

ANALYSE VAN FILMEXPLOITATIE IN VLAANDEREN

Een onderzoek van de Vrije Universiteit Brussel,
Universiteit Gent en Universiteit Antwerpen

In opdracht van het Vlaams Audiovisueel Fonds (VAF)

Promotoren

Prof. Dr. Tim Raats (VUB)

Prof. Dr. Daniel Biltereyst (UGent)

Prof. Dr. Philippe Meers (UA)

1. Inhoudstafel

1. INHOUDSTAFEL.....	2
2. CONTACT.....	5
3. INLEIDING.....	6
3.1. INLEIDING	6
3.2. AFBAKENING VAN DE STUDIE.....	7
3.3. ONDERZOEKSMETHODE	8
4. SETTING THE SCENE: HET EUROPESE BIOSCOOPLANDSCHAP	13
4.1. INLEIDING	13
4.2. CONTEXTUALISERING: DE EUROPESE FILMMARKT	13
4.3. CONTEXTUALISERING: DE EUROPESE BIOSCOOPMARKT	17
4.4. TRENDS EN UITDAGINGEN VOOR EUROPESE VERTONERS	20
5. OVERZICHT EN ANALYSE VAN HET VERTONERSVELD	25
5.1. INLEIDING	25
5.2. OVERZICHT VAN DE SPELERS.....	25
MULTIPLEXEN	25
ARTHOUSE	27
ONAFHANKELIJKE PROFITBIOSCOOP	28
CULTURELE VERTONERS	29
CULTURELE CENTRA	30
FILMCLUBS	34
ANDERE ORGANISATIES.....	34
5.3. VERGELIJKING VERTONERS INFRASTRUCTUUR EN ORGANISATIE	35
ORGANISATIESTRUCTUUR.....	35
CAPACITEIT.....	37
PERSONEEL.....	37
COMMUNICATIE EN MARKETING	39
VERTONINGSRITME	40
TICKETPRIJZEN.....	41
5.4. VERGELIJKING ACTIVITEITEN EN OMKADERING	44
PARTNERS EN SAMENWERKING	49
5.5. VERGELIJKING PROGRAMMERING EN AANBOD	51
AANTAL TITELS	51
AANTAL VERTONINGEN	52
FOCUS IN AANBOD	52
DIVERSITEIT TITELS EN AANDEEL VAN VLAAMSE FILM	53
RELEASEJAAR	56
AANDEEL “COMMERCIELE” AMERIKAANSE TITELS.....	57

5.6. PUBLIEKSBEREIK	60
PUBLIEKSPROFIEL.....	60
BEZOEKERS.....	61
POPULAIRSTE TITELS.....	63
5.7. BELEIDSONDERSTEUNING VOOR BIOSCOPEN IN VLAANDEREN EN BRUSSEL.....	66
VLAAMS AUDIOVISUEEL FONDS	67
LOKALE STEUN	70
EUROPA CINEMAS	72
5.8. SAMENVATTING EN KEY TAKEAWAYS.....	74
<u>6. BEHOEFTE EN PRIORITEITEN VAN DE VERTONERSSECTOR.....</u>	<u>78</u>
6.1. INLEIDING	78
6.2. PRIORITAIRE BEHOEFTE POST-COVID	78
6.3. OVER HET LANDSCHAP ALS GEHEEL EN DE NOOD AAN VOLDOENDE SCHERMEN	79
6.4. OVER DE COMPLEMENTARITEIT EN ROLLEN VAN DE SPELERS	80
6.5. OVER BEZOEKERSAANTALLEN EN PUBLIEKSBEREIK.....	83
6.6. OVER KOSTEN EN INVESTERINGEN	85
6.7. OVER DRUK EN WELZIJN.....	88
6.8. OVER SAMENWERKING EN KENNISOPBOUW	89
6.9. OVER ABONNEMENTFORMULES EN PASSEN.....	89
6.10. OVER PROMOTIE EN COMMUNICATIE	91
6.11. OVER DE ROL VAN BELEID.....	92
6.12. KEY TAKEAWAYS EN SWOT	95
<u>7. VERGELIJKING MET ANDERE VERTONINGSMARKTEN</u>	<u>98</u>
7.1. INLEIDING	98
7.2. DENEMARKEN	98
VERTONERSVELD EN PROFIEL VAN DE SPELERS.....	98
BEZOEKERS.....	99
TICKETS EN FORMULES.....	100
BELEIDSONDERSTEUNING	102
7.3. FRANKRIJK	105
VERTONERSVELD EN PROFIEL VAN DE SPELERS.....	105
BEZOEKERS.....	106
TICKETS EN FORMULES.....	109
BELEIDSONDERSTEUNING	110
7.4. FRANSE GEMEENSCHAP	114
VERTONERSVELD EN PROFIEL VAN DE SPELERS.....	114
TICKETS EN FORMULES.....	114
BELEIDSONDERSTEUNING	115
7.5. NEDERLAND.....	119
VERTONERSVELD EN PROFIEL VAN DE SPELERS.....	119
BEZOEKERS.....	120
TICKETS EN FORMULES.....	122
BELEIDSONDERSTEUNING	123
7.6. SAMENVATTING EN TAKEAWAYS	128
<u>8. AANBEVELINGEN VOOR EEN TOEKOMSTBESTENDIG VERTONERSLANDSCHAP</u>	<u>132</u>

9.	REFERENTIES.....	146
10.	OVER DE ONDERZOEKERS.....	151
11.	BIJLAGEN.....	153
11.1.	BIJLAGE 1: SURVEY	154
11.2.	BIJLAGE 2: OVERZICHT TOPICLIJST INTERVIEWS (STARTDOCUMENT)	162
11.3.	BIJLAGE 3: OVERZICHT GEÏNTERVIEWDE EXPERTS.....	164
11.4.	BIJLAGE 4: VAF ONDERSTEUNING TOEGEKEND IN 2024.....	166
11.5.	BIJLAGE 5: HET VERTONERLANDSCHAP IN WALLONIË	168
11.6.	BIJLAGE 6: HET VERTONERLANDSCHAP IN HET BRUSSELS HOOFDSTEDELIJK GEWEST	173
11.7.	BIJLAGE 7: OVERZICHT VAN (MIDDEL)GROTE FILMTHEATERS IN NEDERLAND	176
11.8.	BIJLAGE 8: LIJST VAN FIGUREN EN TABELLEN	177
	FIGUREN	177
	TABELLEN.....	177

2. Contact

Betrokken onderzoeksdepartementen

Studies on Media, Innovation and Technology (imec-SMIT, VUB) Vrije Universiteit Brussel
Pleinlaan 9, 2nd floor, B-1050 Brussel

Centre for Cinema and Media Studies (CIMS), Universiteit Gent
Campus Ufo, Technicum, T1, Sint-Pietersnieuwstraat 41, B-9000 Ghent

Visual and Digital Cultures Research Center (ViDi), Universiteit Antwerpen
De Meerminne (Stadscampus), Sint-Jacobstraat 2, B-2000 Antwerpen

Onderzoeksteam

Naam en Functie	Prof. Dr. Tim Raats Promotor/Contactpersoon onderzoek Media Economics & Policy lead, imec-SMIT Professor Vrije Universiteit Brussel
E-mail	Tim.Raats@vub.be
Naam en Functie	Prof. Dr. Daniel Biltereyst Promotor Directeur CIMS Professor Universiteit Gent
Naam en Functie	Prof. Dr. Philippe Meers Promotor Directeur ViDi Professor Universiteit Antwerpen
Naam en Functie	Sien Van de Wouwer Onderzoeker imec-SMIT-VUB
Naam en Functie	Axelle Asmar Onderzoeker imec-SMIT-VUB
Naam en Functie	Dr. Jeroen Peeters Senior researcher imec-SMIT-VUB

Suggestie voor referentie (APA): Raats, T., Biltereyst, D., Meers, P., Van de Wouwer, S. & Asmar, A. (2024). Analyse van filmexploitatie in Vlaanderen. Studie in opdracht van het Vlaams Audiovisueel Fonds.

3. Inleiding

3.1. Inleiding

Vlaanderen kent een divers filmexploitatie-landschap, dat bestaat uit zowel grotere multiplexbioscopen als arthousebioscopen of stadsbioscopen en onafhankelijke profitbioscopen in vele steden en gemeenten. Deze commerciële exploitanten worden nog aangevuld met diverse andere culturele vertoningsplekken. In haar landschapstekening uit 2022 onderscheidt het Vlaams Audiovisueel Fonds (VAF) vijf categorieën vertoners: (1) de multi- en cityplexen (in dit rapport gelabeld als ‘multiplex’), (2) de arthousebioscopen, (3) onafhankelijke profitbioscopen, (4) de culturele vertoners (op zijn beurt op te delen in cultuurhuizen (culturele centra of gemeenschapscentra), andere culturele vertoners en filmclubs en (5) de festivals.¹ In 2022 was dit alles goed voor een totaal van 236 Vlaamse en 76 Brusselse vertonersplekken.² Elk van die spelers vertrekt vanuit een andere finaliteit in het landschap, en kenmerkt zich bijgevolg ook door een diversiteit in het businessmodel, de mate van publieke ondersteuning, de keuzes in programmering en het publieksprofiel en -bereik. Het veld kenmerkt zich naast een groot aantal gevestigde waarden, ook door een aantal jonge, relatief nieuwe spelers.

Ondanks de dynamiek en bijzonder grote passie die de sector eveneens kenmerken, staan veel van de spelers voor een reeks grote uitdagingen. Covid-19 manifesteerde zich als een pletwals op het wereldwijde vertonerslandschap met lange periodes van sluiting en gebrek aan inkomsten, en een moeilijk en lang herstel om bezoekers terug richting bioscopen te krijgen. De Federatie van Cinema’s in België schat dat de Belgische cinema-uitbaters alleen al in de eerste Lockdown-periode, tussen 13 maart 2020 en 30 april 2020, gezamenlijk €30 miljoen inkomsten verloren, omgerekend ongeveer €4,3 miljoen per week (exclusief vaste kosten).³ Tegelijkertijd toonde Covid-19 hoe veerkrachtig die vertonerssector is, en hoe die erin slaagde om een groot deel van het publiek terug te laten komen.

Covid-19 was dan wel het meest disruptief, het is niet de enige uitdaging voor de vertonerssector. De toenemende personeelskosten, de noodzakelijke investeringen die moeten gedaan worden bij vele vertoners op het vlak van technische apparatuur (scherm, projectie, geluid), renovatie (isolatie, verduurzamen, toegankelijk maken), de stijgende energiekosten, stijgende huur of onzekere toekomst over het eigenaarschap van panden of nalatenschap van ondernemingen, werpen zich alle op als een grote uitdaging; zeker te midden periodes van sterke inflatie, met weinig marge om inkomsten substantieel te verhogen, zonder dat het publiek afhaakt. Dit speelt voor alle spelers, voor de commerciële filmexploitanten, die sterk afhankelijk zijn van publieksinkomsten maar ook voor gesubsidieerde vertoners.

Bovenstaande problematiek speelt zich bovendien af tegen de achtergrond van een snel evoluerend audiovisueel landschap waarbij streamingdiensten van zowel nieuwe uitdagers (bv. Netflix, Amazon Prime, Youtube) als de traditionele filmspelers (Disney, Warner, Paramount) bijzonder belangrijk zijn geworden. Dat bracht ook koerswijzigingen met zich mee

¹ VAF (2022). Landschapsschets Publiek. Brussel: Vlaams Audiovisueel Fonds; VAF (2014). Landschapstekening Vlaamse filmsector. Brussel: Vlaams Audiovisueel Fonds; Kunstenpunt (2019). Landschapstekening Kunsten. Brussel: Kunstenpunt.

² VAF, 2022, p. 4.

³ UNIC (2020). The impact of the Coronavirus outbreak on the European cinema industry.

op het vlak van releases, met druk op de bestaande bioscoop-windows, een tweespalt tussen titels gereleased voor video-on-demand en titels die in de zalen komen, en de release van zogenaamde 'originals' van streamers in de bioscoop.

Binnen de waardeketen van film vormen inkomsten uit filmexploitatie nog steeds de belangrijkste. Dit geldt niet in het minst voor de Vlaamse films, die naast het bioscoopcircuit ook toenemende interesse kennen van internationale streamingdiensten, en opgepikt werden na gelauwerd te zijn met belangrijke nominaties of internationale prijzen. Toch blijft ook voor die films de lokale 'box office' in de bioscopen (en tot op zekere hoogte ook bij de culturele vertoners en culturele centra) cruciaal. Sommige lokale films vinden moeilijker hun weg naar het publiek, omwille van verschillende factoren. Zo moeten kleinere, arthouse-titels of Vlaamse films vaker werken met beperktere distributie- en promotie-budgetten wat het moeilijk maakt op te vallen tussen een aanbod van sterk gepromote internationale titels. Maatregelen ter ondersteuning van vertonersplekken, van de promotie van film of van Vlaamse auteursfilm zorgen er mee voor dat Vlaamse titels in diverse vertoningsplekken extra impulsen ontvangen of kansen krijgen getoond te worden.

Ondanks wat sommige stemmen doen vermoeden, vindt het publiek sinds Covid-19 wel degelijk de weg (terug) naar de bioscopen en andere vertoners. Dat bewijzen ook de stijgende cijfers van 2023, zowel in Vlaanderen als Brussel. Hoog tijd om de stand op te maken van het huidige brede vertonersveld, met als doel inzichten te bieden en duidelijke aanbevelingen voor te stellen die gericht zijn op de versterking van wat nog altijd één van de – zoniet de – meest toegankelijke cultuurvormen is.

3.2. Afbakening van de studie

De Beheersovereenkomst en Landschapstekening Publiek (2022) van het VAF beschrijven de nood aan een analyse van het veld van filmexploitatie. Bedoeling van die analyse is om zowel de culturele en maatschappelijke als de economische rol van het brede vertonersveld in kaart te brengen, binnen de context van een gewijzigde markt en economisch klimaat, en met aandacht voor de impact van Covid-19.⁴

Dit onderzoek analyseert het landschap voor filmvertoning in Vlaanderen en identificeert de behoeften en uitdagingen van het brede veld. De studie heeft tot doel aanbevelingen voor te stellen voor het stimuleren van een sterk vertonerslandschap, dat rekening houdt met de finaliteit en diversiteit van de verschillende vertoners.

We focussen daarbij op volgende onderdelen:

1. Een mapping van brede trends op basis van beschikbare rapporten over filmvertoning in Europa. De resultaten daarvan zijn te vinden in Deel I van dit rapport.
2. Een analyse van de spelers in het brede vertonersveld, met daarbij aandacht voor (1) hun opdracht en focus, (2) de keuze in programmering en (3) het organisatorisch

⁴ "Een actualisering van de diepgaande veldanalyse uit 2011 'Voorbij de Vertoning. Analyse van het Vlaams audiovisueel vertoning- en distributieveld' door Ann Overbergh bij het BAM zou vandaag weliswaar bijzonder nuttig zijn, maar ligt niet binnen het bestek noch binnen de mogelijkheden van deze landschapsschets. Voor een grondigere analyse van het landschap en haar verschillende domeinen kijkt het VAF naar toekomstige samenwerkingen met het onderzoeksveld, in aanvulling op de reeds bestaande analyses en studies." (VAF, 2022, p. 3).

model. De mapping van het vertonerslandschap presenteert een exhaustief overzicht van het volledige veld van filmexploitanten, met specifieke aandacht voor het aantal schermen, frequentie van vertoningen, diversiteit en volume aan titels, aandacht voor lokale titels, diversiteit van activiteiten en aard van de organisatie, en inzicht in de bezoekersaantallen van de verschillende spelers. De resultaten daarvan zijn te vinden in Deel II van dit rapport.

3. Een analyse van de behoeften en noden van de verschillende vertoners. De resultaten daarvan zijn te vinden in Deel III van dit rapport.
4. Een overzicht geven van initiatieven (sector en beleid) van vier andere markten (Denemarken, Franstalig België, Frankrijk, Nederland) met het oog op het formuleren van *lessons learned* voor Vlaanderen. De resultaten daarvan zijn te vinden in Deel IV van dit rapport.
5. Een reeks concrete aanbevelingen formuleren voor het Vlaams Audiovisueel Fonds, voor het breder beleid en voor de sector zelf. De resultaten daarvan zijn te vinden in Deel V van dit rapport.

3.3. Onderzoeksmethode

Het onderzoek ging van start op 1 december 2023 en liep tot juni 2024. Het onderzoek hanteert vier methoden: een uitgebreide desk research, een online consultatie verstuurd naar het brede vertonersveld, een kwantitatieve analyse van VAF-data en expertinterviews met bioscoopexploitanten, culturele vertoners, festivals en distributeurs.

Methode 1: De desk research werd ingezet voor de mapping van belangrijke trends in het bioscooplandschap, alsook de vergelijking met buitenlandse cases. We bouwden hier in hoofdzaak verder op beschikbare publieke data. De rapporten en data van het European Audiovisual Observatory (EAO) vormden hierbij een belangrijke bron, naast sectorrapporten van onder meer UNIC (The International Union of Cinemas) en rapporteringen van de verschillende audiovisuele fondsen. Gezien de grote hoeveelheid en diversiteit in bronnenmateriaal werd hier een keuze gemaakt in functie van de aanbevelingen.

Methode 2: Een online consultatie werd uitgewerkt in de vorm van een online survey die verstuurd werd naar het brede vertonersveld. Voor de uitwerking van de survey werd voortgebouwd op de Landschapstekening Publiek 2022. In deze fase werd ook teruggekoppeld naar het VAF, met het oog op de volledigheid van de bevraging. De survey werd opgemaakt via Qualtrix, verspreid naar de diverse vertoners en vervolgens verwerkt via SPSS en Excel. We lanceerden de bevraging op 6 maart 2023 en sloten het af op 26 april 2024. Uitgenodigden kregen drie keer een herinnering tot deelname. In totaal namen er 123 vertoners deel aan de bevraging, wat een hoge responsgraad (86% van het Vlaamse vertonerslandschap) is voor dit soort sectorsurveys. Er werd uitgegaan van één centrale vragenlijst, maar naargelang het type vertoner, kon de bevraging variëren. In bijlage 1 van dit rapport is de survey opgenomen.

Een eerste deel van de bevraging bestond uit een reeks gesloten vragen die het profiel van de vertoner schetsen. Het tweede deel omvatte vragen die peilen naar de concrete werking: het aantal vaste werknemers, het aandeel vrijwilligers en jobstudenten, de omzet en inkomsten, het gebruik van online ticketing-systemen, publiekswerkingsactiviteiten,

partnerschappen, website, abonnementsformules, maatregelen m.b.t. toegankelijkheid van de bezoekers etc. Het derde deel peilde naar de noden, prioriteiten en ondersteuningsmaatregelen.

Methode 3: Een kwantitatieve analyse van VAF-data: het VAF Kenniscentrum en de afdeling Publiek verzamelen met het oog op eigen rapportering en veldtekeningen op geregelde basis informatie over het brede vertonersveld. Specifiek met het oog op de analyse van het aanbod, de frequentie van vertoningen en het publieksbereik vergeleken we de diverse spelers in het landschap. Het is belangrijk op te merken dat deze data toelaten belangrijke inzichten te verwerven over het brede veld, maar niet exhaustief zijn, omdat niet alle spelers rapporteren aan het VAF of niet alle data voor publiek gebruik beschikbaar zijn.

Methode 4: Expertinterviews: De interviews laten toe dieper in te gaan op de resultaten van de bevraging en om specifiek te peilen naar de behoeften en noden van de brede vertonerssector. In totaal werden dertig experts bevestigd in een interview.

De interviews gaan dieper in op (1) de visie op de rol en positie van hun vertoningen binnen het medialandschap (programmeringsstrategie, diversiteit in titels, frequentie, Vlaamse auteursfilm, diversiteit in filmgenres en formats), regionale spreiding, aandacht voor inclusie, inkomsten, etc.), (2) de behoeften, noden en prioriteiten voor de spelers, de eigen werking, (3) de effectiviteit, wenselijkheid en noden inzake beleidsondersteuning (VAF en breder).

Voor de keuze van experts werd een afweging gemaakt tussen diverse factoren:

- (1) De beschikbaarheid van de respondenten binnen de looptijd van het onderzoek;
- (2) Een combinatie van grote en kleine spelers;
- (3) Aandacht voor de regionale spreiding, met vertegenwoordigers gevestigd in Vlaanderen en Brussel, en vertegenwoordigers uit alle Vlaamse provincies; daarnaast werden ook twee Nederlandse vertoners betrokken bij de studie.
- (4) Vertegenwoordigers van elk type vertoner (multiplex, arthouse, onafhankelijke profitbioscoop, culturele vertoners, culturele centra), maar ook met aandacht voor de festivals, distributeurs en het VAF zelf;
- (5) De gekozen experts zijn allen vertegenwoordigers van een relevante actor in de filmexploitatie, zijn zo gekozen dat ze de diversiteit van het filmexploitatieveld weerspiegelen en omwille van hun specifieke expertise, ervaring, en inzicht in de sector.
- (6) Evenwicht in gender en leeftijd.

Methodologisch gaat het interview uit van een semigestructureerde aanpak. We vertrekken met een vaste topiclijst, die aangepast wordt naargelang het type speler en de specifieke noden. Daarnaast voorzien we voldoende ruimte voor experts om zelf punten ter agenda te brengen tijdens het interview. De interviews werden opgenomen en getranscribeerd met ondersteuning van geautomatiseerde transcriptiesoftware. De transcripties blijven bewaard bij het onderzoeksteam en zijn conform de GDPR-regels en de afspraken gemaakt binnen de deelnemende universiteiten. De standaardtopiclijst is opgenomen in bijlage 2. In bijlage 3 is de lijst opgenomen van betrokken experts.

De interviews vonden plaats tussen februari en april 2024. Interviews werden uitgevoerd door verschillende leden van het onderzoeksteam, vaak in duo. Vier interviews vonden plaats via

een videogesprek, de overige werden in persoon afgenomen. De duur van de interviews varieerde van minimum één tot maximum vier uur. In sommige gevallen keerden de onderzoekers terug voor een tweede interview, indien dit wenselijk bleek.

De drie betrokken **onderzoeksgroepen vulden gezamenlijk de taken** in van (1) de uitvoering van de diverse werkpakketten van het onderzoek, (2) de opstelling en redactie van het eindrapport, (3) de toelichting en presentatie. Imec-SMIT-VUB stond in voor de projectcoördinatie. Doorheen het project werd op geregelde tijdstippen teruggekoppeld met de opdrachtgever.

Het onderzoeksteam wenst uitdrukkelijk alle deelnemers van deze bevraging te bedanken. Een bijzondere dank gaat uit naar alle experts die hun passie, inzet, uitdagingen en kritische kanttekeningen wilden delen, en hiervoor de tijd wilden en konden vrijmaken. Het resultaat was een reeks aan heel diverse, maar altijd ontzettend boeiende en rijke gesprekken, met vooral zeer ervaren en gepassioneerde film liefhebbers.

We bedanken ook het Vlaams Audiovisueel Fonds als opdrachtgever van de studie voor het vertrouwen, de open communicatie, constructieve suggesties en volledige autonomie waarmee we dit onderzoek konden uitvoeren.

deel I

**SETTING THE SCENE:
HET EUROPESE
BIOSCOOPLANDSCHAP**

“De mens is een sociaal wezen. Als je kan zorgen voor een goeie omkadering en voor een goeie beleving van cinema in zijn totaliteit - wat betekent dat je naast een goeie film ook zorgt voor aangename horeca en de juiste gemeenschappelijke beleving, zit je echt goed. Want de immersieve kracht van film in de cinema...dat kan je met niks anders overtreffen” (Culturele vertoner)

4. Setting the scene: het Europese bioscooplandschap

4.1. Inleiding

Dit hoofdstuk over de belangrijke trends en kenmerken van de Europese filmmarkt heeft tot doel om een ruimere context te schetsen voor het benchmarken van de resultaten van Vlaanderen. We gaan eerst in op aspecten verbonden aan productie en distributie, om vervolgens de vertonersmarkt zelf te belichten (met vooral aandacht voor de commerciële exploitanten). Het laatste deel van dit hoofdstuk presenteert een reeks trends en uitdagingen voor de Europese vertonersmarkt. Data in dit hoofdstuk zijn afkomstig van Europese rapporten van bioscoopfederaties, het EAO, een grootschalige bevraging bij de leden van Europa Cinemas, inzichten uit het Horizon Europe-onderzoek 'Crescine'⁵ en uit het Nostradamus-rapport, een jaarlijks verschijnende, belangrijke trendmonitor voor de filmsector.

4.2. Contextualisering: de Europese filmmarkt

De Europese filmmarkt kenmerkt zich door een rijke traditie aan filmische verhalenvertellers en een even rijke traditie van filmvertoningen. Tegelijkertijd is er van een hechte Europese filmmarkt als zijnde één groot geheel, geen sprake. Europa vormt een gefragmenteerd lappendeken van diverse filmmarkten, eigen culturele voorkeuren, verschillende soorten ondersteuningsbeleid, grote verschillen in het volume aan lokaal geproduceerde films en grote verschillen in bioscoopgedrag. Het aantal Europese films (feature film, animatie en documentaire samen, met uitzondering van kortfilms) dat elk jaar gemaakt wordt, is bijzonder groot. In 2023 ging het om 2.347 titels, waarvan 1.460 fictiefilms en 887 documentairefilms. Over de laatste tien jaar is dat aantal – met uitzondering van Covid-jaar 2020 – gestaag toegenomen.

Succesvolle Europese box-office zijn vaak titels uit de grote Europese productielanden. Zij beschikken over de grootste thuismarkt, maar vaak gaat het over titels die ook in andere Europese markten gereleased worden. Ondanks het hoge aantal Europese films dat jaarlijks wordt geproduceerd, nemen hoofdzakelijk VS-titels de belangrijkste aandelen in de Europese box office in. In 2023 namen de VS 70% van het totaal aandeel Europese bezoekers in, tegenover slechts 26,4% voor Europese titels. De Europese box office top 20 wordt volledig ingenomen door Amerikaanse titels of coproducties waarbij de VS de belangrijkste partner waren. Ook opvallend: van de 20 succesvolste films op de Europese markt waren 15 titels sequels of afgeleiden van grote franchises.⁶

⁵ <https://www.crescine.eu>.

⁶ European Audiovisual Observatory (2024). Yearbook 2023. Straatsburg: EAO.

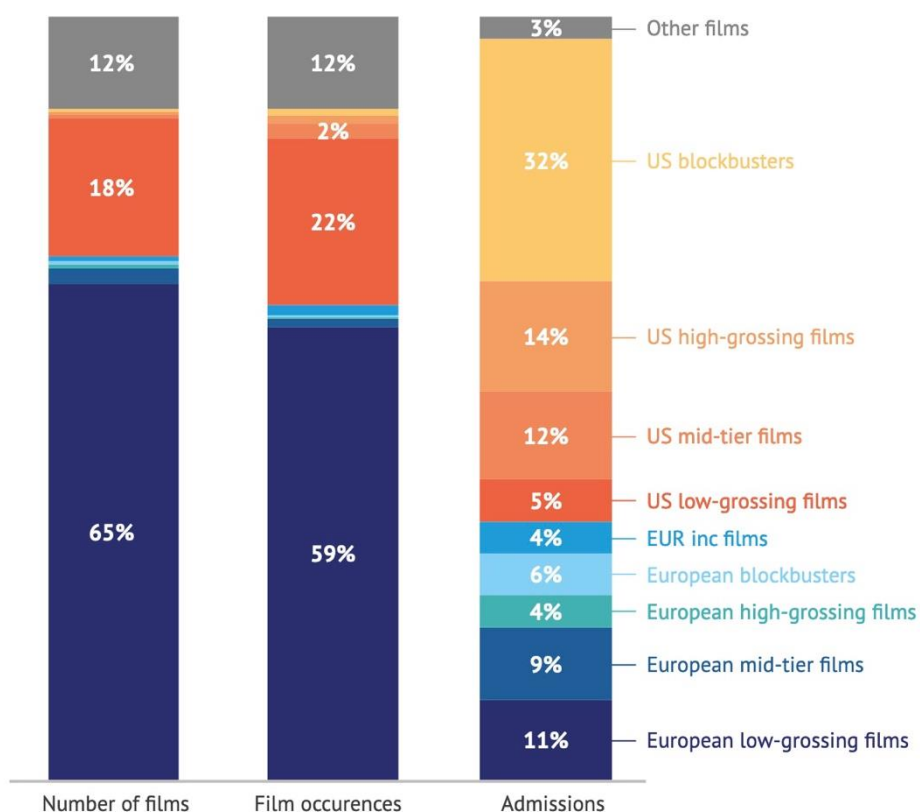
	2019	2020	2021	2022	2023
VS	66,6%	47,7%	61,8%	62,7%	70,1%
Europa	26,9%	41,8%	27%	30,2%	26,4%
Andere	2,4%	5%	2,1%	2,8%	2,6%

Tabel 1. Overzicht aandeel regio in totaal aantal bezoekers Europa (2019-2023)⁷

De onderstaande figuur toont goed het verschil tussen het aandeel aan Europese titels en het aantal bezoekers ervan. In 2022 vertegenwoordigden Europese films 68% van het filmaanbod op de Europese vertonersmarkt, terwijl 19% van de titels in het filmaanbod afkomstig waren uit de Verenigde Staten. Opvallend is dus inderdaad dat **de verdeling van bezoekers net omgekeerd is aan het aanbod**. Het bezoek aan Amerikaanse titels was goed voor 63% van het totale bezoek aan Europese bioscopen, tegenover 30% voor Europese titels.

Composition of European box office market by film types and origin (2022)

Estimated; refers to 27 European sample markets



Figuur 1. Samenstelling van de Europese box office-markt naar filmtypes en herkomst (2022)⁸

⁷ Opgelet: door de sluiting van bioscopen en de uitgestelde releases van titels treden grote afwijkingen op in de jaren 2020 en 2021. Deze zijn niet representatief. De cijfers tonen dat het aandeel in 2023 sterk overeenkomt met dat van 2019, het jaar voor de uitbraak van Covid in Europa.

⁸European Audiovisual Observatory (2024). Yearbook 2023. Straatsburg: EAO.

Het **aandeel VS-blockbusters bedroeg minder dan 1% van het totaal aantal films, maar ze namen wel 32% van het totaal aantal bezoekers** in. De Amerikaanse films met een hoge opbrengst - 'high-grossing'- en 'mid-tier' Amerikaanse films nemen 29% van de bezoekers in, maar bedragen eveneens minder dan 1% van het totaal aanbod aan films. Binnen de Europese films wordt ook een onderscheid gemaakt tussen de 'low-grossing', 'mid-tiers', 'high-grossing' en Europese blockbusters. Die laatste vertegenwoordigt een verwaarloosbaar percentage in het totaal aantal films, maar is goed voor 6% van de totale box office. De 11% box office van de 'low grossing' films vertegenwoordigt 65% van het totale aanbod aan films. Of, anders gesteld: 65% van het aanbod aan Europese films slaagt erin om slechts 11% van het publiek te bereiken.

In de lijst van de **succesvolste Europese titels nemen de grote landen** bijna steeds de belangrijkste posities in. De top 5 werd ingenomen door *Astérix et Obélix: l'Empire du Milieu* (Frankrijk, 6,3 miljoen bezoekers), *C'e ancora domani* (Italië, 4,8 miljoen bezoekers), *Alibi.com 2* (Frankrijk, 4,5 miljoen bezoekers), *Mummies* (Spanje, 4,5 miljoen bezoekers) en *Les trois mousquetaires: d'Artagnan* (Frankrijk, 4 miljoen bezoekers).

