, ook buiten Friesland: Elders werkende filmmakers geven aan veel makers met Noordelijke wortels te kennen en daar een andere, betere connectie mee te hebben.

2.3 De Wensen van de Filmmakers van Noord Nederland

Er zijn een paar thema's te ontdekken in de wensen die worden uitgesproken in de enquête en interviews. Er is het meeste behoefte aan **professionele ontwikkeling, geldelijke ondersteuning** en **een eenduidiger netwerk** met heldere communicatie.

2.3.1 Professionele ontwikkeling

Meer maken wordt alom genoemd. Als er meer gemaakt kan worden, kunnen meer mensen meer ervaring op doen en krijgen nieuwe makers meer kans te leren maken. Iedereen kan zich dan professioneler ontwikkelen. Daarvoor gelden meerdere voorwaarden, namelijk een professionele omgeving, netwerk en geld.

New Noardic Wave en We The North, maar ook andere filmverenigingen en netwerken, worden genoemd als organisaties die het voortouw kunnen nemen om te versterken wat er is.

Netwerken moeten versterkt en vervlochten worden.

Een samenwerking van opleidingen met een focus op film is zeer gewenst. De bestaande opleidingen kunnen meer samenwerken en uitgebreid worden met scholing in schrijven en filmisch vertellen.

Er ligt een rol voor de regionale omroepen. RTV Noord, Oog, RTV Drenthe en Omrop Fryslan kunnen voor de lange termijn vastleggen een bepaald filmproduct in een bepaalde ritme uit te zenden, waardoor ook de vraag naar dat product groeit. Zij kunnen bijdragen in de ontwikkeling van dat maakwerk met hun faciliteiten en ervaring met korte filmcontent.

Kleine competities worden genoemd als kans om filmmaken aan te moedigen. Denk bijvoorbeeld aan korte films, waarbij je aanmoedigt (niet verplicht) in eigen taal te ontwikkelen in Noord Nederland. Daar ligt ook een kans voor verdere distributie in het fijnmazig podiumnetwerk van toneelverenigingen en buurthuizen. De vertoningsstructuur van podia mag ook gesteund worden door regionale overheden, door een financieel/logistiek fonds.

2.3.2 Een gedegen regionaal filmfonds

Een lange termijn filmbeleid is een harde eis met bijbehorend een serieus budget. Bedragen die genoemd worden variëren per gewenst product tussen 2 ton en 2 miljoen euro.

Noordelijke filmmakers geven aan op twee manieren geremd te worden door een gebrek aan geld in met name het begin van een project. Ten eerste, veel werk in en vooral naar een filmproject toe geschiedt in eigen tijd of op eigen kosten. Er is veel passie en liefde in het vak, dat leidt ook tot veel liefdewerk oud papier. Een gebrek aan gedegen startfinanciering is een probleem. Er gaat veel talent verloren omdat filmmakers zichzelf niet kunnen bedruipen van alleen filmwerk. Er is altijd onzekerheid bij elk project, is er überhaupt geld om te beginnen? Erna is er vaak niets, geen gegarandeerde opvolging. 'Zo houd je hobbyisten geïnteresseerd, maar je krijgt er geen bloeiende industrie mee', aldus een regisseur. Veel talent stopt er daarom vroeg of laat mee. Het stimuleert nieuwe makers ook niet. In een gesprek gaf een regisseur aan dat studenten veel worden gevraagd bij projecten tijdens hun studie, omdat ze dan voor lager tarief werken, maar zodra ze zijn afgestudeerd, worden ze niet meer gevraagd.

Ten tweede ligt de problematiek in de opbouw van financiën voor een film. De weg naar echte grotere financiering is er nu niet in Noord Nederland. Je kunt investeringen ophalen bij regionale investeerders of bedrijven, maar iemand moet in het begin een gedegen bedrag toezeggen, waardoor andere investeringen of fondsen ook genoeg belofte voelen om in te stappen. Er is geen regionaal fonds als tussenstap tussen de regionale investeringen en de nationale fondsen voor film. Er loopt nu wel een subsidie voor filmmakers buiten de Randstad, Screen talent NL, maar de Noordelijke regio's zelf leggen daar geen geld in. Daar wordt geld van provinciale overheden bij verwacht. Als je zelf als regionale overheden niet mee praat en niet mee financieert, heb je niet veel te eisen. Als er een fonds zou zijn dat makers faciliteert, zou je voorwaarden kunnen stellen die voordeel opleveren voor de regionale filmindustrie en de toeleverende sectoren, die economisch kunnen mee profiteren van de investeringen die een filmproject oplevert.

Een fonds mag stevig gericht zijn op profijt voor Noord Nederland, maar mag open zijn voor alle makers. Filmploegen moeten naar het Noorden reizen en verblijven om daar te produceren; dat moet het waard zijn, maar dat levert ook wat op. Er mag een eis bij dat er ruim op locaties in het Noorden wordt gedraaid en een fonds mag eisen stellen aan de crew: bijvoorbeeld van de zes heads (hoofd creatieve crew, denk camera, regisseur, locatie productie) moeten minstens drie een Noordelijke band hebben (Ter illustratie, het Rotterdams Filmfonds eiste van de drie heads twee uit Rotterdam). Rust niet bij stagiairs of tweede/derde productie assistenten, en figuratie uit het Noorden is het devies.

Substantieel zelf starten met hulp van een regionaal fonds heeft nog meer nut, zeggen de geïnterviewden, want je maakt daarna als maker meer kans op financiële verruiming. Een structurele goede subsidie voor een gedegen productie, al is het er maar één per jaar, heeft veel meer kans groot te groeien. Als je in het Noorden financieel helpt aanjagen vanuit een fonds of met een filmcommissioner, kun je dat laten verdubbelen door een fonds of provincies,

dan wordt het makkelijker extra fondsen te krijgen bij bijvoorbeeld het Filmfonds op nationaal niveau, of internationaal.

Er is ook wel roep om administratieve ondersteuning om aan financiële voorwaarden te voldoen. Het remt veel makers af om bij elk loket een ander plan volgens een ander format met andere voorwaarden in te moeten dienen en, indien toegekend, aan het circus van de verantwoording tijdens en na het project te moeten voldoen. De wens is een pot geld met minder voorwaarden ofwel gedegen hulp bij de administratie door een centraal orgaan.

2.3.3 Netwerk en Communicatie

Netwerken zijn nuttig, maar nog niet toereikend in bereik, kennisplatform functie, communicatie en belofte. Er is roep om meer overzicht en helderheid in het netwerk van filmnetwerken, -clubs en -verenigingen. Daarin moet beter gecommuniceerd worden. Minder roepen als het niet wordt waargemaakt, zonder reguliere updates. Er mag meer scheiding van hobbyisten, amateurs en professionals in vertakkingen van netwerken. Onderlinge uitwisseling in specialisatie versterkt dat talent en die ontwikkeling. In filmanimatie en grafische opties ziet één commerciële filmmaker veel talent, waarin kansen liggen; een audiovisuele producent ziet kansen voor fictiefilm in hun Virtual Event production studio.

Een suggestie is een database van filmmakers op specialisme en ervaring. Met ook filmmakers met Noordelijke roots daarin, ook al werken en wonen ze inmiddels elders. Daarmee maak je ook het talent uit het Noorden zichtbaar en nodig je ze terug uit.

Kennis en zakelijkheid ontbreken ook om projecten goed of groter aan te pakken en daar kun je netwerken voor inzetten, zodat kennis bijeen komt en gedeeld kan worden. Ook naar buiten het netwerk toe mag betere en bredere marketing van evenementen plaatsvinden.

De makers hebben gesproken in dit tweede hoofdstuk. In het volgende hoofdstuk kijken we hoe projecten in de praktijk worden aangepakt, zowel gerealiseerde als in ontwikkeling zijnde casussen, en hoe deze economisch, netwerktechnisch en qua culturele praktijk in elkaar steken.

Literatuur

Boulil, D., van den Hoogen, Q., & Kuus, S. (2022). Het functioneren van culturele ecosystemen in perifere gebieden. In De waarde van cultuur na corona: Congresbundel (pp. 24–29). Boekmanstichting.

Bijlage 1: Vragenlijst enquête

1. Wat is je beroep? (Indien meerdere, max. 3, hoofdberoep eerst)
2. Het CBS identificeert beroepen in en rondom de AV-industrie volgens deze lijst. In welke hieronder genoemde beroepsgroepen past jouw beroep het best? Kies aub de meest passende(n) (max. 3).

- Acteur
- Andersoortige vakspecialist op het gebied van audiovisuele media
- Auteur (fictie of non-fictie)
- Beeldend kunstenaar
- Communicatie- en grafisch ontwerper
- Fotograaf
- Illustrator
- Interieurontwerper of decorateur
- Multimedia-ontwerper
- Producent voor film, televisie en/of on-line producties
- Product- of kledingontwerper
- Regisseur voor film, televisie en/of on-line producties
- Samensteller en/of presentator voor radio, televisie en/of andere media
- Scenarioschrijver
- Software ontwikkelaar
- Specialist op het gebied van reclame, marketing en/of public relations
- Technicus audiovisueel
- Webdesigner
- Overige beroepen - anders dan hiervoor genoemd
- GEEN van deze

3. We vragen je de rest van de enquête in te vullen voor je meest uitgeoefende beroep in of rond de audiovisuele sector. Wat is dan het product/de dienst die jij levert in je beroep?

4. Aan welke bedrijfstakken lever je voornamelijk product en/of diensten? (min. 1, max. 2)

- Kunsten en cultureel erfgoed
- Media en entertainmentindustrie
- Creatieve zakelijke dienstverlening
- Overheidsorganisaties
- Zakelijke dienstverlening, niet creatief
- Anders, namelijk

5. Waar lever je je product/dienst? Klik alles aan wat past:

- Regionaal, voornamelijk in 1-2 provincies
- Voornamelijk in Noord Nederland
- Voornamelijk in de Randstad
- In meerdere provincies in Nederland
- Internationaal, voornamelijk binnen EU en UK
- Internationaal, ook buiten EU en UK

6. Wat zijn je % verdiensten per jaar uit audiovisueel gerelateerd werk? (kijk gerust over gemiddeld 2- 5 jaar als dat heel grillig is)

7. Welk % van je verdiensten komt uit werk buiten de audiovisuele sector? (ook hier mag je een gemiddelde over 2-5 jaar geven)

8. Waar komen je verdiensten buiten de audiovisuele sector voornamelijk vandaan?

- GEEN verdiensten buiten AV
- Bedrijfseconomisch en administratief
- Zorg en welzijn
- Technisch
- Commercieel
- Dienstverlening
- Pedagogisch
- Transport en logistiek
- ICT
- Managers
- Openbaar bestuur, veiligheid en juridisch
- Creatief en taalkundig
- Agrarisch
- Onderwijs
- Uitkering
- Anders, namelijk

9. In welke netwerkorganisaties (breed, van organisatie tot app-groep of vrijmibo-club) zit je voor je audiovisuele werk?
10. Hoe helpt een werk-netwerkorganisatie jou?
11. Wat mis je aan netwerken (onderdelen of geheel)?
12. Wat wil jij bijdragen aan de audiovisuele sector in Noord Nederland?
13. Wat maakt dat je goed werk kunt leveren?
14. Hoe kun je jezelf ontwikkelen in je vak in Noord Nederland?
15. Wat zou je helpen beter of verder te ontwikkelen in je vak in Noord Nederland?
16. Welke karakteristieke eigenschappen vind jij passen bij 'Dé' Noord Nederlandse filmcultuur (imago-technisch)? (Hoe ziet men/ zie jij het?)
17. Wat mist, of wil jij beter ontwikkeld zien aan de Noord Nederlandse filmcultuur (imago-technisch)?
18. Wat typeert het Noord Nederlandse filmklimaat als werkomgeving? (Hoe ervaar je het?)
19. Wat mist, of wil jij beter ontwikkeld zien aan het Noord Nederlandse filmklimaat als werkomgeving?
20. Dit is de laatste vraag. Hartelijk dank voor je tijd en input!
Wil je nog iets kwijt, dat is niet ter sprake gekomen in deze enquête



HOOFDSTUK 3

CASES VAN FILM IN NOORD-NEDERLAND

AUTEUR: LISETTE DERKSEN (DERKSEN DENKT DOOR)

1. Inleiding

Om de cases uit te diepen zijn semi-gestructureerde interviews gehouden met betrokken producenten van acht filmprojecten. Zowel kort als lang filmproduct en zowel in ontwikkeling als al gerealiseerde en gedistribueerde films zijn bestudeerd. Drie van de vijf producenten bespraken zowel een gerealiseerde film als een project in ontwikkeling.

De producenten en cases zijn geselecteerd uit de wijde kennissenkring van CineNord op basis van recent voltooide projecten, beschikbaarheid en de wil om deel te nemen aan de interviews binnen de tijd die voor de studie stond. Er is niet specifiek gekeken naar alleen films die een link met Noord Nederland hebben. Bij het uitnodigen van producenten zijn wel eerst die personen uitgenodigd van wie CineNord wist dat ze ofwel ervaring hadden met een project in Noord Nederland, ofwel in een toekomstig project een optie hebben om in Noord Nederland te filmen.

De vragen voor de interviews zijn evenals de enquêtevragen opgesteld langs de hoofdlijnen van dit rapport; over economische aspecten als beroep en product, over sociale netwerken en instituties en als derde de culturele praktijk.

2. Resultaten van de casestudies

2.1 Economische aspecten en locatie

De cases

Er zijn vijf interviews met producenten gehouden, waarin acht producties zijn besproken. Onderstaande tabel 4.1 geeft een overzicht van vier voltooide films en hun basisdata. In tabel 4.2 staan van vier projecten in ontwikkeling de basisdata.

Tabel 2.1 Basisdata van de voltooide films in de casestudie

De voltooide films zijn gerealiseerd tussen 2020 en 2022 en drie van de vier zijn lange films. De distributie is zeer divers, van eigen platform tot streaming, van internationale tot lokale bioscopen. Ook de financiering is zo divers als het filmlandschap realistisch gezien is: Crowdfunding, bedrijfsinvesteringen en particuliere bijdragen of voorschotten gaan samen met Filmfonds subsidies, zowel in Nederland als internationaal, maar ook lokale/provinciale subsidies en (inter)nationale belasting-voordeel regelingen. De locatie is half uitsluitend Nederlandse locaties, half in combinatie met internationale filmlocaties.

	SLAG OM SCHELDE	STJER	WANNEER HARTEN DROEVIG ZIJN	SPEAK NO EVIL
Soort film	feature, 2020	feature, 2021	short, 2022	feature, 2022
Distributie	bioscoop 2020 en 2021	bioscoop	Nederlands Film Festival 2022	Sundance filmfestival 2022, filmfestivals en
	Netflix 2021	eigen online platform	internat. filmfestivals 2023	DK & NL bioscoop,
	Pathé Thuis 2022, 2023			verkocht aan >8 landen
Ontwikkeling	netflix, filmfonds, litouwen cash rebate, belgische tax shelter, provincie zeeland, bedrijven.	crowdfunding, bedrijfsponsoring, provincie Fryslân	NL filmfonds, A'dams fonds vd Kunst, crowdfunding	Deens filmfonds, NL productie incentive, screennoord
Locatie	grens Belgie, Zeeland, Litouwen	Friesland	Amsterdam	20 dagen NL (5 dagen Friesland), 12 dagen DK, 6 dagen IT
Geld, Locatie? Reden?	ja Litouwen cash rebate + locatie mogelijkheden	locatie kwam voor geld locatie hielp met bedrijfs-sponsors	ja geld van amsterdams filmfonds	Verhaal van de film is locatiereden nummer 1. 2. is wat is praktisch. 3. ga je naar financiën je overwegingen herijken.

Tabel 2.2 Basisdata van de cases in ontwikkeling

	MATA HARI	LULK	LA SUPERBA	DE STAD UIT
Soort film, jaar release	feature, nog niet bekend	feature, nog niet bekend	feature, nog niet bekend	feature, nog niet bekend
Distributie	bioscoop, 2024(?)	nader te bepalen	bioscoop NL, IT, DE, en nader te bepalen	Bioscoop
			internat. filmfestivals, nader te bepalen	nader te bepalen
Ontwikkeling	nieuw (2e) scenario najaar 2023	fonds aanvragen gestart voor scenario ontwikkeling	Nederlands Filmfonds treatment subsidie 2018, nu nieuwe scenario uitwerking	Nederlands Filmfonds toegezegd Abraham Tuschinski Fonds nu aanvraag
Locatie	plan: studio, locaties afhankelijk van geld	plan: Friesland 1 locatie	plan: Italië, want verhaal speelt in Genua	Friesland, want verhaal speelt daar af
Geld, Locatie? Reden?	ja	Locatie staat al voor het geld productie wordt deels gestuurd door lokaal geld	ja, deels door verhaal en door Italiaanse financiering. rest nog nader te bepalen	We willen de schoonheid van Noord Nederland laten zien, dat is organisch onderdeel van het verhaal.

In de nog te ontwikkelen plannen zien we dezelfde trends als in de gerealiseerde, al liggen hier nog meer opties open. La Superba is in de opzet door verbonden co-producenten al internationaal ingestoken, alhoewel het grootste deel subsidie van een Filmfonds wordt gevraagd (Nederlands Filmfonds eerst), en is in locatie van filmset al -in opzet- verdeeld over de drie deelnemende landen Nederland, Italië en Denemarken. Mata Hari kan nog meerdere kanten op, alhoewel er op het moment van spreken voornamelijk van een studiofilm wordt uitgegaan. Lulk is een volgende productie van regisseur Janko Krist, die lokale film Stjer hielp realiseren en regisseerde. Deze is beoogd volledig in Friesland gefilmd te worden, evenals 'De stad uit', omdat het verhaal in Friesland speelt.

Locatie

Geld en locatie bleken in alle projecten samen te hangen, al is bij Stjer de uitzondering dat het plan al vast lag om in Friesland te filmen. Dit hing samen met het filmplan an sich en corona; maar heeft daardoor, net als in andere projecten, mede de financiële aanvragen ook bepaald. Dit zien we ook bij Lulk, een productie gesitueerd in Friesland met minder locaties en minder rollen in de film, zodat de hele productie klein gehouden kan worden en met minder en lokalere gelden kan worden gerealiseerd. De andere twee filmprojecten in ontwikkeling, Mata Hari en La Superba, zijn wel internationale projecten.

Het is van belang om de juiste sfeer te creëren die past bij het verhaal van de film en daarbij de juiste locaties te vinden. Hierbij spelen verschillende factoren zoals praktische aspecten (bereikbaarheid, overnachtingsmogelijkheden, etc.), financiering en persoonlijke voorkeur een rol.

Alle projecten laat overwegend zien we dat het filmproject inhoudelijk een eerste locatiekeuze bepaalt. Daarna volgen allerlei praktische overwegingen, van weersverwachting en aanwezige landschappen tot regels van een land, reis- en verblijfsopties en kosten. Als derde wordt er naar geld gekeken, en worden keuzes vanuit praktische overwegingen aangepast. Dan nog geldt, liefst indien het het project inhoudelijk niet benadeelt. Het is een wankel evenwicht en deze ligt per project anders. De makers geven aan dat het product, de uitkomst, altijd bovenaan staat in de overwegingen van de producent, de regisseur en de locatiemanager. Tegelijk zijn de bevindingen over meerdere projecten heen dat, indien de financiële prikkel groot genoeg is en genoeg voordelen brengt op andere vlakken van het project, er wel wat inhoud aangepast kan worden. Dat blijft echter beperkt en daar gaat geen enkele producent in beginsel van uit.