Bij de iets kleinere landen scoren Scandinavische landen (Finland, Denemarken en Noorwegen) en Centraal-Oost-Europese landen (o.m. Roemenië, Polen en Slovenië) doorgaans goed op het aandeel van nationale titels in het filmaanbod én het succes ervan. Zo brengen sommige titels meer op dan Amerikaanse blockbusters als *Avatar: The Way of Water* en *Top Gun: Maverick* (dit was bijvoorbeeld het geval in Roemenië en Finland).⁹

Koplopers in marktaandeel voor de eigen nationale film zijn, niet verrassend, Frankrijk (40% in 2023) en het Verenigd Koninkrijk (40,8%).¹⁰ Ter vergelijking: het nationaal aandeel van Denemarken bedraagt 26,7% in 2023 en 30% in 2022. Het nationaal aandeel van Nederland bedraagt 14% in 2023 en 16% in 2022. Het marktaandeel van de Belgische film op de Belgische markt bedroeg 11,7% in 2023 en 19,7% in 2022 (wat hoog is in vergelijking met de gemiddelden van de laatste tien jaar). De cijfers tonen dat dit succes erg afhankelijk is van enkele grote successtitels (in dit geval onder meer *Zillion*). Tegelijkertijd merken we op dat het nationaal aandeel in vele landen hoger was in 2022 door het ontbreken of uitstellen van grote Amerikaanse titels, als een gevolg van uitgestelde producties door COVID.

Het grootste **probleem van de Europese film is de circulatie ervan buiten de eigen markt**. De grootste box office successen in Europese landen zijn vaak voornamelijk toegespitst op het publiek van dat land (lokale komedies of afgeleiden van bekende merken, zoals de *FC de Kampioenen*-films bij ons). Dus: hoewel nationale films hoge successen kunnen boeken, raken ze vaak moeilijk voorbij de eigen landsgrenzen en is bijgevolg het aandeel bezoekers van niet-nationale Europese films in vele landen erg laag.

Daarnaast kenmerkt de Europese filmmarkt zich door een **sterke traditie van coproducties**. Dat heeft twee voordelen. Ten eerste vergroten deze coproducties het budget. Ten tweede zorgt een coproductie er ook voor dat deze films in meerdere markten een release kennen,

⁹ De top vijf van landen in termen van marktaandeel voor nationale films gaat als volgt: (1) Turkije (46%), (2) Frankrijk (41.1%), (3) Tsjechië (33.5%), (4) Duitsland (27%) en (5) Denemarken (26%).

¹⁰ European Audiovisual Observatory (2024). Yearbook 2023. Straatsburg: EAO.

althans tenminste in de coproducerende landen. Coproducties krijgen bovendien relatief vaker een release in meerdere landen ten opzichte van andere producties.¹¹

De **budgetten van Europese films liggen doorgaans laag**, en zeker een stuk lager dan de gemiddelde productiekost van films in de VS. Het mediaan budget voor Europese film bedraagt €2,06 miljoen.¹² Net als de productie en distributie is ook de promotie van film in Europa vrij versnipperd en bijgevolg ook in budget beperkt. Europese film- en audiovisuele fondsen focussen in de eerste plaats op productie, terwijl gereleasete titels het moeten opnemen tegen Amerikaanse titels waarvan het promotiebudget het productiebudget evenaart.

Bijgevolg ontbreken ook grotere aandelen investeringen in de vorm van *minimum guarantees* (MG's), oftewel: voorschotten op de **inkomsten uit distributie** van een film. Dit komt door de beperkte exportmogelijkheden van films uit kleine landen en de beperktere thuismarkt. We merken overigens dat de MG's vroeger groter waren, maar door de onzekerheid van succes (o.m. door de komst van streamers) zijn die aandelen nu vaak beperkter dan vroeger.

De Europese filmmarkt is hierdoor **bijzonder afhankelijk van allerhande publieke steunmaatregelen**: van investeringsverplichtingen en heffingen tot steun aan scenario, ontwikkeling, productie, distributie en promotie, steun aan publieksonwikkeling en vertoning, festivals, evenals economische ondersteuning voor binnen- en buitenlandse producties, al dan niet in de vorm van fiscale voordelen. Opvallend is dat grotere landen ook vaker een stuk meer middelen hebben voor de versterking van hun filmmarkt dan kleine landen, waardoor er een Europese markt op twee sporen bestaat. Volgens het EAO is 26% van het totale aandeel in de financiering van Europese films in 2020 publieke steun en nog eens 17% is terug te brengen tot directe economische maatregelen.¹³ In kleine landen ligt dat aandeel publieke steun nog hoger, omdat er in kleine landen veel kleinere investeringen zijn vanuit de producenten zelf (door de beperkte mogelijkheden tot zogenaamde *recoupment*, en door het ontbreken van grotere productiehuzen in kleine landen).

Al sinds 1989 bestaan in Europa twee belangrijke instrumenten voor de ondersteuning van Europese film: het **MEDIA-programma** (ondergebracht onder Creative Europe) van de Europese Commissie, en het **Eurimages-programma** van de Raad van Europa, die breder gaat dan de landen van de EU. Laatstgenoemde richt zich voornamelijk op de ondersteuning van coproducties. Eerstgenoemde ondersteunt vooral de ontwikkeling en distributie van Europese film. De automatische steun aan distributeurs die Europese films verdelen, en de steun vanuit Europa Cinemas voor de vertoning van Europese titels, zijn hier de twee belangrijkste hefboomen.

¹¹ Jones, H. (2024). *Transnational European Cinema: Representation, Audiences, Identity*. Basingstoke: Palgrave.

¹² De mediaan is hier een betere maat dan het gemiddelde omdat een paar uitzonderlijk dure producties het gemiddelde vertekenen en kunstmatig hoog maken.

¹³ European Audiovisual Observatory (2024). *Fiction film financing in Europe: Overview and trends 2016-2020*.

4.3. Contextualisering: de Europese bioscoopmarkt

De digitaliseringsgolf zorgt voor een grote omwenteling in de Europese bioscoopsector. Ze vroeg een geschatte investering van €1,5 miljard in de omschakeling naar digitale projectie, maar sindsdien werden daar ook de vruchten van geplukt.¹⁴ Niet alleen laat digitale projectie betere beeldkwaliteit toe, ze maakt vertoners niet langer afhankelijk van fysieke – beperkte – kopieën, en laat toe flexibeler te programmeren in diverse zalen op diverse momenten.

In 2023 gingen er naar schatting 661 miljoen mensen naar de bioscoop in de 27 lidstaten (zie onderstaande tabel). Het gaat over een stijging van 22,7% ten opzichte van 2022 en een herstelling van 82% tegenover de gemiddelde box office van 2017-2019. Dat komt overeen met €5,07 miljard euro aan inkomsten, tegenover €4,02 miljard in 2022. Het aandeel bezoekers voor België bedroeg in 2023 16,9 miljoen, een stijging van 19,4% tegenover het jaar voordien. Dat komt overeen met een herstellingsgraad van 87% ten opzichte van pre-Covid.

Regio	Admissions				GBO	
	2023 (schatting)	2022	YoY Change	Herstel	2023 (schatting)	2022
EU27	661 miljoen	539 miljoen	22,7%	82%	€5,07 miljard	€4,02 miljard
EU27 + UK	784 miljoen	656 miljoen	19,6%	80%	€6,20 miljard	€5,08 miljard
Europe (CoE) ¹⁵	861 miljoen	728 miljoen	18,3%	77%	€6,70 miljard	€5,48 miljard

Tabel 2. Overzicht van de Europese box offices van 2023, inclusief een vergelijking met 2022¹⁶

Inkomsten stegen niet alleen door de populariteit van bepaalde titels. Zo verklaren de grote ketens de toename aan inkomsten door de groeiende populariteit van ‘**Premium Large Format**’ (PLF) bioscopen. Deze omvatten: extra grote schermen, de hoogste kwaliteit aan geluidssystemen en premium zetels. Het gaat, kortom, over exclusieve en luxueuze voorzieningen die een vertoning naar een ander niveau tillen. Bioscoopbezoekers voelen zich volgens de sector meer aangetrokken tot de PLF-zalen. Zo zien we ook een verdubbeling over de laatste vijf jaar op het vlak van aanbod en het gaat over meer dan 7.500 schermen over Europa (o.a. Pathé cinemas in Frankrijk, Cineplexx in Oostenrijk, Astor Film Lounge in Duitsland, en Kinopolis in Brussel, Antwerpen en Madrid).¹⁷ Daarnaast dragen ook de ‘boetiekbioscopen’ met kleinere bioscoopzalen, kwaliteitsvol eten en drinken en een gezellige inrichting bij aan een zekere premiumervaring van een film.

De **ticketprijzen** stegen de afgelopen tien jaar in de meeste Europese landen minder dan de inflatie en kosten van levensonderhoud. Ze bleven relatief stabiel, ondanks de algemene prijsstijgingen en de stijgende vaste kosten om een bioscoop te laten draaien. Denk aan de verhoogde energierekeningen en personeelskosten, maar ook het investeren in

¹⁴ UNIC (2024). Innovation and the Big Screen.

¹⁵ CoE wordt gedefinieerd als de lidstaten van de Council of Europe, exclusief Azerbeïdjan

¹⁶ European Audiovisual Observatory (2024). Yearbook 2023.

¹⁷ Unic (2023). Annual report.

technologische apparatuur om de best mogelijke vertoning te garanderen. Onderstaande tabel geeft een overzicht van de gemiddelde ticketprijzen in diverse Europese landen.¹⁸

Land	Eenheid	2018	2019	2020	2021	2022	2022/2021	Bronnen
CH	EUR	13,18	13,90	14,39	14,63	15,79	7,9%	OFS
LI	EUR	11,93	12,09	13,17	13,53	14,31	5,7%	OFS
DK	EUR	12,10	12,32	12,03	13,17	13,43	2,0%	Statistics Denmark / DFI
SE	EUR	11,57	11,42	11,38	13,12	12,55	-4,3%	SFI
NO	EUR	11,83	11,64	10,71	11,79	12,44	5,6%	Film & Kino / NFI
FI	EUR	11,16	11,40	11,29	12,70	12,41	-2,2%	FFF
IS	EUR	9,72	9,08	8,45	9,45	10,65	12,7%	Statistics Iceland / IFC
LU	EUR	8,26	8,99	9,05	9,87	10,58	7,1%	CNA
NL	EUR	8,75	9,14	9,04	10,01	10,34	3,3%	NFF / MaccsBox - NVB NVF
AT	EUR	9,17	9,46	9,00	10,07	10,28	2,1%	ÖFI
BE	EUR	8,51	8,06	7,93	9,73	9,47	-2,7%	Cinedata/ FCB / ABDF-VFDB /CFWB /VAF
DE	EUR	8,54	8,63	8,35	8,87	9,26	4,3%	FFA
GB	EUR	8,19	8,11	7,85	8,52	9,03	6,0%	BFI / Comscore
IE	EUR	7,49	7,92	7,92	8,40	8,68	3,4%	Screen Ireland / Comscore
CY	EUR	8,05	8,03	7,98	8,21	8,15	-0,8%	Dept. of CS - MOECSY
EU 28	EUR	7,10	7,15	7,10	7,39	7,74	4,7%	OBS
EUROPA	EUR	6,88	7,01	6,98	7,37	7,60	3,1%	OBS
EU 27	EUR	6,85	6,94	6,97	7,14	7,46	4,5%	OBS
MT	EUR	6,54	6,75	6,52	7,30	7,36	0,8%	NSO
FR	EUR	6,64	6,79	6,63	7,04	7,20	2,2%	CNC
IT	EUR	6,32	6,40	6,25	6,65	6,99	5,2%	SIAE/Cinetel/ANICA
EE	EUR	5,68	5,91	5,96	5,93	6,99	17,9%	EFI
GR	EUR	6,40	6,37	6,37	6,37	6,85	7,5%	GFC
LV	EUR	5,27	5,49	5,68	6,17	6,51	5,6%	NFCL
SK	EUR	5,54	5,71	5,91	6,06	6,46	6,5%	UFD / SKFI
CZ	EUR	5,41	5,56	5,36	5,95	6,38	7,3%	Czech Film Fund
SI	EUR	5,02	5,20	5,06	5,61	6,24	11,1%	SFC
ES	EUR	5,92	5,86	5,96	6,04	6,18	2,3%	OBS / ICAA / UNIC
LT	EUR	5,26	5,42	5,53	5,80	6,05	4,3%	LKC
PT	EUR	5,32	5,35	5,41	5,59	5,76	3,1%	ICA
BG	EUR	4,80	5,00	4,85	4,94	5,41	9,6%	BNFC
HR	EUR	4,24	4,33	4,26	4,77	5,07	6,3%	HAC
MA	EUR	4,22	4,58	4,41	4,75	4,87	2,7%	CCM
HU	EUR	4,45	4,50	4,31	4,33	4,46	2,9%	NMHH
RO	EUR	4,23	4,43	4,30	4,41	4,44	0,7%	CNC

¹⁸Data van European Audiovisual Observatory, geaggregeerd via verschillende filmfondsen en overheden (zie kolom rechts)

ME	EUR	3,78	3,82	3,60	3,56	4,00	12,3%	<i>Min. Cult. / FCCG</i>
PL	EUR	4,41	4,39	4,08	3,84	3,71	-3,4%	<i>PISF</i>
GE	EUR	3,09	3,09	2,75	2,96	3,67	23,8%	<i>UNIC/GNFC</i>
BA	EUR	2,66	2,70	2,75	3,12	3,31	6,0%	<i>Sarajevo Film Festival</i>

Tabel 3. Overzicht van de gemiddelde ticketprijzen in Europa

Volgens UNIC (de koepel voor Europese bioscopen) is de recente stijging van de gemiddelde ticketprijs te wijten aan de groeiende populariteit van Premium Large Formats-bioscopen. Het succes van deze vertoners toont aan dat het publiek bereid is meer te betalen voor een unieke beleving zoals evenementen waar bijvoorbeeld de regisseur aanwezig is. Daarnaast zoekt een groot aantal bezoekers actief de piekuren van een voorstelling op en kopen ze tijdens hun bezoek regelmatig eten en drinken, omdat ze dit beschouwen als onderdeel van de (ultieme) bioscoopervaring. Tegelijkertijd biedt de overgrote meerderheid van vertoners ook speciale tarieven aan om aan alle behoeften van het publiek te voldoen: van gereduceerde tickets voor studenten en gepensioneerden, tot abonnementsformules of matinee's met korting.¹⁹

Hoewel het bioscooplandschap in Europa erg divers is, zijn er ook een aantal opvallende overeenkomsten. In de meeste landen bestaat een onderscheid tussen de grote cineplexen en kleinere arthousebioscopen. In veel Europese landen zijn bioscoopspelers (net zoals bv. KFD bij ons en Lumière) actief op de markt van film distributie en vice versa. Een aantal van de grotere complexen maken bovendien deel uit van grote groepen die actief zijn in meerdere landen. Tot slot bestaan alternatieve vertoners in diverse vormen, van culturele vertoners die deel uitmaken van filmscholen, over vertoners binnen musea, galerijen en bibliotheken, tot reizende pop-up vertoningen en cinema's in open lucht.

	Bioscopen	Territoria	Schermen
1	ODEON Cinemas Group	VK, Ierland, Spanje, Italië, Zweden, Duitsland, Finland, Noorwegen, Portugal	2.471
2	Cineworld	VK, Polen, Roemenië, Tsjechië, Hongarije, Bulgarije, Slowakije	2.237
3	VUE	VK, Ierland, Italië, Duitsland, Polen, Denemarken, Nederland, Litouwen	1.911
4	Pathé Cinemas	Frankrijk, Nederland, België, Zwitserland	1.280
5	CJ CGV	Turkije	783
6	CGR	Frankrijk	705
7	Kinopolis	Nederland, België, Frankrijk, Luxemburg, Zwitserland, Spanje	648
8	UGC	België, Frankrijk	595
9	Cineplex	Duitsland	551
10	Yelmo Cines	Spanje	519

Tabel 4. Weergave van de top tien grootste vertoners in Europa.

¹⁹ Europa Cinemas (2023). Europa cinemas Network survey. Url: https://www.europacinemas.org/storage/press_file/70/file_src/97bbc069b22d81e0f68852ae8513b964.pdf

4.4. Trends en uitdagingen voor Europese vertoners

Heropleving na Covid. De pandemie kwam als een nooit geziene schok voor de vertonerssector en zorgde ervoor dat bioscopen een lange tijd hun deuren sloten. De openingen en sluitingen waren bovendien afhankelijk van zeer kortetermijnbeslissingen, wat niet toeliet te anticiperen op de impact van Covid. Producties liepen vertraging op en releases van grote titels werden continu uitgesteld met het oog op publieksmaximalisatie. Dit leidde tot een beperkt aanbod op de momenten waarop bioscopen wel geopend waren tijdens de pandemie, en een veel te groot aantal releases op momenten waarop de bioscopen hun deuren opnieuw openden achteraf. Net op dat ogenblik moesten de Europese titels opboksen tegen grote uitgestelde releases van onder meer de *James Bond* of *Dune*-franchise. De heropening veroorzaakte bovendien niet meteen een stormloop van bezoekers. De terugkeer naar de bioscoop gebeurde bijzonder traag, waardoor ook 2021 en 2022 moeilijke jaren werden voor veel bioscoopspelers. De culturele vertoners zagen een voorzichtig en afwachtend publiek slechts zeer beperkt terugkomen in het jaar na de Covid-piek.

Stijgende kosten voor personeel, infrastructuur en energie. De Covid-pandemie werd gevolgd door een economische recessie, die er ook toe leidde dat de kosten voor investeringen en personeel een stuk stegen, en dat de reële waarde van veel publieke ondersteuning en investeringen van derden of eigen kapitaal daalde. Consumenten zagen hun beschikbaar budget voor uitgaven dalen en werden zuiniger op cultuurbezoeken buitenshuis. Daarbovenop kwamen de stijgende energieprijzen, mee gevoed door de oorlog in Oekraïne met een tijdelijke gigantische meerkost voor veel vertoners. In een bevraging van 2023 van Europa Cinemas, (het netwerk van vertoners dat Europese film vertoont), gaf 13% van de deelnemende leden aan dat ze vreesden voor permanente sluiting in de komende vijf jaar. Drie kwart van die groep waren vertoners met één of twee schermen. In Italië en Duitsland lagen de hoogste aantallen van spelers die sluiting vreesden.²⁰ Eén op vijf vertoners gaf aan dat ze het aantal vertoningen en de openingsuren noodgedwongen aanpasten in het licht van de stijgende energiekosten. Ook hier waren 22% van die groep vertoners met één scherm. 18% van de grotere spelers met meer dan vijf zalen overwoog ook minder vertoningen tijdens daluren met het oog op kostenbesparing.

Streamingplatformen. Streamers zorgden de voorbije jaren voor een productiestijging in verschillende delen van Europa, met veel aandacht voor tv-fictie. Er ontstond een bezorgdheid bij vertoners over overproductie, capaciteitsproblemen en de kwaliteit van de titels. Voor bioscopen blijft de grootste zorg echter de dreigende verzwakking van *release windows* tussen de bioscoop en de release op VOD-platformen of het rechtstreeks distribueren van films op VOD zonder bioscooprelease. Na Covid was de druk om release windows te versoepelen -of zelfs te schrappen- bijzonder groot, maar we merken een snelle afname van het aantal zogenaamde day-and-date release²¹, en een afname van het aantal titels dat rechtstreeks zonder bioscooprelease richting VOD-platform gedistribueerd wordt.

Het is moeilijker om eenduidig vast te stellen of de populariteit van streaming ook betekent dat consumptie op streamingplatformen automatisch het bioscoopgedrag kannibaliseert.

²⁰ Europa Cinemas (2023). Europa cinemas Network survey. Url: https://www.europa-cinemas.org/storage/press_file/70/file_src/97bbc069b22d81e0f68852ae8513b964.pdf

²¹ Met 'day and date' release verwijst naar de simultane release van een film via meerdere kanalen (o.a. streamingplatformen en in de bioscopen).

Opvallend is dat titels die het goed doen aan de box office, vaker worden opgepikt op streamingdiensten.²² De bevraging van Europa Cinemas gaf aan dat alle leden streaming als een sterke bedreiging zagen, maar slechts 24% van de leden zagen streamers als een zeer sterke bedreiging. Grotere bedreigingen waren de stijgende kosten en besparingen bij het beschikbaar budget van consumenten.²³ Landen waar het aandeel streamingabonnementen hoger ligt, vertonen niet automatisch een lagere box office in de bioscopen, integendeel. Recent onderzoek van het Crescine-project illustreert dit met het voorbeeld van Denemarken, waar zowel de box office als streaming uptake het hoogst waren van de onderzochte markten.²⁴

Omgaan met het aantal releases. Het aantal titels dat geproduceerd wordt stijgt, en het aantal titels dat gereleased wordt is groot. Volgens het recentste Nostradamus-rapport zal het huidige volume aan feature films wellicht niet aangehouden kunnen worden. Dit is deels het gevolg van stijgende kosten en deels het gevolg van bewuste selecties van vertoners om titels beter te cureren en meer in te zetten op de omkadering ervan.²⁵

Beleving en omkadering. Volgens experts is het duidelijk dat bioscopen, zeker door de komst van streamers, meer dan ooit moeten inzetten op het belevingsaspect en de omkadering van de bioscoopervaring. Dit gaat over de technische kwaliteit van een vertoning en het comfort in de zalen, maar evengoed publiekswerking en de organisatie van evenementen, en dergelijke meer. Het laatste Nostradamus-rapport (2024) benadrukte dit eens te meer:

*“The emerging shape of cinema-going can be described as “engagement theatrical”. A successful film, its communication, and the screening experience must all be specifically engaging for its audience to prioritise seeing it out of the home. This new normal adds work for exhibitors, distributors, and even producers, but provides growth potential especially for original, authorial, and unusual films. The decline in movie-going is inevitable – unless the industry decides it isn’t”.*²⁶

Terugkeer en bezoekersfrequentie vergroten. Bioscopen zoeken ook naar manieren om de terugkeer van klanten te verhogen. In 2020 lanceerde de Cineplex-groep de Cineplex+ formule die intussen 550.000 leden heeft (ongeveer 15% van het totaal aantal bezoekers). Het systeem werkt zoals een loyaltykaart bij kledingwinkels: bij elk bezoek spaar je meer punten, wat dan toegang geeft tot korting of gratis tickets, of andere extra voordelen. In Denemarken en Noorwegen is er de Nordisk Film Cinemas Unlimited pas, die toelaat zoveel films te bekijken als je wil tegen een maandelijkse vergoeding. Het meest gekend bij ons is wellicht de Cinevillepas, die startte in Nederland, maar ook gelanceerd werd in Oostenrijk en Duitsland, en intussen ook in de Brusselse en Vlaamse bioscopen haar ingang vond. In Nederland heeft Cineville 80.000 abonnees; goed voor twee miljoen bezoekers per jaar verspreid over meer dan 70 filmtheaters. Volgens UNIC, de federatie voor Europese bioscopen, zit de kracht teven in het creëren van een gemeenschap:

²² Smits, R., (2022) “Circulation Patterns, Abundance and Scarcity: Film Availability in the Online Era”, *Media Industries* 9(2): 3. doi: <https://doi.org/10.3998/mij.1875>

²³ Europa Cinemas (2023). Europa cinemas Network survey. Url: https://www.europa-cinemas.org/storage/press_file/70/file_src/97bbc069b22d81e0f68852ae8513b964.pdf

²⁴ <https://www.crescine.eu/small-film-industries/exhibition#1>

²⁵ Koljonen, J. (2024). Nostradamus 2024: a paradox of hope. Göteborg: Göteborg Film Festival

²⁶ Koljonen, J. (2024). Nostradamus 2024: a paradox of hope. Göteborg: Göteborg Film Festival

“Cineville subscribers can access a variety of activities to enhance their “social experience”, like special screenings, a dedicated blog and magazine, Q&As, quizzes, parties and the sale of cinema-related merchandise. This collaborative approach fosters a sense of community among arthouse cinema lovers and promotes a shared passion for independent and diverse film offerings.”²⁷

In diverse landen nemen Europese bioscopen/bioscoopgroepen (met medewerking van overheden/fondsen) specifieke initiatieven om het bioscoopbezoek te boosten, met positieve resultaten als gevolg. Het toonaangevende Franse ‘fête du cinéma’ groeide van een eendagsevent uit tot een vierdaags festival waarbij alle tickets aan vier euro verkocht worden. In 2022 was het cinemabezoek op die dagen dubbel zo hoog. Het fête du cinema is een initiatief van de Franse Cinema federatie (FNCF) en wordt georganiseerd met steun van Canal+, BNPParibas, Allociné en Virgin Radio.^{28 29}

Piraterij. Bioscoopfederaties zoals de Europese bioscoopfederatie UNIC blijven ook wijzen op de impact van piraterij, die ze nauw linken aan de release op VOD-platformen. In hun jaarrapport van 2022 wijzen ze erop dat de vijf meest gepirateerde films telkens hun downloadpiek hadden in dezelfde maand als de lancering op een streamingdienst.³⁰

Inclusie en diversiteit. Bioscopen zetten steeds meer in op de diversificatie van de werking om zo tegemoet te komen aan de noden van de verschillende doelgroepen, ongeacht hun culturele, educatieve, sociale of etnische achtergrond. Het komt erop neer om een (aanzienlijk) deel van de eigen werking in te zetten op de toegankelijkheid van de vertoner. Dit omvat, onder andere, de fysieke infrastructuur van een speler, maar ook de communicatie, economische en sociale toegankelijkheid en uiteraard ook de programmatie. Het blijft telkens een uitdaging om voluit in te zetten op inclusie, diversiteit en toegankelijkheid, en tegelijkertijd de noodzakelijke investeringen tegen de inkomsten af te wegen.

Nood aan kennisopbouw met meer data en digitale marketing. Digitale marketing groeide de afgelopen jaren uit tot een toonaangevende marketingstrategie voor bioscopen, aanvullend op de klassieke wegen via pers- en andere kanalen. Het gaat vooral over de toegang tot data en de enorme voordelen die bioscopen hier uithalen om zo strategieën te bedenken voor een efficiënte marketingstrategie (o.a. afstemmen van communicatie op het publieksprofiel) én programmatie. Data zoals demografische elementen (o.a. leeftijd, opleidingsniveau), bezoektijden, boekingspatronen en filmvoorkeuren, maken het mogelijk voor bioscopen om trends te signaleren en er ook op te anticiperen. Hierbij is het belangrijk om te benadrukken dat niet elk type vertoner toegang heeft tot deze data.

Daarnaast groeide sociale media uit tot belangrijke tools voor filmpromotie. Tiktok en Instagram zijn daarbij de belangrijkste kanalen. Een onderzoek in Italië toonde aan dat één op de twee Tiktok-gebruikers die naar de film was geweest, dit deed nadat ze promotie op

²⁷ UNIC (2024). Innovation and the Big Screen.

²⁸ Unic (2023). Annual report; Andere initiatieven zijn: We Love Cinema in België, de Allianz Cinema Day in Zwitserland, Fiesta del Cine in Spanje, Cinema in Fiesta in Italië, National Cinema Day in Ierland, Cinemania in Nederland, Kinofest in Duitsland, Stora Biodagein in Zweden, Swieto Kina in Polen, Den Store Kinodagen in Noorwegen.

²⁹ In Vlaanderen loopt sinds 2022 met Open Cinema een vergelijkbare actie. In de derde editie namen 31 deelnemers deel in 23 Vlaamse steden.

³⁰ Unic (2023). Annual report.

Tiktok hadden gezien.³¹ Veel vertoners – vooral de kleinere spelers – zijn echter niet actief bezig met sociale mediacampagnes.

Diversifiëren van het aanbod (en inkomsten). Het is voor vertoners alsmaar belangrijker om zichzelf voortdurend te onderscheiden binnen het landschap. Aanvullende content blijkt hierin een krachtig middel te zijn voor het creëren van een duurzame verbinding met het publiek. Denk aan het verbinden van Twitch *communities* (voor gamers) met bioscopen in Frankrijk, een focus op magazines in Frankrijk en Duitsland, het samenstellen van bonuscontent ('the making of') in Nederland en Q&A-sessies met een regisseur na de vertoning van een film. Dit zijn allemaal zaken waar de toegang tot (demografische) data, en met andere woorden kennis van het publiek, cruciaal zijn om zo te weten wat de noden en behoeften zijn van dat publiek.

Duurzaamheid. De laatste jaren stonden deels in het teken van de klimaat- en energiecrisis, wat ook leidde tot enige innovatie op het gebied van filmtechnologie. Daarnaast zijn ook vertoners zelf zich bewust van hun impact op het klimaat (bijvoorbeeld door verouderde projectoren) en de (stijgende) kost om films te vertonen. Groener ondernemen is essentieel, zowel vanuit ethisch als juridisch perspectief, maar het zal ook de economische return faciliteren op lange termijn (hoewel dit geen evidentie is).

³¹ UNIC (2024). Innovation and the Big Screen. Url: https://www.unic-cinemas.org/fileadmin/UNIC_innovation_publication_2024.pdf

deel II

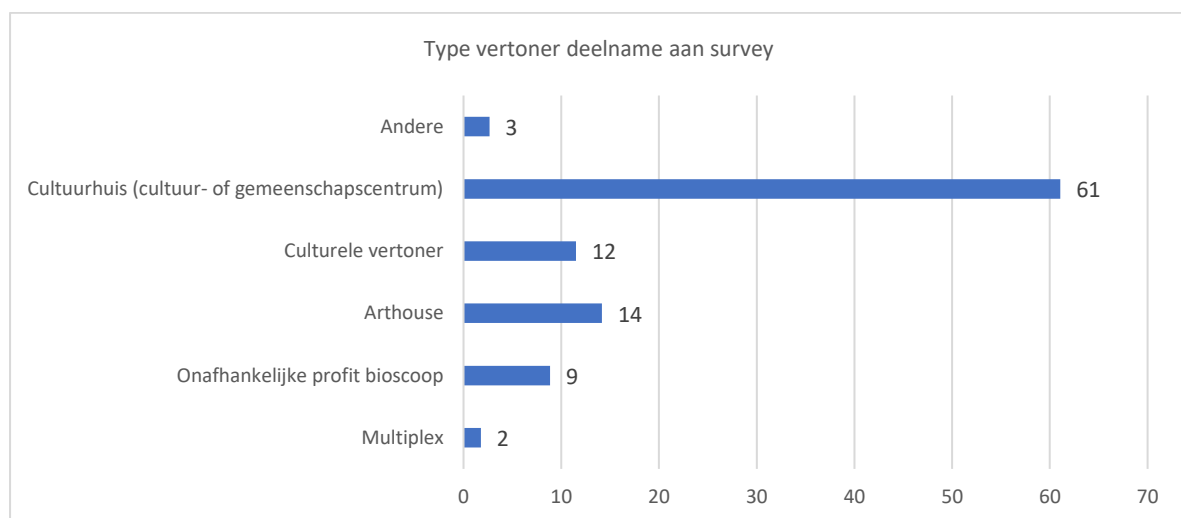
**OVERZICHT EN ANALYSE VAN
HET VERTONERSVELD**

5. Overzicht en analyse van het vertonersveld

5.1. Inleiding

Vlaanderen kent een divers filmexploitatie­landschap dat bestaat uit zowel grotere multiplexbioscopen/cityplexen als arthousebioscopen en andere culturele vertoningsplekken.³² Voor deze studie onderscheiden we acht categorieën: (1) multi- en cityplex, (2) onafhankelijke profit-bioscoop, (3) arthousebioscopen, (4) culturele vertoners, (5) culturele centra, (6) filmclubs, (7) filmfestivals, en (8) andere filmorganisaties. In onze veldtekening focussen we voornamelijk op de eerste vijf categorieën.

Inzichten in dit deel zijn grotendeels gebaseerd op een survey uitgestuurd naar vertoners in Vlaanderen en Brussel. In totaal namen 123 spelers deel aan de bevraging. De deelnemende multiplexen vulden de survey in voor de volledige groep samen. De deelnemende arthousebioscopen deden dat voor de afzonderlijke vestigingen, gezien de diversiteit van noden per vestiging. Bij vermelding van de absolute aantallen in de resultaten zullen er verschillen zichtbaar zijn in de totalen, omdat niet elke participant aan de survey alle vragen heeft ingevuld. Festivals, distributeurs en filmeducatieve en filmreflectieve organisaties werden niet meegenomen in de bevraging, gezien hun concrete werkwijze met specifieke noden en uitdagingen buiten het bestek van dit onderzoek naar filmexploitatie valt.



Figuur 2. Uitsplitsing van het type vertoners die deelnamen aan de survey

5.2. Overzicht van de spelers

Multiplexen

Multiplexen en cityplexen (in deze studie bundelen we ze onder de noemer 'multiplexen') kenmerken zich door een grootschalige infrastructuur met diverse zalen en een grote capaciteit. Een deel van de multiplexen is gevestigd aan de rand van steden of buiten de

³² VAF (2022). Landschapsschets Publiek. Brussel: Vlaams Audiovisueel Fonds; VAF (2014). Landschapstekening Vlaamse filmsector. Brussel: Vlaams Audiovisueel Fonds; Kunstenpunt (2019). Landschapstekening Kunsten. Brussel: Kunstenpunt.

stadscentra (o.a. Kinopolis Brugge, Kinopolis Oostende, UGC Mechelen); een aantal zijn gevestigd midden in het stadscentrum (o.a. UGC Turnhout; UGC De Brouckère, Kinopolis Gent). Multiplexen nemen naar het aantal bezoekers de belangrijkste positie in met 70% marktaandeel in Vlaanderen en Brussel. De verkoop van drank en snacks vormen een belangrijke pijler voor de inkomsten van deze spelers. In programmering zetten ze vooral in op brede blockbusters, maar er is ook aandacht voor auteursfilm, specifieke nichegenres (horror) en screenings van populaire buitenlandse titels (bv. Turkse film) in de grote steden. Vlaamse film is voor deze spelers een belangrijk genre en - omgekeerd - zijn multiplexen cruciaal voor de box office van Vlaamse film.

Kinopolis beschikt over elf vestigingen in België. In Vlaanderen en Brussel gaat het om vestigingen in Antwerpen, Brugge, Brussel, Gent, Hasselt, Kortrijk, Leuven en Oostende. In 2023 boekte de groep 10,2% meer bezoekers dan het voorgaande jaar (6,39 miljoen bezoekers). De cijfers zitten echter nog niet op het pre-Covid niveau en de hogere inkomsten zijn ook toe te schrijven aan verhoogde ticketinkomsten. Kinopolis zelf ziet het sterke jaar vooral als gevolg van het aantal sterke blockbusters (*Barbie* en *Oppenheimer*) en enkele succesvolle lokale titels (*Zillion* en *Wil*). Daarnaast schrijft de groep het groter aandeel inkomsten per bezoeker toe aan de toenemende investeringen op ervaringen (met een toename van Laser ULTRA³³ en IMAX in het aanbod). Het Belgisch aandeel van Kinopolis neemt 26,9% in van de totale Kinopolis-groep, die ook actief is in Frankrijk, Luxemburg, de VS, Nederland, Spanje, Canada, Polen en Zwitserland.³⁴ Kinopolis kenmerkt zich door de inzet op breed publieksentertainment, en investeringen in nieuwe ervaringen (opera, gaming), alsook innovatie op het vlak van beeld- en geluidservaringen (laser DX, IMAX, 3D, 4DX, ScreenX-formaten). Tot slot zet Kinopolis ook in op het profiel van de auteursfilm liefhebber met CinéK ("Film met een gouden randje").

UGC is een Franse bioscoopgroep die oorspronkelijk vestigingen had in Frankrijk, België, Verenigd Koninkrijk, Ierland en Spanje. Vestigingen in de laatste drie landen werden verkocht in 2004 en 2011. UGC heeft vandaag zeven vestigingen in België (twee in Brussel, een in Antwerpen, Aarschot, Lommel, Mechelen en Turnhout). In 2016 nam UGC de Utopolis-bioscopen in België (Aarschot, Lommel, Turnhout en Mechelen) over van de Utopia Group SA. UGC onderscheidt zich enigszins door de aanwezigheid van enkele grote complexen pal in het stadscentrum (o.a. De Brouckère, Toison d'Or, Antwerpen met 17 zalen) en is goed voor in totaal 55 zalen (26 in Brussel en 29 in Vlaanderen).

De bioscoopgroep **Pathé** beheert in totaal tien locaties in België: Genk (Euroscoop), Sint-Niklaas (Siniscoop), Maasmechelen (Euroscoop), Lanaken (Euroscoop), Charleroi, Verviers, Louvain-La-Neuve (Cinéscope), Namen (Acinapolis) Libramont (Cinépointcom) en Famenne. Dit is goed voor zo'n negentig schermen. Pathé zet in op een divers filmaanbod, met innovatieve vertoningstechnieken (IMAX en 4DX in Charleroi), maar ook livestreams van opera's (MET), balletvoorstellingen (Bolshoi) en theatervoorstellingen (Comédie Française). Daarnaast pakken ze ook graag uit met avonden die draaien rond een nichegenre (Horror Night) of de bekende Ladies Night.³⁵

³³ Laser ULTRA is een combinatie van 4K-laserprojectie en Dolby Atmos-geluid (tientallen luidsprekers over de zaal) (Bellwinkel, 2022).

³⁴ Kinopolis (2024). Jaarresultaten 2023.

³⁵ Pathé (2021). Pathé Belgium.

Arthouse

De arthousebioscopen focussen in de eerste plaats op auteursfilms en de culturele meerwaarde van film. Op dit moment zijn er acht arthousebioscopen in Vlaanderen. Ze zijn gevestigd in de stadscentra van de centrumsteden Leuven (Cinema ZED), Gent (Sphinx cinema en Studio Skoop), Mechelen (Lumière), Antwerpen (Cartoon's, Lumière Antwerpen), Kortrijk (Budascoop) en Brugge (Lumière). In Brussel zijn er Palace, Galeries, Cinéma Aventure en Vendôme, allen gevestigd in het centrum van de hoofdstad. Binnen het Vlaamse arhousesegment deden zich de laatste jaren enkele opmerkelijke verschuivingen voor. In oktober 2021 opende in de gerenoveerde Oude Stadsfeestzaal de arthousebioscoop Lumière Mechelen. In datzelfde jaar werd het gebouw waarin de arthousebioscopen Sphinx cinema gehuisvest is, overgenomen door een privé-investeerder.³⁶ In januari 2024 kondigde de Lumière groep aan de exploitatie van de andere Gentse arthousebioscoop Studio Skoop te willen overnemen. Het pand zou eigendom blijven van huidig eigenaar Walter Vandercruysse.³⁷ Begin september kondigde die laatste aan dat de onderhandelingen met Lumière toch afgesprongen zijn als gevolg van twisten over de uitbatingsvergunning, maar dat een scenario waarbij Lumière toch aan boord blijft, niet uitgesloten is. Begin juli 2024 kondigde Lumière ook aan dat ze Cinema Cameo in Sint-Truiden wilde doen heropleven.³⁸

Op dit moment lopen er ook plannen voor de **verdere uitbouw van een arthouse-werking in Hasselt**. Cinema ZED, dat in Leuven een vestiging heeft en deel uitmaakt van Fonk vzw, programmeert op dit moment drie keer per week in Hasselt aan de Scheepvaartkaai in De Nieuwe Zaal, een tijdelijke locatie uitgebaat in samenwerking met B-Classic, Het nieuwstedelijk en Vonk. Zij nemen eind 2026 hun intrek in een nieuw kunstencentrum aan het Groenplein in Hasselt in het voormalig administratief centrum. Voor de bioscoop betekent dit een permanente vertoningsplek met twee bioscoopzalen (150 en 80 zetels).³⁹ Ook in **Turnhout** wordt gewerkt aan een nieuwe vertoningsplek, die in de loop van 2026 zal ingevuld worden door MOOOV.

Een aantal van de arhousespelers werkt met een opdeling in een vzw voor een deel van de werking en een commerciële tak voor de andere activiteiten en verantwoordelijkheden. Panden zijn ofwel in privéhanden, ofwel in handen van steden en worden geëxploiteerd door middel van een huur/erfpacht. Verder kenmerken de spelers zich via **het aanbod** door een klemtoon te leggen op auteursfilms, maar ook een programmering met (al dan niet) aandacht voor familiefilms, bredere publiekstrekkingen, filmreeksen en thematische avonden. Dit vullen ze aan met zaalverhuur, een scholenwerking en samenwerkingen voor de organisatie van festivals en evenementen (zie tweede deel van dit hoofdstuk). Sommige spelers baten een eigen **horecagelegenheid** uit, andere werken hiervoor samen met een externe speler. Op de schermen van deze spelers is er, in vergelijking met andere commerciële bioscopen, minder ruimte voor reclame voorafgaand aan de vertoningen, wat ook een impact heeft op de inkomsten. Op de meeste locaties beperkt publiciteit zich tot het aankondigen van nieuwe titels of events via trailers of publiciteit voor regionale sponsors en socioculturele organisaties.

³⁶ Houtman (2021). Miljonairkoppel redt cinema Sphinx in Gent: "Iedereen wil investeren in voetbal, wij steken ons geld in arthouse"

³⁷ Ceulemans (2024). Lumière neemt Gentse Studio Skoop over: 'De bedoeling is dat de klant hier niets van merkt'

³⁸ Sneyers, N. (2024). "Bioscoopgroep Lumière blaast nieuw leven in stadscinema Cameo in Sint-Truiden"

³⁹ Cinema ZED (2024). Cinema ZED verhuist naar centrum Hasselt. <http://www.cinemazed.be/nl/nieuws/plannen-groenplein>

Locatie	Naam	Groep/Exploitant	Schermen	Zetelverdeling	Capaciteit
Gent	Sphinx	Sphinx/La Luna vzw	5	123, 227, 133, 53, 45	581
Gent	Studio Skoop	Lumière	5	184, 77, 56, 67, 37	421
Antwerpen	Cartoons	Lumière	3	86, 49, 62	197
Antwerpen	Lumière Antwerpen				
Mechelen	Lumière Mechelen	Lumière	3	95, 76, 76	247
Turnhout (vanaf 2026)	Niet gekend	MOOOV	3	50, 100, 150	300
Leuven	Cinema ZED	Fonk	3	Vesalius: 68 + 147 STUK: 96	311
Hasselt (vanaf 2026)	Cinema ZED	Fonk	2	150, 80	230
Kortrijk	Budascoop	Kunstencentrum Buda	3	153, 96, 50	299
Brugge	Lumière Brugge	Lumière	4	150, 76, 60, 45	331
Brussel	Palace	Cinema Palace	4	373, 139,60,84	656
Brussel	Vendôme	Art & Cinéma vzw	5	272, 186, 184, 119, 77	838
Brussel	Galleries	Cinema Galleries	3	214, 180, 15	409
Brussel	Aventure	Arbemax sprl	3	107, 75, 50	230

Tabel 5. Weergave van de arthousebioscopen in Vlaanderen en Brussel

Onafhankelijke profitbioscoop

De onafhankelijke profitbioscopen vormden lange tijd het belangrijkste onderdeel in het weefsel van filmvertoningen in Vlaanderen en Brussel. Ze kennen een bijzonder rijke geschiedenis. Film was een van de belangrijkste vormen van publieksamusement en diverse steden beschikten over meerdere bioscopen. Zo blaast Cinema Varietes in Lier dit jaar 80 kaarsjes uit en bestaat Cinema Albert dit jaar 110 jaar.

Diverse gelegenheden hielden op te bestaan door de komst van de multiplexen, stijgende kosten voor exploitatie, concurrentie van diverse andere culturele activiteiten, of eigenaars die panden een andere bestemming wilden geven. Van de onafhankelijke profitbioscopen bestaan er vandaag nog dertien spelers (tegenover zestien in 2017). Meer recent sloten Cinéstar in Waregem en Beverly Screens in Knokke de deuren. Het doek viel na Covid ook over Cinema De Keizer in Lichtervelde.

Onafhankelijke profitbioscopen kenmerken zich door een beperkte capaciteit in het aantal zalen en een sterke lokale inbedding. Ze richten zich vooral op families en hebben nabijheid als belangrijkste troef. Doorgaans gaat het over familieondernemingen die sterk afhankelijk zijn van vrijwilligers, maar gekenmerkt zijn door een blijvende drive, technische kennis en

passie voor de beleving van film. In de meeste gevallen beschikken deze spelers over een breed aanbod aan films.

Digitale projectie betekende voor deze spelers in de jaren 2000 een grote kost. Spelers konden toen wel op een impuls van de overheid rekenen. Zo beschikte Cinema Albert in Dendermonde voor zijn zalen sinds 2009 over digitale projectie. De voorbije jaren werden ze geconfronteerd met beperkte of geen marges door Covid, stijgende personeels- en energiekosten, en hoge structurele kosten voor renovaties en infrastructurele werken die moeilijk zijn om te overbruggen. Een aantal onder hen nam de gelegenheid om tijdens de verplichte sluiting door Covid kleine en grote renovatiewerken uit te voeren. Cinema Stockel liet (nadat eerder de zetels waren vernieuwd) de voorgevel en inkomhal renoveren. Cinema Albert investeerde onder andere in ventilatie.⁴⁰

Locatie	Naam	Schermen	Totaal aantal zetels
Aalst	Ciné Aalst	1	174
Burcht	Cinema4you	2	99
De Haan	Cinema Rio	1	153
Dendermonde	Cinema Albert	2	295
Geraardsbergen	Cinema Focus	4	719
Koersel	Roxy Theater	3	390
Koksijde	Cinema Koksijde	6	1258
Lier	Cinema Varietes	2	333
Ninove	Cinema Central	2	177
Roeselare	Cityscoop	7	1.200
Sint-Pieters-Woluwe	Cinema Stockel	1	396
Sint-Truiden	Cameo	1	170
Zwijndrecht	Studio Rubens	1	142

Tabel 6. Overzicht van de onafhankelijke profitbioscopen in Vlaanderen en Brussel

Culturele vertoners

De noemer culturele vertoners omvat eveneens diverse types spelers. Er zijn spelers die beschikken over een zaal uitsluitend voor filmvertoningen, al dan niet als onderdeel van een grotere instelling. Cinema RITCS en KASKcinema zijn bv. respectievelijk verbonden aan de onderwijsinstellingen RITCS en KASK. De Cinema is verbonden aan kunstencentrum De Studio en MHKA en vertoont een specifiek filmprogramma. Cinema Nova, Cinematek en OFFoff vertonen specifiek een eigenzinnig filmaanbod. De Roma, Flagey, Bozar, NW vertonen film als onderdeel van een breder cultuurprogramma. Verder werd Cinema Storck in de vorige VAF Landschapstekening ook als Culturele Vertoner opgenomen en maakt het deel uit van de jaarwerking van het Filmfestival Oostende.

De culturele vertoners richten zich op het brengen van hetzij belangrijke titels in *second run* (en spreken daarbij vaak een ander en trouw publiek aan) in een lokale context, of zijn gericht op het verbreden van het bestaande aanbod (vaak met een artistieke, eigenzinnige en

⁴⁰ BRUZZ (2020). Cinema Le Stockel heropent de deuren na coronarenovatie.

thematische insteek). Van alle vertoners in Vlaanderen hebben zij het meest eigenzinnige aanbod, met name een aanbod dat afwijkt van de andere vertoners. Het gaat zowel om recente als oudere titels, van klassiekers tot heel experimentele titels en genre cross-overs. Zo focust Artcinema OFFoff resoluut op experimentele films, en wil Cinema Nova zich opwerpen als vertoner die zich ontfermt over cinema als een maatschappelijk project. Vaak zijn die films ook gebundeld in thematische reeksen of evenementen, al dan niet in samenwerking met filmorganisaties, scholen, verenigingen, etc. Sommige van deze spelers maken ook deel uit van de organisatie van festivals (Cinema Nova en *Offscreen* bijvoorbeeld) of stellen hun vertoningsplek ter beschikking voor andere samenwerkingen van filmorganisaties. Spelers kenmerken zich tevens door de beperktere frequentie van vertoningen. Ze komen niet allemaal dagelijks met een programmatie.

Locatie	Naam	Schermen	Zetelverdeling	Aantal zetels
Aalst	NW	1		119
Antwerpen	De Roma	1	2000	2000
Antwerpen	De Cinema	2	164, 48	212
Antwerpen	Filmhuis Klappei	1		50
Antwerpen	De Polygoon	1		216
Brussel	Cinema Nova	1	200	200
Brussel	Cinamatek	3	150, 117, 29	296
Brussel	Flagey	1	862	862
Brussel	Bozar	Renovatie	Renovatie	Renovatie
Brussel	Cinema RITCS	1	125	125
Gent	KASKcinema	1	86	86
Gent	Ciné Rio	1	84	84
Gent	Art Cinema OFFoff	1	+/-50	+/-50
Hasselt	Cinema Zed Hasselt (tot 2026)	2 (vanaf 2026)	150,75 (vanaf 2026)	225 (vanaf 2026)
Mechelen	Filmhuis Mechelen	1	1	270
Oostende	Cinema Storck	1	/	/

Tabel 7. Overzicht van de culturele vertoners in Vlaanderen en Brussel

Culturele centra

Onder de noemer culturele centra vallen zowel de cultuurcentra (cc's) als de kleinere gemeenschapscentra (gc's) die ook films vertonen (hetzij in beperktere mate). Het aantal vertoningen van cc's kan danig verschillen, net als de infrastructuur, de grootte van de zalen en het jaarlijks publieksbereik. Sommige cc's beschikken over digitale projectie; sommige kregen eenmalig ondersteuning van de Springplankpremie van het VAF of krijgen steun via de jaarlijkse ondersteuningsmaatregel 'Steun aan de Vertoning van de Vlaamse Auteursfilm'. In het geval van deze culturele centra ligt de financiële verantwoordelijkheid bij de gemeente/stad.

De landschapsschets van het VAF uit 2022 tekende 29 huizen op die wekelijks film tonen, elf op tweewekelijkse basis en 40 op maandelijkse basis. Nog eens 55 vertonen film occasioneel. Culturele centra bieden het meest titels aan in *second run*, drie à vier maanden nadat die in de arthouses en andere bioscopen draaiden. Tickets zijn goedkoper dan bij de bioscopen.

Belangrijkste troeven lijken naast prijs de nabijheid, het gemeenschapsgevoel en de gegendste keuze voor specifieke titels. De filmprogrammatie van sommige cc's valt onder een bredere samenwerking. Dat is het geval voor de cc's die partners zijn van Zebracinema, een initiatief van MOOOV met een arthouse aanbod in onder meer Diest, Hamont Achel, Pelt, etc. Deze zijn hier niet in de tabel weergegeven, maar rekenden we onder de 'filmclubs'.

Cultureel Centrum	#Vertoningen	Aantal titels
Antwerpen	912	682
CC 'Schalieken	17	17
CC Binder	60	53
CC De Steiger	47	37
CC De Ster	59	55
CC Kapellen	17	15
CC Mol	64	54
CC Schoten	35	26
CC Ter Dilft	73	60
CC Zwanenberg	161	93
Cinema Plaza	36	29
Cinema Rix	84	64
Cinema Sonja in GC Werf 44	10	10
GC 't Gasthuis	20	10
Liers Cultuurcentrum	69	60
OC' t Waaigat	5	5
Schouwburg De Kern	99	55
Schouwburg Noord	16	12
Theater Vooruit	12	12
VC De Schelde	12	7
Vrije Tijd Mortsels	16	8
Brussel	96	69
GC De Linde (CC Brussel)	11	6
GC De Moelie	6	6
GC Den Dam (CC Brussel)	17	9
GC Nekkersdal (CC Brussel)	16	12
GC Nohva (CC Brussel)	7	6
GC Pianofabriek	11	7
GC Ten Noey (CC Brussel)	5	2
GC Ten Weyngaert (CC Brussel)	23	21
Limburg	58	52
CC Casino	18	16
CC Lanaken	11	10
Cultuurhuis Tessenderlo	18	16
GC Tentakel	11	10
Oost-Vlaanderen	677	504
CC Belgica	29	18
CC De Plombom	9	9
CC De Ploter	43	38
CC Den Hoogen Pad	12	12
CC Evergem	30	29
CC Jan Tervaert	47	44
CC Lokeren	75	56
CC Nova	27	20
CC Sint-Niklaas	111	42
CC Temse	22	20
CC Ter Vesten	26	19

CC Zoetegem	56	47
Cultuurhuis Emotia	13	13
Cultuurhuis Merelbeke	32	27
Leietheater	131	99
VTC De Meermin	14	11
Vlaams-Brabant	488	405
CC 't Vondel	41	34
CC De Factorij	53	44
CC De Kruisboog	13	11
CC De Meent	62	48
CC Den Blank	49	39
CC Het Bolwerk	45	41
CC Strombeek	76	65
GC de Kam	23	14
GC de Muze van Meise	3	3
GC de Zandloper	21	13
GC Het Koetshuis	7	7
Vrijtijdscentrum De Warandepoort	41	37
Westrand	54	49
West-vlaanderen	467	358
CC Casino Koksijde	33	33
CC De Brouckere	28	23
CC De Schakel	133	88
CC De Spil	58	45
CC Ghybe	13	10
CC Gildhof	45	43
CC Scharpoord	79	45
CC Wevelgem	23	23
Centrum Ysara & City	15	8
Cultuurhuis De Leest	30	30
GC De Bunder	10	10
Totaal	2.698	2.070

Tabel 8. Overzicht van de culturele centra in Vlaanderen en Brussel

In de cc's speelden in 2023 642 verschillende titels. De meeste cc's spelen elke film een keer. Titels die meerdere vertoningen krijgen zijn het vaakst de Vlaamse titels. Het aanbod is overigens gedifferentieerd; cc's leggen bepaalde accenten. Sommige zetten uitsluitend in op arthouse-titels, sommige leggen klemtoon op een meer commercieel aanbod en sommigen maken een combinatie van beide. Veel spelers programmeren jeugdfilms, zowel auteursfilm als commerciële titels. Sommige hebben een meer uitgesproken of zelfs exclusief profiel voor kinder- en familiefilms. Interessant is het hoge aantal titels dat ook beschikbaar is via streamers; dit zijn met andere woorden titels die ofwel al op streamer beschikbaar waren tegelijk met het tweede circuit, of dat recent werden (zoals de Disney titels). Bij de meest vertoonde titels zien we een combinatie van Vlaamse, bekroonde arthouse-titels en een aantal meer commerciële titels (zie vergelijking).

Bepaalde cc's doen het opmerkelijk goed in de Vlaamse rand. Ook al is er de nabijheid van de Brusselse multiplexen, de nabijheid van het cc op gemeentelijk niveau zonder het drukke verkeer of publiek transport te moeten nemen, is hier toch mogelijks een verklaring om een belangrijke aantrekkingspool. Deze cc's zijn ook voorzien van goed uitgeruste projectie en infrastructuur. Voor sommige cc's is de afstand tot arthousebioscopen mogelijks een belangrijke factor voor de populariteit. Het cc van Heist op den Berg is dan wel dicht bij cinema Variétés in Lier maar kiest voor een ander, uitgesproken auteursfilmaanbod. Vanuit Knokke-

Heist is Brugge misschien net te ver, en met de sluiting van Beverly Screens is er geen bioscoop meer. Daar scoort het CC Scharpoord ook sterk. Een andere factor die populariteit kan verklaren is simpelweg het aantal inwoners van gemeenten: cc's in dichterbevolkte gemeenten trekken meer volk. Echter, bovenstaande bedenkingen blijven assumpties, gezien de motivaties van bezoekers van cc's om al dan niet films te kijken, niet het onderwerp vormde van deze studie, maar voor vervolgonderzoek erg relevant is.

Locatie	Naam	Provincie	# bezoekers '23
Heist-op-den-Berg	CC Zwanenberg	Antwerpen	20.266
Knokke-Heist	CC Scharpoord	West-Vlaanderen	13.077
Deinze	Leietheater	Oost-Vlaanderen	13.049
Strombeek	CC Strombeek	Vlaams-Brabant	12.823
Lokeren	CC Lokeren	Oost-Vlaanderen	12.042
Wilrijk	Schouwburg De Kern	Antwerpen	10.741
Waregem	CC De Schakel	West-Vlaanderen	9.378
Bornem	CC Ter Dilft	Antwerpen	9.996
Dilbeek	Westrand	Vlaams-Brabant	9.217
Overijse	CC Den Blank	Vlaams-Brabant	7.964
Roeselare	CC De Spil	West-Vlaanderen	7.536
Alseberg	CC De Meent	Vlaams-Brabant	7.334
Puurs St-Amands	CC Binder	Antwerpen	7.511
Vilvoorde	CC Het Bolwerk	Vlaams-Brabant	7.129
Tielt	CC Gildhof	West-Vlaanderen	6.795
Merelbeke	Cultuurhuis Merelbeke	Oost-Vlaanderen	6.783
Zottegem	CC Zoetegem	Oost-Vlaanderen	6.642
Zaventem	CC De Factorij	Vlaams-Brabant	6.490
Evergem	CC Evergem	Oost-Vlaanderen	6.109
Boom	CC De Steiger	Antwerpen	5.556

Tabel 9. De culturele centra met de meeste bezoekers.

Locatie	Naam	Provincie	Vertoningen ' 23
Heist-op-den-Berg	CC Zwanenberg	Antwerpen	161
Waregem	CC De Schakel	West-Vlaanderen	133
Deinze	Leietheater	Oost-Vlaanderen	131
Sint-Niklaas	CC Sint-Niklaas	Oost-Vlaanderen	111
Wilrijk	Schouwburg De Kern	Antwerpen	99
Deurne	Cinema Rix	Antwerpen	84
Knokke-Heist	CC Scharpoord	West-Vlaanderen	79
Strombeek	CC Strombeek	Vlaams-Brabant	76
Lokeren	CC Lokeren	Oost-Vlaanderen	75
Bornem	CC Ter Dilft	Antwerpen	73
Lier	Liers cultuurcentrum	Antwerpen	69
Mol	CC Mol	Antwerpen	64
Alseberg	CC De Meent	Vlaams-Brabant	62

Vilvoorde	CC Het Bolwerk	Vlaams-Brabant	60
Dilbeek	Westrand	Vlaams-Brabant	54
Zaventem	CC De Factorij	Vlaams-Brabant	53
Willebroek	CC De Ster	Antwerpen	59
Roeselare	CC De Spil	West-Vlaanderen	58
Zottegem	CC Zoetegem	Oost-Vlaanderen	56
Overijse	CC Den Blank	Vlaams-Brabant	49

Tabel 10. De culturele centra met de meeste vertoningen

Filmclubs

En dan zijn er nog de filmclubs. Dit zijn verenigingen die op vaste basis filmvertoningen organiseren, hetzij steeds op dezelfde plek, hetzij verdeeld over meerdere locaties. De filmclub 'De Andere Film', bijvoorbeeld, heeft vertoningen in Lumière Brugge en Kinopolis Brugge en werkt ook samen met de cc's in Roeselare en Koksijde voor hun programmatie. Filmclub 62 en Filmclub Hasselt resideren in Kinopolis; Cinema M werkt samen met cc Vrije Tijd Mortsel en de Mark Liebrecht Schouburg. Kalliopee houdt haar vertoningen in de Varietes in Lier. De meeste filmclubs kennen bovendien een lange traditie. Zo vierde de Oostendse Filmclub 62 in 2022 nog haar 60^{ste} verjaardag.

Onder de filmclubs rekenen we ook de samenwerkingen tussen vertoners en Mooov onder de noemer Zebracinema, oorspronkelijk een initiatief gericht op meer regionale spreiding met het oog op een arthouse-aanbod in Limburg. Partners daarin zijn zowel cc's (bv; CC Diest) als profitbioscopen (bv. Roxy).

Naam	#Bezoekers
Filmclub Cinema M	8.471
Filmclub 62	8.204
Zebracinema Diest	6.579
Zebracinema Tongeren	6.182
Zebracinema Perk	3.672
Zebracinema Hamont-Achel	3.402
Filmclub Hasselt	3.159
Zebracinema Maaseik	2.711
Filmclub Kalliopee	2.529

Tabel 11. Filmclubs met de meeste bezoekers in 2023

Andere organisaties

Naast bovengenoemde bestaan nog diverse andere organisaties die bezig zijn met film, en ofwel een eigen vertoningsplek hebben, of vertonen in samenwerking met anders. Het gaat dan bijvoorbeeld om de filmclubs aan universiteiten of hogescholen, of initiatieven als Cinémangiare in Gent, waar bezoekers kunnen genieten van diner en film.

Ook de filmfestivals moeten genoemd worden als belangrijke vertoners. Zij organiseren vertoningen in samenwerking met zowel de multiplexen, culturele vertoners en

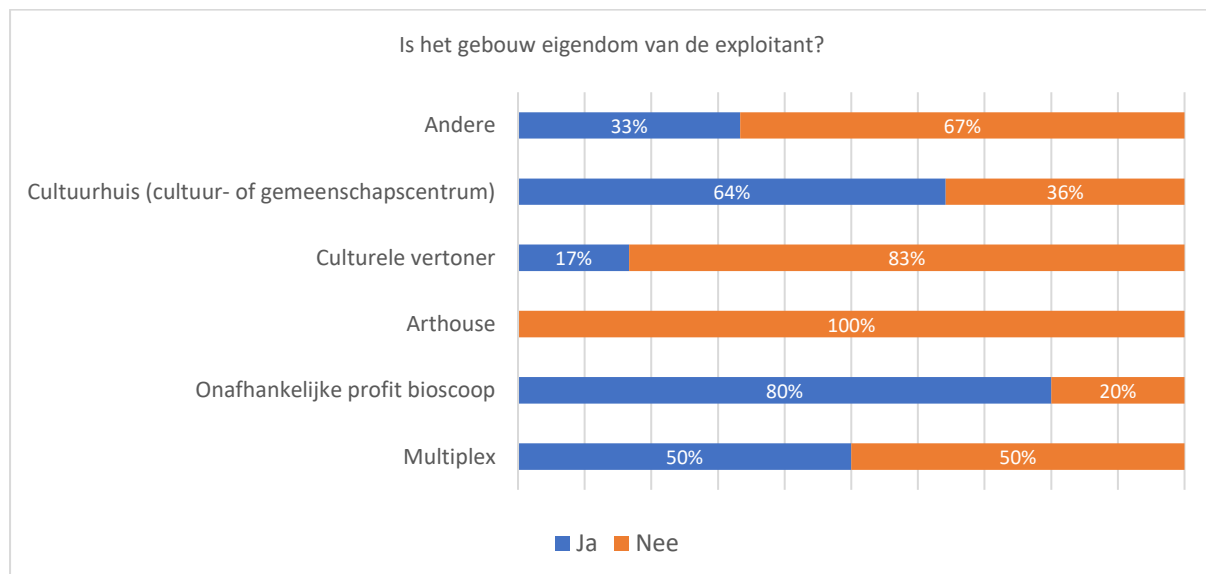
arthousebioscopen tijdens hun festivalperiode, maar zetten ook in op een werking (Jeugdfilmfestival, FilmFestOnTour, etc.) doorheen het jaar. Filmfestivals spelen een cruciale rol in het bereiken van een publiek voor specifieke, vaak eigenzinnige titels, en vormen een belangrijke schakel in de promotie van auteursfilm die later hun release kennen bij andere vertoners.

5.3. Vergelijking vertoners infrastructuur en organisatie

Onderstaande inzichten geven een beeld van de karakteristieken van het vertonersveld, gebaseerd op de survey. De weergegeven cijfers dekken met andere woorden niet het volledig vertonersveld, maar zijn een weergave van de respondenten die deelnamen aan de survey.