Locatie Noord-Nederland

Noord Nederland wordt door de gesproken producenten gezien als ver weg en duur. Reis- en verblijfskosten van crew zijn vaak kostenpost nummer 1 en 2 in een film. In de besproken gerealiseerde projecten is in Noord Nederland gewerkt omdat dat samen met een ander aspect goed uit kwam. Bij Slag om de Schelde bleek bijvoorbeeld dat via het Screen Noord netwerk een weiland beschikbaar was dat onder water gezet kon worden voor de opnames. Bij Speak No Evil werd een zandbedrijf in Friesland gevonden via Screen Noord dat prima door kon gaan voor een zandmijn, en die factor, in combinatie met werkelijk weidse uitzichten in Noord Nederland, maakte dat meerdere draaidagen in Noord Nederland werden gepland. Weten waar je het vinden kunt is van grote waarde en Screen Noord blijkt daarin een goede wegwijzer.

In de te ontwikkelen films speelt Friesland in drie van de vier een hoofdrol in het verhaal, waarmee in ieder geval een deel locatiewerk, liefst ook in Friesland, zelf gefilmd gaat worden. In voornemen, in elk geval, zal praktische financiering uitwijzen in hoeverre dat gebeurt. Dezelfde netwerken en contacten als bij de gerealiseerde werken zijn al actief; De potentie is er.

In geld en locatie blijkt tot dusver koppeling met andere aspecten – het verhaal van de film, locatie passend bij doelen en uitwerking, een extra subsidie – de doorslag te geven. Daar gaan we hieronder later nog op in, want ook het team blijkt mee te spelen in de overwegingen.

2.2 Sociale netwerken en instituties

Team

Producenten in de case studies, maar ook regisseurs en producenten in de interviews geven aan dat het enorm helpt in een filmproject als een team goed op elkaar ingespeeld is. Financiering is ook een belangrijke overweging bij het selecteren van de juiste mensen om mee samen te werken aan een filmproject. Bepaalde subsidies eisen een deel van crew uit de subsidieregio of het land, of zelfs een aantal heads (creatieve leiding) afkomstig uit de regio. We hebben in de interviews geleerd dat sommige makers hierdoor financiering laten gaan, als zij heel erg aan hun eigen crew hangen, en dat andere makers daar in mee gaan vanwege de financiële voordelen. De producenten lijken daar iets praktischer over te denken en flexibeler welwillend zijn een samenstelling van crew aan te passen.

Over crew in Noord Nederland kunnen we concluderen dat de filmmakers menen dat er meer dan genoeg talent is in Noord Nederland, of afkomstig uit de regio, maar dat lang niet iedereen ze kent, of dat ze voornamelijk in de Randstad werken en alleen Noorderlingen onderling weten wie uit die contreien komt.

Als een crew al vaker samenwerkte en dat als prettig ervaarde, is de kans groot dat ze dat nog eens doen, ook als ze als team bij een project worden gevraagd. Zorgen dat mensen elkaar kennen en ervaren op een werkvloer is dus een toegevoegde waarde voor toekomstig werk.

De samenstelling van een crew is een overweging die samenhangt met vertrouwen. Een persoonlijke klik en connectie met de teamleden speelt voor regisseurs en producenten een rol. Een goed team bestaat niet alleen uit professionele en ervaren mensen, maar ook uit personen die goed met elkaar kunnen opschieten en elkaar versterken. Bij het selecteren van de juiste mensen is het daarom belangrijk om te kijken naar hun persoonlijkheid en of zij passen binnen de visie van de film. Eén regisseur geeft hierin ook aan dat je je als regisseur kwetsbaar moet kunnen en durven opstellen en een hecht team werkt hierbij. Je moet als regisseur immers dealen met zienswijzen van allerlei crew in licht, geluid, camera, set manager, acteurs, en je moet kunnen en durven besluiten in het belang van de film die gemaakt wordt. Dat vergt open communicatie maar ook beslisvaardigheid, die je bevordert met openheid en vertrouwen in een crew-team.

2.3 Culturele praktijk

Imago

Wat is de Noord Nederlandse film of filmcultuur? Een specifieke Noord-Nederlandse filmcultuur zien de producenten niet. Het weidse landschap wordt alomt overal genoemd, de hulpvaardigheid wordt door allen (h)erkend. Daarnaast wordt de Friese taal als verbindende factor genoemd. De trots op Friesland, of in bredere zin de trots op het Noorden, is iets wat velen herkennen, ook bij zichzelf, maar de no-nonsense houding die hen gewoon is – of juist extern wordt toegedicht – maakt dat deze trots nog te weinig gezien wordt.

Bijna alle producenten geven aan talent te kennen in of uit Noord-Nederland, op alle functies van een film en diens crew. Dit zagen we ook in de interviews met makers. Vaak weten ze vooral onderling wie er Noordelijke wortels heeft, wat het netwerken en gunnen van werk beïnvloed, zoals elke positieve ervaring met medewerkers in succesvolle projecten. En meerderen geven aan dat er vast veel meer talent is, maar dat dit niet inzichtelijk is, of de kans niet krijgt zich te laten zien.

Een veel genoemd verbeterpunt is dan ook inzichtelijkheid, waarbij de één pleit voor een database zoals Screen Noord online voor filmlocaties en –financiering en logistiek heeft gemaakt, maar dan op functies in de crew; de ander vraagt vooral om iemand die het netwerk kan ontsluiten in de vorm van een commissioner of loket.

Bij de verdere distributie zouden producenten en filmmakers hulp willen, om het leven van hun film te verlengen en verruimen, buiten (Noord) Nederland en op internationale festivals. Makers gaven ook al aan dat ze soms zelf niet weten voor welk publiek hun filmproduct nog meer interessant kan zijn.

2.4 Conclusie

Wat overeenkomt in de gesprekken met producenten en regisseurs van deze filmproductiecases is een wil om in en met Noord Nederland te filmen indien aan bepaalde basis- en nevenvoorwaarden voldaan kan worden. Deze worden hieronder nog eens samengevat.

2.4.1 Economische wensen: Ontwikkelbudget

Om te helpen een wenselijk filmklimaat te bouwen vragen producenten praktisch om ontwikkelingsbudgetten vrij te maken voor het ontwikkelen van producties. Ook production incentives worden interessant bevonden, en Limburg en Rotterdam worden genoemd als succesvolle voorbeelden waar financiële regelingen hebben bijgedragen aan een productiever productieklimaat en na een aantal jaar ook kwalitatief hoogwaardiger filmproduct. Meer maken betekent meer ervaring voor makers en meer kans om ervaring op te doen voor beginnende betrokken crew. Ook Ierland wordt hierom genoemd als voorbeeldregio, met de Oscarnominatie voor het Gaelic gesproken *The Quiet Girl* als recent succes. Lees hierover meer in hoofdstuk 4, deel 6 van dit rapport.

Ook bij producenten gaat de voorkeur naar substantiële financiële bijdragen, al kan dat goed te maken hebben met de lengte van de producties die in de cases zijn besproken. Los van de grootte van een project helpen alle regionaal gegunde budgetten, ook kleinere, om kans te maken op meer financiering voor filmproduct, of dit nu kleinschalige (low/no-budget producties) of grotere internationale producties zijn.

2.4.2 Sociale wensen: Inzicht in crew en al aanwezige faciliteiten

Wie kan werken aan meer en beter filmproduct is niet inzichtelijk en moet beter ontsloten worden. Als producenten weten wie welke ervaring heeft en in welke regio inzetbaar is, helpt dat de filmproductie naar Noord Nederland te brengen en/of Noordelijke crew in te zetten.

Daarnaast kan er veel meer gebruik gemaakt worden van wat Noord Nederland al heeft. Zie de locatiescouts van Screen Noord, maar ook al aanwezige technische kennis: in Sint-Annaparochie is Faber gevestigd, specialist op het gebied van Virtual Production, maar niemand uit de filmindustrie lijkt hen te overwegen. Zij hebben een vol uitgeruste 3D wand - studio nabij Amsterdam.

2.4.3 Voorwaarden aan subsidie of belastingvoordeel

Hierbij wordt het als logisch ervaren dat een bepaalde investering gedaan moet worden in de regio en dat als tegenprestatie gevraagd wordt om een deel lokale heads/ crew/cast te gebruiken of in ieder geval die de mogelijkheid bieden om zich te bekwalen, daar waar professionaliteit nog niet voorhanden is. Meer lokale professionaliteit is voor producties zeer interessant.

2.4.4 Culturele waarde: Regiokracht

Naast de krachten in de eigen Noordelijke regio, de no-nonsense aanpak-houding van de periferie en de gemeenschapszin, is meerdere malen verwezen naar andere regio's in Europa die een kwalitatieve groei laten zien in filmindustrie en in filmproduct. Filmmakers in Noord Nederland hopen op momentum om nu beleid en netwerk uit te lijnen om verdere ontwikkeling van de filmindustrie mogelijk te maken. Er is bijvoorbeeld interesse in vergelijkbare steunmaatregelen als in andere EU regio's, maar ook in samenwerking met bijvoorbeeld Duitsland, Denemarken en andere landen rondom de Waddenzee/Noordzee, om samen film te maken en grotere subsidies aan te kunnen vragen.

Gemeenschapszin

Daarop vooruitlopend, de kwaliteiten van weidse maar ook welwillende locaties, gecombineerd met de gemeenschapszin om zaken praktisch te organiseren voor een geslaagd filmproject, erkent iedereen. Deze kracht moet duidelijker gecommuniceerd worden en kan directer aangesproken worden.

2.4.4 Tips: Digitalisering, duurzaamheid en inclusie

Twee opmerkelijke thema's die niet veel genoemd werden in de case gesprekken, maar wel interessant kunnen zijn, zijn **de digitale studio** als locatie en duurzame filmproductie.

Opvallend genoeg is Mata Hari het enige project dat uitgaat van een studio als basis. De meeste filmprojecten waarover wij spraken zijn locatiegebonden in de echte wereld. Een gesprek met Faber/NEP informeerde over de mogelijkheden van een studio met LED wanden, waarin elke omgeving digitaal-grafisch realistisch kan worden weergegeven. Deze digitale mogelijkheden worden nog niet serieus overwogen door filmmakers, lijkt het. De kosten kunnen daar uiteraard een overweging in zijn, maar het gebrek aan benoeming kan ook een indicatie zijn dat deze optie nog niet gewoon is in fictie-film projecten, terwijl gebruik van een fotorealistische studio een duurzame optie kan zijn in tegenstelling tot filmen op locatie onder complexe omstandigheden, denk even clichématig aan een achtervolging of noodweer-scène.

Een ander aspect is **duurzaamheid**. De film Narcosis (Oak, 2022) – die in Nederlandse bioscopen draaide, een van de Oscar-inzendingen namens Nederland in 2023, is aan meer dan 15 landen verkocht. Deze productie is duurzaam en energieneutraal gedraaid. Dat zou een speerpunt kunnen zijn voor CineNord. Transport, catering en afval waren daarin de hoofdmoot van de genomen duurzame maatregelen. Zonder extra compensatie lukt het nog niet, geeft de producent aan, maar een focus op klimaatneutraal film produceren kan een onderscheidend aspect zijn, wereldwijd.

Meerdere filmmakers en betrokkenen geven aan dat **inclusiviteit** in Nederland voornamelijk wordt ingevuld als 'meerdere culturen bevattend', waarbij de focus in het filmcentrum in de Randstad lijkt te liggen op internationale afkomst. Maar het insluiten van 'de provincie' en perifere gebieden buiten de Randstad moet volgens hen ook gezien worden als inclusie.

Daarnaast is de gedachte dat een goede filmmaker van de academie komt, en de rest commercieel of minder professioneel wordt geacht, een nog erg vastgeroest gegeven dat niet getuigt van een inclusieve filmindustrie die doorontwikkeling van minder geschoolde filmmakers mogelijk maakt. De meeste gesprekspartners geven aan de industrie zo te ervaren, maar niemand propageert dit; Iedereen lijkt voorstander te zijn van een meer open industrie waarin ook anders opgeleide, getalenteerde of ervaren filmmakers kansen krijgen om zich verder te ontwikkelen. Een democratische, open netwerkorganisatie en inclusief onderwijs en training in de filmsector kan daarbij een verschil maken.



HOLLYWOOD
AAN DE WADDEN



HOOFDSTUK 4

ONDERZOEK NAAR REGIONALE AUDIOVISUELE
STIMULERING IN BUITENLAND

AUTEUR:DIMITRI LAHAUT (BUREAU LAHAUT)

1. Inleiding

In dit hoofdstuk beschrijven wij waarom overheden van EU-lidstaten films en ander audiovisueel-werk subsidiëren. Ook brengen wij in kaart welke typen subsidieregelingen er in Europa zijn. In het tweede deel van dit hoofdstuk beschrijven wij twee buitenlandse regio's die werk hebben gemaakt van een regionale film- of AV-fonds: wat zijn hun doelstellingen en hoe succesvol zijn ze in het behalen van die doelstellingen?

1.1 Literatuuronderzoek

Dit hoofdstuk is tot stand gekomen op basis van diverse nationale en internationale bronnen. Als verschillende literatuurbronnen een melding maken van een relevante trend of conclusie, dan is dat opgenomen in deze uitwerking.

De literatuur bestaat uit rapporten van onderzoeksinstituten zoals het European Audiovisual Observatory (EAO), papers van universitaire onderzoekers en rapporten van advies- en onderzoeksbureaus. In de bijlage is de volledige lijst met gebruikte literatuur toegevoegd.

1.2 Afbakening

Tijdens het uitvoeren van het onderzoek bleek dat er weinig onafhankelijke literatuur bestaat die gaat over regionale film subsidiëring. De meeste literatuur gaat over film subsidiëring op nationaal niveau. Toch hebben wij deze bronnen gebruikt voor ons onderzoek omdat regionale film subsidiëring veel overeenkomsten vertoont met film subsidiëring op nationaal niveau. Deze literatuur is verwerkt samen met twee buitenlandse regionale casussen (het tweede deel van dit hoofdstuk).

Daarnaast bleek dat veel van de literatuur gaat over het subsidiëren van filmproductie (fictiefilms, documentaires en animatiefilms). Wij gaan ervan uit dat de doelstellingen voor de subsidiëring van verschillende type AV-producties – of dat films of televisieprogramma's zijn – universeel zijn.

2. De Europese filmmarkt

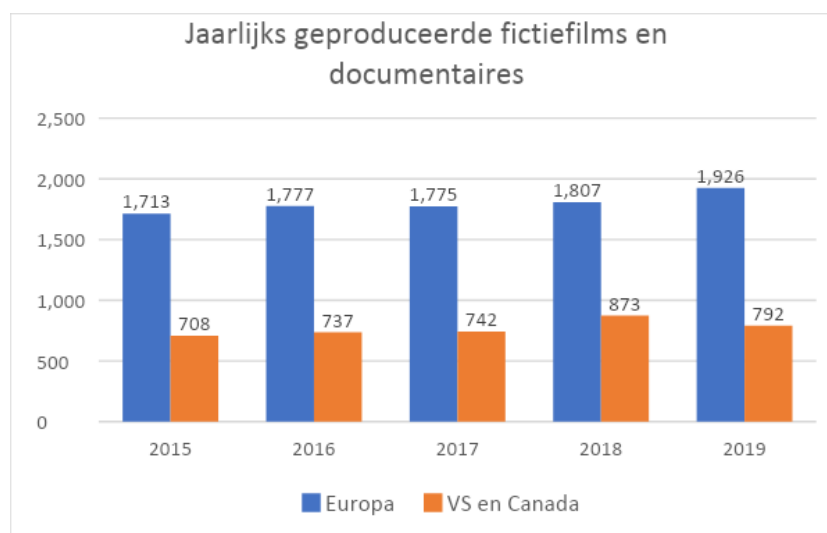
In 2021 werd in totaal 17,4 miljard euro geïnvesteerd in de productie van Europees audiovisueel content.¹³ Een belangrijk deel van deze investering komt voor rekening van nationale en lokale overheden.

De afgelopen jaren is het totaal aantal door EU-lidstaten¹⁴ geproduceerde films toegenomen. In 2015 werden er 1.733 films geproduceerd, in 2019 waren dat er 1.926.¹⁵ Een stijging van bijna 11%. Het aantal nieuwe Amerikaanse films steeg van 708 in 2015 naar 792 in 2019, een stijging van 12%.

¹³ Sinds de komst van mondiale opererende streamingdiensten zoals Netflix en Disney+ zijn de investeringen in Europees content de laatste jaren sterk gestegen.

¹⁴ Dit is inclusief het Verenigd Koninkrijk.

¹⁵ Wij gebruiken 2019 voor de beschrijving omdat de coronajaren 2020 en 2021 voor de filmindustrie atypisch zijn en geven daarom geen representatief beeld. Zo zijn er in de coronajaren minder Amerikaanse films verschenen en waren bioscopen gesloten in verband met de corona lockdowns.



Figuur 1: Jaarlijks geproduceerde fictiefilms en documentaires: Europa versus VS en Canada (bron: European Audiovisual Observatory)

2.1 Concurrentie van Amerikaanse films

Hoewel er in absolute aantal minder Amerikaanse – dan Europese films op de markt verschijnen, trekken Amerikaanse films binnen de EU-lidstaten – vooral dankzij Amerikaanse blockbusters – twee derde van het totale Europese bioscoopbezoek aan.¹⁶ Slechts een kwart van het Europese bioscoopbezoek gaat naar films (en documentaires) die door de EU-lidstaten zijn geproduceerd (EAO, 2022).

2.1.1 Lagere productie- en marketingbudgetten

Hoe komt het dat Europese films minder bezoek trekken dan Amerikaanse films? Een belangrijke reden is dat de door EU-lidstaten geproduceerde films door taalbarrières een kleiner afzetgebied hebben dan Amerikaanse films.¹⁷ Een kleiner afzetgebied betekent ook een bescheidener productiebudget. Een vergelijkbaar Amerikaans productiebudget voor Europese films is bedrijfseconomisch niet verantwoord. Hierdoor hebben Amerikaanse films een concurrentievoordeel ten opzichte van Europese films. Overigens, ook de marketingbudgetten van Europese films zijn aanzienlijk lager dan bij Amerikaanse films.¹⁸

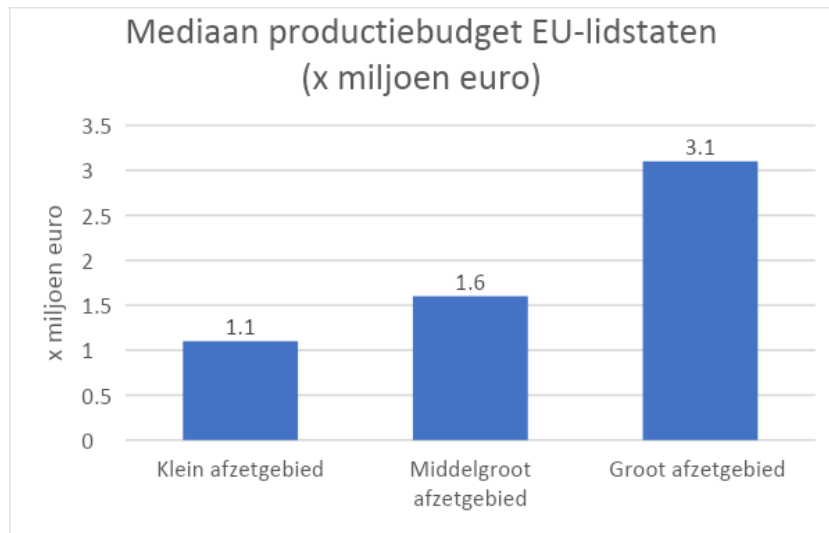
De mediaan van de productie budgetten van fictiefilms die door EU-lidstaten worden geproduceerd is 2,07 miljoen euro.¹⁹ Vanzelfsprekend zijn de budgetten groter wanneer het potentiële afzetgebied groter is (bijvoorbeeld bij Engelse en Franse films) en kleiner als het afzetgebied minder groot is (bijvoorbeeld bij Nederlandse en Belgische films). Kleine afzetgebieden hebben een mediaan 1,1 miljoen euro voor filmproducties, middelgrote afzetgebieden 1,6 miljoen euro en grote afzetgebieden 3,1 miljoen euro (EAO, 2022).