Organisatiestructuur

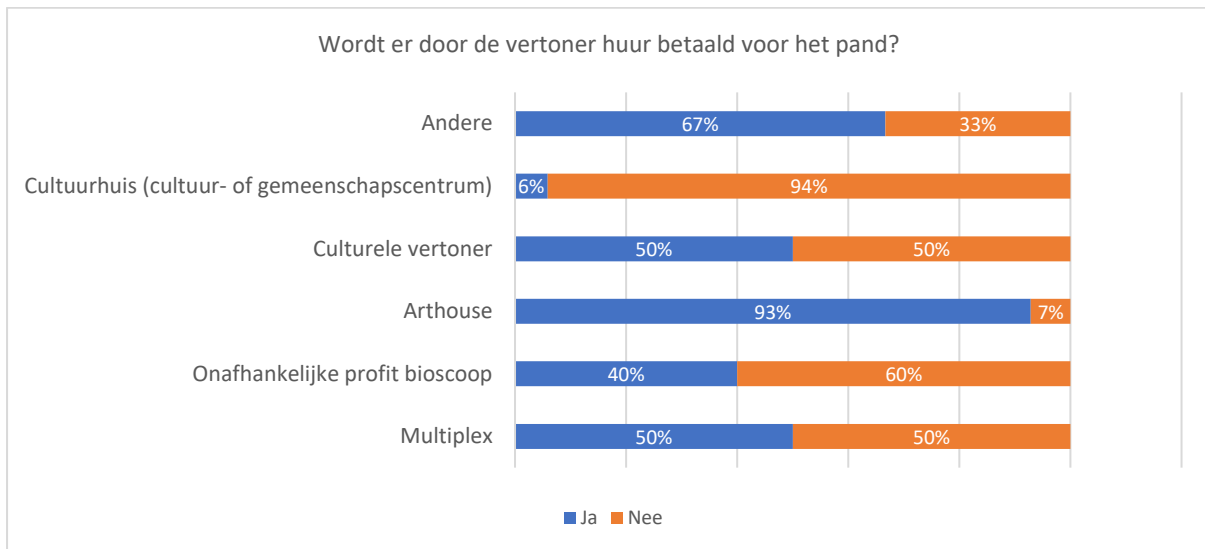
Eigenaarschap. Het eigenaarschap van de panden waarin de vertoners gevestigd zijn, verschilt sterk onder de vertoners in onze survey. Opvallend is dat veel spelers geen eigenaar zijn van het pand waarin ze film vertonen. Bij de arthousebioscopen is dat sinds kort zelfs 100%. Bij de onafhankelijke profitbioscopen zien we het grootste aandeel (80%) privé-eigenaarschap. Bij de twee bevraagde multiplexen is dat de helft. Bij de culturele centra zijn het vaak de steden en gemeenten die eigenaar zijn van het pand. Bij de arhouses verschillen de constructies. Sommige exploitanten hebben een erfpachtovereenkomst of ter beschikkingstellingsovereenkomst met een stad, sommige zaken hebben een privé-eigenaar.



Figuur 3. Het eigenaarschap uitgesplitst per type vertoner

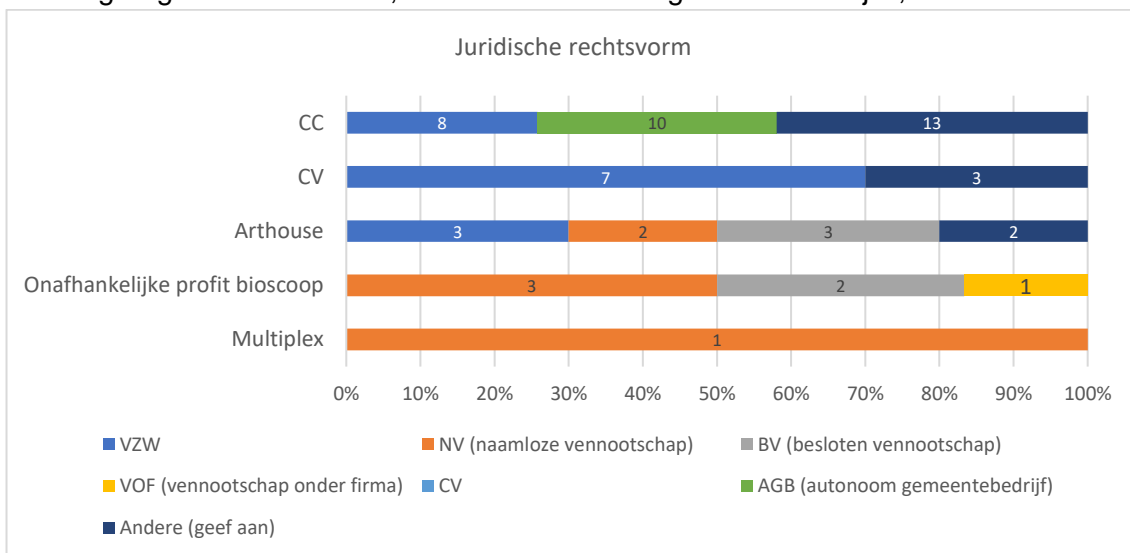
De helft van de multiplexen geven aan een huur of pacht te betalen voor het pand. Bij de onafhankelijke profitbioscopen is dat 40% (ondanks dat 80% aangeeft eigenaar te zijn van het

pand in de vorige vraag)⁴¹; 93% van de arthouses betalen een huur/ter beschikkingstellingshuur of pacht aan de eigenaar. Bij de culturele vertoners is dat 50% en bij de cc's 6%.



Figuur 4. Huurcontract uitgesplitst per type vertoner

De juridische rechtsvorm verschilt uiteraard per type vertoner. Onder de exploitanten zijn de multiplexen Naamloze Vennootschappen. Bij de onafhankelijke profitbioscopen zijn sommige spelers eveneens een nv, andere een besloten vennootschap (bv) en vennootschap onder firma. Bij de arthousebioscopen vinden we vzw-structuren, nv's, bv's en nog andere types. De culturele vertoners zijn het vaakst gebaseerd op een vzw-structuur of andere. De cc's tenslotte zijn ofwel georganiseerd als vzw, ofwel als autonoom gemeentebedrijf⁴², of andere.



Figuur 5. De juridische rechtsvorm uitgesplitst per type vertoner

⁴¹ Bij dit cijfer is het ook belangrijk om te benadrukken dat het gaat over een beperkt aantal respondenten binnen deze categorie.

⁴² "Een autonoom gemeentebedrijf (AGB) is een extern verzelfstandigd agentschap (EVA) van de gemeente. De dienst wordt opgericht door de gemeente zelf, beschikt over een eigen rechtspersoonlijkheid met een publiekrechtelijk statuut en voert welbepaalde taken van gemeentelijk belang uit" (Agentschap Binnenlands Bestuur, z.d.).

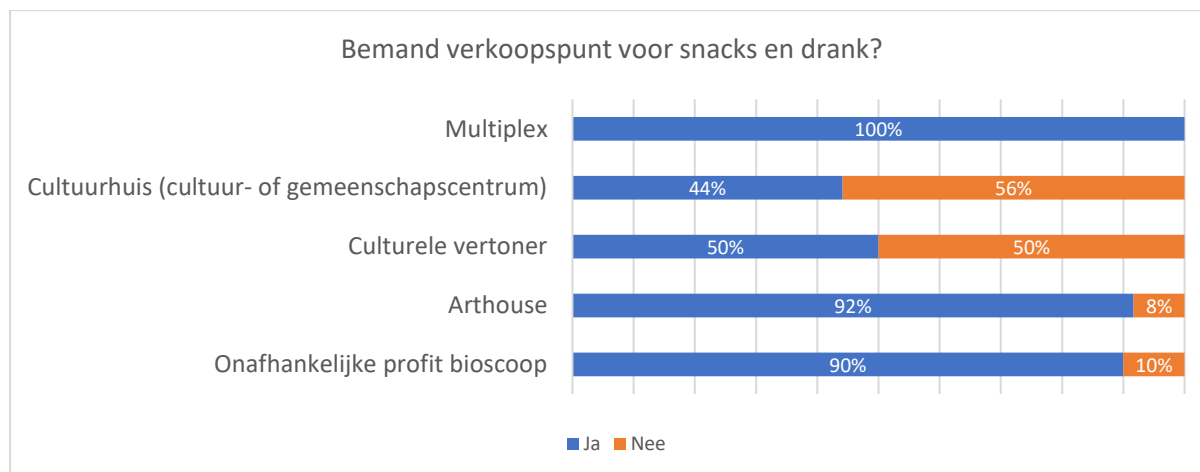
Capaciteit

Zetels. 7% van de deelnemende spelers heeft een capaciteit van minder dan 100 stoelen. 35% geeft aan over een capaciteit te beschikken tussen de 100 en 250 zetels in de vestiging. 36% beschikt over vestigingen met 250-750 zetels. Veertien spelers hebben tussen de 500 en 750 zetels. Tot slot geven negen spelers aan een capaciteit van 750 zetels of meer te hebben. Belangrijk op te merken is dat de multiplexen de bevraging invulden voor alle vestigingen samen, de andere spelers per vestiging.

Capaciteit	Aantal spelers	%
<100	8	7
100-250	38	35
250-500	39	36
500-750	15	14
750-1000	4	4
>1000	5	5

Tabel 12. Weergave van de capaciteit (aantal zetels) van de vertoners

Verkooppunten en snacks. Alle multiplexen in Vlaanderen en Brussel beschikken over minstens een verkooppunt voor verkoop van snacks en drank. Vooral voor de multiplexen is dit verkooppunt een belangrijk onderdeel van de inkomsten. Ook de onafhankelijke profitbioscopen (90%) beschikken bijna allemaal over een vast verkooppunt voor drank en snacks. Bij de culturele vertoners en culturele centra ligt dat aandeel een stuk lager, met 44% en 50% respectievelijk voor de culturele centra en culturele vertoners. Bij de arthouses geeft 8% van de deelnemers aan niet over een bemand verkooppunt te beschikken



Figuur 6. Aanwezigheid van verkooppunt snacks en drank per type vertoner

Personeel

Verdeling werknemers. In de bevraging wilden we ook een idee krijgen van het gemiddeld aantal werknemers. Op basis van de survey resultaten is het echter niet steeds eenduidig af te leiden om welke soort werknemer het specifiek gaat en wat het effectief aantal VTE's is. Bij de cc's bijvoorbeeld gaven sommigen een hoog totaal aantal werknemers aan, maar dit geldt dan voor alle activiteiten samen, of in sommige gevallen, voor de volledige dienst/directie

waaronder het cc valt. Op basis van een interpretatie van de cijfers vallen wel enkele duidelijke lessen te trekken.

Zo zien we dat, op de multiplexen na, het aantal vaste werknemers zeer beperkt is met gemiddeld tussen de één (voor onafhankelijke profitbioscopen) en gemiddeld 4 (voor arthousebioscopen) vaste medewerkers. Het totaal aantal medewerkers loopt echter sterk op, door de inzet van jobstudenten, tijdelijke medewerkers of vrijwilligers. Zo zien tot 1.250 medewerkers in totaal voor multiplexen (voor de volledige groep) en tot 32 werknemers in totaal bij de arthouses (al liggen de meeste gemiddelden een stuk lager). Een deel daarvan zijn ook medewerkers voor de horeca-uitbating, het grootste deel jobstudenten. Culturele vertoners en cc's werken – op basis van deze beschikbare cijfers – meer met vrijwilligers dan jobstudenten. Voor de programmatie zijn telkens maximum twee personen verantwoordelijk, met uitzondering van de multiplexen.

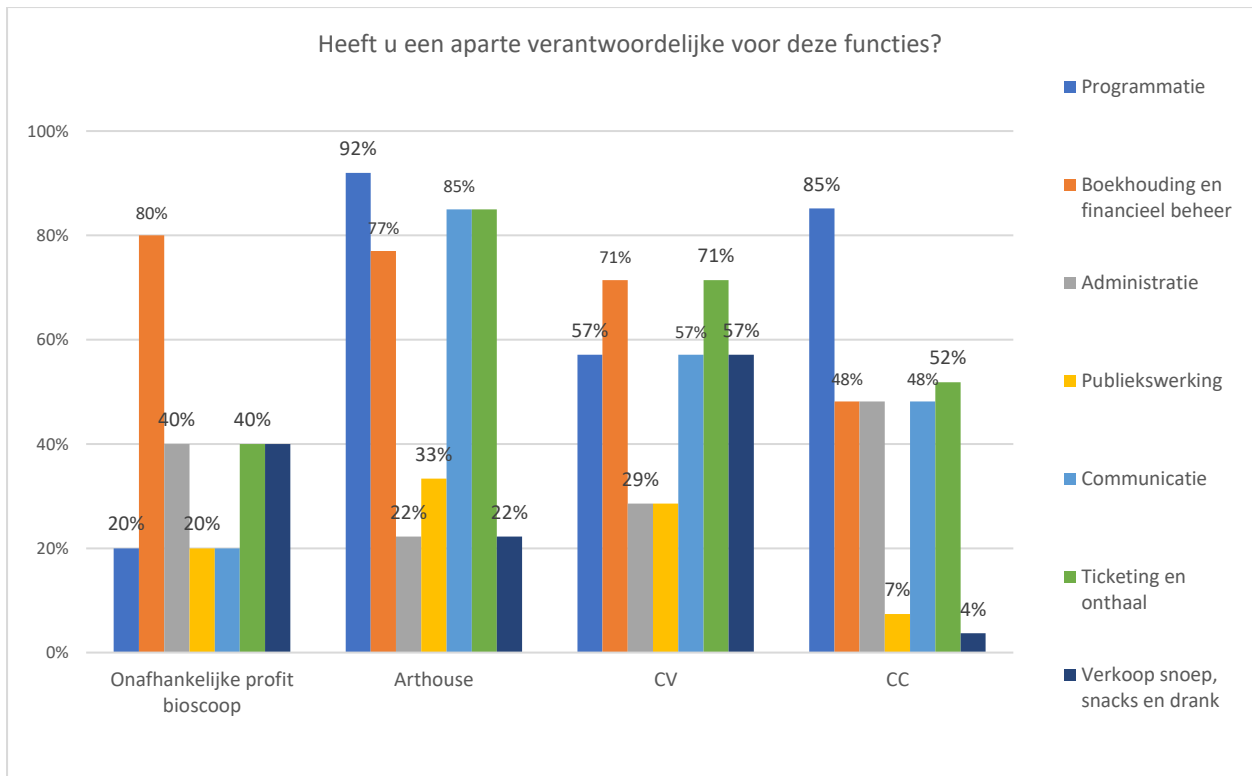
Profielen functies. Wat betreft de diverse profielen aan vaste medewerkers, geven de multiplexen aan minstens een vaste medewerker te hebben voor programmatie, boekhouding en financieel beheer, administratie, publiekswerking, communicatie, ticketing en onthaal en verkoop van snacks en drank.

Bij de **onafhankelijke profitbioscopen** lijken op basis van bovenstaande cijfers, het beperkt aantal vaste medewerkers verantwoordelijk te zijn voor financieel beheer, onthaal en drank/snacks. Publiekswerking, communicatie en programmatie worden minder aan een extra medewerker uitbesteed, maar vaak door de zaakvoerder zelf verzorgd.

Bij de **arthouses** geeft de grote meerderheid aan te beschikken over een vaste medewerker voor programmatie. 85% geeft aan over een vaste medewerker te beschikken voor ticketing en onthaal en voor communicatie. Een vaste medewerker voor publiekswerking, verkoop en administratie ontbreekt bij de meeste. Deze functies worden ondergebracht bij de medewerkers voor financieel beheer (administratie) enerzijds en bij de jobstudenten of vrijwilligers anderzijds (drank, snoepgoed).

Bij de **culturele vertoners** geeft bijna drie kwart aan over een vaste medewerker te beschikken voor financieel beheer en voor ticketing en onthaal. Iets meer dan de helft geeft aan over een vaste medewerker programmatie, communicatie en verkoop van snacks en drank te beschikken.

Tot slot is bij de **cc's** enkel een programmator als vaste medewerker een certitude. Merk op dat deze programmatoren ook in de meeste gevallen verantwoordelijk zijn voor een groot deel van de - of de volledige - programmatie van het cc, dus zowel het plannen van filmvoorstellingen, als muziek, stand-up comedy, toneel, woord, dans en workshops. Bijna de helft beschikt over een vaste medewerker ticketing en onthaal (een functie die voor de meesten ook bestaat wordt voor alle activiteiten van het cc) en communicatie (eveneens voor de communicatie van alle events van het cc).



Figuur 7. Weergave van de mate waarin elk type vertoner beschikt over een verantwoordelijke (uitgesplitst voor verschillende functies)

Communicatie en marketing

Online tools. Alle deelnemende vertoners geven aan over een website te beschikken met het programma en informatie over tickets, openingsuren en bereikbaarheid. Alle deelnemende multiplexen, arthouses en culturele vertoners beschikken over een online ticketing-systeem. Bij de cc's is dat 90% en bij de onafhankelijke profitbioscopen 71%. Een heel beperkt aantal spelers heeft ook een webshop met gadgets voor filmfanaten, zoals Cinema Galeries of biedt een online aanbod aan via Picl (bv. Roxy of Sphinx).

Grotere verschillen zijn te noteren als het gaat over een Customer Relationship Management-tool (CRM) voor het bijhouden van ticketverkoop en bezoekers. Bij de multiplexen en arthouses is dat respectievelijk 100% en 85%. Bij de onafhankelijke profitbioscopen zakt dat tot 43%. Culturele vertoners en cc's geven respectievelijk 30% en 46% aan.

Publieksdata. De ticketverkoop, online ticketing, inzichten uit advertentiebereik, klantenwaardering of contactgegevens van nieuwsbrieven geven in principe ook toegang tot **data over leeftijd, opleidingsniveau, woonplaats of voorkeuren van het publiek**. Alle multiplex-spelers beschikken over deze data.

Echter, bij de arthousebioscopen geeft maar liefst 77% aan hier niet over te beschikken, althans niet op structurele basis. Verder beschikt geen van de onafhankelijke profitbioscopen hierover. Bij de culturele vertoners geeft 60% aan hier niet over te beschikken, bij de cc's is dit 79%. De meeste spelers konden om die reden ook geen gemiddelde leeftijd geven van hun bezoekers.

	Multiplex	Onafh. profit	Arthouse	CV	CC
Website	100%	100%	100%	100%	100%
Ticketservice	100%	71%	100%	100%	90%
CRM	100%	43%	85%	30%	46%
Sociale media-pagina	100%	100%	100%	91%	95%
Nieuwsbrief	100%	57%	100%	82%	83%
Advertenties op sociale media	100%	14%	92%	36%	40%
Drukwerk	0%	29%	67%	82%	88%
Eigen magazine	0%	0%	0%	36%	50%
Advertenties in reguliere media	100%	0%	56%	0%	5%
Andere	0%	43%	0%	0%	8%

Tabel 13. Weergave van de tools waarover elk type vertoner beschikt.

Promotie en communicatie. We peilden ook naar de belangrijkste **communicatievormen voor promotie**. Alle spelers duiden de website aan, en nagenoeg alle spelers communiceren via een eigen kanaal op sociale media over hun filmaanbod. Facebook en Instagram zijn daar de evidente kanalen. X en Tiktok worden weinig tot niet gebruikt. Erg belangrijk blijken ook de nieuwsbrieven te zijn. Bij de onafhankelijke profitbioscopen gaf iets meer dan de helft aan nieuwsbrieven te versturen, bij de andere spelers ligt dat percentage een stuk hoger. Zowel de multiplexen als de arthouses bevestigden het belang van nieuwsbrieven in de interviews. Kinopolis gaat nog een stapje verder en personaliseert haar nieuwsbrieven op maat van de voorkeuren van de klanten, gebaseerd op de verzamelde gebruikersdata. Advertenties op sociale media komt vooral bij de arthouses en multiplexen voor. Bij de onafhankelijke profitbioscopen lijkt dit eerder beperkt (14%) toegepast; bij de CV's en CC's geven respectievelijk 36 en 40% aan hierop in te zetten.

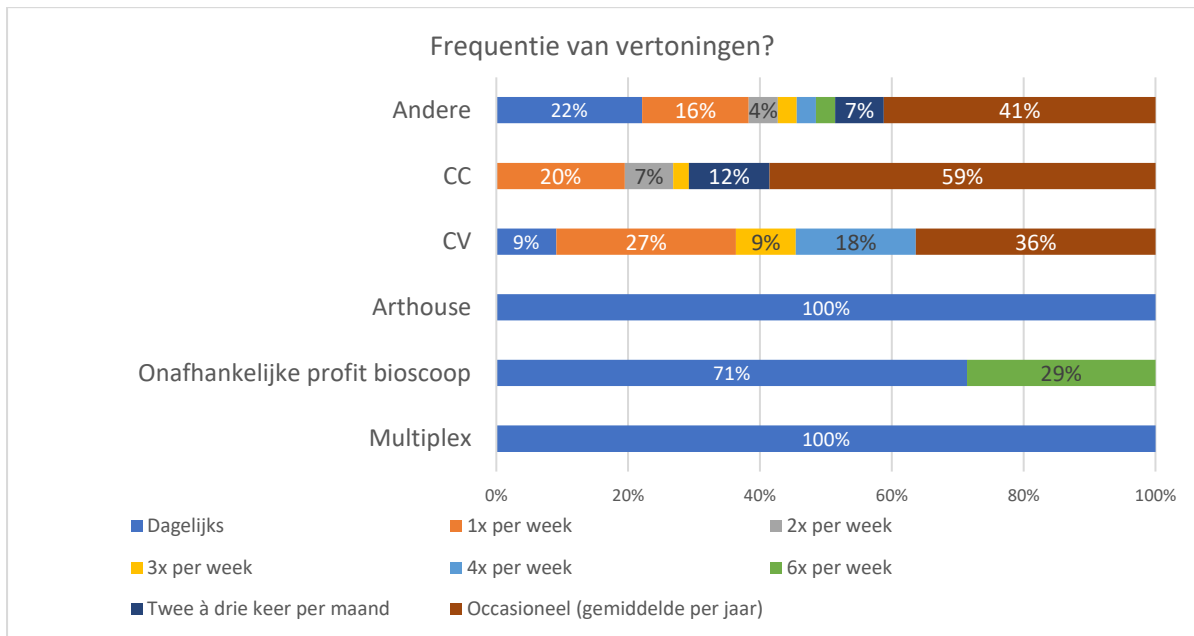
Ondanks de populariteit van de elektronische promotiekanalen blijft ook drukwerk belangrijk, vooral voor de arthousebioscopen, culturele vertoners (82%) en cc's (88%). Enkel die laatste beschikken vaak ook over een eigen magazine (36% bij de culturele vertoners, 50% bij de cc's). Advertenties in reguliere media (print, radio of tv) komen nagenoeg uitsluitend voor bij de multiplexen en arthousebioscopen. Vaak wordt hier ook met ruildeals gewerkt met mediapartners.

Sommige spelers hebben filmmagazines ter beschikking voor hun klanten. Het gratis filmtijdschrift *Vertigo* is bijvoorbeeld beschikbaar in de meeste arthousebioscopen en multiplexen, maar ook bij een aantal culturele vertoners. De Nederlandse Filmkrant is onder meer bij Sphinx (Gent) terug te vinden.

Vertoningsritme

Frequentie van vertoningen. De multiplexen en arthouses geven aan geen vaste sluitingsdag te hebben. Deze spelers zijn het hele jaar open, ook op feestdagen, oudjaar en nieuwjaarsdag. Bij de onafhankelijke profitbioscopen geeft 29% aan een dag per week gesloten te zijn. Dat is ofwel maandag ofwel dinsdag.

Bij de culturele centra lopen de verschillen meer uiteen. 59% geeft aan meerdere keren per jaar film te programmeren. 20% geeft aan op vaste basis wekelijks een film te programmeren. 7% programmeert zelfs twee keer per week een film. 12% programmeert twee à drie keer per maand een film. Bij de culturele vertoners geeft 9% aan dagelijks te programmeren; 27% geeft aan één keer per week te programmeren. 18% doet dat vier keer per week; 9% heeft drie keer per week vertoningen.



Figuur 8. Weergave van de frequentie van vertoningen uitgesplitst per type vertoner

Ticketprijzen

Standaardtarieven. De gemiddelde prijs voor een normaal ticket (zonder kortingstarief) is bij de **multiplexen** 14,70 euro. De multiplexen zijn de enige spelers die tickets aanbieden die meer kosten dan het standaardtarief, door verschillende formules naargelang het gewenste comfort of ervaring.

- Bij Kinopolis betaal je in 2024 voor een standaard ticket €14,80 (cosy seat €17,80); voor Laser Ultra €18 (comfort seat €21); 4DX €22; ScreenX €19 en IMAX €20 (cosy seat €23).
- Bij UGC-bioscopen betaal je iets meer voor een standaardticket in sommige zalen (bv. €14,60 in zaal Rex in Antwerpen, zaal Prestige in de UGC Toison D'or in Brussel); het standaardticket is €13,60. Daarnaast vraagt UGC ook een toeslag van €1 voor films die langer dan 2.15u duren.

Bij de **arthousebioscopen** is de gemiddelde ticketprijs €10,87 (bv. Sphinx Gent €11; Lumière Mechelen €12; Budascoop Kortrijk €10; Cinema Zed €11).

Bij **profitbioscopen** kost een ticket gemiddeld €9 (bv. Cinema Rio de Haan €9; Roxy Theatre €9,5; Cinema Varietes €9; Cinema Albert €9).

Bij de **culturele vertoners** ligt dat bedrag gemiddeld lager, met €6,5 voor een standaardticket (bv. KASKCinema €6; Cinematek €6,5; Cinema RITCS €8). Tot slot kost een ticket bij de cc's

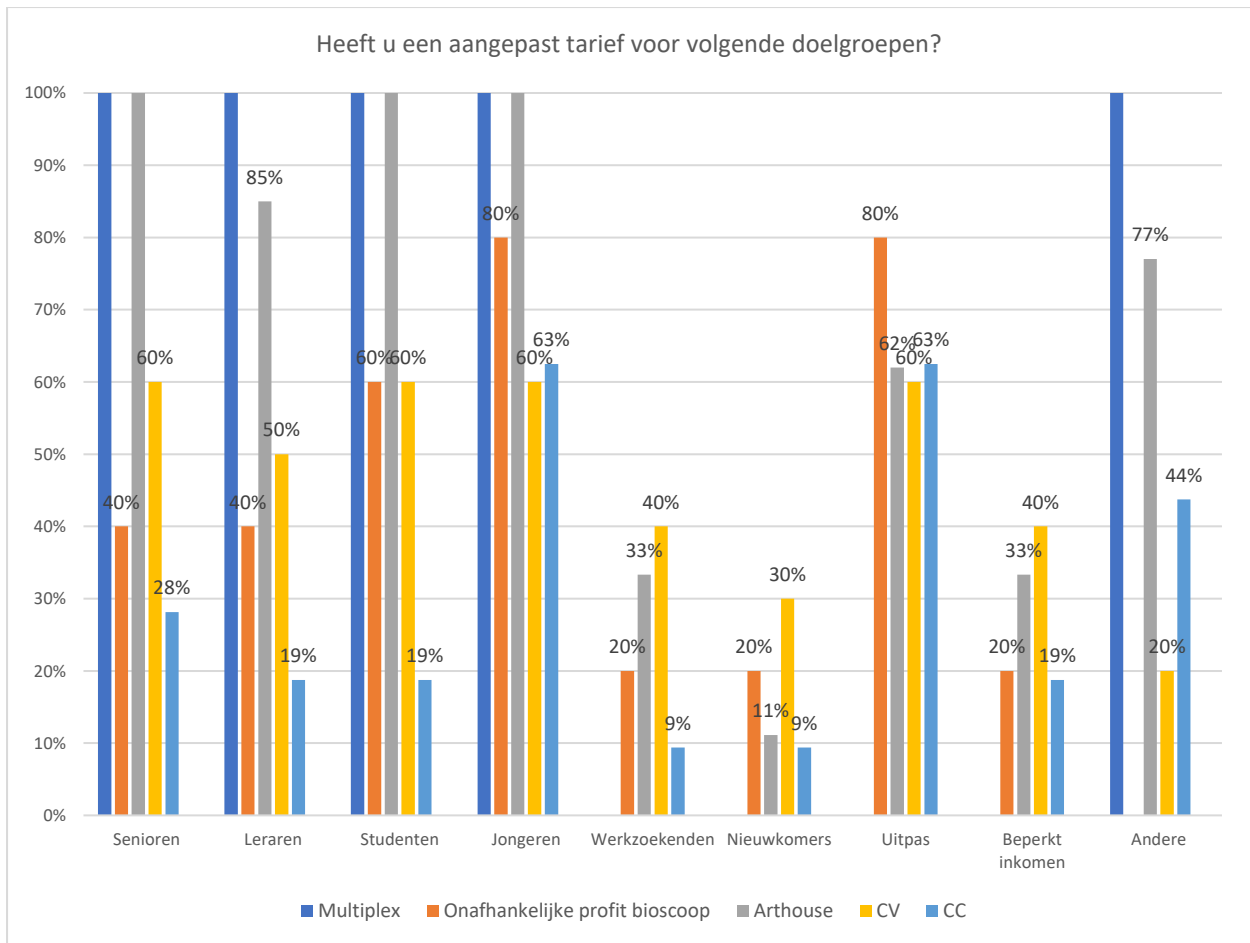
gemiddeld €6 of 7. Zo betaal je bij CC Strombeek, CC Scharpoord in Knokke-Heist en CC Zwanenberg in Heist-op-den-Berg €7 voor een filmticket. CC Zwanenberg geeft 1 euro korting bij online reservatie, met als doel het online aankopen van tickets echt te stimuleren.

Kortingstarief. Alle spelers bieden ook kortingstarieven aan op die standaardtickets.

- **Multiplexen** geven aan kortingstarieven te hebben voor senioren, leraren (de lerarenkaart), studenten/jongeren. Daarnaast duiden ze ook andere kortingstarieven aan dan de opgelijste opties in de enquête. Zo bestaat er bij Kinopolis het kortingstarief voor personen met een handicap. Bij UGC bestaat er een kortingstarief voor vertoningen op zondagochtend (€9).
- Bij de **onafhankelijke profitbioscopen** is de vaakst aangeduide vorm van korting die voor jongeren/studenten. 80% van de deelnemende bioscopen in de bevraging neemt ook deel aan de UiTPAS, wat toelaat dat mensen tegen een goedkoper kansentariaf (onder bepaalde voorwaarden) naar de bioscoop kunnen.
- Bij de **arthouses** geven alle deelnemers aan over kortingstarieven voor senioren en voor studenten/jongeren te beschikken. 77% van de arthouses geeft aan nog over een ander tarief te beschikken dan de voorgestelde keuzemogelijkheden. Zo is er bij de vier Lumière-bioscopen bijvoorbeeld voor alle familiefilms een familietariaf. Ook bieden de meeste arthouses cadeaubonnen aan die iets goedkoper zijn dan het standaardticket. Sommige bioscopen geven korting voor vertoningen op minder populaire momenten, bijvoorbeeld op maandagen (bv. Sphinx in Gent).
- Weinig spelers over alle types heen geven aan specifieke tarieven te hebben voor werkzoekenden, nieuwkomers of vluchtelingen. Bij de **culturele vertoners** ligt dat aandeel met 40% en 30% voor respectievelijk werkzoekenden en nieuwkomers nog het hoogst. 20% van de **culturele vertoners** geeft hier aan nog andere speciale tarieven aan te bieden. Zo is er bij KASKCinema korting voor personeel en alumni van de Hogeschool Gent. Sommigen hebben nog specifieke formules of acties lopen (bv. De Cinema (Antwerpen) experimenteert met een kortingsformule 'Bring your bomma' waarbij je gratis toegang krijgt als je als jongere een 60+'er meebrengt en omgekeerd).
- Tot slot zijn bij de cc's de jongerenkortingen en de UiTPAS-deelname de belangrijkste kortingstarieven. Ook hier geeft 44% aan nog andere kortingstarieven aan te bieden. Zo biedt bijvoorbeeld het cc van Strombeek normale tickets aan tegen €7 en houders van een vriendenpas tickets aan €6 en krijgen bij cc De Spil houders van een Okralidkaart ook korting.

	60+er	Leraar	Student	Jongere	Werkzoekend	Nieuwkomer	UiTPAS	Beperkt inkomen	Andere
<i>Multiplex</i>	100%	100%	100%	100%	0%	0%	0%	0%	100%
<i>Onafh. profit bioscoop</i>	40%	40%	60%	80%	20%	20%	80%	20%	0%
<i>Arthouse</i>	100%	85%	100%	100%	33%	11%	62%	33%	77%
<i>CV</i>	60%	50%	60%	60%	40%	30%	60%	40%	20%
<i>cc</i>	28%	19%	19%	63%	9%	9%	63%	19%	44%

Tabel 14. Weergave van de verschillende kortingstarieven uitgesplitst per type vertoner



Figuur 9. Schematische weergave van de verschillende kortingstarieven aangeboden door de verschillende types vertoner

Passen en loyalty. Naast de kortingstarieven hebben vertoners ook abonnementsformules om trouwe klanten te belonen.

- Bij **multiplexen** gaat het over abonnementsformules gekoppeld aan een beperkt aantal bezoeken en de 10-rittenpassen. UGC biedt een *unlimited pass* aan tegen €20,90 per maand, waarbij mensen toegang hebben tot alle vertoningen. Daarnaast is er ook een variant voor mensen onder de 26 jaar, die maar €17,90 per maand moeten betalen. Verder is er eentje voor enkel wekdagen, die eveneens neerkomt op €17,90 per maand. Tot slot is er de *loyalty card* UGC+ die extra voordelen biedt. Kinopolis biedt de mogelijkheid voor filmfans om zich aan te sluiten bij de Kinopolis Movie Club. Dit komt overeen met een minimumaankoop van €10,35 voor een ticket per maand, en hetzelfde tarief geldt dan voor alle bijkomende films die je in die maand ziet.
- De **deelnemende onafhankelijke bioscopen** duiden eveneens de abonnementsformule gekoppeld aan een beperkt aantal bezoeken het vaakst aan, net als een 1+1 kortingsactie. Het is echter voor deze laatste niet duidelijk of het ging om de tijdelijke actie ter ondersteuning van de Vlaamse film⁴³, dan wel een eigen initiatief.
- Bij de **arthouses** is het aanbod abonnementen gevarieerder. De populairste formule hier is de 10-rittenkaart. Daarnaast duiden 23% van de spelers Cineville aan. Het gaat in deze bevraging om de spelers gevestigd in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. Na afloop van de survey kondigden Lumière, Sphinx cinema en Cinema ZED ook aan

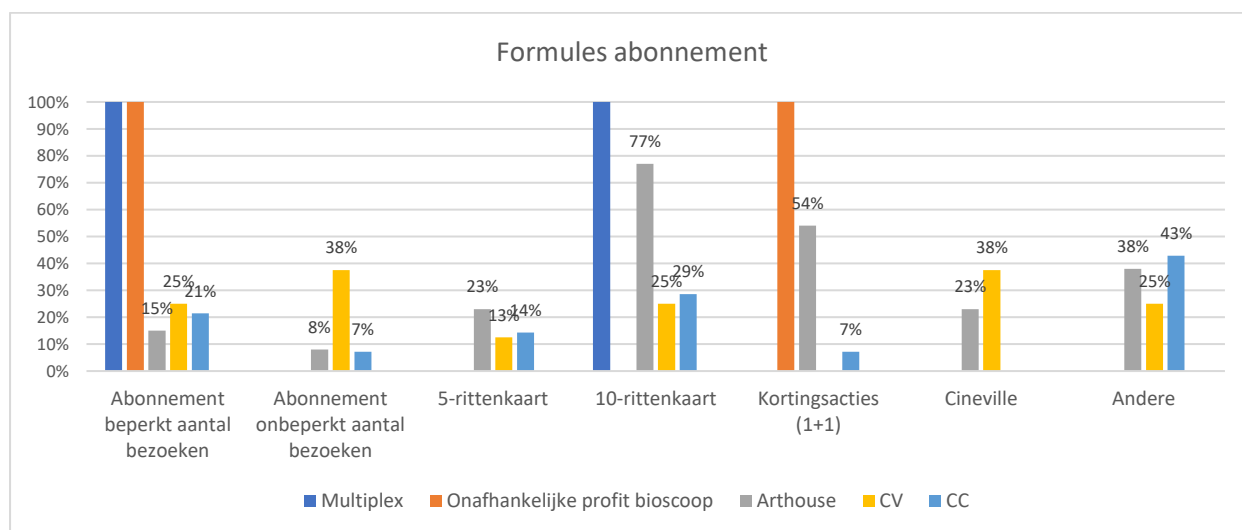
⁴³ Vlaamse Film Actie (z.d.)

in te stappen in het Cineville-project, samen met De Cinema. Ook arthouses geven de tijdelijke 1+1 kortingsactie (die werd gelanceerd na de Covid-crisis voor de ondersteuning van Vlaamse film) aan binnen hun repertoire aan abonnementsformules.

- De **culturele vertoners** tonen zich ook hier het meest divers in vormen van loyalty-kaarten. Sommige spelers maken deel uit van het Cineville-netwerk in Brussel (o.a. Cinema Nova, Cinema RITCS, Cinematek). Anderen bieden rittenkaarten aan of abonnementen. 38% kiest nog voor een andere formule.
- Voor de **cc's** zijn de rittenkaarten en de abonnementen belangrijke vormen van loyalty-bezoek. 43% geeft hier nog andere aan.

	Abonnement beperkt #	Abonnement onbeperkt #	5-rittenkaart	10-rittenkaart	Kortings-actie 1+1	Cineville	Anderen
Multiplex	100%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
Onafh. profit bioscoop	100%	0%	0%	0%	100%	0%	0%
Arthouse	15%	8%	23%	77%	54%	23%	38%
CV	25%	38%	13%	25%	0%	38%	25%
CC	21%	7%	14%	29%	7%	0%	43%

Tabel 15. Percentuele voorstelling van de abonnementsformules per type vertoner



Figuur 10. Voorstelling van de verschillende soorten abonnementen per type vertoner

5.4. Vergelijking activiteiten en omkadering

Filmvertoners doen meer dan enkel het vertonen van een film en dat toont ook deze bevraging. Vooral de multiplexen en de arthousebioscopen, en tot op zekere hoogte ook de culturele vertoners, bieden een bredere beleving aan, zij het vanuit verschillende

invalshoeken. De multiplexen zetten sterk in op **exclusiviteit en een alternatieve filmervaring**. Dat doen ze onder meer door minstens een keer per maand avant-premières te tonen, in te zetten op immersieve voorstellingen, voorstellingen van ballet of opera (live en uitgesteld) en het screenen van e-sports en gaming-events (live en uitgesteld). Ze zijn ook partner van grotere filmfestivals. Zo is Kinopolis partner van Filmfestival Gent en Docville in Leuven en stelt de vertoner daarvoor haar zalen ter beschikking.

Beleving bij arthousebioscopen gaat minder over beeld- of geluidskwaliteit, maar vooral over het aanbieden van diverse andere formats en evenementen. Arthouses organiseren op frequente basis eigen festivals of maken deel uit van festivals in samenwerking met andere vertoners, of stellen zalen ter beschikking voor de grotere festivals (o.a. Film Fest Gent in Studio Skoop en Sphinx cinema). Ze organiseren ook thematische screenings of films ingekaderd binnen een beleving met drank en snacks, al dan niet georganiseerd voor specifieke doelgroepen (bv. in de Lumière-bioscopen, Sphinx en Cinema ZED met een film gekoppeld aan ontbijt).

Het evenementiële is minder prioritair bij de onafhankelijke profitbioscopen en veel van de cc's. Beperkingen in capaciteit, maar ook de nabijheid van voldoende publiek voor dit soort evenementen (wat voor de in grote steden gevestigde arthouses minder een beperking is) speelt hier wellicht mee.⁴⁴

Een aantal culturele vertoners en de multiplexen organiseren ten slotte ook **filmmarathons**. Dit is vaak gekoppeld aan de release van een nieuwe titel in een franchise bij de multiplexen, of een serie cultfilms of films van een bepaalde regisseur bij de culturele vertoners.

Veel spelers bieden ook specifieke vertoningen aan voor bepaalde doelgroepen.

- **Multiplexen** organiseren minstens twee keer per maand een avant-première. Ze gaven aan minstens een keer per maand voorstellingen aan te bieden voor senioren. Families zijn een zeer belangrijke doelgroep voor multiplexen, wat zich vertaalt in wekelijkse familie/kindervoorstellingen. Daarnaast bieden de multiplexen films aan voor specifieke etnisch-culturele doelgroepen. In onder meer Antwerpen heeft Kinopolis een aanbod Turkse films. Spelers geven aan dit op wekelijkse basis te organiseren.
- De **onafhankelijke profitbioscopen** bieden tussen de een keer per jaar en een keer per maand een avant-première aan. Daarnaast organiseren sommige vertoners voorstellingen voor senioren (met een frequentie van een keer per jaar tot minstens een keer per maand, afhankelijk van de speler). De meerderheid van de spelers geeft hier ook aan in te zetten op wekelijkse familievoorstellingen. Een aantal spelers organiseert op jaarlijkse basis voorstellingen voor een specifieke culturele gemeenschap.
- De meeste **arthouses** bieden minstens driemaal per jaar een première aan. Sommige bieden zesmaal per jaar een première aan en vier spelers doen dat minstens eenmaal per maand. Acht van de dertien spelers bieden minstens zesmaal per jaar vertoningen aan voor senioren. Twee doen dat op maandelijks basis en twee doen dat op wekelijkse basis. Op een speler na zetten de arthouses ook sterk in op

⁴⁴ Bij de cc's vulden nogal wat spelers wekelijkse, maandelijks of jaarlijkse dans en podiumvoorstellingen aan. Het gaat bij deze spelers niet om captaties maar om de live-voorstellingen die deel uitmaken van het reguliere programma van het CC.

familie/kindervoorstellingen. De meeste spelers doen dat zelfs op wekelijkse basis. De meeste arthouses bieden ook jaarlijks specifieke voorstellingen aan voor bepaalde culturele gemeenschappen. Een aantal arthouses doen dit meerdere keren per jaar, een speler zelfs op wekelijkse basis. De meeste arthouses verwelkomen minstens een keer per maand ook bepaalde organisaties, bedrijven of ngo's voor specifieke thematische voorstellingen.

- **Culturele vertoners** bieden minder premières aan. Hier zitten verschillen in het soort culturele vertoner (er bestaat een merkbaar verschil tussen bijvoorbeeld Cinema Zed Hasselt en Cinematek). De helft geeft aan toch op regelmatige basis een avant-première aan te bieden. Voorstellingen voor senioren bestaan, zij het niet op heel frequente basis (van een keer per jaar bij een speler tot een keer per maand bij een andere speler). Familievoorstellingen komen bij de meeste spelers ook voor, zij het op veel minder frequente basis dan bij de multiplexen, arthouses en onafhankelijke profitbioscopen. Ook hier geldt een spreiding in de vertoningen van titels voor specifieke culturele gemeenschappen, met een aantal spelers die dit op jaarlijkse basis organiseert, tot een aantal op tweemaandelijks, maandelijks of zelfs wekelijkse basis.
- De meeste **culturele centra** zetten als hoofdzakelijk programmatoren van films in tweede circuit niet in op avant-premières. Specifieke voorstellingen voor senioren op jaarlijkse of driemaandelijks basis komt voor bij zestien spelers. Vier spelers bieden een aanbod voor senioren om de twee maand en nog eens twee op maandelijks basis. Opvallend bij de cc's is de inzet op specifieke vertoningen voor families en kinderen. Vier doen dit op jaarlijkse basis, twaalf deelnemers aan de bevraging minstens om de drie maand, nog eens dertien minstens om de twee maand en zes spelers op maandelijks basis. De meeste culturele centra programmeren geen titels voor specifieke culturele gemeenschappen. De spelers die dit toch doen, doen dit hoofdzakelijk op jaarlijkse basis of een drietal keer per jaar.

Specifieke voorstellingen voor bezoekers met een **kwetsbare sociaaleconomische positie** (los van formules zoals het UiTPAS-voordeeltarief) komen minder voor. Bij de meeste vertoners is dit beperkt tot één keer per jaar. De meeste cc's doen dit niet. Drie arthouse-spelers geven aan dit op wekelijkse basis te doen.

Alle type spelers organiseren **schoolvoorstellingen**. De multiplexen gaven aan dit op wekelijkse basis te doen (maar het is niet duidelijk of hiermee wekelijks bedoeld wordt voor de hele groep of voor elk van de vestigingen afzonderlijk). Bij 12 van de 13 arthouses gebeurt dit op wekelijkse basis, bij de onafhankelijke profitbioscopen op tweemaandelijks basis. Een aantal culturele vertoners geeft aan geen schoolvoorstellingen te organiseren, een aantal andere wel, zij het op minder frequente basis (één tot maximum zes keer per jaar). Bij de cc's geven de meeste spelers aan minstens om de twee maand een voorstelling te voorzien, gevolgd door spelers die dit op maandelijks basis doen.

Tot slot is ook **zaalverhuur voor organisaties en evenementen** voor de multiplexen en arthouses een belangrijke activiteit. De zalen van cc's staan uiteraard ook frequenter ter beschikking van andere evenementen dan enkel de programmering van film. De tabel

hieronder geeft de verdeling weer van de ingevulde absolute aantallen per type evenement of doelgroep.⁴⁵

	<i>Nooit</i>	<i>1x per jaar</i>	<i>Minstens 3x per jaar</i>	<i>Minstens 6x per jaar</i>	<i>Minstens 1x per maand</i>	<i>Minstens 1x per week</i>
Avant-premières						
Multiplex					2	
Onafh. profit bioscoop		1	1	2	2	
Arthouse			1	8	4	
CV	3	2	2	1		
CC	30	2	2		1	
Voorstellingen voor senioren						
Multiplex					2	
Onafh. profit bioscoop	2	1	1		2	
Arthouse	1			8	2	2
CV	4	1	1		1	
CC	14	8	8	4	2	
Voorstellingen voor families/kids only						
Multiplex						2
Onafh. profit bioscoop	2					4
Arthouse	1			1	1	10
CV	1	1	1	3	2	1
CC	2	4	12	13	6	0
Voorstellingen voor bezoekers met een specifieke etnisch-culturele achtergrond						
Multiplex						2
Onafh. profit bioscoop	2	3				
Arthouse	1	8		1	1	1
CV	1	2	1	1	2	1
CC	19	9	5		1	
Voorstellingen voor bezoekers met een kwetsbare sociaaleconomische positie						
Multiplex		1				
Onafh. profit bioscoop	2	2				
Arthouse	0	8		1	1	3
CV	2	3		1	1	1
CC	22	7	4	1		
Schoolvoorstellingen						
Multiplex						1

⁴⁵ Ingevulde totalen kunnen verschillen omdat niet elke speler steeds alle vragen heeft beantwoord.

Onafh. profit bioscoop				4			1
Arthouse						1	12
CV	3	1	2	2			1
CC	4	4	8	12		8	
Zaalverhuur voor organisaties en presentaties							
Multiplex							2
Onafh. profit bioscoop	2		1	1			
Arthouse	1					8	4
CV	2		1	3		2	1
CC	6	5	7	7		5	4
Voorstellingen voor bedrijven, ngo's of sponsors							
Multiplex							2
Onafh. profit bioscoop		2	2	1			
Arthouse	1			2		10	
CV	4	1	2	2			
CC	20	7	1	1		2	3
Voorstellingen van opera's, dans of theater (uitgesteld)							
Multiplex							2
Onafh. profit bioscoop	4						
Arthouse	11			1		1	
CV	8	1					
CC	23	4	2			2	3
Voorstellingen van e-sports en game-events (uitgesteld)							
Multiplex							1
Onafh. profit bioscoop	4						
Arthouse	12						1
CV	9						
CC	27	7					1
Livestreams van e-sports en game-events							
Multiplex							2
Onafh. profit bioscoop	4						
Arthouse	12		1				
CV	9						
CC	33	1					
Andere	1						
Immersieve voorstellingen (IMAX, 4DX, Laser ULTRA, RealD 3D, Screen X, ...)							
Multiplex							1
Onafh. profit bioscoop	4						
Arthouse	11	2					
CV	6	1	1	1			
CC	31	1					1
Andere							
Zelf georganiseerde festivals							
Multiplex	1						

Onafh. profit bioscoop	4					
Arthouse		10	2	1		
CV	3	3		2		
CC	23	8	3			
Andere	1					
Festival in samenwerking met een of meerdere spelers						
Multiplex			1			
Onafh. profit bioscoop	3	1				
Arthouse		1	8	3		1
CV		3	4	2		
CC	16	15	3			
Andere	1					
Filmmarathons						
Multiplex				2		
Onafh. profit bioscoop	3			1		
Arthouse	8	1	2			
CV	2	6				1
CC	31	1				
Andere	1					

Tabel 16. Uitsplitsing van de verschillende soorten activiteiten per type vertoner in absolute aantallen

Een ander onderdeel van de beleving is de omkadering van filmvertoningen. Voor veel van de georganiseerde vertoningen, voorzien vertoners ook omkadering. Dit neemt verschillende vormen aan: van workshops of masterclasses tot een panelgesprek met gasten, een Q&A-sessie met cast en crew, een beknopte inleiding of gastlezing. **Arthousebioscopen en culturele vertoners** gaven aan omkadering te voorzien in de vorm van masterclasses, panelgesprekken of Q&A's met cast en crew, ze laten een expert komen of geven zelf een beknopte inleiding. Ze doen dit onder andere bij avant-premières, voorstellingen voor senioren of voorstellingen voor specifieke culturele gemeenschappen. **Cc's en culturele vertoners** omkaderen voorstellingen vaak met een inleiding, bijvoorbeeld bij voorstellingen voor 60+'ers of voorstellingen voor maatschappelijk kwetsbare bezoekers. Bij de vertoning van Vlaamse films, nodigen de vertoners vaak leden van de cast en crew uit voor een inleiding of nagesprek. Omkadering bij de **multiplexen** is er vooral voor avant-premières van Vlaamse titels in het bijzijn van de cast. Specifiek rond **voorstellingen voor kinderen** valt het groot aandeel extra activiteiten (een inleiding of ateliers en workshops) op, zowel bij de arthouses als de culturele vertoners en cc's. Ook bij de schoolvoorstellingen is dit vaak het geval. Onafhankelijke profitbioscopen omkaderen voorstellingen een stuk minder, maar ook hier geven spelers aan dat premières van Vlaamse films soms georganiseerd worden in het bijzijn van castleden of regisseur.

Partners en samenwerking

Vertoners hebben in het kader van de uitoefening van hun activiteiten heel vaak ad hoc-samenwerkingen of samenwerkingen op structurele basis. Wij peilden in onze bevraging naar de structurele partnerschappen.

Voor de **multiplexen** zijn de belangrijkste partners horecagelegenheden in de buurt, commerciële sponsors en distributeurs. Kinopolis spits zich met Kinopolis Film Distribution (KFD) toe op de distributie van nationale en internationale films in ons land, met een belangrijke focus op de release van Vlaamse titels. Filmfestivals zijn andere structurele partners, met wie ze meerdere keren per jaar samenwerken (onder meer Film Fest Gent, Docville, Filmfestival Oostende). Samenwerkingen met andere bioscopen komen niet voor, maar de verschillende vestigingen van de groep werken uiteraard nauw samen en worden centraal aangestuurd.

Voor de **onafhankelijke profitbioscopen** zijn de belangrijkste partners de commerciële sponsors, de distributeurs en in mindere mate nabijgelegen horecagelegenheden. Een minderheid geeft hier 'andere vertoners' aan.

Bij de **arthouses** zien we andere en meer partners opduiken binnen de aangeboden keuzemogelijkheden. Ook hier zijn de distributeurs (88%), filmfestivals (88%), horecagelegenheden (63%), commerciële sponsors (63%) belangrijk, maar ook NGO's en sociale organisaties (88%), culturele organisaties (100%), academische instellingen (75%) en andere vertoners (75%). Een deel van die samenwerking met andere vertoners zit, althans voor de Brusselse arthouses en culturele vertoners, vervat in de structurele samenwerking van Cineville. Andere vormen van samenwerking zijn tijdelijke reeksen die samen georganiseerd worden of festivals die op verschillende locaties plaatsvinden (CineMÁS – het festival voor Spaanstalige film bijvoorbeeld – dat zowel in Cartoons, Lumière Mechelen, Sphinx en Budascoop plaatsvindt; of de vertoningen in samenwerking met J.E.F. onder de noemer 'Jeugdfilmfestival Antwerpen', etc.). Diverse **culturele of sociale organisaties** werken ook samen met deze vertoners speciale thema-avonden uit. Sphinx organiseerde bijvoorbeeld samen met socio-culturele spelers een avond met aandacht voor Palestijnse film; Budascoop organiseerde een aangepast programma rond autisme-spectrum-stoornis samen met zorgorganisaties.

Bij de **culturele vertoners** doet er zich een gelijkaardige variëteit aan samenwerkingen voor, maar in mindere mate met commerciële sponsors (11%) en distributeurs. Daarnaast werken ze net meer samen met NGO's of sociale organisaties (33%), filmfestivals (67%), andere culturele organisaties (100%), academische instellingen (67%) en andere vertoners (44%). Zo werkte KASKcinema met Budascoop onder meer een tijdlang samen voor de release van titels die nergens anders een vertoning kregen onder de noemer 'Please Release Me'. De culturele vertoner Cinema Nova werkt jaarlijks samen met Galeries, Palace en Aventure voor de organisatie van Pink Screens en het OffScreen festival.

CC's werken ook vaak samen met socio-culturele organisaties (OKRA, Markant, etc.) voor de organisatie van thema-vertoningen: 61% geeft culturele instellingen aan; 29% NGO's of sociale organisaties; 23% andere vertoners en 61% geeft filmfestivals aan. Het gaat hier dan onder meer om ZebraCinema, een label van MOOOV dat auteursfilmprogrammering binnen diverse cc's en enkele onafhankelijke bioscopen en culturele vertoners brengt. Ook Filmfestival Gent organiseert met haar FFGent On Tour vertoningen voor arthouses en een aantal cc's.

	Commerciële sponsors	NGO's of sociale organisaties	Distributeurs	Horeca in de nabijheid	Filmfestivals	Anderere culturele organisaties	Academische instellingen	Anderere vertoners
Multiplex	100%	0%	100%	100%	100%	0%	0%	0%
Onafh. profit bioscoop	67%	0%	100%	33%	0%	0%	0%	17%
Arthouse	63%	88%	88%	63%	88%	100%	75%	75%
CV	11%	33%	22%	11%	67%	78%	67%	44%
CC	3%	29%	39%	32%	26%	61%	3%	23%

Tabel 17. Percentuele weergave van de samenwerkingen per type vertoner

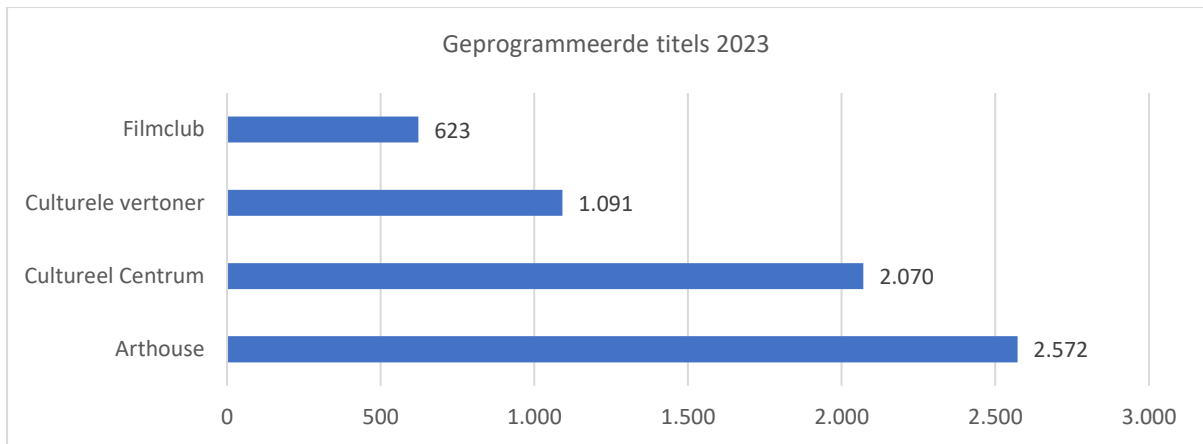
5.5. Vergelijking programmering en aanbod

Op basis van de beschikbare cijfers van de culturele vertoners, culturele centra, filmclubs en arthousebioscopen die vertoners rapporteerden aan het Vlaams Audiovisueel Fonds, kunnen we (voorzichtige) vergelijkingen maken op het aantal vertoningen, het aanbod en het aantal bezoekers. Noteer dat dit geen exhaustief overzicht omvat van alle spelers. Voor de multiplexen en de onafhankelijke bioscopen ontbreken vaak te veel cijfers om een goede vergelijking te maken, dus deze werden niet meegenomen in de analyse. Waar opportuun en mogelijk worden ze wel besproken in de vergelijkingen. Om dubbeltellingen te vermijden, zijn een aantal filmclubs niet meegenomen in de berekening omdat de culturele centra hun gegevens al vermeldden. De meeste filmclubs die deel uitmaken van dit onderzoek vertonen namelijk ook in culturele centra. Voor het grootste deel gaat het om titels onder het label van Zebracinema, dat vanuit MOOOV in diverse cc's en een aantal andere bioscopen een aanbod brengt.

Aantal titels

De arthousebioscopen (n=12)⁴⁶ programmeerden samen 2.574 titels, de culturele centra vertoonden samen 2.070 titels en de culturele vertoners 1.091. Dit zijn dus niet de unieke titels, maar de som van het totaal aantal titels dat die spelers in Vlaanderen en Brussel draaiden. De cijfers tonen dat de arthousebioscopen de belangrijkste vertoners zijn van bioscooptitels binnen deze vier types; de culturele centra volgen met een aanzienlijk aantal, voornamelijk door de brede dekking over Vlaanderen en Brussel met vertoningen op diverse plekken. In onze dataset vertegenwoordigen 2.070 titels 72 spelers.

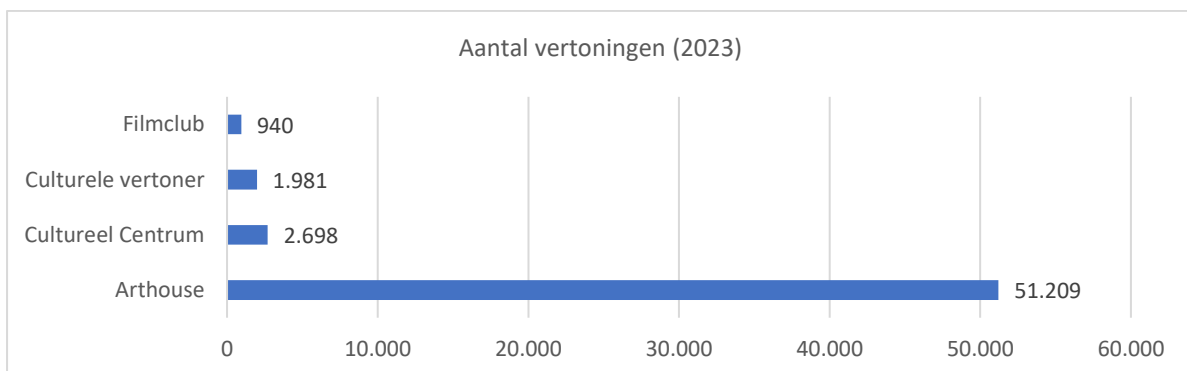
⁴⁶ Sphinx, Studio Skoop, Lumière Mechelen, Lumière Brugge, Lumière Antwerpen, Budascoop, Cartoon's, Galeries, Vendôme, Aventure, Palace, Cinema Zed



Figuur 11. Geprogrammeerde titels in 2023 per type vertoner

Aantal vertoningen

Het aantal vertoningen verschilt sterk van elkaar naargelang het type vertoner. Daar nemen, weinig verrassend, de arthouses de koploperspositie met 51.209 vertoningen, tegenover 2.698 vertoningen van de culturele centra, en 1.981 vertoningen van de culturele vertoners. Waar de type vertoners op het vlak van aantal vertoonde titels samen nog redelijk dicht bij elkaar liggen, zijn de verschillen groter op het vlak van het aantal vertoningen. 90% van de vertoningen van deze vier types vond plaats in een arthousebioscoop.



Figuur 12. Weergave van het totaal aantal vertoningen in 2023 per type vertoner

Focus in aanbod

Prioriteiten. We peilden ook naar de **prioriteiten in het soort film** binnen het aanbod. Daarbij vroegen we uit een lijst van twaalf genres een ranking te maken. We geven weer welke genres in de top 3 eindigden bij de verschillende type vertoners. Hier tekenen zich heel duidelijk keuzes af.⁴⁷

- De deelnemende **multiplexen** duiden blockbusters, Vlaamse films en animatiefilms aan als de drie belangrijkste genres.
- Bij de **onafhankelijke profitbioscopen** zijn niet verrassend eveneens de blockbusters het vaakst aangeduid in de top drie. 43% duidde ook Vlaamse film aan. 57% duidde

⁴⁷ We maakten hier de keuze om enkel de top-3 keuzes te isoleren uit de volledige lijst; dit omdat die het makkelijkst de prioriteiten weergeven van verschillende spelers, en omdat invullers van survey vaak nauwgezet te werk gaan voor het aangeven van de ranking voor de eerste titels, en vervolgens minder systematisch de ranking vervolledigen.

animatiefilm of kinder- en familiefilms aan. 29% duidde auteursfilms of Europese films aan in de top drie.

- Alle **arhouses** duidden auteursfilm aan, meteen gevolgd door Europese film (aangeduid door 92% van de respondenten). 65% duidde Vlaamse film aan. Voor Vlaamse arthousebioscopen is het aandeel spelers dat Vlaamse film in de top 3 plaatst hoger, maar in deze bevraging werden ook spelers gevestigd in Brussel opgenomen. Hier duidde 30% ook wereldfilm aan. 10% duidde klassiekers en cultfilms aan en nog eens 10% nam blockbusters op in de top drie.
- Bij de **culturele vertoners** duidde 89% auteursfilm aan als prioritair, gevolgd door Europese films (67%). Behalve deze keuze is de verdere top drie het meest gespreid bij deze spelers, gezien de diversiteit in type culturele vertoners: van archiefinstellingen als Cinematek, voor wie klassiekers ongetwijfeld een stuk belangrijker zijn, tot de vertoners verbonden aan de filmscholen voor wie wellicht de vormelijk en narratief experimentele titels een belangrijker aandeel innemen. Opvallend is toch dat ook hier 56% blockbusters aanduidde.
- Tot slot kwamen bij de **cc's** Vlaamse titels het meest terug in de top 3 (67%), gevolgd door Europese en auteursfilm (53% en 47% respectievelijk). Toch komt ook hier het belang van familietitels duidelijk naar voor (aangeduid bij 45% van de spelers in de top 3, net zoals bij de multiplexen (zij het als animatiefilm) en de onafhankelijke bioscopen. Bij de arhouses waren kinder- en familietitels bij de meeste gekozen als vierde prioritair.

Het aanduiden van de drie prioriteiten is uiteraard niet noodzakelijk een reflectie van het reële aanbod van die spelers, maar het toont duidelijk een focus. Het toont bovendien een aantal overlappingsen over type spelers heen. Vlaamse film is voor de meeste belangrijk, net als familiefilms.