¹⁶ Tijdens de coronajaren 2020 en 2021 is het bezoek aandeel van Europese films gestegen naar 40% omdat bioscoopreleases van belangrijke Amerikaanse blockbusters werden uitgesteld. Het bezoek aandeel van Nederlandse films is hierdoor gestegen naar 23%.

¹⁷ Wij bedoelen hier niet de grote internationale coproducties.

¹⁸ De Europese filmmarkt wordt dan ook gekenmerkt door een versnippering van kleine en middelgrote filmproductiemaatschappijen.

¹⁹ Het gaat hier om de mediaan: de helft van de fictiefilms wordt gemaakt met een budget van 2,07 miljoen of meer.



Figuur 2: Productiebudgetten per grootte afzetgebied (bron: European Audiovisual Observatory)

2.1.2 Het (inter)nationale bereik van Europese films

Europese films concurreren in eigen land met de populariteit van Amerikaanse films die over grotere marketing- en productiebudgetten beschikken, en daardoor een mondiaal publiek aanspreken. De mate waarin Europese films succesvol zijn in het aantrekken van bioscoopbezoek binnen het eigen land, varieert per EU-lidstaat. In landen zoals Italië, Engeland, Denemarken en Frankrijk hebben eigen geproduceerde films – gemiddeld voor de jaren 2015 tot en met 2019 – een bezoek aandeel tussen de 20% en 40%. Nederlandse films scoren in de middenmoot met 12% bezoek aandeel. Dit betekent dat ongeveer 1 op de 10 bioscoopbezoeken een Nederlandse film betreft.²⁰

Het bereiken van een bioscooppubliek buiten de eigen landsgrenzen is lastig voor veel Europese films. Door onder andere taalbarrières worden veel Europese films vaak niet in bioscopen buiten de eigen landsgrenzen vertoond. Natuurlijk is er soms internationaal succes voor Europese films, maar in totaliteit valt het internationale bereik van Europese films tegen. Het Aan het lage bereik moet volgens de Europese Commissie aan gewerkt worden. In haar strategiedocument oppert de Europese Commissie dan ook dat in het kader van overheidsfinanciering meer nadruk zou moeten komen te liggen op het aantrekken van nieuw publiek voor de Europese film en op meer steun voor de ontwikkeling, promotie en internationale distributie. Op dit moment wordt bijna 70% van de nationale overheidsfinanciering gebruikt om films te produceren en niet om een zo groot mogelijk (buitenlandse) kijkerspotentieel aan te boren.

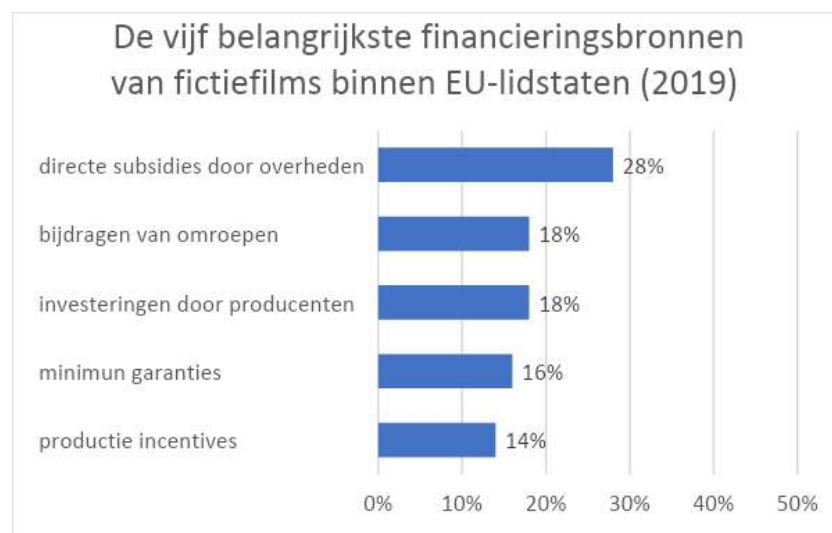
²⁰ Het bereik van films reikt echter verder dan alleen in de bioscoop. Films worden ook thuis via omroepen op televisie gekeken of gestreamd via video-on-demand. In 2013 schatte Stichting Filmonderzoek dat maar liefst 94% van de volwassen Nederlandse bevolking minimaal 1 keer per jaar naar een Nederlandse film; thuis, in de bioscoop of in het filmtheater kijkt.

2.1.3. Verschillende doelstellingen

Veel Amerikaanse films zijn gemaakt om zoveel mogelijk bioscoopbezoekers en filmkijkers over de hele wereld aan te trekken. Amerikaanse producenten hebben hierbij vooral financiële doelstellingen voor ogen: ze willen zoveel mogelijk winst maken. De door EU-lidstaten geproduceerde films worden niet zozeer om de financiële winsten gemaakt, maar veelal om de mogelijke sociale – en culturele opbrengsten. Dat maakt dat Europese films een selectiever publiek kennen dan Amerikaanse films. Dit in combinatie met een kleiner afzetgebied (of lager bereik), zijn de productie- en marketingkosten per bioscoopbezoeker van Europese films hoger dan van Amerikaanse films. Anders geformuleerd: door een kleiner bereik, is het voor Europese films lastig – ondanks de relatief lage productie- en marketingbudgetten – om via recette of licenties de kosten terug te verdienen. Het gevolg hiervan is dat het voor Europese films lastig is private investeerders aan te trekken; deze zijn huiverig voor de financiële risico's.

3. Waarom zijn er Europese filmsubsidies?

De door EU-lidstaten geproduceerde films zorgen – mede door de concurrentie van Amerikaanse films en een klein afzetgebied – niet voor financiële winsten. Hierdoor is het lastig private investeerders aan te trekken. Puur bedrijfseconomisch gezien zouden er dan ook geen Europese films gemaakt kunnen worden. Toch verschijnen er jaarlijks meer Europese films dan Amerikaanse films op de markt. De reden hiervoor is dat EU-lidstaten de sociale, culturele en economische opbrengsten van films belangrijk vinden, en hiervoor subsidies beschikbaar stellen. Met deze subsidies zijn filmproducties wél financieel haalbaar. De meeste, zo niet alle Europese films ontvangen dan ook direct of indirect overheidssubsidies. Binnen de culturele sector is dit geen unieke situatie. Ook menig theater-, muziek-, en dansvoorstelling zouden niet kunnen plaatsvinden zonder overheidssubsidies van gemeenten, provincies en/of de Rijksoverheid.



Figuur 3: De belangrijkste financieringsbronnen voor fictiefilms (bron: European Audiovisual Observatory)

3.1 Culturele-, economische en sociale opbrengsten

Overheden van EU-lidstaten hebben een lange historie met filmsubsidies. De legitimering voor filmsubsidiëring wordt door de EU-lidstaten in eerste instantie gezocht in de culturele opbrengsten van een film. Beleidsmakers gaan ervan uit dat films uit eigen land zorgen voor de

behoud en overdracht van eigen waarden, normen en denkbeelden. Later kwamen voor de legitimering van de filmsubsidies ook de potentiële economische opbrengsten bij. Directe of indirecte subsidiëring levert werkgelegenheid op, zowel binnen de sector als de sectoren daarbuiten, zo is de gedachte Naast deze culturele – en economische opbrengsten, is er de afgelopen jaren steeds meer aandacht gekomen voor de mogelijke sociale opbrengsten van films. Films zorgen voor sociale cohesie en leveren een bijdrage aan sociaal-maatschappelijke vraagstukken binnen de individuele EU-lidstaten.

3.2 Culturele opbrengsten

Eigen geproduceerde films worden door de EU-lidstaten gezien als vehikel om de eigen cultuur te conserveren en promoten (J. Poort et al., 2019). De artistieke en culturele kwaliteit van films staan hierbij voorop, en in mindere mate het bereik bij het grote publiek. Filmerfgoed wordt beschouwd als een ‘erfenis die moet worden gepromoot en beschermd voor toekomstige generaties’(Raad voor Cultuur, 2018). Op supranationaal niveau zijn films in staat de rijkdom en diversiteit van de Europese cultuur te tonen aan de rest van de wereld (Gutierrez-Posasa et al., 2022). Films dragen op een belangrijke manier bij aan de nationale en Europese identiteit, diversiteit en erfgoed. De culturele en taalkundige verscheidenheid van Europa is daarmee een belangrijke hulpbron voor de audiovisuele sector (T. Eskilsson, 2022).²¹

3.3 Economisch opbrengsten

In literatuur wordt veelvuldig gesproken over mogelijke economische opbrengsten van filmsubsidiëring. De gedachte is dat filmsubsidies de werkgelegenheid stimuleert. Aan de ene kant gaat het om de werkgelegenheid binnen de AV-sector. Denk aan meer banen voor acteurs, technici en facilitaire toeleveranciers.²² Aan de andere kant stimuleren filmsubsidies de werkgelegenheid in andere sectoren zoals de horeca, de accommodatiesector en de creatieve zakelijke dienstverlening (Arts Council England, 2015). Films fungeren daarnaast als branding tool en kunnen een regio of land positief op de kaart zetten, wat binnenlandse en buitenlandse toeristen aantrekt. Ook worden toeristen verleid terug te komen of er langer te verblijven doordat films verschillende – voorheen onbekende – aspecten van een regio belichten (Cineregio, 2018).

Kortom, de veronderstelling is dat elke euro aan subsidie kan worden vermenigvuldigd met een bepaalde factor om de opbrengsten uit te rekenen (het ‘multipliereffect’). Multiplier houdt in de voordelen die in andere sectoren van de economie ontstaan, de uitgaven in verband met de subsidie zullen compenseren omdat elke euro overheidsgeld die in filmsubsidie wordt gestoken banen oplevert, buitenlands kapitaal aantrekt en daarmee ook extra belastingen oplevert Volgens Rutten, Koops & Visser (2019) is er een groeiend besef dat de economische opbrengsten van de creatieve sector breder zijn en niet enkel uit te drukken in kwantitatieve indicatoren zoals werkgelegenheid en arbeidsproductiviteit. Dit dekt niet de volledige economische impact van de sector. In de Monitor Creatieve Industrie (Rutten, Koops & Visser, 2019) worden een aantal alternatieve economische waarden opgesomd die nog te weinig aan

²¹ Subsidies zorgen er daarnaast voor dat beginnende filmmakers de kans krijgen zich verder te ontwikkelen en dat kennis van het vak wordt overgedragen aan toekomstige generaties.

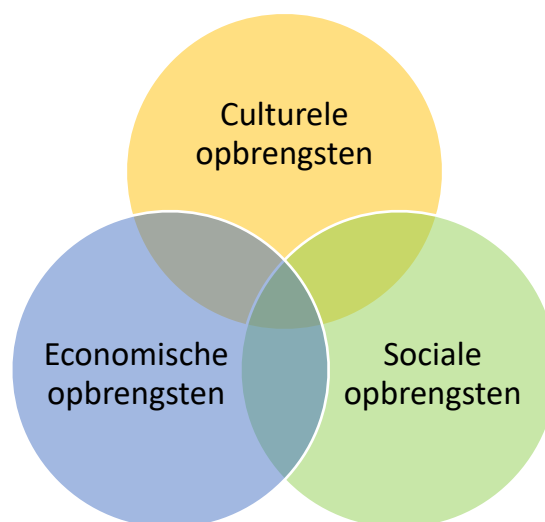
²² Filmsubsidies vergroten daarbij ook het internationale concurrentievermogen waardoor het eenvoudiger wordt om voor filmproducties buitenlandse investeerders aan te trekken (Cineregio, 2012).

bod komen bij een waardebeoordeling van de creatieve sector. Deze waarden zijn meestal indirect en minder gemakkelijk meetbaar. Rutten, Koops & Visser (2019) benoemen bijvoorbeeld de crossovers, waarbij het gaat om de creatieve input die de culturele sector geeft aan andere sectoren. Hierop aansluitend is er ook embedded creativity; creatieve professionals die buiten de creatieve industrie werken, maar met tools en methoden die binnen de creatieve sector ontwikkeld zijn. Ook het innovatief stedelijk klimaat wordt als alternatieve economische waarde aangehaald, waarbij de aanwezigheid van een rijk cultuuraanbod economische betekenis heeft voor een stad. Het zorgt voor een bloeiend urbaan milieu dat de stad aantrekkelijk maakt voor innovatief talent (Rutten, Koops & Visser, 2019).

3.4 Sociale/maatschappelijke opbrengsten

Naast culturele en economische opbrengsten leveren films ook sociale opbrengsten op. Geëngageerde films zijn van betekenis voor individu en gemeenschap, hebben een verbindende waarde, versterken de sociale cohesie en leveren een bijdrage aan een inclusieve maatschappij. Vanwege deze sociale opbrengsten zetten EU-lidstaten zich in om films bereikbaar te maken voor zoveel mogelijk mensen, met speciale aandacht voor groepen mensen die minder snel met cultuur in aanraking komen. Kwaliteitsfilms leveren daarnaast een belangrijke bijdrage aan mediageletterdheid – educatie en vorming van jongeren en publiek (T. Eskilsson, 2022). Dit is vergelijkbaar met wat Rutten, Koops & Visser (2019) maatschappelijke waarde noemen; de bijdrage die cultuur levert aan de (toekomstige) samenleving. Dit door bijvoorbeeld het betrekken van burgers bij sociale processen of het bevorderen van een duurzame samenleving. Vanuit de Nederlandse overheid is er ook de verwachting dat de culturele sector bijdraagt aan vernieuwingen in het aanpakken van bepaalde sociaal-maatschappelijke problemen (Rutten, Koops & Visser, 2019).

De verschillende opbrengsten van films kunnen elkaar overlappen zoals te zien is in onderstaande figuur 4.



Figuur 4: De verwachte opbrengsten van filmsubsidiering

3.5 Kritiek op veronderstelde opbrengsten van filmsubsidiëring

Het is lastig empirisch te onderzoeken of en in welke mate culturele-, economische- en sociale opbrengsten met films worden behaald. Uit de literatuur is duidelijk geworden dat er een kritische massa nodig is om bepaalde effecten te kunnen sorteren. Er moet dan ook voor

worden gewaakt dat het subsidiëren van films bij overheden onrealistische – bijvoorbeeld economische verwachtingen – opwekken. Een goed voorbeeld is het aantrekken van filmtoerisme naar een bepaald gebied. Dit lukt alleen bij zeer succesvolle films. Denk aan films als *Lord of The Rings* of de serie *Games of Thrones* die het nodige toerisme aantrekken naar respectievelijk Nieuw-Zeeland en Ierland. Over deze kritiek van onrealistische verwachtingen is in de casus van Noorwegen meer te lezen (S.A. Sand, 2020).

Rutten, Koops en Visser (2019) noemen in de Monitor Creatieve Industrie dat er vanuit de creatieve sector onvrede is over de dominantie van het economische perspectief binnen discussies over de waarde van creativiteit. Er wordt gepleit voor meer aandacht voor culturele en maatschappelijke waarden van kunst en cultuur, de zogenaamde intrinsieke waarden.

4. Verschillende typen subsidies

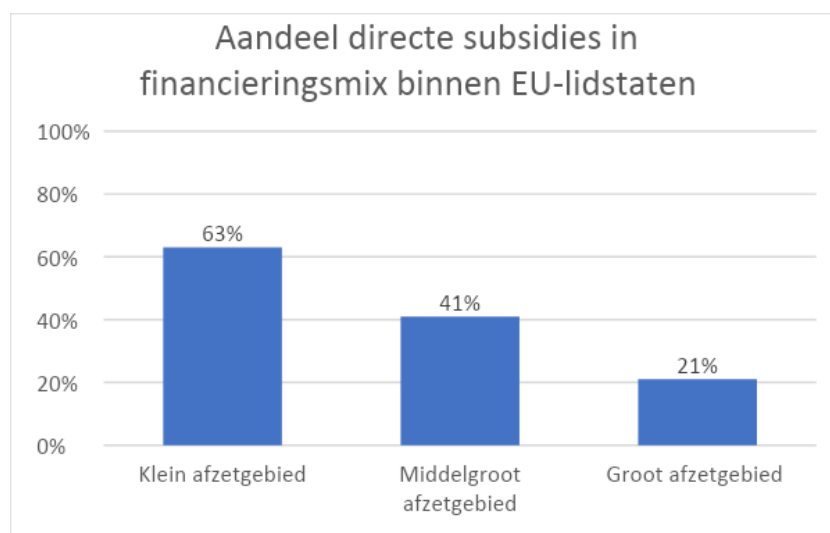
De veronderstelde culturele –, economische – en de sociale opbrengsten van films heeft in de EU-lidstaten geresulteerd in een breed scala aan subsidiemaatregelen (S. Maltha, 2019). Deze subsidies vormen een essentiële financieringsbron voor filmproducties. Zonder deze subsidies kunnen er geen films worden gemaakt. De subsidies worden verleend door overheden of door (cultuur)fonds(en). Bij het financieren van een Nederlandse film speelt bijvoorbeeld het Nederlands Filmfonds – dat gefinancierd wordt door de Rijksoverheid – een grote rol. 90% van de Nederlandse films die in de bioscoop verschijnen is voor bijna 40% gefinancierd door het Nederlands Filmfonds.

4.1 Grofweg twee type subsidies

In de EU-lidstaten wordt grofweg gewerkt met twee type subsidies: direct en indirect. De keuze is afhankelijk van de verwachte opbrengsten. Directe subsidies worden verstrekt als wordt verwacht dat een filmproject culturele – en sociale opbrengsten heeft. Indirect subsidies hebben meer een economische achtergrond: door belastingvoordelen wordt getracht de filmproductie in een bepaalde regio of land te stimuleren en werkgelegenheid te bevorderen (A. Orankiewicz, 2022).

4.2 Directe subsidies

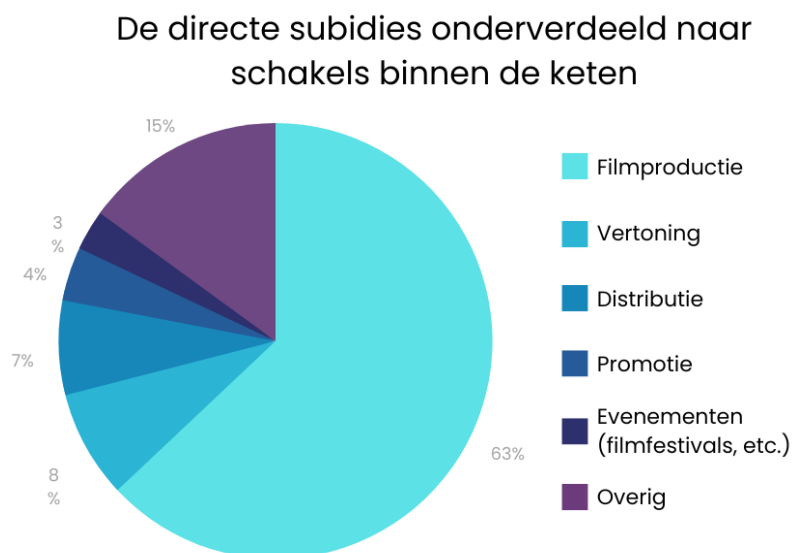
De verwachte opbrengsten van directe subsidies liggen vooral op cultureel – en sociaal vlak. Bij directe subsidies worden filmproducties ondersteund met een concreet geldbedrag. Directe subsidies zijn binnen de EU gemiddeld goed voor 28% van de totale financiering van films (2021). Directe subsidies zijn belangrijker voor films met een kleiner afzetgebied dan voor films met een groter afzetgebied, zoals de onderstaande grafiek laat zien.



Figuur 5: Aandeel directe subsidies in totale financieringsmix (bron: European Audiovisual Observatory)

4.3 Waarvoor worden de directe subsidies gebruikt?

Binnen de EU-lidstaten gaan de meeste directe subsidies (63%) naar de productiefase van een film: scriptontwikkeling en de productie (beeldopname, monteren en nabewerking). Zoals in onderstaande grafiek te zien is, gaat ongeveer 40% van de directe subsidies naar de daaropvolgende levensfasen van de film: promotie, distributie en vertoning.



Figuur 6: Waaraan worden de directe subsidies besteedt? (bron: European Audiovisual Observatory)

4.4 Beoordeling culturele en sociale opbrengsten

Filmprojecten die een aanvraag doen voor een directe subsidie worden in een vroeg stadium door deskundigen beoordeeld op culturele en maatschappelijke waarde. Zij beoordelen de filmplannen inclusief filmscript op potentie, haalbaarheid, kwaliteit, originaliteit en de culturele

en maatschappelijke waarde. Andere beoordelingscriteria gaan over artistieke expressie, individuele stijl en het gebruik van innovatieve filmtechnieken door de regisseur.

Omdat filmplannen eerst op culturele en maatschappelijke waarde worden beoordeeld, wordt gesproken over selectieve subsidiemaatregelen. Overheden delegeren de beoordeling en uitvoering van selectieve subsidiemaatregelen naar fondsen. Een film heeft een culturele en maatschappelijke opbrengsten als de film beschikt over een aantal kenmerken:

- Het scenario waarop de film is gebaseerd speelt zich overwegend af in het subsidiërende land, of in een andere EU-lidstaat.
- Ten minste één van de hoofdpersonages behoort tot de nationale cultuur of taalgebied.
- Het scenario waarop de film is gebaseerd is in hoofdzakelijk de oorspronkelijke taal geschreven.
- Het scenario van de film is gebaseerd op een van origine literair werk.
- Het hoofdthema van de film heeft betrekking op kunst dan wel kunstenaars.
- Het hoofdthema van de film heeft betrekking op nationale historische figuren of gebeurtenissen.
- Het hoofdthema van de film heeft betrekking op voor de lokale bevolking relevante actuele, culturele, maatschappelijke en politieke kwesties.

4.5 Kritiek op selectieve filmsubsidies

Sommigen vinden dat selectieve filmstimulering leidt tot te veel gefinancierde films voor de culturele “elite” en minder voor het grote publiek (Film Distributeurs Nederland, 2018). Ze pleiten ervoor dat een hoger percentage van directe subsidies gaat naar de zgn. ‘automatische suppletierегeling’. Deze regeling is speciaal bestemd voor de realisering van een nieuwe mainstream speelfilm of lange animatiefilm op basis van bezoekersaantallen van een eerdere speelfilm of lange animatiefilm in de bioscoop. Kenmerk van deze regeling is dat een filmplan niet artistiek inhoudelijk wordt getoetst (D. Lahaut, 2018). Deze subsidieregeling heeft ten doel het bevorderen van de totstandkoming van films die een culturele waarde hebben, omdat zij bijdragen aan de diversiteit van cultuuruitingen, én door hun toegankelijkheid in staat zijn grotere groepen van de bevolking te bereiken (publieksfilm). Deze regeling vereist een grotere betrokkenheid van privaat/markt kapitaal omdat de ideeën voor de film eerst door de markt worden geverifieerd. Dit betekent dat, in tegenstelling tot sommige films die tot stand zijn gekomen met selectieve subsidies, films worden gemaakt die gericht zijn op een breed publiek.

4.6 Indirecte subsidies

Overheden van EU-lidstaten steunen de film- en de AV-sector ook op indirecte wijze. Dit doen ze via fiscale stimuleringsregelingen of maatregelen om particuliere investeringen in producties aan te wakkeren. Deze regelingen worden beheerd en uitgevoerd door fondsen of door overheden rechtstreeks. Indirecte steun heeft in de eerste plaats als doel AV-bedrijven in een bepaald land te stimuleren en buitenlandse producties naar de lokale markt te trekken. De langetermijn-doelstelling is de economische ontwikkeling van het land en zijn regio's te ondersteunen door specifieke voorwaarden te creëren voor de ontwikkeling van de creatieve sector. Er wordt van uitgegaan dat, door het multiplier-effect, de voordelen die in andere sectoren van de economie ontstaan, de uitgaven in verband met de steun compenseren. De indirecte subsidie veronderstelt onder meer investeringen in de infrastructuur van de

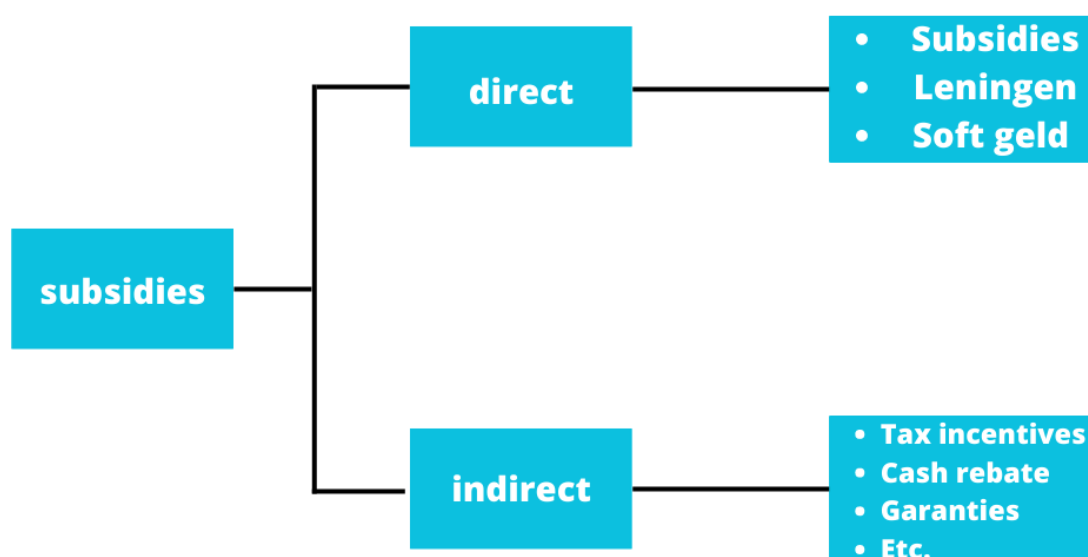
audiovisuele sector en het scheppen van een gunstig klimaat voor de filmproductie (A. Orankiewicz, 2022).

4.7 Voorbeelden van indirecte subsidies

Onderzoeksbureaus Dialogic en Ape hebben voor een onderzoek naar de effecten van stimuleringsmaatregelen voor de audiovisuele productie voor een aantal EU-lidstaten indirecte subsidieregelingen in kaart gebracht. Uit deze inventarisatie blijkt dat verschillende EU-lidstaten beschikken over zgn. cash rebate en incentive-regelingen. Rebates zijn gebaseerd op de productie-uitgaven in plaats van investeringsuitgaven. De overheid betaalt namelijk een percentage van het budget terug aan de producenten onder bepaalde voorwaarden. Dit wordt rechtstreeks uit de overheidsbegroting gefinancierd. Zo bestaan er regelingen dat tot 160% van de subsidie besteed moet worden binnen het gebied, bijvoorbeeld aan materiaal en personeel. Andere criteria houden in dat subsidie voor de culturele uiting moet worden gebruikt voor maximaal 50% van het productiebudget (Dialogic/Ape, 2019).

Een tax shelter is een voorbeeld van een incentive-regeling en is primair gericht op het aantrekken van privaat kapitaal. Tax shelters bieden investeerders de mogelijkheid om investeringen in de productie in mindering te brengen op hun belastingverplichtingen. Voorwaarde is doorgaans dat het overgrote deel van de investeringen in productie gedaan wordt in het land waarvan de overheid de tax shelter heeft ingesteld. De maatregel is mede bedoeld om buitenlandse producties naar het betreffende land te trekken (Dialogic/Ape, 2019).

Territoriale uitgaven verplichtingen worden gewoonlijk berekend als een deel van het toegekende bedrag en/of als een deel van de in aanmerking komende kosten. In de meeste gevallen ligt de meest voorkomende minimumvereiste tussen 100% en 160% van het toegekende bedrag. Wat het aandeel van de in aanmerking komende kosten betreft, ligt de vereiste gewoonlijk tussen 50% en 80% (Dialogic/Ape, 2019).



Figuur 7: Vereenvoudigde weergave van de verschillende subsidiestromen ((A. Orankiewicz, 2022)

5. Kenmerken van regionale fondsen

Een regionale fonds is vaak een combinatie van een (kunsten)fonds, een filmcommissie²³ en een regionaal promotiebureau. De verwachte opbrengsten zijn zowel cultureel als economisch: de regio economisch aantrekkelijk te maken, de lokale cultuur of taal te promoten en toeristen aan te trekken (EAO, 2019).

5.1 Cultuurbeleid als economisch beleid

Regionale fondsen anticiperen op dezelfde culturele – en economische opbrengsten als nationale fondsen. Minder vaak wordt er geanticipeerd op de mogelijke sociale opbrengsten. Regionaal filmbeleid typeert zich dan ook doorgaans als economisch beleid dat voor een belangrijk deel gefundeerd is op het cultuurbeleid (T. Eskilsson, 2022).

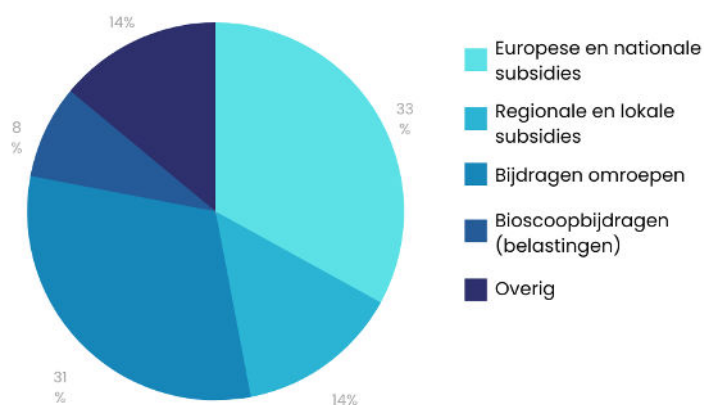
De haalbaarheidsstudies van regionale fondsen beschrijven vaak uitgebreid de kansen voor het behouden en creëren van banen en het aantrekken van nieuwe filmproducties. Daarnaast ziet men kansen voor talentontwikkeling en voor het aantrekken van toerisme door de cultuur en de geschiedenis van een regio uit te lichten (European Audiovisual Observatory, 2019).

Regionale fondsen zijn wat betreft subsidievoorwaarden vaker dan nationale fondsen concreter met betrekking tot de uitgaven en het aantal draaidagen in de regio (European Audiovisual Observatory, 2019).

5.2 Regionale fonds als onderdeel van de financieringsmix

Een filmproject zoekt in eerste instantie financiering bij een rijksgesubsidieerde filmfonds. Al dan niet nadat er steun is toegezegd door een omroep, filmdistributeur et cetera. Vervolgens kan er voor steun aangeklopt worden bij een regionaal fonds. Binnen de EU-lidstaten zijn regionale fondsen goed voor 14% van de totaal aan waarde verleende filmsubsidies (European Audiovisual Observatory, 2019).

Herkomst filmsubsidies binnen de EU-lidstaten

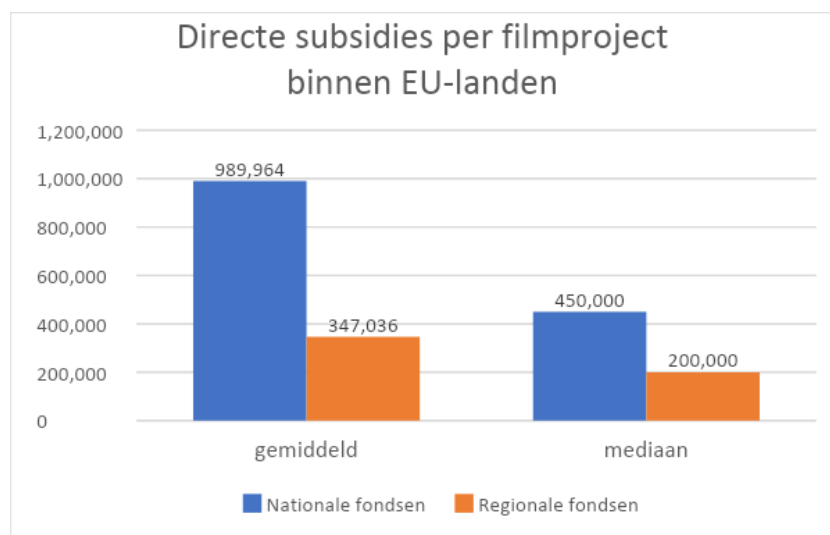


Figuur 8: Hoe groot zijn de subsidies? (bron: European Audiovisual Observatory)

²³ Een filmcommissie is een quasi-gouvernementele, non-profit, publieke organisatie die filmploegen (inclusief films, televisie en commercials) aantrekt om op locatie in hun respectievelijke plaats, regio of land te filmen. Daarnaast bieden ze ondersteuning zodat producties hun werk soepel kunnen uitvoeren.

5.3 Grootte afzetgebied bepalend voor het subsidiebedrag

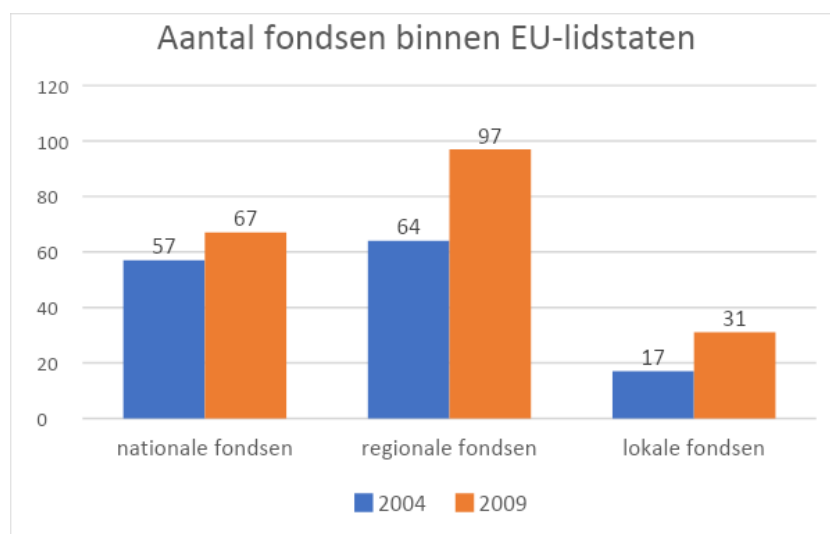
Als een regionale fonds binnen de EU een directe subsidie verleent aan een filmproject, dan is dat gemiddeld voor ongeveer 350 duizend euro²⁴. De mediaan is 200 duizend euro. Dit betekent dat per filmproject de helft van verstrekte subsidies 200 duizend euro of minder is, de andere helft is 200 duizend euro of meer. Het maximaal bedrag dat verleend is aan een filmproject is 2 miljoen euro. De verschillen tussen regionale en nationale fondsen zijn groot (zie figuur 8) omdat de grootte van afzetgebieden van elkaar verschillen.



Figuur 9: Gemiddelde subsidiebedragen per filmproject (bron: European Audiovisual Observatory)

5.4 Toename aantal regionale fondsen

Hoewel recente cijfers ontbreken, zit er groei in het aantal regionale en lokale fondsen. Uit cijfers van de European Audiovisual Observatory blijkt dat tussen 2004 en 2009 het aantal regionale fondsen is gestegen van 64 naar 97 (+52%) het aantal lokale fondsen is gestegen van 17 naar 31 (+82%).



Figuur 10: Aantal fondsen binnen EU-lidstaten (bron: European Audiovisual Observatory)

²⁴ Gegevens gaan over het jaar 2018.

5.6 Vereisten voor aanvraag regionaal filmfonds

Filmproducties komen in aanmerking voor subsidie vanuit een regionaal fonds als er aan een aantal voorwaarden wordt voldaan. Zo moet het filmproject op de een of andere manier een culturele en economische band met de regio hebben. De auteur, regisseur, of scenarioschrijver woont en werkt bijvoorbeeld in de regio. Andere voorwaarden kunnen gaan over het gebruik van plaatselijk dialect in dialogen of de representatie van lokale architectuur en landschap. Ook moeten opnames voor een belangrijk deel in de regio plaatsvinden, of aanzienlijk gebruik worden gemaakt van plaatselijk filmtalent, audiovisuele facilitaire bedrijven, infrastructuur en expertise en knowhow.

6. Casus Ierland

6.1 Introductie

Ierland heeft momenteel 7 miljoen inwoners. Hiervan wonen 5,1 miljoen mensen in de Republiek van Ierland en 1,9 miljoen in Noord-Ierland.²⁵ Binnen de EU-lidstaten bezoeken Ieren het vaakst de bioscoop: per hoofd van de bevolking 3,3 keer per jaar. Het bezoekaandeel Ierse film in de bioscoop is niet zo groot, namelijk 2%. Uit recent onderzoek blijkt dat 60% van de Ieren regelmatig naar Ierse films en televisiedrama's kijkt. Driekwart van de Ieren gelooft dat Ierse films en series sterk onderscheidend zijn. De meeste Ieren kijken Ierse films via lineaire televisie of streaming platformen.

6.2 AV-sector Ierland

Een aantal internationale blockbusters zijn gedeeltelijk in Ierland opgenomen, zoals Harry Potter and the Half-Blood Prince (2009) en Star Wars – The Rise of Skywalker (2019). In vergelijking met Nederland heeft Ierland een vrij kleine AV-sector. De focus in de Ierse AV-sector ligt – in vergelijking met Nederland – iets meer op televisie en minder op film. Absoluut gezien investeert Nederland meer in televisie- en filmproducties. Relatief ten opzichte van het aantal inwoners vallen de verschillen mee. Als Ierland net zoveel inwoners had als Nederland zou het ongeveer op dezelfde aantallen zitten.

	Ierland	Nederland
Uitgaven aan filmproducties	40,8 miljoen	105,9 miljoen
Gemiddelde budget films	2,15 miljoen	1,89 miljoen
Uitgaven aan televisieproducties	246,5 miljoen	664 miljoen

6.2.1 Economische opbrengsten Ierse AV-sector

Uit een economische analyse blijkt dat de Ierse AV-sector 1,05 miljard euro heeft opgebracht in 2016. Ongeveer de helft hiervan is toe te wijzen aan de AV-sector zelf. De andere helft komt voor rekening van andere sectoren (spill-over effecten). De AV-sector zorgt voor 16.930 FTE's aan werkgelegenheid. Hiervan zijn 10.560 FTE's directe werkgelegenheid (60%) en de rest indirect werkgelegenheid (buiten de AV-sector).