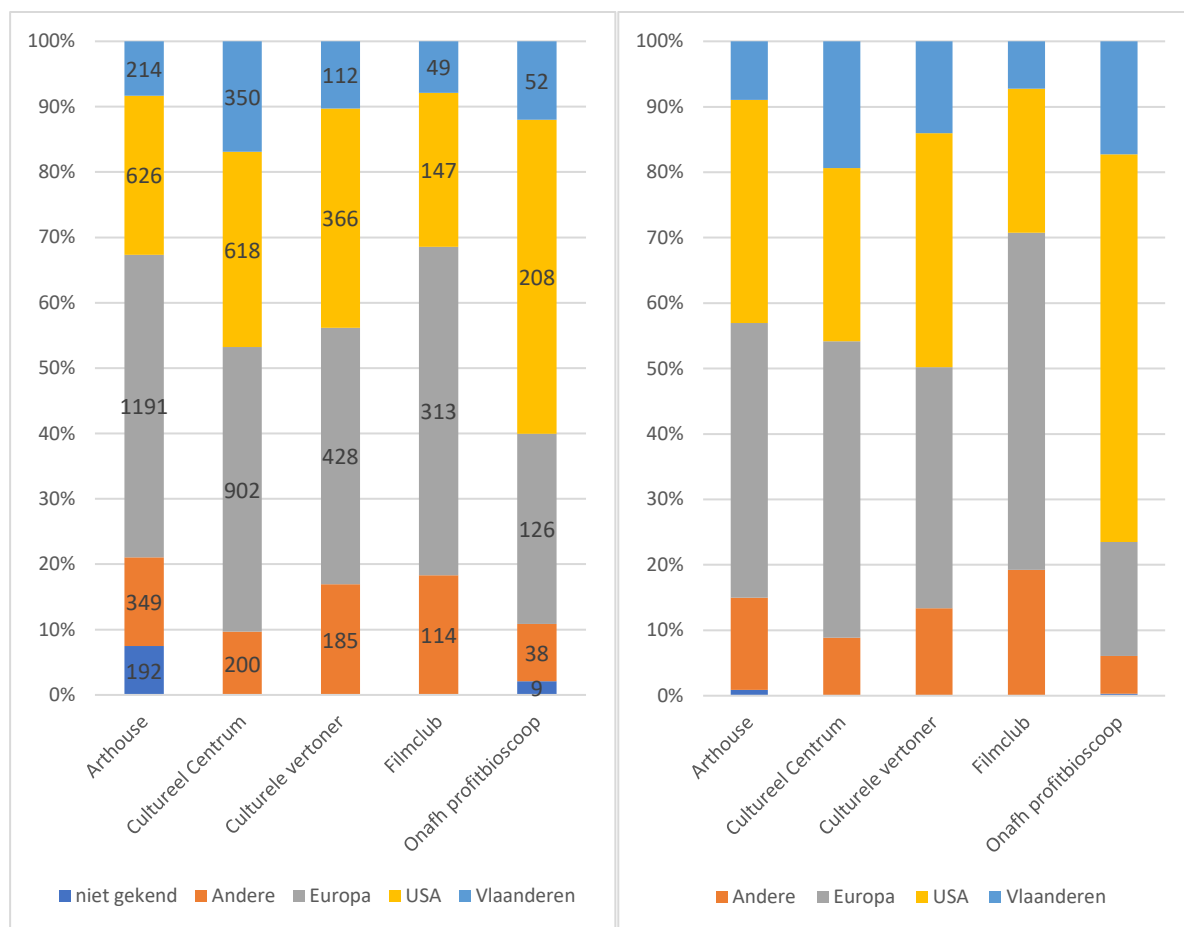
	Auteursfilm	Blockbusters	Europese film	Vlaamse film	Wereldfilm	Experimentele film	Kinder- en familiefilms	Documentaire	Klassiekers en cultfilms	Kortfilm	Animatiefilm	Andere
Multiplex	0%	100%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%
Onafh. Profit bioscoop	29%	86%	29%	43%	0%	0%	57%	0%	0%	0%	57%	0%
Arthouse	100%	10%	92%	65%	30%	0%	10%	0%	10%	0%	0%	0%
CV	89%	56%	67%	11%	0%	11%	0%	11%	33%	11%	11%	0%
CC	47%	29%	53%	61%	21%	5%	45%	5%	11%	0%	18%	5%
Andere	0%	100%	100%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Tabel 18. Percentuele weergave van de genres die als prioritair wordt aangeduid

Diversiteit titels en aandeel van Vlaamse film

Focussen we op de diversiteit van het aanbod (op basis van het totaal aantal titels voor alle spelers samen, dus geen unieke titels), dan kunnen we op basis van onze cijfers ook gemiddelden van een aantal onafhankelijke profitbioscopen meenemen.

Zowel bij de culturele vertoners als bij de arthousebioscopen en cc's nemen Europese titels⁴⁸ percentueel het grootste aandeel in van het totaal. Bij de onafhankelijke profitbioscopen neemt het percentage Amerikaanse titels dan weer het grootste aandeel in. Het verschil tussen het aandeel Europese titels en titels van andere origine is het grootst bij de arthousebioscopen. Het verschil is het kleinst bij de culturele vertoners. Het aantal Amerikaanse titels ligt voor de cc's bijna even hoog als voor de arthousebioscopen. Opvallend is de aanwezigheid van Vlaamse titels in alle categorieën. Bij de culturele centra ligt dat percentagegewijs binnen het totaal het hoogst.⁴⁹ In de figuur hieronder worden onder 'niet gekend' de titels ondergebracht van specifieke thematische voorstellingen, privé-voorstellingen, etc. (bv. een event met screening van verschillende kortfilms binnen eenzelfde vertoning).



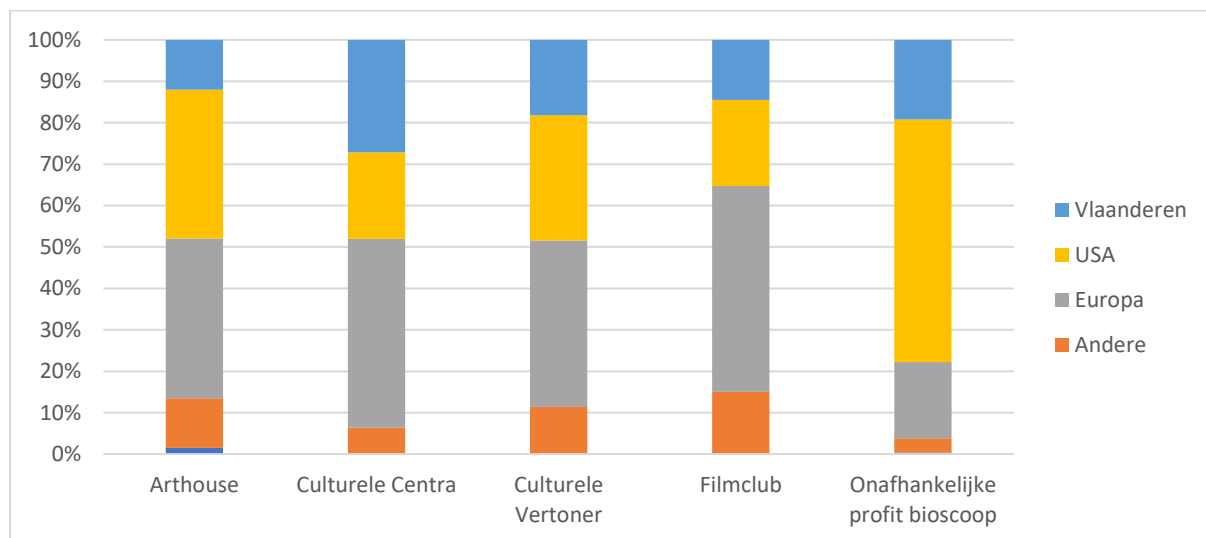
Figuur 13. De (geografische) diversiteit aan titels (links) en vertoningen (rechts) en het aandeel van Vlaamse films in het aanbod van de verschillende types vertoners

Zetten we het percentage getoonde titels en getoonde vertoningen naast elkaar, dan valt vooral het groter aandeel vertoningen van Vlaamse en Amerikaanse titels op bij de onafhankelijke profit-bioscopen. Er is met andere woorden een diversiteit aan Europese titels dat wordt getoond, maar ze krijgen minder vertoningen. Bij de arthousebioscopen valt het aandeel 'niet gekend' nagenoeg volledig weg in het percentage van vertoningen, omdat dit eenmalige vertoningen waren.

⁴⁸ EU28 + EEC-landen, exclusief Vlaamse titels.

⁴⁹ De donkerblauwe balk en het lege veld zichtbaar bij de arthousebioscopen zijn screenings waarvan de herkomst van de film niet gelabeld werd, bijvoorbeeld omdat het gaat om privé-screensings, zaalverhuur of screenings van meerdere kortfilms.

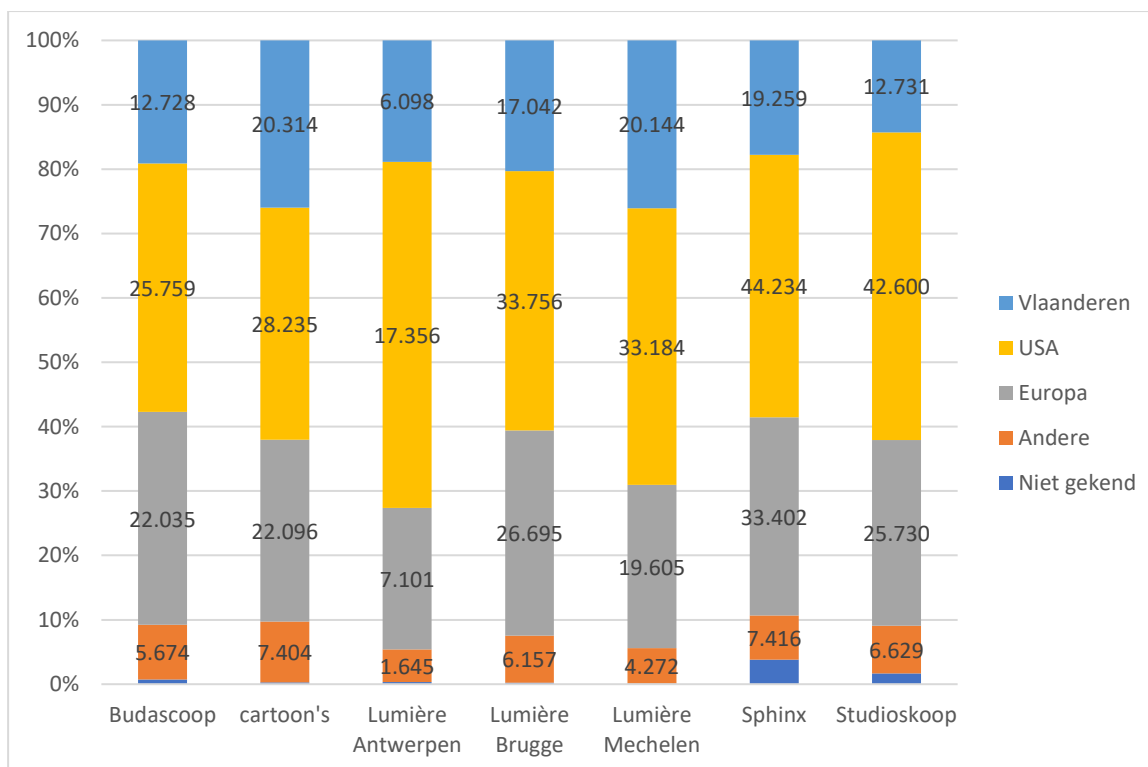
Zetten we herkomst van de films uit tegenover het aantal bezoekers, dan valt het hoger aandeel bezoekers voor Amerikaanse titels op. Voor arthousebioscopen bedroeg dat 36% van de bezoekers tegenover 25% van de titels. De verklaring daarvoor is grotendeels toe te schrijven aan de release van enkele populaire Amerikaanse titels. *Barbie* en *Oppenheimer* waren goed voor 28% van het totaal aantal bezoekers voor Amerikaanse titels, samen met *Tàr*, *Asteroid City* en *Killers of the Flower Moon*. Alle vijf samen vertegenwoordigen 47% van het totaal aantal bezoekers voor Amerikaanse films bij de arthouses. *Barbie* en *Oppenheimer* kleurden ook de top drie van multiplexen in Vlaanderen en Brussel, maar dus ook de arthousebioscopen hebben hier sterk op ingezet in 2023, met groot succes als gevolg. We vermoeden dat het aandeel bezoekers voor Amerikaanse films in 2023 mogelijk een stuk hoger ligt dan in andere jaren, vooral in de arthousebioscopen, als gevolg van de populariteit van deze twee populaire titels.



Figuur 14. Percentage bezoekers per afkomst titel (geografisch)

Ook voor Vlaamse titels ligt het percentage bezoekers hoger dan het percentage titels. De figuur hierboven toont een 12% van de totale bezoekers voor Vlaamse films, tegenover 8% van het totaal aantal titels. Met andere woorden: met een **beperkt aantal titels werd een relatief hoger aandeel bezoekers gegenereerd**.

Die 12% is nog een onderschatting omdat deze berekening ook de Brusselse arthouses meeneemt. Kijken we enkel naar de Vlaamse arthouses, dan nemen Vlaamse films percentages tussen de 15 en 25% van het totaal in. De figuur hieronder geeft de verdeling per regio op, volgens de verschillende Vlaamse arthouses. Ook hier speelt het effect van twee zeer populaire titels (*Close* en *De Acht Bergen*) in 2023.



Figuur 15. Bezoekers per afkomst titel voor arthouses in Vlaanderen

CC's genereerden 27% van hun bezoekers uit Vlaamse titels, al namen die slechts 17% van het totaal in. **Het bewijst ook hier het belang van Vlaamse film bij dit type speler.** Ook bij de onafhankelijke profitbioscopen (met 20% van het totaal aantal bezoekers) nemen de Vlaamse films een erg belangrijke positie in.

	Andere		Europees		USA		Vlaams	
	%bezoekers	%titels	%bezoekers	%titels	%bezoekers	%titels	%Bezoekers	%titels
Arthouse	12	15	36	50	40	26	12	9
CC	6	10	44	44	22	30	27	17
CV	11	17	39	39	32	34	18	10
FC	16	18	49	50	25	24	11	8

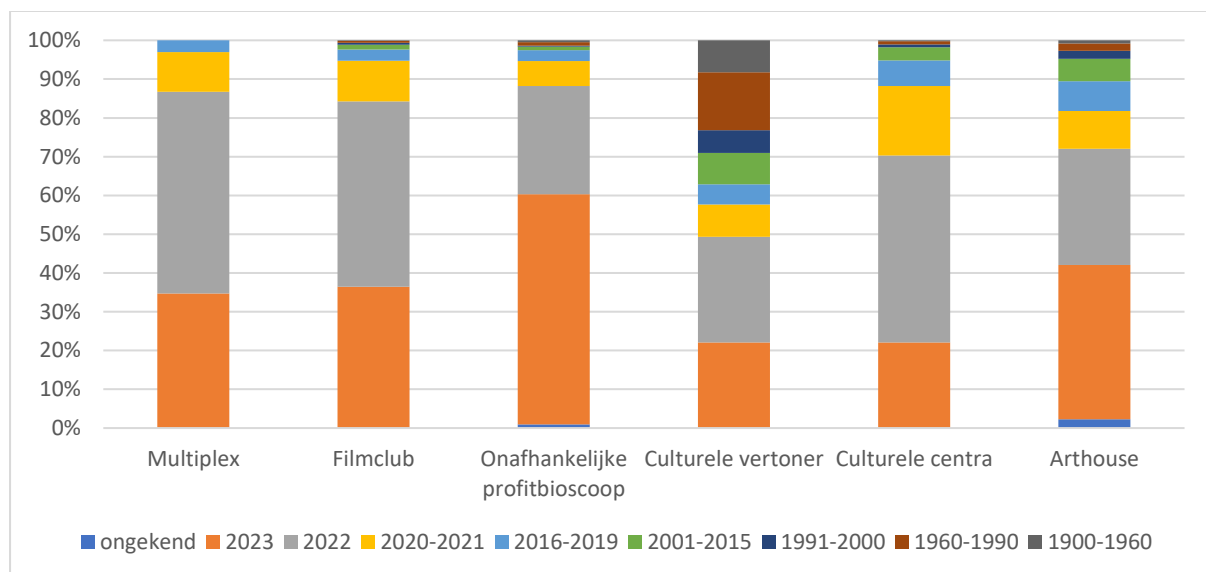
Tabel 19. Schematische voorstelling van de aandelen van regio's in het aanbod per type vertoner

Releasejaar

We vergeleken ten slotte ook het releasejaar van de films bij de verschillende types vertoners. Bij de arthousebioscopen zijn meer dan 70% van de vertoningen titels gereleased in 2022 of 2023, bij de multiplexen en onafhankelijke profitbioscopen gaat het om bijna 90% (met nog een aanzienlijk deel titels gereleased in 2021). Bij deze spelers zijn releases van oudere titels beperkt tot eenmalige specials (o.a. filmmarathons van bepaalde trilogieën of speciale thema-avonden rond Halloween).

Bij de cc's nemen de titels uit 2022 het grootste deel in, omdat het hier gaat om tweede circuit-titels; gevolgd door titels gereleased in 2023 (iets meer dan 20%). Films gereleased in 2023 en 2022 nemen niet verrassend het leeuwendeel in bij de meeste spelers. Van de tijd tussen release en vertoning zit er gemiddeld 78 dagen (mediaan is 63). Voor de Vlaamse films gaat het om een gemiddelde van 53 dagen in een cc na release (mediaan daar is 41 dagen). Voor niet-Vlaamse titels gaat het om gemiddeld 82 dagen (mediaan is 64 dagen). Op basis van deze cijfers kunnen we concluderen dat de meeste titels in tweede circuit inderdaad hun release krijgen kort bij of na de window van 6 weken.

Bij de culturele vertoners zijn 50% gereleased in 2022 of 2023. De meest atypische vertoner op het vlak van diversiteit in releasejaren zijn de culturele vertoners, en dan nog vooral de vertoners verbonden aan de filmscholen (KASKcinema en Cinema RITCS). Samen met De Cinema en Cinema Nova kenmerken ze zich met de meest eigenzinnige programmering die ook heel wat cultklassiekers of experimentele/avant-garde titels omvat uit diverse periodes in de filmgeschiedenis. In deze dataset was de programmatie van Cinematek niet meegenomen, wat de diversiteit aan releasejaren, met vooral dan oudere titels, nog gevoelig zou verhogen. Het bewijst de complementariteit van dit type vertoner binnen het totale vertonerslandschap. Nog een kanttekening: de grafiek toont het totaal aantal titels, niet het totaal aantal vertoningen. Daar liggen de percentages van titels gereleased in 2023 en 2022 nog gevoelig hoger bij de multiplexen, arthousebioscopen en onafhankelijke profitbioscopen.



Figuur 16. Spreiding van het aanbod naargelang het releasejaar van titels (uitgesplitst per type vertoner)

Aandeel “commerciële” Amerikaanse titels

Amerikaanse titels zijn het meest kenmerkend voor de vertoningen van de multiplexen en onafhankelijke profitbioscopen. Net daarom wilden we ook nagaan in hoeverre het aanbod aan Amerikaanse titels vertoond bij de arthouses, culturele vertoners en cc's zich verhoudt tot dat van de multiplexen. Hiervoor maakten we een voorzichtige, systematische oplijsting van de zogenaamde ‘commerciële titels’. ‘Voorzichtig’, want we willen met dit overzicht geen inhoudelijk oordeel vellen over de wenselijkheid van het programmeren van die titels door de spelers, noch een kwaliteitsoordeel vellen over de geprogrammeerde titels, noch dit als

problematisch aanduiden. ‘Commercieel’ definiëren we hier als ‘films gereleased na 2021, gereleased in multiplex, en geproduceerd door grote studio’s met entertainmentdoeleinden met vaak hoge box office in de bioscopen of bedoeld voor pure entertainment-release in de bioscoop of op streamingplatformen.’

We merken op dat sommige heel duidelijk cross-over titels zijn of simpelweg: commerciële titels die ook goed onthaald werden door critici (oplijstingen in IMDb, Metacritic en Rotten Tomatoes) alsook voor belangrijke prijzen genomineerd werden. De titels hier aangeduid met ‘*’, zijn genomineerd voor minstens een van de belangrijkste Academy Awards (*best picture, best original/adapted screenplay, best actor/actress, best director, best animation feature*).

We leren hier vooral uit dat wanneer vertoners een stap zetten richting een commerciële aanbod dit het vaakst gaat over familiefilms en animatiefilms. Zo speelden veertien cc’s en culturele vertoners *Super Mario Bros*, die in 2023 ook de top drie haalde van de totale box office in België. Binnen de cc’s zien we hier wel grote verschillen tussen spelers, met enkele die kiezen voor een puur arthouse aanbod en andere die kiezen voor een uitgesproken jonger en toegankelijk commercieel aanbod.

Titel	#Arthouses
<i>Barbie*</i>	12
<i>Oppenheimer*</i>	11
<i>Elemental*</i>	10
<i>Spider-Man Across The Spider-Verse*</i>	8
<i>Napoleon*</i>	7
<i>The Little Mermaid</i>	7
<i>A Haunting In Venice</i>	6
<i>Puss In Boots: The Last Wish*</i>	6
<i>Strange World</i>	6
<i>Indiana Jones & The Dial Of Destiny</i>	5
<i>Jumanji</i>	3
<i>Trolls Band Together</i>	3
<i>Avatar: The Way of Water*</i>	2
<i>ELVIS*</i>	2
<i>TNMT: Mutant Mayhem</i>	2
<i>Top Gun: Maverick*</i>	2
<i>Mission: Impossible Dead Reckoning Part 1</i>	1
<i>Nope</i>	1
<i>Paw Patrol: The Mighty Movie</i>	1
<i>Renfield</i>	1
<i>Super Mario Bros</i>	1
<i>The Bad Guys</i>	1

Tabel 20. Aantal vertoning van commerciële, Amerikaanse titels bij arthouses

Titel	# CC's
<i>Oppenheimer*</i>	16
<i>Barbie*</i>	16
<i>ELVIS*</i>	13
<i>Super Mario Bros</i>	11
<i>Ticket To Paradise</i>	10
<i>Puss In Boots: The Last Wish*</i>	9
<i>Lightyear</i>	8
<i>Elemental*</i>	8
<i>DC League of Super-Pets</i>	7
<i>The Bad Guys</i>	7
<i>Top Gun: Maverick*</i>	6
<i>Minions: The Rise Of Gru</i>	6
<i>Encanto*</i>	5
<i>The Little Mermaid</i>	5
<i>Sing 2</i>	5
<i>Indiana Jones & The Dial Of Destiny</i>	4
<i>Death on the Nile</i>	3
<i>Avatar: The Way of Water*</i>	3
<i>Mission: Impossible Dead Reckoning Part 1</i>	3
<i>The Batman</i>	3
<i>TNMT: Mutant Mayhem</i>	2
<i>Black Adam</i>	2
<i>Black Panther: Wakanda Forever</i>	2
<i>Bodies Bodies Bodies</i>	2
<i>Napoleon*</i>	2
<i>Nope</i>	2
<i>Renfield</i>	2
<i>Scream 6</i>	2
<i>Wish</i>	2
<i>A Haunting In Venice</i>	1
<i>Aladdin</i>	1
<i>Cruella</i>	1
<i>Dungeons & Dragons: Honor Among Thieves</i>	1
<i>Fast X</i>	1
<i>Ghostbusters: Afterlife</i>	1
<i>Hunger Games: Ballad of Songbirds & Snakes</i>	1
<i>John Wick 4</i>	1
<i>Jumanji</i>	1
<i>Jurassic World: Dominion</i>	1
<i>Love Again</i>	1
<i>Luca*</i>	1
<i>Magic Mike's Last dance</i>	1
<i>Paw Patrol: The Mighty Movie</i>	1
<i>Space Jam: A new legacy</i>	1
<i>Strange World</i>	1
<i>Thor: Love and Thunder</i>	1
<i>Magic Mike's Last Dance</i>	1

Tabel 21. Aantal vertoning van commerciële, Amerikaanse titels bij culturele vertoners en culturele centra

5.6. Publieksbereik

Publieksprofiel

Prioritair publieksprofiel. We peilden in de survey naar de belangrijkste publieksprofielen van de verschillende vertoners. Wat hier vooral opvalt, is dat bijna alle spelers heel breed inzetten met hun aanbod. Multiplexen zetten in op alle leeftijden. Voor de onafhankelijke profitbioscopen zijn kinderen/families en tieners belangrijk. Studenten zijn voor hen minder prioritair (en vaak ook minder aanwezig), net als de dertigers (met uitzondering van de gezinnen). 40+ en meer is een kerndoelgroep.

Prioritair publieksprofiel

	Kinderen (met ouders)	Tieners	Jongvolw assen/ studenten (18-25)	Volwassen en (26-40)	Volwassen en (41-64)	Volwassen en (65+)
Multiplex	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Onafh. Profit bioscoop	100%	60%	20%	60%	100%	80%
Arthouse	92%	8%	92%	100%	100%	92%
CV	20%	0%	70%	100%	80%	60%
CC	71%	15%	18%	65%	74%	56%
Andere	100%	0%	0%	100%	100%	100%

Tabel 22. Percentuele weergave van het prioritair publieksprofiel per type vertoner

Belangrijkste profiel. We vroegen ook een ranking te maken van de **meest voorkomende publieksprofielen**. Het gaat hier om een inschatting aangezien veel spelers niet over volledige data beschikken over het publieksprofiel. De tabel hieronder geeft het percentage van de spelers aan die de respectieve doelgroepen aanduidde.

- Bij de **multiplexen** was dat 100% voor jongvolwassenen/studenten (18-25 jaar).
- Bij de onafhankelijke profitbioscopen zijn families met kinderen de vaakst vertegenwoordigde groep.
- 67% van de **arthousebioscopen** geeft aan dat de meest vertegenwoordigde groep de 41 tot 64-jarigen zijn. 33% geeft aan dat dit volwassenen tussen de 26-40 jaar zijn.
- Bij de **culturele vertoners** zijn de prioritair publieksprofielen wat gevarieerder, deels door de diversiteit in dit type speler: 30% geeft aan dat kinderen met hun ouders de belangrijkste groep zijn; 20% geeft de jongvolwassenen aan (logisch gezien de link van sommige culturele vertoners met hogeschole); 30% geeft volwassenen van 26-40 jaar aan, 10% duidde 41-65 jaar en nog eens 10% duidde de 65+'-ers aan.
- Bij de **cc's** is er een duidelijke tweedeling tussen twee publieksprofielen: de families met kinderen enerzijds (39%) en de actieve volwassenen tussen 41 en 64 jaar (48%). Die tweedeling correspondeert ook met de verschillen in vertoningsprofielen met sommige cc's die een uitgesproken auteursfilmfocus hebben, en anderen met een uitgesproken focus op brede familiefilms.

Meest vertegenwoordigd publieksprofiel

	Kinderen (met ouders)	Tieners	Jongvolwassenen/ studenten (18-25)	Volwassenen (26-40)	Volwassenen (41-64)	Volwassenen (65+)
Multiplex	0%	0%	100%	0%	0%	0%
Onafh. profit bioscoop	100%	0%	0%	0%	0%	0%
Arthouse	0%	0%	0%	33%	67%	0%
CV	30%	0%	20%	30%	10%	10%
CC	39%	0%	0%	3%	48%	9%
Andere	0%	0%	0%	0%	100%	0%

Tabel 23. Het publieksprofiel dat het meest vertegenwoordigd is, uitgesplitst per type vertoner

Noden van het publiek. Op de vraag welke publieksprofielen de vertoners nog te weinig bereiken, liepen de antwoorden sterk uiteen. Bij de multiplexen werden families, personen met een beperking en senioren aangeduid (telkens 100%). Bij de onafhankelijke profitbioscopen geeft een meerderheid studenten/jongeren (80%) en bedrijven en zakenrelaties aan (60%). Bij de arthousebioscopen gaat het vooral over bezoekers met een migratieachtergrond en expats, alsook bezoekers met een beperking (75%). Ook jongeren/studenten, en families en kinderen duiken bij sommige spelers op als onderbenut publieksprofiel. Eenzelfde hoog cijfer voor het bereiken van personen met een migratieachtergrond en expats valt op voor de culturele vertoners (78%) en de cc's (70%). 83% van de cc's geeft ook aan onvoldoende jongeren/studenten te bereiken.

	Kinderen	Families	Jongeren/ studenten	Bedrijven en zakenrelaties	60+	Mensen met migratie-achtergrond/ expats	Mensen met een beperking
<i>Multiplex</i>	0%	100%	0%	0%	100%	0%	100%
<i>Onafh profit bioscoop</i>	0%	0%	80%	60%	20%	20%	0%
<i>Arthouse</i>	38%	25%	25%	13%	0%	77%	75%
<i>CV</i>	0%	0%	44%	0%	0%	78%	11%
<i>CC</i>	0%	0%	83%	27%	10%	70%	27%
<i>Andere</i>	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%

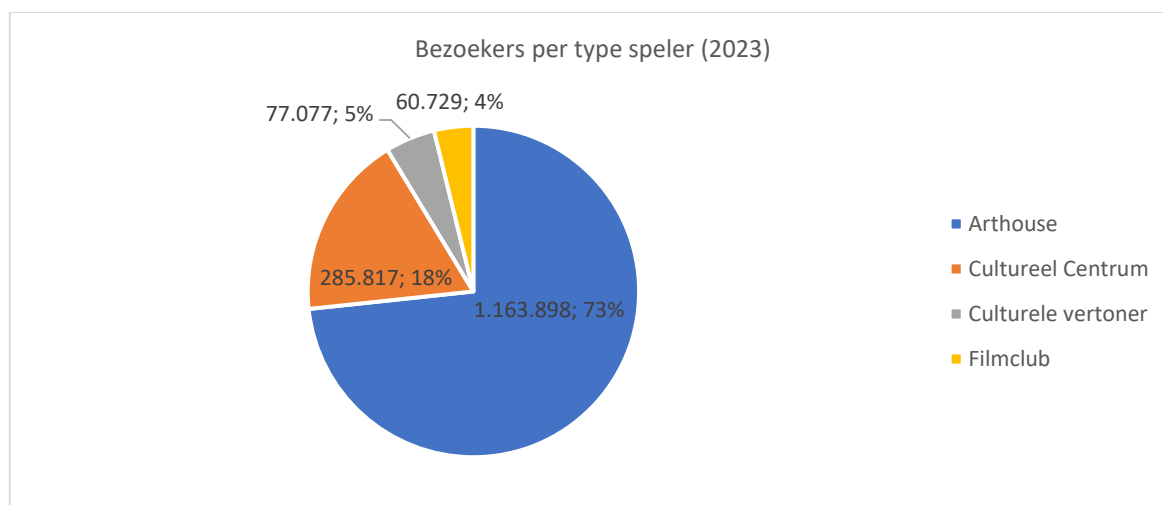
Tabel 24. Percentuele weergave van het publieksprofiel dat het minst wordt vertegenwoordigd, uitgesplitst per type vertoner

Bezoekers

Puur naar bezoekers zijn de **multiplexen veruit de grootste speler voor wat betreft publieksopkomst**. Kinopolis alleen trok in 2023 4.079.183 bezoekers in Vlaanderen en 997.543 in Brussel (ongeveer 30% daarvan is Nederlandstalig).

Op basis van de data van het VAF konden we ook vergelijkingen maken tussen de vier andere types spelers. Daar nemen de arthousebioscopen 73% van het totaal in, tegenover 18% door

de cc's, 5% door de culturele vertoners en 4% door de filmclubs. De arthousebioscopen waren in 2023 volgens officiële cijfers goed voor **1,2 miljoen bezoekers in Vlaanderen en Brussel**.



Figuur 17. Absolute bezoekersaantal per type speler (2023)

Wat betreft de arthousebioscopen neemt Brussel het grootste aandeel in het totaal in (met vier bioscopen in onze dataset). Daarna zijn de bezoekersaantallen van Oost-Vlaanderen en Antwerpen veruit het hoogst, wat vooral het gevolg is van de vijf bioscopen in de provinciehoofdsteden. In Limburg was in 2023 Cinema ZED al actief, maar aangezien het om een beperkt aantal vertoningen ging per week en geen volwaardige exploitatie, zijn er geen cijfers voor Limburg wat betreft arthousebioscoopwerking. Opgelet: deze cijfers zijn uitsluitend gebaseerd op de eigen analyse op basis van beschikbare data, en kunnen dus afwijken van officieel gerapporteerde (en volledige) cijfers.

	# Vertoningen	# Bezoekers
Arthouse	51.209	1.163.898
Brussel	22.284	539.011
Oost-Vlaanderen	10.098	197.606
Antwerpen	8.953	187.819
West-Vlaanderen	6.962	150.516
Vlaams-Brabant	3.177	99.013

Tabel 25. Het aantal vertoningen en bezoekers per provincie/regio

Bij de culturele centra vonden de meeste voorstellingen plaats in de provincie Antwerpen, en ook het meeste aantal bezoekers. Op de tweede plaats staat de provincie Oost-Vlaanderen, gevolgd door Vlaams-Brabant. Wat opvalt is dat in de Vlaamse rand een aantal cc's (in Strombeek, Diest, Alsemberg, Overijse, Vilvoorde en Zaventem) een belangrijke positie innemen met tussen de 6.000 en 12.000 bezoekers in 2023. Op basis van deze cijfers kunnen we voorzichtig afleiden dat de afstand tot een arthouse-aanbod, alsook het aantal inwoners in die gemeentes samenhangt met de populariteit. Dit is het opvallendste in Oost-Vlaanderen, waar cc's in Deinze (+/- 18km) en Lokeren (+/- 30km) opvallend meer bezoekers trekken, maar waar de afstand tot een bioscoop met arthouse-aanbod +/- 15km is. CC De Spil in Roeselare trekt ook veel bezoekers en bevindt zich 23 km van het dichtstbijzijnde arthouse-aanbod (Kortrijk). Voor de bioscopen in de Vlaamse rand is de afstand tot Brussel theoretisch gezien korter, maar mogelijks spelen hier ook toegankelijkheid tot vervoer en verkeer een belemmerende factor. Ten slotte valt ook het belang op van de filmclubs, in West-Vlaanderen,

maar vooral in Limburg, waar het belang van Zebracinema (in samenwerking met cc's en onafhankelijke profit-bioscopen) cruciaal lijkt voor het vertonen van een arthouse-aanbod.