²⁵ Noord-Ierland is officieel onderdeel van het VK en zal in deze casus buiten beschouwing blijven.

6.2.2 Culturele- en sociale opbrengsten

Naast de economische opbrengsten zijn er ook culturele en sociale opbrengsten. Uit onderzoek van Creative industries consultancy Olsberg (2023) wordt de creatieve en esthetische bijdrage van de Ierse AV-sector aan het nationale erfgoed beschreven. Ook de sociale opbrengsten worden benoemd; zoals het versterken van de sociale cohesie en het bevorderen van een inclusieve samenleving. Het rapport beschrijft ook het belang van de Ierse taal in film en televisie. Taal heeft een culturele en educatieve rol voor mensen van alle leeftijden (inclusief de nieuwkomers). Ierse films en televisieprogramma's dragen bij aan de erkenning van de Ierse cultuur, houden de geschiedenis levend en zijn een bron van trots.

6.3 Verkrijgen van subsidies

Films die voldoen aan onderstaande kenmerken hebben een grotere kans op het verkrijgen van subsidie vanuit de Ierse overheid:

- Het gebruik van de Ierse taal in dialogen.
- In scènes is landschap en architectuur van Ierland herkenbaar in beeld.
- Intellectueel eigendom is in handen van Ieren.
- De Ierse of Europese geschiedenis wordt verbeeld.
- Er wordt gewerkt met talent uit Ierland (schrijver, regisseur of cast).
- Europese coproducties of overheidsfinanciering vanuit het buitenland.
- Films leveren substantiële werkgelegenheid op.

6.4 The Quiet Girl

Een recent voorbeeld van een film in de Ierse taal die internationaal erkend wordt en financieel erg succesvol is, is *The Quiet Girl* (2022). Dit is de eerste film in de Ierse taal die genomineerd is voor een Oscar (Zuckerman, 2023). De film is gefinancierd door TG4, de Irish Film Board en de Broadcasting Authority of Ireland. Zij investeren gezamenlijk in projecten in de Ierse taal, met als doel om de Ierse taal aan een groot publiek te brengen via een medium zoals film. De ontwikkeling van de film vond plaats via Cine4, een initiatief speciaal ontwikkeld om films te produceren in de Ierse taal. Cine 4 heeft sinds 2017 twee Ierse taalprojecten per jaar ondersteund, elk met een budget van rond de 1,2 miljoen euro (Aguilar, 2023). De keuze om de film volledig in het Iers op te nemen was ook een persoonlijke keuze, aangezien de regisseur opgroeide met Iers. Hoewel Iers een verplicht vak op school is, spreken de meeste Ieren in het dagelijks leven nauwelijks Iers. *The Quiet Girl* is een manier om de taal weer in de spotlight te zetten. Volgens de regisseur moet een taal cultureel gerepresenteerd worden om levend te kunnen blijven. Het grote succes van *The Quiet Girl* blijkt ook effect te hebben op hoe de taal ervaren wordt, steeds meer Ieren willen vrijwillig Iers leren (Aguilar, 2023).

6.5 Ondersteuning makers

Uit een rapport van Screen Ireland (2023) over de film en televisie incentive regeling Section 481 blijkt dat gemiddeld 82% van het budget van Ierse (co)producties wordt gefinancierd door deze incentive. Films die onder Section 481 vallen kunnen ook profiteren van belastingverlaging. Investeerders in deze films kunnen sinds kort 100% belastingverlaging krijgen, voorheen was dit 80%. *The Quiet Girl* is een voorbeeld van een film die gebruik heeft gemaakt van Section 481 financiering. Tussen 2017 en 2021 hebben 21 Ierse taalproducties toegang gekregen tot Section 481, dit is 12% van alle Ierse producties (Creative Industries Consultancy Olsberg, 2023).

Voorbeeld ondersteuning via Section 481	
Totale budget	6,25 miljoen
Investering Section 481	5 miljoen
Kosten	3,55 miljoen
Nettowinst	1,45 miljoen (29% van fondsen)

Via de Irish Film Board is er ook de mogelijkheid om financiering aan te vragen voor een film in de beginstadia van ontwikkeling. De regisseurs kunnen hun scripts opsturen en financiering krijgen om deze scripts verder te ontwikkelen tot het productiestadium. De maximaal mogelijke financiering is 50.000 euro. Er zijn ook mogelijkheden tot 100.000 euro, maar dan moet er sprake zijn van een derde partij die vanuit andere bronnen kan financieren. Dit ontwikkelingsfonds is echter geen garantie voor een productiefonds in latere stadia (Screen Ireland, z.d.)

In latere stadia van het filmproces kan er aanspraak gedaan worden op een productiefonds, ook via de Irish Film Board. De hoogte van deze financiering is afhankelijk van het budget van de film. Voor films tot 2 miljoen euro kan het fonds 65% van het budget financieren met een maximum van 750.000 euro. Voor films tussen de 2 en 5 miljoen euro is het maximum 850.000 euro. Deze bedragen zijn alleen van toepassing bij films die een team van Ierse producenten, schrijvers en regisseurs hebben (Screen Ireland, z.d.).

6.5 Regio: West-Ierland en film

Sinds het begin van de 20e eeuw worden er in het Westen van Ierland films opgenomen. Een groot succes was er met *The Quiet Man* (1952), dat zorgde voor een exponentiële groei in het aantal buitenlandse filmmakers dat naar Ierland trok voor het maken van films. *The Quiet Man* had bovendien een positief effect op het toerisme in de regio. Na *The Quiet Man* zijn er vele andere buitenlandse films in de West regio opgenomen, zoals *The Purple Taxi* (1977), *The Field* (1990) en *Into The West* (1992). Het unieke landschap heeft hier een grote rol in gespeeld. Sinds 1993 is er een filmfonds in Galway dat de productie van meer dan 300 films heeft ondersteund, waaronder korte films en animaties. Veel van deze films zijn in de Ierse taal.

6.6 The WRAP Fund

In een actieplan om meer banen te creëren benoemt de Ierse overheid de ambitie om de filmindustrie in Galway en de Ierse West regio te ondersteunen en hier mogelijk een regionaal filmfonds op te zetten. Galway de grootste AV-sector heeft buiten Dublin en de industrie meer dan 72 miljoen euro voor de lokale economie opbrengt. Het voorstel is een vierjarige pilot om het regionale fonds te vormen. Na de pilot zal voor continuering aanspraak worden gemaakt worden een Europees fonds (ERDF). Het regionale AV-fonds, onder de naam "The WRAP (West Region Audiovisual Producer's) Fund", zal zowel film-, televisie-, game- als animatieproducties ondersteunen. Het WRAP-plan wordt ondersteund door the Irish Film Board en vier lokale autoriteiten in de West regio.

In het ondernemingsplan worden een aantal mondiale ontwikkelingen genoemd die de opstart van The WRAP Fund verder versterken. Zo ligt de focus binnen de internationale AV-markt (internationale VOD-aanbieders) steeds meer op lokale producties die globaal bereik kunnen hebben. Gevolgen hiervan zijn dat kleine traditionele (lineaire) producties steeds minder budget en bereik hebben. In het plan wordt daarom benoemd hoe belangrijk het is dat er investeringen worden gedaan, zodat er ook 'ultra-high end' producties kunnen plaatsvinden in de regio.

6.7 Doelen van het regionale fonds

- Het vergroten van werkgelegenheid binnen AV-sectoren in de West regio.
- Het vergroten van de hoeveelheid productieprojecten in de West regio.
- Het bieden van banen aan afgestudeerde AV studenten van de universiteiten in de regio.
- Het verhogen van de economische activiteit in de lokale AV-sector, door het bieden van betere toegang tot financiering.
- Het aanmoedigen van bestaande productiebedrijven om te internationaliseren.
- Meer baankansen bieden door het aantrekken van AV-producties naar de regio.

De bovenstaande doelen zijn voornamelijk gebaseerd op economische opbrengsten, waarbij de focus sterk ligt op het creëren van banen.

6.8 Voorspelde uitkomsten

Het voorstel is een investering van 4,2 miljoen euro in The WRAP fund, wat zou leiden tot:

- Meer dan 80 projecten die ondersteund worden, waarvan er ten minste 20% zeker in volledige productie zouden kunnen gaan.
- Ongeveer 40 internationaal gefinancierde coproducties die ondersteund zouden worden in de regio betreffende de vier subsectoren van AV (film, televisie, animatie en gaming)
- Het creëren van ongeveer 185 directe banen in de regio
- Het verder creëren van indirect inkomen en banen in de toeristische sector.

Ook in de voorspelde uitkomsten van het fonds ligt de nadruk sterk op de economische opbrengsten, maar ook op de culturele opbrengsten. Het fonds zou Ierland sterker op de kaart kunnen zetten bij buitenlandse toeristen, maar de nadruk ligt dan wel vooral op de inkomsten die voortkomen uit het toerisme.

7. Casus Noorwegen

7.1 Introductie

Noorwegen is een land in Noord-Europa met 5,3 miljoen inwoners. Per jaar worden ongeveer 12 miljoen keer films bezocht, waarvan 3 miljoen keer een Noorse film. Gemiddeld wordt 2,5 keer per jaar per capita een film bezocht. Het bezoekaandeel in bioscopen van de nationale film is 24%.

7.2 AV-sector Noorwegen

De filmindustrie van Noorwegen is klein, het AV-beleid is vooral gericht op de regio en is sterk afhankelijk van overheidsstimulering. De focus op de regio's in het beleid heeft te maken met de verspreide bevolking in het land (buiten de hoofdstad Oslo).

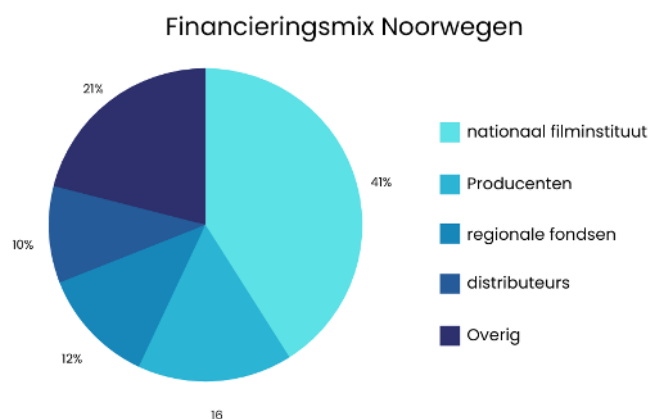
Het belangrijkste nationale filmfonds in Noorwegen is het Norwegian Film Institute (NFI), wat grotendeels (97%) door de overheid wordt gefinancierd. Via dit fonds worden regionale fondsen ondersteund. Het budget van het NFI was 75 miljoen in 2017, hiermee zijn in dat jaar 25 films gemaakt.

7.3 Regionale filmfondsen in Noorwegen

Momenteel zijn er drie regionale filmfondsen in het land. Deze fondsen zijn goed voor 12% van de totale financiering van films en ander AV-werk. Het idee hierachter is dat de regionale filmfondsen de regio's op de kaart kunnen zetten. Maar de regionale fondsen lopen ook tegen problemen aan in concurrentie met de hoofdstad; met name behoud van talent dat eerder naar de hoofdstad trekt.

De regionale fondsen werken met culturele voorwaarden, bijvoorbeeld dat de productie moet plaatsvinden in de regio en een bepaald deel van de werknemers uit de regio afkomstig moet zijn. In eerste instantie was het zo dat de financiering van de verschillende regionale fondsen democratisch verdeeld was, inmiddels is er sprake van competitie. Degenen met de meeste activiteit en beste economische resultaten (bijvoorbeeld aantal bioscoopbezoeken) krijgen meer financiering vanuit het nationaal fonds.

Naast de verschillende fondsen is er ook sprake van twee filmcommissies en een tax incentive-regeling in Noorwegen. Deze moeten internationale filmproducties aantrekken om in Noorwegen hun film te maken. Het idee hierachter is vooral het versterken van het toerisme.



Figuur 11: Financieringsmix Noorwegen; regionale fondsen zijn goed voor 12% van de financiering (bron: Norwegian Film Institute)

7.4 Economische opbrengsten

Sinds 2001 is het creatieve beleid in Noorwegen sterk gericht op de interactie tussen cultuur en economie. Het idee van cultuur is een erg breed concept: architectuur, erfgoed, design, muziek, televisie, radio, artistieke bedrijven, print media, marktcommunicatie, film, video en

fotografie. Het Noorse beleid is geïnspireerd op het 'creatieve industrie' beleid van het VK, waarin culturele objectieven minder belangrijk worden en de focus meer gaat liggen op economisch potentieel en economische aspecten van de creatieve zakelijke dienstverlening. Kunst en cultuur worden in een economische beleidsagenda ingebracht. Het idee hierachter is dat het democratiserend werk, omdat het zorgt voor een overbrugging van het onderscheid tussen 'lage' en 'hoge' kunsten. Op dit beleid is in het VK ook kritiek gekomen, het zou zorgen voor een onrealistische verwachting van de Britse filmindustrie wat betreft het creëren van banen. Bovendien zou er weinig bewijs zijn voor dit beleid. Wat betreft de opbrengsten van film legt Noorwegen, net als het VK, sterk de nadruk op economische opbrengsten, zoals:

- Promoten van een regio, om deze meer op de kaart te zetten en toerisme te versterken
- Creëren van banen
- Exploiteren van intellectueel eigendom
- Spill over effecten naar andere creatieve milieus
- Vergroten van handel en consumptie activiteit
- Motiveren lokale en regionale financiering

Het promoten van een regio en het creëren van banen is vooral belangrijk in de perifere, Noordelijke regio's van Noorwegen.

7.5 Ondersteuning filmmakers

Noorse makers kunnen in aanmerking komen voor fondsen op nationaal niveau, via de Norwegian Film Institute (NFI). Daarnaast zijn er ook mogelijkheden voor fondsen op regionaal niveau, via een van de vier regionale filmfondsen. Vanuit het NFI zijn er fondsen aanwezig voor films waarbij een Noorse producent als co-producent meewerkt. Deze fondsen bedragen maximaal 75% van het Noorse deel van het budget, van 50.000 tot 300.000 euro. Daarnaast is er ook een 25% incentive-regeling voor producties die gedeeltelijk of helemaal in Noorwegen zijn opgenomen en die bedoeld zijn voor internationale distributie. Deze vergoedt tot 25% van de productiekosten die gespendeerd worden in Noorwegen. De 25% incentive regeling kan gecombineerd worden met andere (regionale) fondsen (NFI, z.d.).

Voor de internationale distributie van een film is er ook de mogelijkheid om fondsen aan te vragen bij het NFI. Hiervoor kunnen makers maximaal 23.000 euro krijgen per land waarin de film wordt uitgebracht en maximaal 54.000 euro in totaal (NFI, z.d.).

Een voorbeeld van een regionaal fonds is die via het Western Norway Film Centre, dit is het centrum voor AV-producties in het Westen van Noorwegen. Om voor zo'n fonds in aanmerking te komen moet de producent of co-producent gevestigd zijn in West Noorwegen. Dit regionale fonds is gemiddeld tussen de 20.000 en 50.000 euro.

Een ander voorbeeld is het grotere Zefyr Media Fund, dat gevestigd is in de Zuidwest regio van Noorwegen. Binnen Zefyr zijn twee verschillende fondsen mogelijk, publieke fondsen en private investeringen. Wat betreft de publieke fondsen is er 1,6 miljoen euro beschikbaar. Hiervan worden twee tot drie keer per jaar toewijzingen gedaan. De private investeringen kunnen rond de 3,6 miljoen euro liggen, maar hier wordt jaarlijks slechts een film voor uitgekozen. Ook bij deze fondsen zijn de voorwaarden dat de co-producent uit Noorwegen moet komen en de film gedeeltelijk/volledig in de regio moet zijn opgenomen (Mediefondet Zefyr, z.d.).

7.6 Kritiek

Vanuit de literatuur is er kritiek op deze aanpak van de Noorse filmindustrie. Zo vraagt men zich af in hoeverre film relevant is als economische en regionale ontwikkelingstool in een land met zo'n kleine filmindustrie. Vanwege de kleine filmindustrie en de bevolking die erg verspreid is, is te veel regionalisatie bovendien niet houdbaar op de lange termijn. Er is een bepaalde hoeveelheid aan infrastructuur, bedrijven en competentie nodig om een film te kunnen produceren. Dit ontbreekt in bepaalde regio's (A. Orankiewics, 2022).

Ook zouden veel rapporten over de impact van film worden uitgevoerd op initiatief van de regionale filmfondsen zelf. Die zullen uiteraard vooral de focus leggen op de positieve resultaten. Het is moeilijk om te onderzoeken hoeveel film regionaal bijdraagt, omdat het slechts een subcategorie is van het brede concept van de culturele industrie. Als laatste wordt ook nog als kritiek benoemd dat er weinig aandacht is voor specifieke contexten van de creatieve industrie. Een film is bijvoorbeeld projectmatig. Veel werknemers wonen in de grote steden, maar trekken tijdelijk naar een regio voor het project. In hoeverre kan dan gesteld worden dat de baankansen versterkt worden in de regio zelf? (A. Orankiewics, 2022).

8. Samenvatting

8.1 Opbrengsten van subsidies

Zonder subsidies van overheden kunnen er geen Europese films worden gemaakt. De legitimering voor de subsidiëring van films wordt door de EU-lidstaten gezocht in de culturele opbrengsten ervan. Beleidsmakers gaan op de eerste plaats ervan uit dat films uit eigen land zorgen voor de behoud en overdracht van waarden, normen en denkbbeelden. Films worden door de EU-lidstaten gezien als vehikel om de eigen cultuur te conserveren en promoten (J. Poort et al, 2019). Later kwamen voor de legitimering van de subsidies ook de potentiële economische opbrengsten bij. Directe of indirecte subsidiëring levert volgens beleidsmakers werkgelegenheid op, zowel binnen de sector als de sectoren daarbuiten. Volgens Rutten, Koops & Visser (2019) is er een groeiend besef dat de economische opbrengsten van de creatieve sector breder zijn en niet enkel uit te drukken in kwantitatieve indicatoren zoals werkgelegenheid en arbeidsproductiviteit. Dit dekt volgens hen niet de volledige economische impact van de sector. Naast deze culturele – en economische opbrengsten, is er de afgelopen jaren ook aandacht voor de mogelijke sociale opbrengsten van films. Films zorgen voor sociale cohesie en leveren een bijdrage aan sociale en maatschappelijke vraagstukken.

8.2 Typen subsidies

De culturele –, economische – en de sociale opbrengsten van films heeft in de EU-lidstaten geresulteerd in een breed scala aan subsidiemaatregelen (S. Maltha, 2019). Deze subsidies vormen een essentiële financieringsbron voor filmproductie. In de EU-lidstaten wordt grofweg gewerkt met twee type subsidies: direct en indirect. De keuze is afhankelijk van de verwachte opbrengsten. Directe subsidies worden verstrekt als verwacht wordt dat een filmproject culturele – en sociale opbrengsten heeft. Indirect subsidies hebben meer een economische achtergrond: door belastingvoordelen wordt getracht de filmproductie in een bepaalde regio of land te stimuleren en werkgelegenheid te bevorderen (A. Orankiewicz, 2022).

8.3 Regionale fondsen

Regionale filmfondsen in Europa proberen de regio economisch aantrekkelijk te maken, de lokale cultuur of taal te promoten en toeristen aan te trekken. Talentontwikkeling wordt ook vaak gezien als reden om een lokaal fonds op te starten. Een regionaal fonds is vaak een combinatie van een (kunsten)fonds, een filmcommissie en een regionaal promotiebureau. De verwachte opbrengsten zijn zowel cultureel als economisch. Filmproducties komen in aanmerking voor subsidie vanuit een regionaal fonds als er aan een aantal voorwaarden wordt voldaan. Zo moet het filmproject op de een of andere manier een culturele en economische band met de regio hebben. Bijvoorbeeld de auteur, regisseur, of scenarioschrijver woont en werkt in de regio. Andere voorwaarden kunnen gaan over het gebruik van plaatselijk dialect in dialogen of de representatie van lokale architectuur en landschap. Ook moeten opnames voor een belangrijk deel in de regio plaatsvinden, of aanzienlijk gebruik worden gemaakt van plaatselijk filmtalent, audiovisuele facilitaire bedrijven, infrastructuur en expertise en knowhow. Hoewel recente cijfers ontbreken, zit er groei in het aantal regionale en lokale fondsen. Uit cijfers van het European Audiovisual Observatory blijkt dat tussen 2004 en 2009 het aantal regionale fondsen is gestegen van 64 naar 97 (+52%) en het aantal lokale fondsen is gestegen van 17 naar 31 (+82%).

8.4 Casus Ierland

De AV-sector van Ierland is relatief klein en sterk gefocust op televisieproducties. Er worden regelmatig grote blockbusters (gedeeltelijk) in Ierland opgenomen, zoals Star Wars en Harry Potter. In 2016 bracht de sector zo'n 1,05 miljard euro op. Wat betreft de culturele opbrengsten wordt de Ierse film steeds meer ingezet om de Ierse taal en cultuur te promoten. Films die voldoen aan culturele voorwaarden, zoals het gebruiken van de Ierse taal of het in beeld brengen van Ierland, hebben een grotere kans op subsidies vanuit de overheid. Een voorbeeld van zo'n subsidie is de Section 481 Film and Television Incentive. Films die hieronder vallen kunnen profiteren van belastingverlaging en kunnen voor een deel gefinancierd worden door de subsidie. De film *The Quiet Girl* (2022) is een film die gebruik heeft gemaakt van de Section 481 Incentive en momenteel erg succesvol is. De film is zelfs genomineerd voor een Oscar. *The Quiet Girl* werd ontwikkeld via Cine4, een initiatief dat speciaal is opgezet om film in de Ierse taal te ondersteunen. De Irish Film Board biedt ook andere subsidies aan voor films in zowel de ontwikkelingsfase als in latere stadia van productie. Een voorwaarde voor deze subsidies is dat het team gedeeltelijk uit Ierse makers bestaat.

Als er meer ingezoomd wordt op West-Ierland zien we dat hier de ambitie is om een regionaal filmfonds op te zetten, de zogenaamde WRAP-fund. Het voorstel is een fonds dat allerlei producties binnen de AV-sector ondersteunt, waaronder ook game en animatieproducties. Doelen van dit fonds zijn onder andere het vergroten van de werkgelegenheid in de West regio en het verhogen van economische activiteit in de lokale AV-sector. De voorspelde uitkomsten waren dat het fonds meer dan 80 projecten zou kunnen ondersteunen, waarvan ten minste 20% zeker in volledige productie zouden kunnen gaan. Verder zou het ongeveer 185 directe banen in de regio opleveren en indirect inkomen en banen in de toeristische sector. De nadruk in het rapport ligt sterk op de economische opbrengsten van het fonds.

8.5 Casus Noorwegen

De AV-sector van Noorwegen is klein, het beleid is vooral gericht op de regio en sterk afhankelijk van overheidsstimulering. Het nationale filmfonds is het Norwegian Film Institute, dat voor 97% door de overheid wordt gefinancierd. Daarnaast zijn er nog 3 regionale

filmfondsen. De focus op de regio's in het beleid heeft te maken met de verspreide Noorse bevolking (buiten de hoofdstad Oslo). Het idee achter de regionale filmfondsen is het op de kaart zetten van de regio. Voor subsidies van de regionale fondsen zijn er culturele voorwaarden aanwezig zoals de productie die volledig in de regio moet plaatsvinden en een deel van het team dat afkomstig moet zijn uit de regio. Naast deze subsidies is er ook een 25% tax incentive in Noorwegen, die internationale filmproducties moet aantrekken. Het idee is om hiermee het toerisme te versterken. Makers kunnen deze incentive combineren met regionale fondsen. Voor de internationale distributie van films kan een subsidie bij NFI worden aangevraagd.

Het creatieve beleid in Noorwegen legt de laatste jaren een sterke nadruk op het economisch potentieel van de creatieve sector. Hierin zijn vooral economische opbrengsten van de AV-sector van belang, zoals het promoten van de regio om toerisme te versterken, het creëren van banen in de regio en het vergroten van handel en consumptieactiviteiten. Op dit beleid is ook kritiek gekomen. De vraag is in hoeverre film relevant kan zijn als economische ontwikkelingstool in een land met zo'n kleine filmindustrie. Er is bovendien kritiek gekomen op de sterk regionale aanpak van het beleid. Dit zou op de lange termijn niet houdbaar zijn vanwege het ontbreken van bepaalde infrastructuur, bedrijven en competenties in de regio's.

9. Literatuurlijst

- Aguilar, C. (2023, 24 februari). Oscar nod for 2022 movie “The Quiet Girl” is boon for Irish language – Los Angeles Times. Los Angeles Times. <https://www.latimes.com/entertainment-arts/movies/story/2023-02-23/the-quiet-girl-oscar-2023-irish-language>
- Arts Council England. (2015, oktober). Culturele en creatieve spillovers in Europa: rapport van een voorlopig feitenoverzicht: Beknopte samenvatting. dutchcreativeindustries.nl. <http://dutchcreativeindustries.nl/wp-content/uploads/2016/05/Cultural-and-creative-spillovers-Dutch-Executive-summary.pdf>
- Blázquez, F. J. C. (2022). Yearbook 2021/2022 key trends. In rm.coe.int. European Audiovisual Observatory (Council of Europe). <https://rm.coe.int/yearbook-key-trends-2021-2022-en/1680a5d46b>
- Cine-regio. (2018). Guide to: Regional film funds in Europe. Cineregio.org. https://www.cineregio.org/dyn/files/members_items/872-file/Cine-Regio%20folder%202018%20december.pdf
- Cine-regio. (2012, januari). The need for public regional financing of cross media and transmedia projects: A cine-regio policy paper. cineregio.org. https://www.cineregio.org/dyn/files/members_items/878-file/CR_PolicyPaper_web.pdf
- Creative industries consultancy Olsberg. (2023). The Cultural Dividend Generated by Ireland's Section 481 Film and Television Incentive. In screenireland.ie. Screen Ireland. https://www.screenireland.ie/images/uploads/general/The_Cultural_Dividend_Generated_by_Section_481_Report_January_2023.pdf
- Cucco, M. & Richeri, G. (2021, 1 september). European Film Commissions as Transcultural Promoters and Mediators. De Gruyter. <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/jtc-2021-2005/html>
- European Audiovisual Observatory. (2019). Mapping of film and audiovisual public funding criteria in the EU. In rm.coe.int (ISBN 978-92-871-8952-3). <https://rm.coe.int/mapping-of-film-and-audiovisual-public-funding-criteria-in-the-eu/1680947b6c>
- Eskilsson, T. (2022). Public film funding at a crossroads. In Update june 2022. Film i Väst. <https://analysis.filmivast.se/wp-content/uploads/2022/06/Eskilsson-update-juni-2022-A4-1.pdf>
- Eskilsson, T. (2022, maart). Public film funding at a crossroads. In analysis.filmivast.se. Film i Väst. <https://analysis.filmivast.se/wp-content/uploads/2022/03/Public-Film-§Financing-at-a-Crossroads-download.pdf>

- Film Distributeurs Nederland. (2018). Beperkt tot de feiten: Waarom Nederlandse films slecht worden bezocht en hoe dit te verbeteren. In nvpi.nl.
FDN. <https://nvpi.nl/app/uploads/sites/2/2018/07/Rapport-Nederlandse-films-2013-2017-FDN.pdf>
- Fontaine, G. (2022). Investments in original European content: A 2011–2021 analysis. In rm.coe.int. European Audiovisual Observatory (Council of Europe). <https://rm.coe.int/investments-in-european-original-content-2011-2021-analysis-september-/1680a75db4>
- Funding. (z.d.). Screen Ireland. <https://www.screenireland.ie/funding>
- Gutierrez-Posada, D., Kitsos, T., Nathan, M., & Nuccio, M. (2022). Creative Clusters and Creative Multipliers: Evidence from UK Cities. *Economic Geography*, 99(1), 1–24. <https://doi.org/10.1080/00130095.2022.2094237>
- International Union of Cinemas. (2019). Annual Report 2019: Key trends in European cinema. In unic-cinemas.org. https://www.unic-cinemas.org/fileadmin/UNIC_AR19_online.pdf
- Lahaut, D. (z.d.). Filmsector gebaat bij flexibelere financieringsprotocollen. filmzaken.files.wordpress.com. <https://bureau-lahaut.nl/wp-content/uploads/2017/10/Filmsector-gebaat-bij-%EF%AC%82exibelere-%EF%AC%81nancieringsprotocollen-Dimitri-Lahaut.pdf>
- Maltha, S. (2019). “Verheffing of verstoring?”: Effecten stimuleringsmaatregelen Audiovisuele productie in Nederland. In dialogic.nl (2018.077–1833). Ministerie van OCW. <https://www.dialogic.nl/wp-content/uploads/2019/12/Dialogic-APE-Eindrapportage-Verheffing-of-verstoring-Effecten-stimuleringsmaatregelen-audiovisuele-productie-in-Nederland.pdf>
- Mediefondet Zefyr – English. (z.d.). <https://zefyr.no/english/>
- Netherlands Film Fund. (2022). Film facts and figures of the Netherlands: Summer 2022 issue. In issuu.com. https://issuu.com/netherlandsfilmfund/docs/fff_2022_v15_los/1
- Newman-Baudais, S. (2011). Public Funding for Film and Audiovisual Works in Europe. In rm.coe.int (Nr. 978–92–871–7234–1). European Audiovisual Observatory (Council of Europe). <https://rm.coe.int/09000016808e46dc>
- Orankiewicz, A. (2022). The role of public support for the film industry – an analysis of movie production incentives in Europe. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*. 66(2).
- Palmi, P., Caputo, F., & Turco, M. (2016). Changing Movie! Film Commissions as drivers for creative film industries: the Apulia Case. *ENCATC Journal of Cultural Management and Policy*, 6(1), pp. 56–72.
- Poort, J., & van Til, G. (2019). The role of territorial licenses and public support schemes in financing European films. *International Journal of Cultural Policy*, 26(5), 597–616. <https://doi.org/10.1080/10286632.2019.1690475>
- Pratt, A.C., Daubeuf, C., Airaghi, E., & Pletosu, T. (2020). Enumerating the role of incentives in CCI production chains. Amsterdam: Cicerone Project.
- Raad Voor Cultuur. (2018). Zicht op zo veel meer: Sectoradvies audiovisueel. In raadvoorcultuur.nl. <https://www.raadvoorcultuur.nl/documenten/adviezen/2018/02/22/advies-zicht-op-zo-veel-meer>
- Rutten, P., Koops, O., & Visser, F. (2019, december). Monitor creatieve industrie 2019. mediaperspectives.nl. Geraadpleegd op 7 maart 2023, van https://mediaperspectives.nl/app/uploads/2020/01/MCI19_Monitor_DEF.pdf
- Sand, S. A. (2020). Creative clusters – urban utopia or regional remedy? A nordic perspective on the role of the creative industries in regional development. *Nordic Journal of Media Studies*, 2, 109–120. <https://www.doi.org/10.2478/njms-2020-0010>
- Stichting Filmonderzoek & Filmtest. (2013). Het publiek en de Nederlandse speelfilm: Een verkenning van de nationale markt. In filmonderzoek.nl. EYE Film Instituut Nederland. <https://www.filmonderzoek.nl/wp-content/uploads/2013/10/Eindrapport-Het-publiek-en-de-Nederlandse-speelfilm.pdf>
- The Incentive Scheme. (z.d.). Norwegian Film Institute. <https://www.nfi.no/eng/grantsfunding/the-incentive-scheme>
- Zuckerman, E. (2023, 21 februari). How Ireland Got Its First-Ever International-Feature Oscar Nomination. *Vanity Fair*. <https://www.vanityfair.com/hollywood/2023/02/awards-insider-the-quiet-girl-oscar-nomination>



HOLLYWOOD
AAN DE WADDEN



HOOFDSTUK 5

IMPLEMENTATIE EN ADVIES

AUTEURS: JORIS HOEBE EN AREND WOUWENAAR
(STICHTING CINENORD)

1. Inleiding

Er is een kloof tussen de deelnemers van de Nederlandse filmindustrie en de stimuleringsregelingen die beschikbaar zijn binnen Europa. Deze stimuleringsregelingen betreffen zowel kennisverstrekking als het verschaffen van toegang tot financiering. Er is dus sprake van grote mate van onbekendheid wat betreft financieringsmogelijkheden voor filmproducties vanuit Nederlandse filmmakers. Nederlandse filmmakers kijken voornamelijk eerst naar regionale en nationale opties, waardoor de mogelijkheid tot groter budget buiten beschouwing wordt gelaten. Naast dat de kennis met betrekking tot Europese stimuleringsregelingen niet tot nauwelijks beschikbaar is binnen het ecosysteem beschikt de subsidieaanvraag procedure een ander aanvalsplan dan die op regionaal/nationaal niveau bekend is. Dit gaat zowel over de werkwijze als de inhoud en vorm om de subsidieaanvraag te kunnen doen. Nederland staat niet in de top 5 van landen die de meeste subsidie toegekend krijgt vanuit Europa. Vanuit het jaarverslag van Creative Europe uit 2020 staat Italië op nummer 1, gevolgd door Spanje, Duitsland, Frankrijk en Verenigd Koninkrijk (zie 2.3 voor meer informatie).

Film wordt vaak binnen Europese projecten gebruikt als middel om meer bewustzijn te creëren voor onderwerpen zoals inclusie, discriminatie en migratie. Menig subsidieverstrekkers stellen geld beschikbaar om bepaalde maatschappelijke onderwerpen aan het licht te brengen. Hierbij maakt vaak het gebruik van middel niet uit. Als filmmaker dit te begrijpen, kan er een gat gevuld worden waarbij film als middel fungeert in plaats van het doel op zichzelf. Dit hoofdstuk biedt informatie als wel een weergave van de mogelijke trends, tools en programma's die bekend zijn binnen Europa. De implementatie vindt plaats gezien de kennis die is opgedaan in het huidige ecosysteem wat is weergegeven in voorgaande hoofdstukken. Het advies is dan ook om de kloof te dichten door middelen aan te bieden waardoor de Nederlandse filmmaker de Europese stimuleringsregelingen kan vinden. Om dit beter begrijpen vind je in 3.5.1 actuele ontwikkelingen (bekend tot uitgave rapport; juli 2023 die de uitdagingen als wel de mogelijkheden voor de filmindustrie schetsen).

2. Europees Framework

Europa biedt voor de filmproductie een aantal mogelijkheden. Dit subhoofdstuk fungeert als een ruwe weergave van de mogelijkheden in de praktijk. Hierbij ligt de focus op de subsidieprogramma's, belangrijke trends en de positie van landen betreffende onafhankelijke filmproducties.

2.1 Subsidieprogramma's

De Europese Unie (EU) biedt een reeks financieringsprogramma's ter ondersteuning van de filmindustrie in heel Europa. Deze programma's ondersteunen verschillende doeleinden en leggen de focus op verschillende activiteiten. Hier zijn enkele van de belangrijkste programma's:

- EFRO: Europees Fonds voor regionale ontwikkeling die twee hoofddoelen kent, namelijk investeren in groei en banen, om de arbeidsmarkt en de regionale economieën te versterken en het tot stand brengen van Europese territoriale samenwerking, met het oog op het versterken van grensoverschrijdende, transnationale en interregionale samenwerking binnen de EU.

- INTERREG: Interreg is een Europese subsidieregeling voor ruimtelijke en regionale ontwikkeling. Aan de projecten die onder Interreg vallen werken partijen uit verschillende landen samen.
- MEDIA: Het MEDIA-programma is een subprogramma van Creative Europe dat specifiek de audiovisuele sector ondersteunt. Het biedt financiering voor een breed scala aan activiteiten, waaronder de ontwikkeling en productie van films, de distributie van films in Europa en daarbuiten, en opleidings- en netwerkactiviteiten. Media ondersteund alleen de training van professionals, Films kunnen in een 'slate' (serie films) aangevraagd worden. In Noord-Nederland zijn nauwelijks tot geen producenten die kwalificeren voor deze regeling.
- Eurimages: Eurimages is een door de Raad van Europa opgericht filmcoproductiefonds. Het fonds verleent financiële steun aan coproducties tussen Europese landen, met bijzondere aandacht voor het bevorderen van culturele diversiteit en het stimuleren van samenwerking tussen Europese landen.
- European Regional Development Fund: The European Regional Development Fund (ERDF) is een fonds dat de economische ontwikkeling in Europese regio's ondersteunt. Het fonds financiert een reeks initiatieven, waaronder de ontwikkeling van creatieve industrieën zoals film- en televisieproductie.
- Horizon Europe: Horizon Europe is het financieringsprogramma van de EU voor onderzoek en innovatie. Hoewel het niet specifiek gericht is op de filmindustrie, biedt het wel financiering voor onderzoek naar nieuwe technologieën en innovatie in de creatieve industrieën, waar de filmindustrie op lange termijn van zou kunnen profiteren.

2.1.1 Honoreren van subsidieaanvragen

De kans dat een aanvraag voor financiering bijvoorbeeld van Creative Europe gehonoreerd wordt, kan variëren afhankelijk van een aantal factoren. De kwaliteit van de aanvraag, de relevantie van het voorgestelde project voor de prioriteiten en criteria van het financieringsprogramma en het aantal aanvragen dat in een bepaalde financieringscyclus is ontvangen zijn onderdelen die meespele. Volgens de website van Creative Europe bedroeg het succespercentage voor aanvragen in het subprogramma Cultuur in 2020 ongeveer 27%, terwijl het succespercentage voor het subprogramma Media ongeveer 16% bedroeg. Er is echter op gewezen dat deze slagingspercentages van jaar tot jaar kunnen verschillen en dat sommige financieringsstromen of -categorieën concurrerender kunnen zijn dan andere. Om je kansen op succes bij het aanvragen van financiering door Creative Europe te vergroten, is het belangrijk om de richtlijnen en geschiktheid criteria voor het betreffende financieringsprogramma zorgvuldig te lezen en ervoor te zorgen dat je aanvraag aan alle vereisten voldoet.

2.1.2 Netwerken

Er zijn een aantal netwerken in Europa die relevant kunnen zijn voor de filmindustrie als wel de regionale filmindustrie. Hier zijn er vier op een rij gezet:

- European Film Promotion (EFP): EFP is een netwerk van Europese filmpromotiebureaus die samenwerken om de Europese film over de hele wereld te promoten.
- European Film Academy (EFA): De EFA is een organisatie die filmprofessionals uit heel Europa samenbrengt om de Europese film te vieren en culturele diversiteit te bevorderen.

- Cineuropa: Cineuropa is een netwerk van journalisten en filmprofessionals dat nieuws, informatie en hulpmiddelen biedt voor de Europese filmindustrie.
- Screen Talent Europe: is een netwerk van 17 talenthubs in 8 landen waaronder Denemarken, Duitsland en Ierland. New Nordic Wave is lid van het netwerk.