Ook opnieuw duidelijk, en niet verrassend, maar wel belangrijk: hoe meer ruimte voor vertoningen, hoe meer bezoekers.

	# Vertoningen	# Bezoekers
Culturele Centra	2.698	292.679
Antwerpen	912	85.724
Oost-Vlaanderen	677	76.214
Vlaams-Brabant	488	62.712
West-Vlaanderen	467	51.065
Limburg	58	5.929
Brussel	96	4.173
Culturele Vertoner	1.981	77.077
Antwerpen	1.070	43.260
Oost-Vlaanderen	383	19.675
Limburg	123	6.728
West-Vlaanderen	372	6.094
Brussel	33	1.320
Filmclub	940	60.729
Limburg	329	27.398
Antwerpen	87	14.361
West-Vlaanderen	524	18.970

Tabel 26. Het aantal bezoekers per provincie, uitgesplitst per type vertoner

Populairste titels

We namen ook de top 20 meest bezochte titels onder de loep bij de diverse spelers. Op basis van de bezoekers gespreid over de vier types spelers (arthousebioscopen, culturele vertoners, CC's en filmclubs) kunnen we een aantal lessen trekken:

- Ondanks de gelijkaardige top 20's, verschillen de aantallen bij die bezochte titels aanzienlijk in absolute aantallen gezien het groter aantal vertoningen van de arthousebioscopen tegenover het beperkt aantal vertoningen voor de culturele centra (vaak een, soms twee per cc) en culturele vertoners.
- De Vlaamse films waren cruciaal voor het aantal bezoekers in 2023 over de drie types heen. De Belgisch-Italiaanse coproductie *De Acht Bergen* scoorde de beste cijfers over alle types samen, gevolgd door *Wil* (4^e plek), *Close* (5^e plek) en *Het Smelt* (9^e plek).⁵⁰ Een deel van die titels stond ook al in 2022 geprogrammeerd; onderstaande tabel toont dus niet het totaal aantal bezoekers voor die titels bij de verschillende spelers. Heel uitzonderlijk was de populariteit van een Vlaamse documentaire (*Onze Natuur*) in de top 20.
- Bij de cc's is het aandeel van Vlaamse titels in de top 20 van populairste titels het grootst. De Vlaamse titels zijn aangeduid met een '*'.
- Er zit een duidelijke link tussen de populariteit van titels over de types vertoners heen. Titels die het goed doen in de arthousebioscopen doen dat ook bij de culturele vertoners en de cc's.

⁵⁰ De Acht Bergen, Wil, Close kenden hun release in 2022 al; de hier weergegeven cijfers zijn enkel voor 2023.

- Bij de culturele vertoners en cc's nemen de familievoorstellingen en voorstellingen voor kinderen ook een belangrijk aandeel in.

Titel	Bezoekers (CV, CC, filmclub en arthouse samen) 2023
De acht bergen*	76.271
Barbie	65.955
Oppenheimer	62.794
Wil	50.879
Close	48.262
The Banshees of Inisherin	45.299
TÁR	40.183
Anatomie d'une chute	35.921
Het Smelt*	33.871
Aftersun	25.187
Asteroid City	25.065
The Quiet Girl	24.529
The boy and the heron	24.257
The Whale	23.782
Killers Of The Flower Moon	20.710
The Fabelmans	19.660
The Old Oak	18.421
Le Bleu du caftan	17.572
Onze Natuur, De Film*	17.087
Perfect Days	16.753

Tabel 27. Populairste titels over CC, CV, filmclub en arthouse samen in 2023

Belangrijk op te merken is dat, doordat het hier gaat om verschillende circuits, de populariteit van sommige titels uit 2023 bij de CV's en cc's pas in de cijfers van 2024 zichtbaar zullen zijn. Titels bij cc's en het grootste deel van de culturele vertoners worden immers in de meeste gevallen een stuk later geprogrammeerd dan in de arthouses. Ook bij de arthouses haalden sommige titels die al in 2022 sterk scoorden, of ook in 2024 nog geprogrammeerd stonden, de top 20.

Top 20							
Arthouse	Bezoekers	CCs	bezoekers	Culturele vertoners	Bezoekers	Filmclub	Bezoekers
Barbie	62.046	De acht bergen*	20.276	De acht bergen*	2.099	De acht bergen*	2.751
Oppenheimer	56.551	Close*	15.931	Close*	2.043	Go Youth!	1.062
De acht bergen*	51.145	Wil*	12.997	Aftersun	1.125	Good Luck To You, Leo Grande	1.477

<i>The Banshees of Inisherin</i>	38.984	<i>Onze Natuur, De Film*</i>	9.369	<i>Wil*</i>	965	<i>Living</i>	1.300
<i>Wil*</i>	36.544	<i>Zillion*</i>	7.871	<i>Triangle Of Sadness</i>	876	<i>Aftersun</i>	1.260
<i>TÀR</i>	35.905	<i>Het Smelt*</i>	7.187	<i>The Banshees of Inisherin</i>	813	<i>The Banshees of Inisherin</i>	1.511
<i>Anatomie d'une chute</i>	32.211	<i>Oppenheimer</i>	4.787	<i>Het Bijzondere Levensverhaal van Karl Eriksson</i>	794	<i>Close*</i>	1.318
<i>Close*</i>	28.970	<i>The Chapel*</i>	4.618	<i>Good Luck To You, Leo Grande</i>	765	<i>Onze Natuur, De Film*</i>	839
<i>Het Smelt*</i>	25.833	<i>Good Luck To You, Leo Grande</i>	4.158	<i>Everything, everywhere, all at once</i>	754	<i>The Whale</i>	1.285
<i>The boy and the heron</i>	24.028	<i>The Banshees of Inisherin</i>	3.991	<i>Tàr</i>	731	<i>The Fabelmans</i>	965
<i>Asteroid City</i>	23.763	<i>Knor*</i>	3.864	<i>The Quiet Girl</i>	689	<i>Zeevonk*</i>	889
<i>Killers Of The Flower Moon</i>	20.391	<i>Yuku and the Himalayan Flower</i>	3.560	<i>Het Smelt*</i>	687	<i>Anatomie d'une chute</i>	1.134
<i>Aftersun</i>	20.380	<i>Barbie</i>	3.446	<i>Sinterklaas en Koning Kabberdas</i>	606	<i>The Quiet Girl</i>	1.194
<i>The Quiet Girl</i>	19.321	<i>The Whale</i>	3.402	<i>Anatomie d'une chute</i>	600	<i>Le Bleu du caftan</i>	939
<i>The Whale</i>	18.556	<i>The Fabelmans</i>	3.388	<i>Onze Natuur, De Film*</i>	583	<i>Oppenheimer</i>	909
<i>Perfect Days</i>	16.559	<i>The Quiet Girl</i>	3.325	<i>The Fabelmans</i>	582	<i>The Old Oak</i>	889
<i>The Old Oak</i>	15.402	<i>Triangle of Sadness</i>	3.046	<i>Knor*</i>	551	<i>Il Colibri</i>	868
<i>Le Bleu du caftan</i>	15.332	<i>Hitler heeft mijn roze konijn gestolen</i>	2.992	<i>Oppenheimer</i>	547	<i>Tàr</i>	861
<i>The Fabelmans</i>	14.725	<i>Rebel*</i>	2.905	<i>Moonbound</i>	541	<i>Riceboy Sleeps</i>	789
<i>Napoleon</i>	13.701	<i>Living</i>	2.709	<i>The Whale</i>	539	<i>Corsage</i>	794

Tabel 28. Populairste titels per categorie vertoner (CC, CV en Arthouse) in 2023

5.7. Beleidsondersteuning voor bioscopen in Vlaanderen en Brussel

In onze bevraging peilden we ook naar de diversiteit van steun die spelers ontvangen. Op de multiplexen na, gaven alle spelers **minstens één vorm van bestaande ondersteuning mee**. 3 profitbioscopen (Variété, The Roxy en Cinema Albert) krijgen steun voor het programmeren van Vlaamse auteursfilm. In onze bevraging gaven echter alle spelers aan op de één of andere manier steun te krijgen van de Vlaamse Gemeenschap, maar het is niet duidelijk welke steun hiermee bedoeld wordt.

Bij de arthouses gaven **alle aan steun te ontvangen van de Vlaamse overheid**. Spelers ontvangen steun via de middelen van VAF Publiek, hetzij als onderdeel van meerjarige ondersteuning aan grote instellingen (bv. Cinema ZED als onderdeel van Fonk vzw), hetzij voor hun publiekswerking (organisatie van evenementen, filmreeksen, eigen festivals of festivals samen met anderen); hetzij voor steun aan Vertoning voor Vlaamse auteursfilms. Andere vormen van specifieke steun van de Vlaamse Gemeenschap zijn bv. investeringssubsidies voor verduurzaming. Zo ontving Budascoop in 2023 voor 500.000 steun voor hernieuwing van verwarming en verluchttingsinfrastructuur.⁵¹

Twee spelers krijgen een specifieke **arthousepremie** van het Vlaams Audiovisueel Fonds⁵². 62% van de arthouses geeft aan ook bijkomende steun van de steden te krijgen waarin ze gevestigd zijn. 92% van de arthousebioscopen geeft ook aan steun te krijgen vanuit Europa. Het gaat dan om steun van het Europa Cinema-netwerk, een netwerk dat tot doel heeft de diversiteit van Europese film te vergroten. 29% van de spelers geeft ook aan over nog andere bijkomende steun te beschikken.

Bij de **culturele vertoners geeft 88% aan steun van de Vlaamse Gemeenschap te ontvangen**. Bijna alle spelers ontvangen bijkomende steun van de stad of gemeente waarin ze gevestigd zijn. 25% krijgt nog steun van andere publieke fondsen; mogelijks gaat het ook hier om steun van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest of de Franse Gemeenschap.

Iets meer dan de helft van de cc's die deelnamen aan de bevraging gaf aan steun van de Vlaamse Gemeenschap en/of het VAF te ontvangen. 60% van de cc's krijgt, logischerwijs, ondersteuning van de stad of gemeente. Een klein aantal cc's, bijvoorbeeld CC Strombeek, krijgt ook steun van het Europa Cinema netwerk.

	VI Gemeenschap/ VAF	Stad/ gemeente	Europa	Andere
Multiplex				
Onafh. profit bioscoop	100%			
Arthouse	100%	62%	92%	29%
CV	88%	88%	13%	25%
CC	55%	60%	5%	5%

Tabel 29. Steun beleid vertoners

⁵¹ <https://www.kortrijk.be/gesubsidieerde-projecten/budascoop-vernieuwing-hvac-installatie>

⁵² Ondertussen is Studioskoop onderdeel van de Lumière groep en is er de facto nog maar één speler die dit ontvangt.

Vlaams Audiovisueel Fonds

Het VAF ondersteunt ook vertoningen op diverse wijze via haar afdeling VAF Publiek. Die ondersteuning is deels een gevolg van inspanningen van het fonds voor publieksonwikkeling, deels ook het gevolg van een inkanteling van bovenlokale middelen van de provincies binnen de werking van het VAF. Het VAF geeft steun aan vertoners via: (1) de arthousepremie, (2) een meerjarige ondersteuning, (3) projectsubsidies, (4) de innovatiepremie, (5) de springplankpremie en (6) steun voor de vertoning van Vlaamse film (een gedetailleerd overzicht van de spelers en de steun die zij in ontvangst nemen, bevindt zich in bijlage 4). Sommige van de steunmaatregelen worden toegekend op jaarlijkse basis, sommige op meerjarige basis. Het overzicht hieronder geeft beknopt de beschrijving, doelstellingen, toegekende bedragen en criteria voor toekenning weer.

Arthousepremie

Beschrijving	Stimulansmaatregel voor commerciële en niet-commerciële arthousebioscopen die aandacht hebben voor internationale en Vlaamse kwaliteitsfilms die niet of zelden worden vertoond in het commerciële circuit.
Doel	Zichtbaarheid van kwaliteitsfilms bevorderen; Stimuleren van de geografische spreiding en diversiteit van het aanbod.
Max. toegekende steun	25.000 euro
Criteria	Professionele vertonerspraktijk (correct ticketbeleid en kwalitatieve vertoning met DCP als norm) Maximum vijf zalen Dagelijkse filmprogrammatie met meerdere vertoningen per dag (min. 1.500 voorstellingen per jaar) Focus op de nieuwe releases Een minimum aandeel jaarlijkse vertoningen én een minimum aandeel jaarlijkse titels van 70% arthousefilms. Erkenning door Europa Cinemas (of in afwachting) Filmaanbod bestaande uit een diversiteit aan genres Aanzienlijk aandeel nieuwe Vlaamse auteursfilms ⁵³ Organisatie heeft aandacht voor een publiekswerking (o.a. via de organisatie van evenementen)
Toegekende steun 2024	Cinema Cartoon's, Lumière (Antwerpen, Brugge, Mechelen), Studio Skoop / De Filmplaneet

Tabel 30. Arthousepremie VAF

Meerjarige ondersteuning

Beschrijving	Ondersteuning voor publieksorganisaties ⁵⁴ die zich ontfermen over de vertoning, spreiding, educatie en reflectie van filmcultuur.
Doel	Versterken van een kwalitatieve en diverse filmcultuur in Vlaanderen.
Criteria	Kwaliteit inhoudelijk concept: met een landelijke en/of internationale uitstraling en inzet van samenwerkingsverbanden; Zakelijk beheer en het personeelsbeleid; Publiekswerking, -werving en -verbreding; Relevantie van de werking voor het ecosysteem (unieke positie ten aanzien van andere spelers);

⁵³ Minimum 15 verschillende titels waarvan minimum 85% nieuwe releases, minimum 25% documentaires en minimum 15% Vlaams filmpatrimonium (titels uit de VAF Releaseladder) (VAF, z.d.a).

⁵⁴ In deze context gaat het over "publieksorganisaties met een rechtspersoonlijkheid in de vorm van een vereniging, die het doel om rechtstreekse vermogensvoordelen uit te keren of te bezorgen aan haar vennoten statutair uitsluit" (Vlaams Audiovisueel Fonds, z.d.b). In de praktijk gaat het over de organisaties die zich ontfermen over activiteiten en/of projecten die zich richten tot de vertoning en verspreiding van film(cultuur)

	Verhouding ten aanzien van beleidsprioriteiten VAF; Schaalgrootte en reikwijdte; Het inhoudelijke en zakelijke traject; Aandacht voor maatschappelijke en culturele diversiteit.
Functie-specifieke criteria	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tonen en toeleden <ul style="list-style-type: none"> - Kwaliteit van het artistieke programma - Kwaliteit van de presentatiecontext 2. Spreiden en verdelen <ul style="list-style-type: none"> - Kwaliteit van het programma of aanbod (op artistiek, educatief of reflectief vlak) - Kwaliteit van de presentatiecontext of het beoogde resultaat - Kwaliteit van de visie op de spreiding of verdeling (overstijgt het lokale) 3. Ontplooien en reflecteren <ul style="list-style-type: none"> - Kwaliteit van het educatieve of reflectieve aanbod - Kwaliteit van het beoogde resultaat
Toegekende steun 2024	Het VAF ondersteunt negentien organisaties voor de periode 2024-2027 via deze steunmaatregel, verdeeld over vier categorieën: <ol style="list-style-type: none"> (1) Mengvorm: MOOOV, Fonk, JEF (2) Festivals: Film Fest Gent, Anima, Filmfestival Oostende, BIFFF, Film'On, Offscreen Festival, Brussels Short Filmfestival & Brussels International Filmfestival (3) Vertoners: Artcinema OFFoff, Cinemaximiliaan, KASKcinema, Nova, Cinema Sphinx (4) Filmwijze organisaties: Sabzian, Cinea, Kortfilm.be, REKKER

Tabel 31. Meerjarige ondersteuning VAF

Projectsubsidie

Beschrijving	Steunmaatregel voor publieksinitiatieven die zich inzetten voor de vertoning, spreiding, educatie en reflectie van filmcultuur
Doel	Versterken van een kwalitatieve en diverse filmcultuur in Vlaanderen
Maximum toegekende steun	Deze steunmaatregel voor een project beperkt zich tot één jaar. Het gaat, met andere woorden, over projecten die beperkt zijn in tijd en ruimte.
Criteria	<p>Kwaliteit inhoudelijk concept: met een landelijke en/of internationale uitstraling en inzet van samenwerkingsverbanden</p> <p>Zakelijk beheer en het personeelsbeleid</p> <p>Publiekswerking, -werving en -verbreding</p> <p>Relevantie van de werking voor het ecosysteem (unieke positie ten aanzien van andere spelers)</p> <p>Verhouding ten aanzien van beleidsprioriteiten VAF</p> <p>Schaalgrootte en reikwijdte</p> <p>Het inhoudelijke en zakelijke traject</p> <p>Aandacht voor maatschappelijke en culturele diversiteit</p>
Functie-specifieke criteria	<p>Tonen en toeleden</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kwaliteit van het artistieke programma - Kwaliteit van de presentatiecontext <p>Spreiden en verdelen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kwaliteit van het programma of aanbod (op artistiek, educatief of reflectief vlak) - Kwaliteit van de presentatiecontext of het beoogde resultaat - Kwaliteit van de visie op de spreiding of verdeling (overstijgt het lokale) <p>Ontplooien en reflecteren</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kwaliteit van het educatieve of reflectieve aanbod - Kwaliteit van het beoogde resultaat
Toegekende steun 2024	Blue Screen, CINE RIO, Festival Millenium, In Stad Festival, Japan-Square Filmfestival, Kinolatino Filmfestival, Made in China Festival, Monokino, MOUV', Avila Film, Kortgeknipt, Sooner en CultuurConnect: Toegankelijkheid naar (Vlaamse) cinema, Filmworkshops

	SchoolpodiumNoord, Ciné Place-Making II, Studio Malem, BAFF, Cinema Stuivenberg, CUT TO: GENT, Docfest, Firls on Film, Holebifilmfestival, Pink Screens, Razor Reel Flanders Film Fest, STOM! Stille Filmfestival Brugge, Cinedraries.
--	--

Tabel 32. Projectsubsidie VAF

Innovatiepremie

Beschrijving	Innovatiepremie (eenmalige aanvraag in de periode 2023-2027) als onderdeel van de relancemiddelen van de Vlaamse overheid; Publieksorganisaties die meerjarige steun ontvangen van het VAF en toelage lager dan 200.000 euro per jaar; Bedoeld voor nieuwe kunstvormen van cultuurparticipatie, duurzaamheidstrajecten (organisatie- of werkingsstructuur), opbouw van kennis en ervaring, nieuwe benaderingen publieksontwikkeling, innovatie via digitale technologieën.
Doel	Innovatieve praktijken en strategieën op poten zetten met oog op de versterking van de sector.
Max toegekende steun	25.000 euro
Criteria	Innovatie op een realistische, maar ambitieuze manier; Met een impact op publieksontwikkeling, inclusie en/of duurzaamheid; Het heeft een (aantoonbare) inhoudelijke meerwaarde voor het veld Engagement in het tonen van resultaten. Aanmoediging van samenwerkingen
Toegekende steun 2024	Voor het jaar 2024 ontving een speler een innovatiepremie van het VAF, namelijk: Anima.

Tabel 33. Innovatiepremie VAF

Springplankpremie

Beschrijving	Ondersteuning die vertoners stimuleert bij een opschaling van het programmatieritme of het uitbreiden naar nieuwe doelgroep. Steunmaatregel richt zich tot commerciële en niet-commerciële arthousebioscopen; bioscopen waarbij auteursfilms een belangrijk onderdeel zijn van de programmatie; publieksorganisaties; filmclubs; cultuur- of gemeenschapscentra met professionele vertoning; organisaties die ondersteuning ontvangen via andere regelgeving binnen Cultuur of via het Gemeentefonds.
Doel	Meer vertoningen; Diverser aanbod; Regionale spreiding; Inzetten op bijkomende activiteiten rond publiekswerking, -werving en -verbreding.
Max. toegekende steun	15.000 euro
Criteria	Kwalitatieve en professionele vertoning op vlak van beeld en geluid; Kwalitatieve programmatie: aandacht voor (Vlaamse) auteursfilm; Correct tarievenbeleid; Het gaat over een aanzienlijke uitbreiding van het aanbod (de mate van opschaling bepaalt het toegekende steunbedrag); Uitbreiding die zich specifiek richt tot jongeren en/of ondervertegenwoordigde doelgroep (positieve impact op het bepaalde steunbedrag); Belang van een evenwichtige regionale spreiding van vertoners en (eventueel) lokaal engagement van de lokale overheid.
Toegekende steun 2024-2025	Springplankpremies voor 2024-2025 waren nog niet bekend tijdens de redactie van dit rapport

Tabel 34. Springplankpremie VAF

Steun aan de Vertoning van de Vlaamse Auteursfilm

Beschrijving	voor vertoners die Vlaamse auteursfilm opnemen in de programmatie; Ontvangers van de steunmaatregel zijn commerciële en niet-commerciële arthousebioscopen; bioscopen waar auteursfilms een belangrijk aandeel vormen van de programmatie; publieksorganisaties; filmclubs; cultuur- of gemeenschapscentra met een professionele vertonerspraktijk; Organisaties die al steun; ontvangen via regelgeving via Cultuur of het Gemeentefonds.
Doel	Uitbreiden van de zichtbaarheid en bekendheid van Vlaamse auteursfilm (langspeelfilm, animatiefilm, documentaire, experimentele film en kortfilm); Stimuleren van geografische spreiding en diversiteit van het aanbod
Maximum toegekende steun	Voldoet aan de programmatievereisten van minimum 5 verschillende titels waarvan 85% nieuwe releases: bijdrage van 1 euro per betalende toegang tot maximum 2.500 euro; Voldoet aan de programmatievereisten van minimum 15 verschillende titels met 85% nieuwe releases, minimum 25% documentaires en minimum 15% Vlaams filmpatrimonium: bijdrage van 1.8 euro per betalende toegang tot maximum 10.000 euro.
Criteria	Professionele vertoning op vlak van beeld en geluid met DCP als de norm; Kwalitatieve programmatie met specifieke aandacht voor auteursfilm Correct ticketbeleid; Aanbod zet in op Vlaamse auteursfilm, met oog voor de 'meest kwetsbare film' (zelden vertoning in commerciële bioscopen); Substantieel aandeel van nieuwe Vlaamse auteursfilms; Enkel nieuwe Vlaamse auteursfilms opgelijst in de VAF Releaseladder komen in aanmerking.
Toegekende steun 2024	Buurtcinema CC De Plotter, CC Binder, CC de Meent, CC De Spil, CC Diest – Cinema Paradiso, CC Evergem, CC Lokeren, CC Strombeek, CC Zoetegem, CC Zwaneberg, Cinema Albert, Cinéma Aventure, Cinema Galeries, Cinema Plaza, Cinema Variétés, Cinéma Vendôme, De Cinema, De Roma, Filmhuis Mechelen, Kunstencentrum BUDA, Leietheater, Netwerk Aalst, palace, Schouburg De Kern, The Roxy Theatre

Tabel 35. Steun aan vertoning auteursfilm VAF

Lokale steun

De drie soorten vertoners die aangeven dat ze ondersteuning ontvangen van de stad of gemeente zijn culturele vertoners, arthouses en culturele centra. Deze ondersteuning vertaalt zich vaak in:

- Het ter beschikking stellen van een locatie (al dan niet tegen pacht of huurovereenkomst).
- Het renoveren, bouwen en onderhouden van een locatie, of het mee ondersteunen ervan.
- Ondersteuning in de infrastructuur van een vertoner (bv. steun vanuit Kortrijk voor vernieuwing verluchting bij Budascoop, ondersteuning van de stad Mechelen bij onderdelen van renovatie stadsfeestzaal voor Lumière Mechelen.
- Steun (vaak via de culturele diensten) in de vorm van projectsubsidies, bv. ondersteuning van bepaalde evenementen of festivals van vertoners of meerjarige steun. Zo steunt Stad Gent bijvoorbeeld het Pinx festival van vzw La Luna (onderdeel van Sphinx). De Stad Hasselt steunt de Zomerfilm Cinema ZED, etc.

Voor sommige exploitanten gaat dit over een **huurregeling met de stad of gemeente**, terwijl het in andere gevallen gaat over de actieve aankoop van locaties. Zo kocht de Stad Gent nog het Cinema Rex-gebouw aan het Gentse Maria Hendrikaplein met als doel de locatie te blijven

gebruiken voor filmexploitatie. Eind augustus 2024 kondigde Film Fest Gent aan van start te gaan met het ontwikkelen van een plan voor een 'Huis van de Cinema', met een jaarwerking van het festival in de locatie.⁵⁵ Zowel Turnhout als Hasselt ondersteunen ook actief de investering in nieuwe locaties voor filmvertoningen, uitgebaut door respectievelijk MOOOV en Fonk (aangekondigd voor 2026-2027), als onderdeel van een bredere cultuurwerking.

In het geval van de culturele centra gaat het naast het uitbaten van een werking ook over **personeel aangesteld door steden en gemeenten** die films vertonen.

Doorgaans valt het op dat de financiële injectie van deze actoren eerder beperkt blijft, zeker als het gaat over de systematische en structurele ondersteuning voor onder andere de (verouderde) infrastructuur. Steun vanuit gemeenten en steden wordt eerder verleend voor de inhoudelijke culturele werking. Belangrijk op te merken is ook dat door het betalen van stadstaksen in sommige steden de toekenning van die subsidies zichzelf dus (althans minstens deels) opheft.

In het verleden betaalden vertoners een taks per verkocht ticket aan de stad of gemeente. De laatste jaren kozen meer en meer steden en gemeenten ervoor om deze af te schaffen. Onderstaande tabel geeft een weergave van de zeven steden waar er nog steeds stadstaksen gelden voor vertoners. Opvallend is dat de ene taksregeling al wat uitgebreider is dan de andere, en dat er bij sommige soms uitzonderingen worden gemaakt voor bepaalde types vertoningen.

Stad	Taks
Brugge	0.50 euro per betalende bezoeker: vertoningen in bioscopen, preparken, themaparken en musea; 0.25 euro per betalende bezoeker voor vertoningen waar Brugse inwoner gratis toegang tot hebben; 0.25 euro per betalende bezoeker voor vertoningen in bioscopen, pretparken en musea die zich uitsluitend richten op kinderen t.e.m. 15 jaar; Geen belasting voor de eerste 24.000 tickets.
Elsene	0.50 euro per betalende bezoeker voor filmvertoningen
Gent	Commerciële georganiseerde film-, video-, of dvd-filmvoorstellingen: 0.39 euro voor de eerste toegangsbewijzen en 0.52 euro voor de overige; Erotische film- en live voorstellingen: 22.57 euro voor een live voorstelling die door een persoon individueel bekeken wordt; 16.33 euro voor een live voorstelling die tegelijkertijd door meerdere personen individueel bekeken wordt; 6.83 euro voor een filmvoorstelling.
Hasselt	0.20 euro per betalende bezoeker Onder andere een vrijstelling voor vertoningen die als doelgroep zich richten tot kinderen tot vier jaar, maar ook wanneer deze vertoningen worden georganiseerd door maatschappelijk werk-organisaties en/of die zich ontfermen over de bescherming van jongeren
Kortrijk	0.35 euro per betalend ticket Onder andere een vrijstelling op Europese films "gezien de geringere opbrengst van deze films" ⁵⁶
Mechelen	0.50 euro per betalende bezoeker

⁵⁵ <https://www.filmfestival.be/nl/nieuws/cinema-rex-even-open-voor-het-grote-publiek-2-2>

⁵⁶ Stad Kortrijk (2021).

Turnhout	<i>Het tarief is afhankelijk van de bebouwde oppervlakte en is van toepassing op verschillende types ondernemingen.</i> 0 tot en met 250 m ² : 90 euro 251 tot en met 500 m ² : 250 euro 501 tot en met 1000 m ² : 500 euro Vanaf 1001 m ² : 500 euro + 0.80 euro/ m ² voor de oppervlakte boven 1000 m ²
----------	---

Tabel 36. Overzicht stadstaksen

Europa Cinemas

Creative Europe is een programma van de Europese Commissie dat beoogt om Europese culturele en audiovisuele industrieën te ondersteunen. Het huidige beschikt over een budget van 2.4 miljard euro voor de periode 2021-2027, verdeeld over drie luiken: 'Culture' (33%), dat zich richt op de culturele en creatieve sectoren zoals theatervoorstellingen; 'MEDIA' (58%), dat zich richt op de audiovisuele sectoren inclusief het vertonerslandschap; en de cross-sectoriële projecten en initiatieven (9%).⁵⁷ **Creative Europe MEDIA** biedt subsidies voor de ontwikkeling, productie en distributie van Europese film aan 38 landen: 27 lidstaten van de Europese Unie, drie EVA-landen (IJsland, Noorwegen en Liechtenstein), en acht kandidaat-lidstaten. Dit gaat over financiële ondersteuning van opleidingsinitiatieven, festivals, (co-)productie van film, maar ook ondersteuning voor filmdistributie en steun aan Europese vertoners in de vorm van het vertonersnetwerk **Europa Cinemas**. **Europa Cinemas** beoogt vier doelstellingen: (1) de aanwezigheid verhogen van Europese films in de bioscopen, (2) vertoners aanmoedigen om Europese initiatieven te bedenken die zich richten tot jongeren, (3) de ontwikkeling van een divers, Europees filmaanbod en (4) een vertonerslandschap op poten zetten op nationaal én Europees niveau.⁵⁸ Het netwerk bestaat momenteel uit 1.279 bioscopen en 3.160 schermen, verspreid over 38 landen⁵⁹. In totaal zijn er 41 Belgische vertoners aangesloten. Voorbeelden zijn Sphinx (Gent), Kunstencentrum Buda (Kortrijk), alle Lumière cinema's; CC Strombeek, CC Zwaneberg, Filmhuis Mechelen en De Kern in Wilrijk als één netwerk; De Cinema (Antwerpen) en Zebracinema (Turnhout).

De ondersteuning vanuit Europa Cinemas is telkens bepaald door het aantal schermen en het minimum percentage aan Europese films dat een vertoner opneemt in zijn filmaanbod. Voor een vertoner met vijf gesubsidieerde schermen, komt dit neer op een €25.500 met een onderverdeling van het budget voor de programmatiesteun (€20.500) en de Young Audience-steun (€5.000). Het totale maximumbedrag van de Young Audience-steun is beperkt tot €10.000. Het totale bedrag van ondersteuning kan niet hoger zijn dan €73.000. Een belangrijke kanttekening hierbij is dat de ondersteuning ook een 'degressiviteitsmaatregel' hanteert. Na tien jaar lidmaatschap vermindert de ondersteuning elk jaar met 1%. Onderstaande tabellen tonen de voorwaarden waaraan vertoners moeten voldoen.⁶⁰ In de praktijk betekent dit, bijvoorbeeld, voor een vertoner met vijf schermen, dat de opmaak van de vertoningen uit minimum 15% niet-nationale Europese screenings en minimum 36% Europese screenings moet bestaan.

⁵⁷ Europese Commissie (z.d.)

⁵⁸ 80% voor de ondersteuning van een niet-nationale Europese programmatie en 20% voor de ondersteuning van het bereiken van jongeren (Young Audience-ondersteuning).

⁵⁹ Europa Cinemas (z.d.). A European and Worldwide Network.