2.1.3 Belangrijke trends

Binnen de subsidieprogramma's zijn er zeven verschillende belangrijke trends in de onafhankelijke filmindustrie in Europa die met name gesubsidieerd worden. Zo is er een groeiende vraag naar (1) diversiteit en inclusieve vertegenwoordiging in film. Veel onafhankelijke productiebedrijven werken aan films die een breed scala aan stemmen en ervaringen weerspiegelen. Vanuit dit idee is er een groeiende populariteit van (2) documentaires die in hybride formats worden gepresenteerd. Productiemaatschappijen richten zich op het maken van boeiende documentaires die de grenzen tussen documentaire en fictie doen vervagen en nieuwe vormen van storytelling verkennen. Naast inclusie en diversiteit ligt er ook een nadruk op (3) duurzaamheid en sociale verantwoordelijkheid. Zo werken productiemaatschappijen eraan om hun impact op het milieu te verminderen en sociale rechtvaardigheid te bevorderen via hun films. Vanuit de techniek en productiedistributie zijn er een aantal ontwikkelingen die opvallen. Zo is er een focus op (4) internationale coproducties, waarbij onafhankelijke filmproductiemaatschappijen steeds vaker samenwerken met internationale partners om coproducties te maken die een groter publiek kunnen bereiken en de distributiemogelijkheden kunnen vergroten. Om een groter publiek te bereiken vindt er (5) innovatieve distributie en marketing plaats, bijvoorbeeld via online platforms en sociale media. Daarnaast verkennen meer filmmakers het potentieel van (6) virtuele en augmented reality-technologieën bij het vertellen van verhalen en het maken van films. Als laatste punt zijn de (7) streamingsdiensten een belangrijke trend binnen deze programma's. Streamingdiensten als Netflix en Amazon Prime blijven groeien in populariteit en richten veel productiebedrijven zich op het creëren van inhoud specifiek voor deze platforms.

Een vraag die hieruit kan volgen is of de streamingdiensten een mogelijkheid zijn voor onafhankelijke filmproducties? Streamingdiensten hebben een belangrijke kans gecreëerd voor deze sector. De wet 'investeringsverplichting streamers' draagt hieraan bij, deze wet is aangenomen in de Tweede Kamer en gaat nu naar de Eerste Kamer. In deze wet wordt vastgelegd welk percentage de grote streamers zoals Netflix en Disney+ moeten investeren in Nederlands én Friestalige productie en talent. Naar verwachting zal deze wet op 1 januari 2024 ingaan. Naast dat dit wetvoorstel kansen biedt, maken streamingdiensten het ook gemakkelijker voor relatief kleinere films of breder publiek te bereiken. Streamingdiensten bieden daarnaast ook een alternatief distributiemodel voor kleine filmproducenten, die moeite hebben met traditionele distributiedeals.

2.2 Europa in cijfers

De gemiddelde opbrengst van een Europese film in de culturele sector kan sterk variëren afhankelijk van vele factoren, zoals het land van oorsprong, het genre, het budget, de marketing- en distributiestrategieën, de kritische ontvangst en de aantrekkingskracht van het publiek. Volgens het European Audiovisual Observatory's (2020) rapport voor de audiovisuele sector over de exploitatie van Europese films in de bioscoop en homevideo in de Europese Unie bedroeg de gemiddelde bruto bioscoopopbrengst per Europese film €458 000. Dit cijfer

vertegenwoordigt de totale boxoffice-inkomsten die een film tijdens zijn bioscooprelease in de EU heeft gegenereerd.

Het is belangrijk op te merken dat dit cijfer een gemiddelde is en dat de werkelijke inkomsten sterk kunnen variëren, afhankelijk van verschillende factoren. Sommige Europese films kunnen hogere of lagere inkomsten hebben, afhankelijk van hun populariteit en succes. Bovendien kunnen de inkomsten uit homevideo, streaming en andere distributieplatforms ook aanzienlijk bijdragen aan de totale inkomsten van een film.

Het gemiddelde inkomen van een onafhankelijke filmmaker in Europa kan sterk variëren op basis van een aantal factoren. Sommige onafhankelijke filmmakers kunnen aanzienlijke financiering krijgen van subsidies, investeerders of andere bronnen, terwijl anderen volledig zelf gefinancierd worden. Bovendien kan het inkomen van een onafhankelijke filmmaker afhangen van het succes van zijn films, dat onvoorspelbaar kan zijn. Het gemiddelde inkomen van een zelfstandige filmmaker in Europa in 2017 bedraagt € 21 000. Dit cijfer omvat zowel onafhankelijke als aan een studio verbonden filmmakers.

2.2.1 Low-Budget Filmproducties

De definitie van een 'low-budget' film kan variëren, afhankelijk van de context en de industrie. In het algemeen is een low budget film een film die wordt geproduceerd met een beperkte hoeveelheid financiering, meestal met een budget van minder dan €1 miljoen.

In sommige gevallen kan de definitie van een low budget film nog restrictiever zijn, waarbij budgetten van minder dan €100.000 of €500.000 als low-budget worden beschouwd. Het is echter vermeldenswaard dat het bedrag dat nodig is om een succesvolle film te produceren sterk kan variëren. Uiteindelijk kan de definitie van een low budget film enigszins subjectief zijn en variëren afhankelijk van de context en de industrie in kwestie. In het algemeen is een low budget film echter een film die wordt geproduceerd met een beperkte hoeveelheid financiering. Concreet voorbeeld voor Nederlandse context: van het filmfonds is er een low-budget regeling genaamd 'Caleidoscope' die een regeling van €450.000 bedraagt.

Europa investeert op drie verschillende manieren in low-budgetfilms, één van de belangrijkste financieringsbronnen voor low-budget films in Europa zijn overheidssubsidies en financieringsprogramma's. Creative Europe, het financieringsprogramma van de EU, biedt bijvoorbeeld subsidies en steun voor de productie, distributie en promotie van Europese films. Veel individuele landen in Europa hebben ook hun eigen financieringsprogramma's ter ondersteuning van de filmindustrie. Particuliere investeringen zijn een andere belangrijke financieringsbron voor low-budgetfilms in Europa. Het kan gaan om investeringen van onder meer individuele investeerders, filmproductiebedrijven en risicokapitaalbedrijven. Veel low-budgetfilms worden gefinancierd via crowdfundingcampagnes, waarbij particulieren kleine bedragen kunnen bijdragen in ruil voor verschillende voordelen en beloningen. Ook coproductieovereenkomsten tussen verschillende landen zijn een belangrijke manier waarop Europa investeert in low-budgetfilms. Door middelen en expertise te bundelen, kunnen coproducties de kosten helpen drukken en de kans op succes voor lowbudgetfilms vergroten.

In het algemeen investeert Europa op verschillende manieren in goedkope films, waaruit blijkt dat de regio, de culturele en creatieve sectoren wil steunen. Hoewel de financiering beperkt

kan zijn, zijn er veel mogelijkheden voor kleine filmproductiebedrijven om de middelen te verkrijgen die zij nodig hebben om innovatieve en aantrekkelijke films te maken.

2.2.2 Onafhankelijke Filmproducties

De onafhankelijke filmindustrie is om verschillende redenen belangrijk voor de economie in Europa. Dit is ook van toepassing op de regionale economie van Noord-Nederland.

Ten eerste biedt zij kleine en onafhankelijke filmmakers kansen om unieke en innovatieve inhoud te creëren die wellicht niet door grotere studio's of bedrijven wordt geproduceerd. Deze verscheidenheid aan inhoud helpt de culturele ervaringen van het publiek te verrijken, wat op zijn beurt meer mensen kan aantrekken naar theaters, festivals en andere culturele evenementen, wat resulteert in hogere inkomsten.

Ten tweede schept de onafhankelijke filmindustrie banen en stimuleert zij de economische groei, vooral in gebieden met een sterke creatieve gemeenschap. Deze industrie kan ook bijdragen tot de groei van aanverwante sectoren, zoals toerisme en horeca, aangezien culturele evenementen en festivals bezoekers uit de hele wereld aantrekken.

Ten derde kunnen regeringen en andere instellingen, door de onafhankelijke filmindustrie te steunen, bijdragen tot de bevordering en het behoud van het culturele erfgoed, artistieke expressie ondersteunen en de vrijheid van meningsuiting en creativiteit aanmoedigen, wat belangrijke waarden zijn in een democratische samenleving.

Ten slotte kan de onafhankelijke filmindustrie ook bijdragen tot de ontwikkeling van nieuw talent en nieuwe ideeën, die innovatie en vooruitgang in de bredere filmindustrie kunnen stimuleren, zowel in Europa als wereldwijd.

2.2.3 Positie van Onafhankelijke Filmproducties in Europa

De Europese filmindustrie, inclusief de onafhankelijke filmindustrie, heeft een sterke positie in de wereld. Veel succesvolle en geprezen films zijn geproduceerd door Europese filmmakers en de regio heeft een aanzienlijke invloed op de wereldwijde filmcultuur. Bovendien zijn Europese filmfestivals zoals Cannes, Berlijn en Venetië internationaal erkend en trekken ze veel publiek en kritische aandacht uit de hele wereld. Europese landen steunen hun filmindustrie ook van oudsher met overheidssubsidies, subsidies en andere vormen van financiële bijstand. Dit heeft bijgedragen tot een levendige en diverse filmwereld die vandaag de dag nog steeds floreert.

2.3 Landen en Filmproducties

De beste plaats in Europa om een onafhankelijke film te produceren hangt af van verschillende factoren, zoals budget, taal, beschikbaarheid van talent en filminfrastructuur. Enkele landen die beschouwd worden als goede plaatsen om onafhankelijke films te produceren zijn;

1. Het Verenigd Koninkrijk heeft een bloeiende filmindustrie, met productiefaciliteiten van wereldklasse, ervaren crews en een ondersteunend financieringssysteem van de overheid. De Engelse taal maakt het ook een aantrekkelijke locatie voor internationale coproducties.
2. Frankrijk heeft een lange geschiedenis in het produceren van kwaliteitsfilms, en het land biedt verschillende financieringsmogelijkheden, waaronder overheidssubsidies. Het

land heeft ook een sterke filmcultuur, met veel festivals en evenementen waar onafhankelijke en arthouse films worden vertoond.

3. Duitsland heeft een gevestigde filmindustrie, met moderne productiefaciliteiten en ervaren crews. Het land biedt ook verschillende financieringsmogelijkheden, waaronder subsidies en zachte leningen van overheidsinstanties.

Met deze informatie is er ook een top 5 beschikbaar van landen die de meeste subsidie toegekend krijgen vanuit Europa. Vanuit het jaarverslag van Creative Europe uit 2020 staat Italië op nummer 1, gevolgd door Spanje, Duitsland, Frankrijk en Verenigd Koninkrijk. Opvallend is dat Nederland niet tot deze top 5 behoort. Dit beoogt een mogelijkheid voor de Nederlandse filmproducties.

Er zijn vier verschillende redenen waarom deze top 5 financiering toegekend kreeg vanuit Creative Europe ten opzichte van andere deelnemende landen in Europa. Veel van deze landen hebben (1) diverse en levendige culturele scènes, waardoor ze sterke kandidaten zijn voor financiering op gebieden als film, muziek en kunst. Daarnaast speelt (2) bevolking ook een rol. Landen met een grotere bevolking kunnen meer creatieve en culturele producenten hebben die in aanmerking komen voor financiering. Hieraan gekoppeld kennen landen zoals Italië en Frankrijk (3) sterke creatieve industrieën. Zij hebben een lange tradities van artistieke en culturele productie, wat kan helpen om een sterke creatieve sector tot stand te brengen en financiering aan te trekken. Het laatste reden is dat de toewijzing van financiering beïnvloed kan worden door factoren zoals de (4) politieke en economische stabiliteit van een land en zijn staat van dienst op het gebied van doeltreffend gebruik van financiering.

3. Implementatie en Advies

Dit hoofdstuk bevat enkele adviezen en implementatie mogelijkheden. Om dit hoofdstuk zo gericht mogelijk te lezen zijn er drie kanttekeningen gezien de gepresenteerde informatie. Ten eerste, staat dit hoofdstuk los van dit onderzoek en kan los daarvan gelezen worden. Het onderzoek is gebruikt als bron en aanleiding. Ten tweede, zijn de adviezen gebaseerd op gesprekken met onderzoekers, beleidsmakers en filmmakers. Ten derde, hoe het betreffende advies en implementatie gelezen wordt, is afhankelijk van de lezer. De belanghebbende voor dit hoofdstuk kunnen hun eigen afwegingen maken en daar hun besluitvorming op toepassen.

Dit hoofdstuk kent als hoofdadvis dat er gezien het onderzoek tools en methodes ontwikkeld moeten worden die gericht de economische effecten en waarden van films binnen de Noordelijke filmindustrie kunnen meten. Dit kan van substantieel belang zijn gezien film naar culturele waarde ook een economische waarde toegekend kan krijgen. Naast methodes voor economische effecten en waarden is er ook een sterke behoefte aan een overkoepelende methode binnen de filmindustrie genaamd: Quadruple Aim-model. Dit model wordt al enige tijd binnen de zorg gebruikt en kan worden geïmplementeerd binnen de film sector. Voor verdiepende informatie lees kopje 3.5.2

3.1 Innovatie

Filmproducenten binnen Noord-Nederland zijn niet gewend om op een specifieke manier projecten te schrijven en/of financieringen aan te vragen gezien Europese subsidies. Hiervoor is innovatie nodig, namelijk hoe bieden we hulpmiddelen aan om de kloof te dichten tussen de beschikbaarheid van Europese subsidies en Noord-Nederlandse filmproducenten. Hierbij is het

belangrijk voor filmproducten om in te spelen op de trends die 2.1.3 zijn genoemd. Beginnen met innovatie kan een uitdagend proces zijn, maar er zijn enkele algemene stappen die genomen kunnen worden.

Zo begint innovatie vaak met het identificeren van een probleem of kans die moet worden aangepakt. Zodra een probleem of kans geïdentificeerd is, is de volgende stap informatie verzamelen en onderzoeken wat de mogelijke oplossingen zijn. Dit kan dus inhouden dat er gezocht moet worden naar deskundigen op dit gebied.

Na een goed begrip te hebben verkregen van het probleem en/of kansen begint het brainstormen naar mogelijke oplossingen. Wat opgevolgd kan worden door het testen van potentiële oplossingen. Op basis van de testresultaten en de feedback kan het idee verfijnd worden. Wanneer er een sterke oplossing is, begint de implementatie en opschaling ervan. Dit betekent dat er financiering of partnerschappen moeten worden gezocht om de innovatie op de markt of bij een breder publiek te brengen.

3.1.1 Vaardigheden voor Innovatie

Om innovatie in de onafhankelijke filmindustrie te bevorderen, kunnen verschillende vaardigheden nodig zijn. Hieronder zijn enkele vaardigheden benoemd die belangrijk kunnen zijn voor filmmakers die willen innoveren en nieuwe bedrijfsmodellen willen ontwikkelen:

1. Filmmakers moeten over sterke creatieve vaardigheden beschikken om innovatieve ideeën en concepten voor hun projecten te ontwikkelen. Hierbij kan het gaan om vaardigheden als scenarioschrijven, verhalen vertellen en visueel ontwerp.
2. Om duurzame bedrijfsmodellen te ontwikkelen, moeten filmmakers een goed begrip hebben van zakelijke principes en praktijken. Hierbij kan het gaan om vaardigheden als financieel beheer, marketing en promotie, en onderhandelen en communiceren.
3. Aangezien de technologie zich blijft ontwikkelen, moeten filmmakers een goede beheersing hebben van technische vaardigheden die verband houden met filmmaken, zoals videobewerking, geluidsontwerp en speciale effecten.

In het algemeen kan een breed scala aan vaardigheden nodig zijn om innovatie in de kleine filmindustrie te bevorderen.

3.2 Optimaliseren van subsidieaanvragen

Film moet ingezet worden als middel om Europese thema's te bekrachtigen. Door deze combinatie kan er vanuit de filmindustrie filmproducties gefinancierd worden als wel een bijdrage leveren aan maatschappelijke onderwerpen die op Europees vlak relevantie kennen. Hiervoor is het belangrijk om als filmproducent op de hoogte te zijn hoe je het beste een subsidieaanvraag doet. Een typisch subsidievoorstel omvat doorgaans de volgende hoofdstukken: begeleidende brief, titelpagina, samenvatting, inleiding, projectbeschrijving, begroting, tijdschema, evaluatieplan, conclusie en bijlagen. Om zo'n subsidieaanvraag optimaal te produceren zijn er een aantal vaardigheden nodig:

- Projectontwikkeling en -beheer zorgt voor een belangrijk beeld van het project. Hierbij is het van belang dat elementen van het project duidelijk worden verwoord.
- Een belangrijk onderdeel van elke financieringsaanvraag is het budget en het financiële plan. Deze moet rekening houden met alle kosten van het project, inclusief productie, postproductie, marketing en distributie.

- Goede schrijf- en communicatievaardigheden zijn belangrijk in de aanvraagprocedure, omdat je een duidelijk en overtuigend voorstel moet schrijven dat je project en je visie effectief overbrengt. Dit houdt ook in dat je een sterke logline, synopsis en treatment moet kunnen schrijven.
- Als filmmaker moet je een sterke creatieve visie hebben voor je project, evenals het vermogen om een overtuigend verhaal te vertellen dat het publiek aanspreekt en aanspreekt. Dit kan worden aangetoond door de kwaliteit van je script en visueel materiaal, zoals storyboards of moodboards.
- Een sterke kennis van de filmindustrie en het specifieke programma waarvoor je je aanmeldt, kan een troef zijn in het proces. Het kan ook nuttig zijn om een sterk netwerk van contacten en medewerkers te hebben, waaronder producenten, distributeurs en festivalprogrammeurs.
- Het aanvragen van filmfinanciering kan een uitdagend en competitief proces zijn, en het kan tijd en doorzettingsvermogen vergen om succesvol te zijn. Een veerkrachtige mentaliteit en de bereidheid om te leren van feedback en tegenslagen kunnen belangrijk zijn in het aanvraagproces.

In het algemeen vereist een succesvolle aanvraag voor filmfinanciering in Europa een combinatie van technische vaardigheden, creatieve visie, kennis van de industrie en doorzettingsvermogen. Het kan ook nuttig zijn om middelen en ondersteuning te zoeken, zoals workshops of mentorschapsprogramma's, om je vaardigheden te verbeteren en je kansen op succes te vergroten.

3.2.1 Hulpmiddelen

Er zijn verschillende modellen en schema's die gebruikt kunnen worden bij het ontwikkelen van een voorstel voor een filmproject, afhankelijk van de specifieke behoeften en voorkeuren.

- SWOT-analyse: Dit model wordt gebruikt om de sterke punten, zwakke punten, kansen en bedreigingen (SWOT) van een project te beoordelen. Het helpt gebieden te identificeren waarin het project kan uitblinken en gebieden die misschien meer aandacht nodig hebben.
- Business model canvas: Dit model is een visueel hulpmiddel dat de belangrijkste onderdelen van een bedrijfsmodel schetst, waaronder de waardepropositie, klantsegmenten, inkomstenstromen en kostenstructuur. Het kan helpen de kernelementen van het project te definiëren en gebieden te identificeren die voor verbetering vatbaar zijn.
- Lean startup-methodologie: Dit model is ontworpen om startups te helpen hun bedrijfsmodellen op een snelle en efficiënte manier te testen en te verfijnen. Het omvat iteratieve experimenten, feedback van klanten en gegevensgestuurde besluitvorming.
- Design thinking: Dit is een kader voor probleemoplossing waarbij men zich inleeft in de gebruikers, het probleem definieert, potentiële oplossingen bedenkt, prototypes maakt en test. Het kan helpen creatieve ideeën te genereren en een project te ontwikkelen dat voldoet aan de behoeften van uw doelgroep.
- Agile projectmanagement: Dit is een methode voor het beheren van projecten waarbij iteratieve ontwikkeling, continue feedback en flexibele planning een rol spelen. Het kan

helpen om tijdens het werken aan uw filmproject flexibel te blijven en in te spelen op veranderende omstandigheden.

Het implementatie van het juiste model is afhankelijk van de specifieke behoeften van de aanvraag.

3.2.2 Vaardigheden en trainingsprogramma's

Het ontwikkelen van een programma om onafhankelijke filmmakers te ondersteunen bij het schrijven van voorstellen kan een waardevolle manier zijn om opkomende filmmakers te helpen de vaardigheden en middelen te ontwikkelen die zij nodig hebben om met succes financiering en steun voor hun filmprojecten aan te vragen. Hieronder staan enkele elementen vermeld die een programma zou kunnen bieden.

- Het programma zou workshops of trainingen kunnen omvatten die specifiek gericht zijn op het schrijven van voorstellen. Deze workshops zouden onderwerpen kunnen behandelen als het identificeren van financieringsmogelijkheden, het begrijpen van richtlijnen voor voorstellen, het schrijven van overtuigende verhalen en het ontwikkelen van realistische budgetten.
- Deelnemers aan het programma kunnen worden gekoppeld aan mentoren die ervaring hebben met het schrijven van voorstellen en gedurende het hele proces begeleiding en ondersteuning kunnen bieden. Daarbij kan het gaan om feedback op conceptvoorstellen, hulp bij het vinden van geschikte financieringsbronnen en advies over hoe voorstellen doeltreffend kunnen worden gepresenteerd.
- Het programma kan deelnemers casestudies en voorbeelden van succesvolle filmvoorstellen bieden, waarbij de beste praktijken en strategieën voor het ontwikkelen van winnende voorstellen worden belicht.
- Het programma kan deelnemers de mogelijkheid bieden om te netwerken met andere filmmakers en professionals uit de sector, waaronder financiers en distributeurs. Deze netwerk mogelijkheden kunnen helpen bij het opbouwen van relaties en connecties die waardevol kunnen zijn bij het verkrijgen van financiering en steun voor toekomstige projecten.
- Het programma kan deelnemers toegang bieden tot een bibliotheek met informatie over financieringsbronnen, tips en sjablonen voor het schrijven van voorstellen en andere nuttige hulpmiddelen voor filmmakers.

In het algemeen kan een programma gericht op het ondersteunen van kleine filmmakers bij het schrijven van voorstellen een waardevolle manier zijn om opkomende filmmakers te helpen toegang te krijgen tot de middelen en ondersteuning die ze nodig hebben om hun filmprojecten tot een goed einde te brengen.

3.2.3 Europese Trainingsprogramma's

Binnen Europa zijn er enkele mentorprogramma's voor filmmakers die gebruikt kunnen worden op de subsidieaanvragen te optimaliseren:

- EAVE (European Audiovisual Entrepreneurs) is een opleidingsprogramma voor producenten dat een reeks workshops, begeleiding en netwerk mogelijkheden biedt.

Het programma is bedoeld om producenten te helpen hun vaardigheden te ontwikkelen en hun internationale netwerken op te bouwen.

- ACE Producers is een jaar lang trainings- en mentorprogramma voor ervaren producenten. Het programma biedt een scala aan workshops en mentormogelijkheden, evenals toegang tot een netwerk van internationale producenten en industrie-experts.
- Screen Leaders is een leiderschaps- en managementprogramma voor ervaren professionals die werkzaam zijn in de schermindustrieën, waaronder film, tv en digitale media. Het programma biedt training en begeleiding en de mogelijkheid om internationale netwerken te ontwikkelen.
- WEMW (When East Meets West) is een trainings- en coproductieforum voor filmprofessionals die in Midden- en Oost-Europa werken. Het programma omvat workshops, pitching-sessies en mentoring-mogelijkheden, evenals toegang tot een netwerk van internationale professionals uit de industrie.
- Cinelink is een co-productiemarkt en trainingsprogramma voor filmmakers uit Zuidoost-Europa. Het programma omvat workshops, mentoring en pitching-sessies, en de mogelijkheid om in contact te komen met internationale professionals uit de industrie.
- Eurodoc is een traject voor documentaire producenten van artistieke documentaire. Drie keer per jaar komen de deelnemers bij elkaar en worden getraind door experts uit het vak. Daarnaast worden omroepen en streamers aan de producenten gekoppeld. Eurodoc was in 2020 te gast in Leeuwarden

Er zijn veel andere programma's en initiatieven die training, mentoring en netwerkmogelijkheden bieden, dus het is de moeite waard om verschillende opties te verkennen om het programma te vinden dat het beste bij de betreffende doelen en behoeftes passen.

3.2.4 Nederlandse Trainingsprogramma's

Binnen Nederland zijn er enkel trainingsprogramma's die interessant kunnen zijn voor toekomstige filmmakers.

- De Nederlandse Filmacademie biedt verschillende bachelor- en masteropleidingen in film, waaronder regie, scenarioschrijven, produceren, cinematografie, geluidsontwerp en visuele effecten. Deze programma's bieden studenten zowel theoretische kennis als praktische ervaring in het maken van films.
- CineSud Talent biedt filmmakers unieke kansen in het hart van Europa en brengt makers en publiek samen. Binnen de 'hub' werken nieuwe filmmakers samen met professionals om hun skills en kwaliteiten te bevorderen.
- IDFA Decolab is een internationaal documentaire-instituut dat staat voor het vergroten en verbeteren van het internationale documentaireklimaat. Zij stimuleren de productie en distributie en richten zich op inclusiviteit en stem te geven aan ondervertegenwoordigde filmmakers
- Het Nederlands Film Festival organiseert de NFF Talent Day, een eendaags evenement voor jonge en opkomende filmmakers. Het evenement omvat workshops, masterclasses en de mogelijkheid om te netwerken met professionals uit de industrie.

- Teledoc Campus bieden beginnende regisseurs én producenten de gelegenheid bieden ervaring op te doen. Dit opent de weg naar kwaliteitsdocumentaires met een cinematografisch en onconventioneel karakter.
- New Noardic Wave organiseert 'New Wave', een talentontwikkelingsprogramma van ca. een jaar voor een groep van Noordelijke regisseurs. Zij worden op persoonlijke, zakelijke en artistieke ontwikkelingen getraind.

3.3 Ondernemerschap

Om de kennis over ondernemerschap voor filmmakers in Europa te verbeteren zijn er een aantal punten van belang. Het aanbieden van opleidingsprogramma's en cursussen die specifiek zijn afgestemd op de behoeften van filmmakers in de culturele sector kan hen helpen hun ondernemersvaardigheden te ontwikkelen, zoals bedrijfsplanning, financiën, marketing en netwerken. Daarnaast kan betere toegang bieden tot financieringsmogelijkheden, zoals subsidies, leningen en crowdfunding, kan filmmakers helpen de nodige financiering te verkrijgen om hun films te ontwikkelen en te distribueren, en te investeren in hun eigen ondernemersvaardigheden. Mogelijkheden tot netwerk kan filmmakers de mogelijkheid vinden om in contact te komen met potentiële investeerders, distributeurs en medewerkers. Hierbij kan het organiseren van evenementen in de sector, zoals filmfestivals, handelsbeurzen en conferenties de toegankelijkheid vergroten. Dit zijn enkele voorbeelden van opties waarbij de ondernemersvaardigheden van filmmakers gestimuleerd kunnen worden.

3.3.1 Verkennen van nieuwe businessmodellen

Het verkennen van nieuwe businessmodellen in de kleine filmindustrie van Europa kan een uitdagend proces zijn. Het is van belang om te beginnen met het identificeren van de belangrijkste uitdagingen voor de industrie, zoals beperkte financiering, concurrentie van grotere studio's of problemen met distributie en marketing. Dit kan een beter begrip geven op welke specifieke gebieden nieuwe bedrijfsmodellen nodig zijn. Met deze kennis kan er gebruik worden gemaakt van innovatieve bedrijfsmodellen, zoals crowdfunding, revenue sharing en direct-to-consumer distributie. Door context te nemen met deskundigen en belanghebbenden in de kleine filmindustrie in Europa stelt een nieuwe reeks aan informatie zich beschikbaar. Potentiële nieuwe bedrijfsmodellen kunnen hierdoor op kleine schaal geëxperimenteerd worden. Met de feedback en de evaluatie van deze test-case kunnen succesvolle modellen opgeschaald worden. Een openstaande en experimentele houding is essentieel voor het verkennen van nieuwe businessmodellen.

3.4 Competenties

Als kleine filmmaker vereist het runnen van je eigen productiebedrijf verschillende vaardigheden om succesvol te zijn. Hier zijn enkele van de belangrijkste vaardigheden die je kunnen helpen om je eigen productiebedrijf effectiever te runnen:

- Creativiteit: Kleine filmmakers moeten een sterke creatieve visie hebben om meeslepende films te ontwikkelen en te produceren die het publiek boeien.
- Projectmanagement: Effectieve projectmanagementvaardigheden zijn essentieel voor het runnen van een succesvol productiebedrijf. Dit omvat het plannen en organiseren van projecten, het vaststellen van tijdschema's en budgetten, het beheren van middelen en het delegeren van taken.

- Communicatie: Goede communicatievaardigheden zijn essentieel voor kleine filmmakers, die hun visie moeten kunnen overbrengen aan acteurs, crewleden, investeerders en distributeurs.
- Financieel beheer: Financiële managementvaardigheden zijn cruciaal voor kleine filmmakers die effectief moeten budgetteren, kapitaal moeten aantrekken en de cashflow moeten beheren.
- Marketing: Inzicht in marketing en distributie is essentieel voor kleine filmmakers, die een publiek voor hun films moeten opbouwen en relaties moeten ontwikkelen met distributeurs en andere professionals uit de industrie.
- Technische vaardigheid: Kleine filmmakers moeten vertrouwd zijn met de technische aspecten van filmproductie, zoals camerawerk, belichting, geluid en postproductie.
- Netwerken: Relaties opbouwen met andere professionals in de industrie is essentieel voor kleine filmmakers, die een netwerk van medewerkers, investeerders en distributeurs moeten creëren om hun projecten tot een goed einde te brengen.

Door deze vaardigheden te ontwikkelen, kunnen onafhankelijke filmmakers hun kansen op succes vergroten en een sterke reputatie opbouwen in de industrie.

3.5 Droomscenario en praktische aanbevelingen

Dit subhoofdstuk biedt een schematische weergave van de actuele ontwikkelingen, een droomscenario en de praktische aanbevelingen die voort komen vanuit dit rapport. Gezien de informatie en de huidige ontwikkelingen zijn er een aantal vervolgstappen die ondernomen kunnen worden.

3.5.1 Actuele ontwikkelingen

Actuele ontwikkelingen beïnvloeden hoe de filmindustrie zich beweegt. Deze uitleg biedt mogelijkheid tot kansen en financiering van Europese/nationale producties

- De wet ‘investeringsverplichting streamers’ is aangenomen in de Tweede Kamer en gaat nu naar de Eerste Kamer. In deze wet wordt vastgelegd welk percentage de grote streamers zoals Netflix en Disney+ moeten investeren in Nederlands én Friestalige productie en talent. Naar verwachting zal deze wet op 1 januari 2024 ingaan.
- Onlangs maakte staatssecretaris Uslu bekend dat er in de aankomende jaren 6 miljoen Euro wordt geïnvesteerd in Screen Talent NL en regionale hubs. Waarvan CineNord/ New Noardic Wave één van de drie hubs zal zijn. De andere hubs zijn CineSud(Limburg) en We Are Playgrounds(Noord-Brabant).
- In dit kader ontwikkelt Screen Talent NL op dit moment projecten voor de aankomende jaren die zich verder richten op het ontwikkelen en produceren van o.a. korte film, documentaire, innovatieve media, series en low-budget speelfilm. Hierbij worden samenwerkingen opgezet tussen STNL, NPO, Streamers(Netflix, Viaplay, Videoland), Filmfestivals en het Nederlands Filmfonds. Noord-Nederlandse makers krijgen via CineNord straks direct toegang tot het landelijk professioneel netwerk.
- In samenwerking met beleidsadviseurs van de Provincie Fryslân zijn door CineNord twee pagina's over het stimuleren van Friese Audiovisuele producties toegevoegd aan het voorstel Bestuursafpraak Fryske taal en Kultuer 2025-2028
- De eerste editie van Het Beloofde land, een door Screen Talent NL en CineNord geïnitieerd traject voor korte en middellange films geworteld in de regio is van start. Op

19 juni j.l. werden de eerste projecten bekend gemaakt. Het Beloofde land krijgt een vervolg, dit zorgt ervoor dat er (1) producenten worden opgeleidt (2) er in de regio gewortelde verhalen worden ontwikkelt. Ook de afgevalen projecten hebben een ontwikkelproces gehad en kunnen met hun plan financiering aanvragen. Dit levert nog meer producties op.

Nationaal Groeifonds

- Screen Talent NL onderzoekt een aanvraag voor het Nationaal Groeifonds. Kennisontwikkeling: Leven Lang Ontwikkelen (LLO) Screen Talent NL richt zich op het bevorderen van talentontwikkeling en het versterken van het talent- en productieklimaat in de Nederlandse filmsector juist buiten de randstad. Het thema Leven Lang Ontwikkelen sluit hier goed bij aan, omdat het gericht is op het bieden van continue educatie en training aan professionals. Dit omvat bijvoorbeeld bijscholing, coaching, mentorprogramma's en andere leeractiviteiten om talentontwikkeling en carrièregroei te stimuleren.

3.5.2 Quadrupel Aim Model

In de aanvraag van Screen Talent NL aan het Nationaal Groeifonds kan het Quadruple Aim-model worden toegepast om de doelstellingen en ambities van het project te benadrukken. Dit model kan worden vertaald naar de volgende elementen:

- Verbeterde talentervaring: het streven naar een verbeterde ervaring en ontwikkeling van talent in de Nederlandse filmindustrie. Dit omvat aspecten zoals toegankelijkheid tot opleidingsprogramma's, mentoring en begeleiding, mogelijkheden voor professionele groei en het creëren van een ondersteunende omgeving voor talentontwikkeling.
- Verhoogde impact op de Nederlandse filmindustrie: het nastreven van een grotere impact op de Nederlandse filmindustrie door het stimuleren van innovatie, creativiteit en samenwerking tussen talent en productiebedrijven. Dit omvat het bevorderen van hoogwaardige filmproducties, het vergroten van de internationale zichtbaarheid en het versterken van de concurrentiepositie van de Nederlandse filmsector.
- Duurzaamheid en groen filmproduceren: het integreren van duurzaamheidsprincipes en groene productiemethoden in de Nederlandse filmindustrie. Dit omvat het bevorderen van milieuvriendelijke productieprocessen, het verminderen van de ecologische voetafdruk en het ondersteunen van duurzame praktijken binnen de filmsector.
- Versterking van werkgelegenheid en talentbehoud in de regio: het creëren van een gunstig vestigingsklimaat en het versterken van de werkgelegenheid in de regio's waar talent- en productiehub van Screen Talent NL actief zijn. Dit omvat het stimuleren van economische groei, het aantrekken van internationale filmproducties, het bevorderen van regionale samenwerking en het behouden van talent in de Nederlandse regio's.

Door het benadrukken van deze vier elementen in de aanvraag aan het Nationaal Groeifonds kan Screen Talent NL aantonen dat het project aansluit bij de doelen en visie van het fonds en dat het een holistische benadering hanteert om de Nederlandse filmindustrie te versterken en te laten floreren.

3.5.3 Visie en Strategie voor Hollywood aan de Wadden: Een Droomscenario

Op basis van uitgebreid onderzoek en internationale best practices streven wij naar het volgende droomscenario:

- Oprichting van een werkgroep Hollywood aan de Wadden met vertegenwoordigers van Gemeente Leeuwarden, Provincie Fyslân, Merk Fryslân, Screent Talent NL, CineNord, opleidingen en het bedrijfsleven, waarbij ook andere provincies en grote gemeenten betrokken worden bij de profilering van Noord-Nederland.
- Het tot stand brengen van een gedeelde visie, strategie en investeringsagenda tussen verschillende beleidsgebieden, zoals toerisme, circulaire economie, energie, investeerders, bedrijfsleven en opleidingen, om van Hollywood aan de Wadden de meest circulaire, eerlijke en duurzame film- en AV-media regio in Europa te maken.
- Implementatie van selectieve ontwikkel- en productie programma's in Noord-Nederland voor het produceren van lokale verhalen en het trainen van lokaal talent in verschillende categorieën, zoals korte films, documentaires en low-budget films.
- Invoering van een Production Incentive in Noord-Nederland met een verplichte regionale uitgave van 100% (voorstel budgetverdeling 75% voor selectieve programma's en 25% voor de incentive).
- Ontwikkeling van een fijnmazig vertonings- en distributienetwerk in Noord-Nederland, vergelijkbaar met het lepenloftspul, waardoor regionaal werk regionaal gezien kan worden.
- Creëren van High-End studioruimtes in de provincie met Virtuele productie faciliteiten en voldoende opgeleid technisch personeel.

3.5.4 Praktische aanbevelingen

- Erken film als een economische en profileringskans, met voordelen op het gebied van toerisme, werkgelegenheid, creatieve banen en het vestigingsklimaat.
- Oprichting van een werkgroep Hollywood aan de Wadden met vertegenwoordigers van Gemeente Leeuwarden en Provincie Fyslân, Merk Fryslân, Screent Talent NL, CineNord, opleidingen en het bedrijfsleven. Andere provincies en grote gemeenten sluiten zich aan bij de profilering van Noord-Nederland.
- Toewijzing van een budget (100k-200k) voor pilots ter ontwikkeling van 2 tot 4 High-End series en/of speelfilms om aan te sluiten bij investeringswet streamers.
- Gezamenlijke oprichting van een cluster voor Virtuele productie, waar marktpartijen, organisaties en overheden onderzoeken hoe een virtuele productiestudio concreet kan worden gerealiseerd. Haalbaarheidsonderzoek naar Virtuele Studio in Leeuwarden. Dit ter versterking van talent, ondernemerschap en kwaliteitsproducties.

3.5.5 Financiering

- Gezamenlijk onderzoek naar Europese mogelijkheden, zoals het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling (ERDF), Horizon en Interreg.
- Gezamenlijk onderzoek naar een aanvraag bij het Nationaal Groeifonds (ca. 200/250 miljoen euro) voor de regio's Noord, Limburg en Noord-Brabant.

Nawoord

Dit onderzoek heeft de klemtoon gelegd op stimuleringsinstrumenten voor de doorontwikkeling en innovatie van het ecosysteem van audiovisuele productie in de Noord-Nederlandse provincies. Daarmee is het van belang dat dit onderzoek niet alleen waardevol is voor Provincie Fryslân, maar ook voor alle betrokkenen binnen (Noord-) Nederland. Hierbij zien we voor ons dat dit onderzoek zich gedraagt niet alleen als naslagwerk maar ook als handleiding en dat het wellicht aanvullende en verdiepende onderzoeken initieert.

Namens Stichting CineNord willen wij alle betrokken partijen bedanken voor de samenwerking alswel het totstand komen van dit onderzoek.