⁶⁰ Europa Cinemas (2024)

SCALE FOR SUPPORT BY NUMBER OF SCREENS - B Countries							
Thresholds for Support				Amount of Support			
Total number of screens under one Agreement	Minimum SENN % for one Agreement	Minimum SE % for one Agreement	Minimum SENN % per screen subsidised	Number of subsidised screens under one Agreement	Maximum annual support for one Agreement	Programming Support	Young Audience Support
1	20%	40%	20%	1	15 500 €	12 500 €	3 000 €
2	15%	39%	28%	2	18 000 €	14 500 €	3 500 €
3	15%	38%	28%	3	20 500 €	16 500 €	4 000 €
4	15%	37%	28%	4	23 000 €	18 500 €	4 500 €
5	15%	36%	28%	5	25 500 €	20 500 €	5 000 €
6	13%	35%	28%	6	28 000 €	22 500 €	5 500 €
7	13%	35%	28%	7	30 500 €	24 500 €	6 000 €
8	13%	35%	28%	8	33 000 €	26 500 €	6 500 €
9	13%	35%	28%	9	35 500 €	28 500 €	7 000 €
10	10%	35%	28%	10	38 000 €	30 500 €	7 500 €
11	10%	35%	28%	11	40 500 €	32 500 €	8 000 €
12	10%	35%	28%	12	43 000 €	34 500 €	8 500 €
13	10%	30%	28%	13	45 500 €	36 500 €	9 000 €
14	10%	30%	28%	14	48 000 €	38 500 €	9 500 €
15+	10%	30%	28%	15+	50 500 €	40 500 €	10 000 €

Tabel 37. Overzicht steunscala per scherm Europa Cinema

Het aantal vertoningen Min. 520 vertoningen voor ‘permanente bioscopen’: 520; 370 voor bioscopen met één scherm;
Min. 30 per maand voor vertoningen bij buitenbioscopen.

<i>Het aantal verkochte tickets</i>	Voor Oostenrijk, België, Luxemburg en Nederland geldt een verkoop van 25.000 bioscooptickets over een periode van twaalf maanden.
<i>Prioriteit in de programmatie</i>	De programmatie van de vertoner moet uit minimum 70% Europese first-run titels bestaan, vertoond in het eerste jaar na hun initiële release.
<i>Niet-nationale Europese titels maximum</i>	Wanneer een bepaalde nationaliteit sterk vertegenwoordigd is in de programmatie, moet rekening gehouden worden met bijkomende percentages: 33% van de niet-nationale Europese vertoningen voor vertoners met meer dan vijf schermen; 50% van niet-nationale Europese vertoningen voor vertoners met 2 tot 5 schermen; 66% van niet-nationale Europese vertoningen voor vertonen met één scherm.

Tabel 38. Berekeningswijze Europa Cinemas

Bonussen zijn mogelijk als er een aanzienlijke diversiteit van Europese origines in de programmatie van de vertoner aanwezig zijn, en als de vertoner inzet op vertoningen van films met het ‘Europa Cinemas’-label.⁶¹

⁶¹ Wat betreft de eerstgenoemde - diversiteit aan nationaliteiten in de programmatie – wordt de bonus verkregen op basis van het aantal gerepresenteerde Europese landen in de programmatie. Daarbij geldt een minimum aan elf nationaliteiten en minimum drie vertoningen per elk van deze nationaliteiten. De Bonus wordt weergegeven op een schaal van 1 – 10%.

Number of European countries represented	Bonus
11 - 12	1%
13 - 14	2%
15 - 16	3%
17 - 18	4%
19 - 20	5%
21 - 22	6%
23 - 24	7%
25 - 26	8%
27 - 28	9%
29 - 30	10%

Tabel 39. Berekeningswijze bonus Europa Cinemas

Wat de programmering van titels betreft met het Europa Cinemas label, gaat het om films die dit label wordt toegewezen door een jury van vier Europa Cinema-vertoners op vijf filmfestivals: Panaroma (Berlinale), Directors' Fortnight (Cannes), Karlovy Vary International Film Festival (Proxima and Crystal Globe Competition), Locarno Film Festival (Concorso internazionale and Concorso Cineasti del presente), en Giornate degli Autori (Venetië). Films met dat label ontvangen financiële steun op vlak van promotie. Vertoners die deel uitmaken van het netwerk worden aangemoedigd om de titels op te nemen in hun programmatie aan de hand van een bonus. Het gaat om een bonus van €200 per film, met een maximumbonus van €1.000 per jaar. Ook hier zijn er enkele voorwaarden aan verbonden (minimum zeven screenings per film voor bioscopen met een scherm; minimum veertien screenings per film voor bioscopen met twee of meerdere schermen).⁶²

Het *Matching Fund* ten slotte legt vast dat er een balans moet zijn tussen de ondersteuning door het netwerk en de investeringen van de bioscoop zelf. Het bedrag dat de ontvanger ontvangt, mag de eigen investeringen niet overschrijden. In de praktijk komt dit erop neer dat Europa Cinemas niet meer dan €1 per toegang tot Europese films verleent.

5.8. Samenvatting en key takeaways

- Het aantal **vaste werknemers** binnen het vertonerslandschap is vrij beperkt, met uitzondering van de multiplexen. De teams van de culturele vertoners, culturele centra, onafhankelijke profitbioscopen en arthousebioscopen bestaan grotendeels uit jobstudenten, tijdelijke medewerkers en vrijwilligers. Dit betekent dat een persoon (of in het beste geval een klein team) verantwoordelijk is voor meerdere functies.
- De **website, sociale media** en een eigen **nieuwsbrief** zijn de belangrijkste communicatiekanalen voor de vertoners. Hoewel de ene vertoner al wat gericht kan communiceren naar het publiek, dan de andere. Dit hangt nauw samen met de beschikbaarheid van een CRM-systeem. Een meerderheid van de deelnemende vertoners duidde aan hier niet over te beschikken en dus heel wat data over hun publiek mis te lopen, wat ook gerichtere communicatie en promotie moeilijk maakt.

⁶² *Titels met het Europa Cinemas-label in 2024/2023*: Seks (Dag Johan Haugerud): Berlinale – Panorm; Photophobia (Ivan Ostrochovsky, Pavol Pekarčík): Giornate degli Autori; Yannick (Quentin Dupieux): Locarno Film Festival ; Hypnos (Ernst De Geer): Karlovy Vary IFF; Creatura (Elena Martín Gimeno): Cannes – Directors' Fortnight; Das Lehzimmer (Ilker Çatak): Berlinale – Panorma.

- Alle spelers bieden **kortingen** aan op hun standaardtarief. Toch hebben weinig spelers een specifiek tarief voor werkzoekenden (los van de UiTPAS) of nieuwkomers en vluchtelingen. Doorgaans ligt de nadruk op de **leeftijd** van de bezoekers (o.a. kortingen voor jongeren, studenten en senioren), alsook cinema als een **familiegebeuren**. Dit is ook merkbaar in de evenementen die vertoners organiseren, waar de verschillende types vertoners allemaal inzetten op specifieke vertoningen voor families en kinderen (weliswaar in verschillende frequenties) en schoolvoorstellingen.
- Tegelijkertijd valt het op dat **tieners** door de mazen van het net glippen van alle vertoners. Hoewel de multiplexen en onafhankelijke profitbioscopen hen aanduiden als een prioritair publiekssegment, komen ze niet terug als meest vertegenwoordigd publieksprofiel. Bij andere vertonerstypes ontbreken ze gewoon volledig.
- Het aandeel van **Europese titels** is het grootst bij de culturele vertoners, arthouses en culturele centra. **Amerikaanse titels** zijn dan weer het sterkst vertegenwoordigd in het aanbod van de multiplexen en onafhankelijke profitbioscopen. Titels die het goed in de arthousebioscopen, doen dat ook bij culturele vertoners en culturele centra.
- De zogenaamde commercialisering van het aanbod, moet toch genuanceerd worden. Wanneer een vertoner inzet op een commerciëler aanbod, gaat dit vooral over **familie- en animatiefilms**, gericht op het bereiken van een jonger publiek.
- Titels die het goed in de arthousebioscopen, doen dat ook bij culturele vertoners en culturele centra.
- **Kwaliteitsvolle, Vlaamse titels zijn erg belangrijk voor alle spelers.** Zo ligt het percentage bezoekers voor Vlaamse titels hoger dan het percentage titels in het aanbod van de vertoners. Dit betekent dat een beperkt aantal titels erin slagen om een relatief hoog aandeel bezoekers aan te trekken. Zowel bij een aantal van de culturele vertoners, de culturele centra als de arthouses waren Vlaamse titels bij de hoogst scorende titels wat betreft publieksbereik. Wellicht gaat het met *Close*, *De Acht Bergen* en een aantal andere succesvolle titels om een vrij uitzonderlijk jaar, maar het toont alleszins het potentieel van die Vlaamse film voor deze vertoners.

deel III

**BEHOEFTE EN PRIORITEITEN
VAN DE VERTONERSSECTOR**

“Hoe meer vertoningsplekken er zijn, hoe dichter we cinema bij de mensen kunnen brengen. Nabijheid is gewoon cruciaal.”
(arthousebioscoop)

6. Behoeften en prioriteiten van de vertonerssector

6.1. Inleiding

Waar deel 2 tot doel had een uitvoerige mapping te presenteren van het vertonersveld in al zijn diversiteit, gaat dit hoofdstuk dieper in op de noden van de verschillende vertoners. We baseren ons voor het grootste deel op de inzichten uit de gesprekken met diverse vertoners, festivals, VAF en distributeurs. Waar mogelijk vullen we aan met inzichten uit de survey, waar een aantal vragen specifiek ingingen op de grootste noden en bezorgdheden van de spelers. We presenteren in dit hoofdstuk achtereenvolgens de prioriteiten van behoeften en bedreigingen in het licht van de Covid-pandemie, de evaluatie van het vertonerslandschap, noden met betrekking tot publiek, noden met betrekking tot kosten en investeringen, noden met betrekking tot samenwerking en kennisopbouw en de rol van beleid. We bundelen de inzichten als samenvatting in een SWOT-analyse.

6.2. Prioritaire behoeften post-Covid

In de bevraging werd gepeild naar de belangrijkste bedreigingen die de vertoners signaleerden. Het toont twee belangrijke zaken: (1) bedreigingen zijn verschillend per type vertoner; (2) niet alleen tussen types verschillen de gepercipieerde bedreigingen; binnen eenzelfde type speler zien we ook verschillende gesignaleerde bedreigingen als prioritair.

Voor de **multiplexen** zijn stijgende energiekosten, het risico op een lage publieksopkomst en de afhankelijkheid van het filmaanbod de grootste bedreigingen. De afhankelijkheid van succesvolle blockbusters was bijvoorbeeld zichtbaar bij de heropening van de bioscopen tussen de lockdown-intervals, waarbij grote majors beslisten bepaalde titels tot nader order uit te stellen, of de schrijversstaking in 2023 die ervoor zorgde dat heel wat titels in kwartaal 4 van 2023 niet gereleased werden en waardoor de release van blockbusters nog altijd niet volledig hersteld is ten opzichte van de pre-Covid-periode. Kinopolis berichtte overigens ook, na een sterk 2023, tegenvallende resultaten voor de eerste helft van 2024, deels door het uitblijven van succesvolle blockbusters. Doordat multiplexen hun grootste inkomsten op een heel beperkt aantal titels genereren, is de afhankelijkheid van toonaangevende succesvolle blockbusters en Vlaamse films met publiekspotentieel, groot.

De **onafhankelijke profitbioscopen** geven, net als de multiplexen, ook die afhankelijkheid van het filmaanbod aan, evenals het risico op een teruglopende publieksopkomst. Als derde wordt de stijgende personeelskost genoemd als grootste bedreiging.

Bij de **arthouses** baart de meeste spelers de loonkost van het personeel (90%), de stijgende infrastructuurkosten (90%) en andere kosten (80%) op; die laatste zijn voornamelijk gelinkt aan noodzakelijke investeringen en uitbating.

Bij de **culturele vertoners** worden eveneens stijgende personeelskosten, alsook goed opgeleid personeel dat over de juiste vaardigheden en kennis beschikt als belangrijke zorg genoemd (telkens 50%). Ook hier komen infrastructuurkosten op een derde plaats, en worden ook de streamingplatformen als uitdaging genoemd.

Voor de **cc's** worden de streamingplatformen verrassend genoeg het meest als bedreiging voor hun werking gezien. Zij geven in gesprekken aan dat een deel van hun publiek na Covid niet is teruggekomen en wijten dit voor een stuk aan de beschikbaarheid van films via streaming. Evenzeer verrassend, gezien het statuut en de doelstellingen van culturele centra – is de concurrentie met andere spelers als bedreiging. Personeel (zowel naar loonkost als naar kennis en vaardigheden) volgen op een ex aequo derde en vierde plaats. Bij de culturele centra is het vaak een keuze maken: programmatoren moeten zich bezighouden met programmering van diverse evenementen, en dan is het niet altijd makkelijk om van elke cultuurvorm even goed geïnformeerd te zijn of op de hoogte te zijn van de titels. Het ontbreken van een grotere frequentie aan programmering van films, waardoor ook de gewoonte en evidentie om film te gaan kijken in het cc of bij de culturele vertoner vergroot worden, wordt door deze groep als nood ervaren. Veel programmatoren zouden graag een uitgebreider aanbod vertoningen hebben, maar geven aan dat de combinatie van diverse activiteiten en voorstellingen dit belet. Sommige geven ook aan dat filmvertoningen ook vaak moeten wijken voor andere podiumactiviteiten, wat ook de regelmatigheid niet ten goede komt.

	Streamingplatformen	Personeel (loonkost)	Personeel (kennis en vaardigheden)	Lage publieksopkomst	Energiekosten	Inflatie	Filmaanbod	Stijgende infrastructuurkosten	Concurrentie spelers	Geen opvolging (in het geval van familieondernemingen)	Anderen (geef aan)
Multiplex	0%	0%	0%	100%	100%	0%	100%	0%	0%	0%	0%
Onafh profit bioscoop	25%	50%	0%	75%	0%	0%	75%	25%	0%	0%	25%
Arthouse	9%	90%	0%	0%	30%	14%	0%	90%	10%	0%	80%
CV	38%	50%	50%	25%	13%	13%	0%	38%	13%	0%	13%
CC	58%	27%	27%	35%	4%	8%	23%	15%	38%	0%	15%
Anderen	0%	100%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	100%	0%

Tabel 40. Inschatting grootste bedreiging vertoners

6.3. Over het landschap als geheel en de nood aan voldoende schermen

Spelers erkennen de rijke traditie en diversiteit aan vertoners in Vlaanderen en zien voor verschillende spelers in het landschap een complementaire rol.

Gevraagd naar de belangrijkste kenmerken van het Vlaamse vertonerslandschap, weerklinkt bijna steeds de opmerking dat er te weinig schermen zijn in Vlaanderen, en in één adem het feit dat bepaalde regio's onderbediend zijn op het vlak van bioscoopaanbod. Hier wordt nagenoeg steeds gesproken over bioscopen in het algemeen, niet specifiek over arthouse. Meer schermen zou in de eerste plaats toelaten een bredere diversiteit aan titels te draaien en titels ook langer te draaien. Spelers verwijzen heel vaak naar Nederland als het goede

voorbeeld, zowel op het vlak van spreiding van vertoners, als naar het aantal vertoners, en wijzen daarenboven op de sterke ondersteuning vanuit lokale overheden en de globale visie op filmbeleving (met nadruk op goed uitgeruste filmtheaters en arthouseaanbod op diverse niveaus).

“Dat we te weinig schermen hebben, dat voel je als vertoner. Dat is wat iedere distributeur ook voelt. Meer commerciële films spelen, omdat het moet, betekent ook minder kleinere films programmeren. Minder kleinere films spelen betekent ook dat er minder kleinere gedistribueerd worden, waardoor de kleine distributeurs onder druk staan én waardoor er meer grote films aangekocht worden. Wat bijdraagt aan een geleidelijke verschraling” (arthousebioscoop)

Een andere visie hierop komt vanuit spelers die net wijzen op het erg groot aantal titels dat wekelijks gereleased wordt en bedoeld is voor het arthousecircuit. Al die titels een plaats geven zou leiden tot een te grote fragmentatie waardoor de belangrijkste titels niet zichtbaar genoeg blijven.

Ook bij de culturele vertoners en de culturele centra is er een **gevoelde nood aan meer mogelijkheden om films te programmeren**. De beperkte frequentie van vertoningen laat vaak niet toe om meer avontuurlijk te programmeren, of laat niet toe om bij een succesvolle vertoning een tweede of derde screening te organiseren.

“Ik kan heel weinig experimenteren. Ik heb de speelruimte niet omdat ik gewoon te weinig vertoningsmomenten heb, en te weinig beschikbare dagen heb. Maar ik ben ervan overtuigd dat meer schermen zorgt voor meer mensen. Ik ben altijd zo verbaasd hoeveel volk dat er hier eigenlijk naar de film komt” (culturele vertoner)

“Een extra dag is nodig, liefst een weekdag, omdat je toch een heel ander publiek bereikt. Wij zitten nu vast op twee dagen met twee vertoningen per avond en daar bereik je een bepaald vast publiek mee” (culturele vertoner)

We hebben niet genoeg schermen om onze films te draaien. Ik zou soms ook meer films willen draaien of meerdere dagen, maar ik heb mijn andere programmatores en onze zaal die zit bomvol. Om dan nog ergens voor mij een gaatje bij te creëren, dat gaat niet. Ik zou ook liever twee dagen hebben voor een film te draaien, maar dat is geen optie” (cultureel centrum)

“Als je beperkt bent in zalen, is het echt moeilijk om dingen uit te proberen. Je verliest altijd vertoningen waar je winst kan maken” (onafhankelijke profitbioscoop)

Culturele vertoners die ook andere cultuurvormen programmeren, geven aan dat film blijvend ondersteund wordt binnen de totale werking omwille van het gemeenschapsgevoel en omdat het waardevol is om de drempel te verlagen tot een bezoek aan de culturele instelling. Voor sommige spelers is film bovendien één van de meest succesvolle activiteiten.

6.4. Over de complementariteit en rollen van de spelers

Ondanks de complementariteit die spelers wel degelijk erkennen (met andere woorden: geen enkele speler ontkent de meerwaarde van andere spelers in het landschap), merken we over het algemeen een defensieve houding tegenover andere type spelers wanneer het gaat over

het vertonen van titels die belangrijk zijn voor de eigen speler. Releases die al meteen op streamers te zien zijn wanneer ze nog draaien in de bioscoop; arthouses die breder inzetten op familietitels die voor de multiplexen erg belangrijk zijn; arthouses die inzetten op reruns van klassiekers die voor de culturele vertoners belangrijk zijn; en culturele centra die graag auteursfilms zo snel mogelijk willen tonen, terwijl arthouses aangeven dat sommige titels nog in de bioscoop spelen op het moment dat de programma-aankondigingen voor het tweede circuit al gebeuren, etc.

Arthouses geven aan dat zij weloverwogen keuzes maken over welke van de meer 'commerciële' titels opgenomen worden. Commercieel is voor hen vooral problematisch als de kwaliteit van de film niet voldoende is voor het arthouse-aanbod of als een film niet past in het DNA van de vertoner. Het feit dat ook de arthouses zich volledig schaarden in 2023 achter de release van *Barbie* en *Oppenheimer* in 2023 en *Dune 2* in 2024 was bijvoorbeeld voor alle arthouses een evidentie; dit werd gemotiveerd vanuit (1) het belang van de regisseurs en scenaristen van die films binnen het arthousegenre, (2) de toonaangevendheid van de titels, (3) positieve reviews en (4) de interesse van het eigen publiek in die titels. Tegelijkertijd voelen ook zij enigszins een noodzaak om voldoende van dat soort cross-over titels te programmeren uit financiële overwegingen. Vooral familie- en animatiefilms voor een breed jong publiek zijn belangrijk voor hen, onder meer om grootouders en kleinkinderen aan te trekken en om drempelverlagend te werken als arhousespeler. Distributeurs van hun kant geven aan dat een verschuiving in de programmatie van arthousebioscopen ook een effect heeft op **welke films hoe uitgebracht** worden.

"We proberen natuurlijk heel veel in te zetten op de kleinere films, op de kwetsbare films, maar daar zit het probleem natuurlijk: met enkel de kleine en de kwetsbare films mogen we sluiten. Dat is gewoon een realiteit. Zonder een zekere vercommercialisering van uw aanbod lukt het gewoon niet. Langs de andere kant zien we ook wel dat net door het aanbieden van bredere titels commerciële titels, je ook een jonger publiek aantrekt die dan uw andere programma ook ontdekt. Dus het is een wisselwerking" (arthousebioscoop)

"Wij zijn commercieel ingesteld in de zin dat wij luisteren naar ons publiek" (arthousebioscoop)

CC's hebben altijd een rol gespeeld in de vertoning van film en golden als tweede circuit, gericht op vertonen van films na release in de bioscopen. Digitalisering van projectie heeft voor een belangrijke omwenteling gezorgd, en liet toe dat meer films makkelijker konden worden vertoond. Bioscoopexploitanten pleiten niet zozeer tegen het vertonen van films in cc, maar wel voor complementariteit. In het in 2024 gelanceerde witboek, roept de federatie van cinema's in België (FCB) op voor een regelgevend kader voor het vertonen van films in cc's. Over de impact van die cc's op regulier bioscoopbezoek lopen de meningen uiteen. Sommige experts geven aan dat het cc-publiek een beperkt, loyaal publiek is dat zich vaak niet graag verplaatst naar de bioscoop en wellicht amper concurrentie vormt. Ze zien culturele centra, en bij uitbreiding de culturele vertoners als geheel, als belangrijk voor de bediening van een breed publiek op zeer lokaal niveau, waar meestal geen mogelijkheden tot vertoning is. CC's uitsluiten zou de sector een stuk kleiner maken. Anderen vinden voornamelijk het programmeren van arthousetitels die nog in de bioscopen draaien, bij de cc's, of al aangekondigd worden op het moment dat titels nog maar net gereleased zijn in het arthousecircuit, problematisch omdat ze op die manier inkomsten mislopen door de goedkope ticketprijzen. Eén arhousespeler formuleert het als volgt:

“Ik heb geen probleem met iemand anders die dezelfde film speelt. Ik heb een probleem met iemand anders die de film aan 50% korting spelen op hetzelfde moment als wij” (arthousebioscoop)

Belangrijk op te merken is dat in onze analyse van releasedata in de meeste gevallen vastgehouden wordt aan de minimumperiode tussen eerste en tweede circuit; wat wél voorkomt is dat titels vaak lang in het arthouse-circuit te zien blijven, waardoor de tijd tussen einde roulatie en tweede circuit kort kan zijn of in bepaalde gevallen overlappen. Het is in principe de distributeur die beslist wanneer een titel aangeboden wordt in tweede circuit.

De cc's van hun kant willen een film graag zo snel mogelijk kunnen tonen, voor die te zien is op een streamingplatform, zodat zij ook kunnen genieten van het momentum dat gecreëerd is door de arthousebioscopen en op die manier een groter publiek trekken. Het aankopen van een titel waarvan ze weten dat die ook op een streamingdienst te zien zal zijn, vormt een moeilijke afweging en brengt onzekerheid.

Dit is echter geen nieuwe discussie, noch zijn de antwoorden erop, pasklaar. Puur economisch zijn de culturele vertoners en cc's een stuk minder van belang dan de commerciële exploitanten van film en zijn de vertoningen van concurrerende titels vrij beperkt. In tegenstelling tot andere cultuurvormen tonen de commerciële exploitanten echter dat er wel degelijk nog significante inkomsten gehaald kunnen worden uit film. Ze investeren bovendien ook in het bekend maken van een film bij het grote publiek.

De distributeurs van hun kant geven aan dat voor bepaalde titels cc's wel degelijk een belangrijke vorm van inkomsten is geworden, vooral in regio's met minder arthouse-aanbod. In dat opzicht vinden die distributeurs het handig als een film kan meesurfen op de populariteit die het had in het eerste circuit bij de reguliere vertoners. Waar commerciële bioscopen net pleiten voor strakkere afspraken tussen eerste en tweede circuit, verwelkomen sommige distributeurs net flexibelere mogelijkheden om films bij culturele vertoners en cc's te brengen. Een distributeur stelt hierover:

“De bioscoop blijft de belangrijkste bron van inkomsten als je dat vergelijkt met TV-sales, platformen, of de releases in het tweede circuit. Wij willen er altijd voor zorgen dat de film zeker genoeg kansen krijgt in het eerste circuit.” (distributeur)

Hier merkt een aantal overigens op dat ook scholen vaker dan twee decennia geleden over een uitgeruste infrastructuur beschikken en zelf screenings organiseren, wat dan weer als problematisch wordt gezien voor ongeveer alle vertoners. Echter, hier geldt dan weer dat scholen over de nodige middelen moeten beschikken om kinderen en jongeren tot bij de vertoners te brengen, al dan niet daarin ondersteund door andere lokale spelers/overheden.

Wat die distributeurs betreft, geven vertoners over het algemeen aan dat de relatie met de **distributeurs positief is en vertrekt vanuit een wederzijds afhankelijkheid**. Sommige spelers wijzen hier op een versoepeling van afspraken; anderen op een verstrenging. Echter: zowel vertoners als distributeur willen dat een film zo goed mogelijk geprogrammeerd staat om zoveel mogelijk mensen te bereiken. Exploitanten merken wel op dat vooral de markt van onafhankelijke Europese distributeurs onder druk staat, en dat ze dit ook vertaald zien in enige terughoudendheid bij of **beperkte investering in marketing van titels**.

Verschillende spelers geven aan dat de marketing van distributeurs voor releases in Vlaanderen vaak sowieso beperkt blijft. Wat betreft de grootste internationale distributeurs wordt hier aangegeven dat de Belgische markt voor die spelers vaak niet interessant genoeg is ten opzichte van bijvoorbeeld de Nederlandse, of dit als één geheel wordt gezien zonder rekening te houden met de eigenheden van de markt. Kleine distributeurs hebben vaak weinig financiële middelen om een heel sterke marketingcampagne in de markt te zetten. Dit wordt ook bevestigd door de distributeurs zelf. Distributeurs geven ook aan dat een film internationaal voldoende gepromoot moet zijn om ook nationaal een succesvolle campagne uit te bouwen. Onafhankelijke distributeurs zijn hier vaak afhankelijk van de strategieën en keuzes van andere spelers waar ze zelf weinig of geen invloed op hebben.

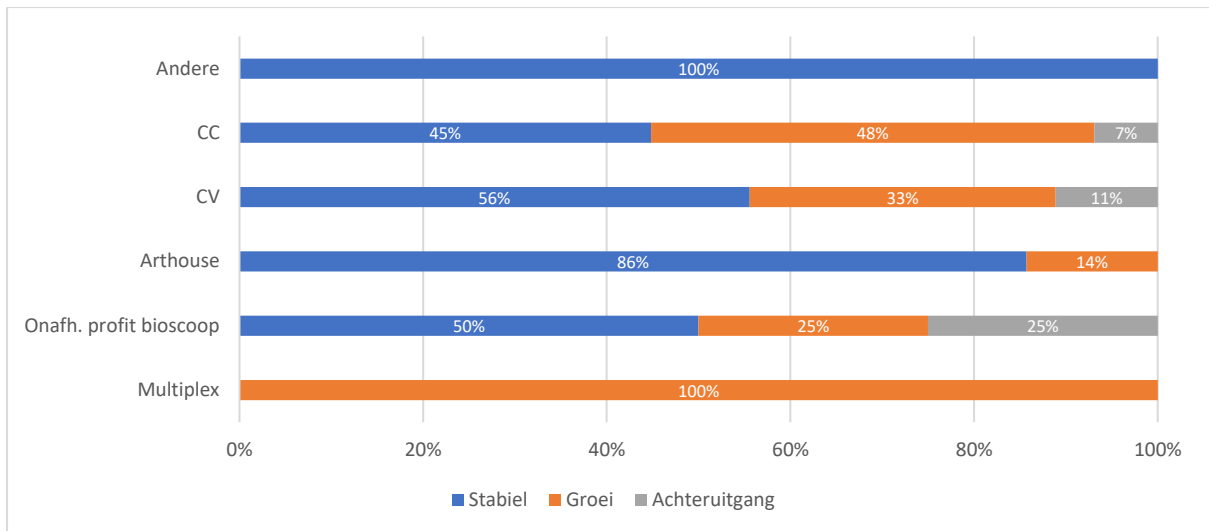
Ten slotte wordt door ongeveer alle partijen gewezen op het belang van open gesprekken om zo op de best mogelijke manier in het landschap te functioneren, naast elkaar en met elkaar. Het woord 'kruideniersmentaliteit' wordt nogal wat vertoners in de mond genomen, wat toegeschreven wordt aan de genoodzaakte korte termijngerichtheid, die op zijn beurt samenhangt met onzekerheid over toekomst en inkomsten, de beperkte financiële ruimte en te weinig tijd en personeelscapaciteit om echt aan lange termijnplanning en structurele samenwerking te denken. Hier wordt vaak de link gelegd met de rol die het beleid kan spelen in het creëren van een context waarbinnen vertoners risico's kunnen en durven nemen: de garantie van een zekere flexibiliteit en stabiliteit.

We mogen niet protectionistisch zijn in een sector die sowieso al zo klein is. Hoe meer mensen professioneel met film bezig zijn, hoe meer mensen we naar de films kunnen krijgen" (arthousebioscoop)

6.5. Over bezoekersaantallen en publieksbereik

We peilden in onze survey naar de inschatting over de publieksopkomst op korte termijn. De verwachtingen naar publieksopkomst verschilt per type vertoner. De multiplex-groep die deze vraag invulde verwacht een aangroei in de komende vijf jaar. De arthouse-bioscopen verwachten ofwel stabiliteit, ofwel een groei in publiek.

De helft van de onafhankelijke profit-bioscopen verwacht eveneens stabiliteit. 25% echter vreest een publieksafname, 25% een toename. Bij de Culturele vertoners **verwacht 11% een achteruitgang**, de rest verwacht ofwel stabiliteit (56%) ofwel een toename in publiek. Bij de CC's verwacht bijna de helft een groei in publiek.



Figuur 18. Inschatting evolutie publiek binnen 5 jaar

Spelers geven aan dat, over het algemeen toch, te weinig publiek niet het grootste probleem is anno 2024 om een bioscoop draaiende te houden. De hoogoplopende kosten, stijgende huurprijzen, renovatie-eisen en stijgende personeelskosten zijn dat wel. De som van die kosten zou een substantiële verhoging van de ticketprijs vereisen, wat nefast zou zijn voor het aantal bioscoopbezoekers. De meeste spelers stelden hun ticketprijzen licht bij de voorbije jaren, maar geven tegelijkertijd aan dat de prijzen eigenlijk meer hadden moeten stijgen in het licht van stijgende kosten en inflatie.

De spelers die het meest moeite hebben terug te keren naar pre-covid-publiekscijfers zijn de **onafhankelijke profit-bioscopen**. Zij zijn ook het meest afhankelijk van de inkomsten uit ticketverkoop door de beperkte of het ontbreken van publieke ondersteuning of het ontbreken van substantiële extra inkomsten uit specifieke beleving en horeca.

Uit de survey bleek het moeilijkst te bereiken groep het **segment van de tieners**, net als maatschappelijk kwetsbare groepen en bezoekers van andere etnisch-culturele afkomst of specifieke culturele gemeenschappen. Voor eerstgenoemde speelt de concurrentie met streamingplatformen en de prijs voor bioscooptickets het meest. We gingen dieper in op de resultaten van de survey, die aangaf dat tieners het minst bereikt werden over alle categorieën vertoners heen. Sommige vertoners gaven aan op zoek te zijn naar manieren om deze doelgroep eerst en vooral te bereiken, en die vervolgens ook te houden. Andere spelers gaven aan dat hier wellicht een leeftijdseffect speelt en dat deze groep later misschien de weg zal vinden naar de bioscoop. Voor kwetsbare groepen wordt de UiTPAS als een succes gezien, maar desondanks dat initiatief blijft het bereiken van maatschappelijk kwetsbare Vlamingen en Brusselaars erg moeilijk.

De zoektocht naar een breder, **meer inclusieve vertonerssector** werpt zich op als een grote uitdaging. Het gaat hier dan voornamelijk over het bereiken van etnisch-culturele diverse bezoekers. De grootstedelijke spelers (arthousebioscopen en culturele vertoners) geven aan dat specifieke vertoningen voor culturele gemeenschappen, vaak omkaderd en vaak in samenwerking met lokale organisaties, wel degelijk werkt. Alleen geven die spelers ook aan dat daar een actieve en volwaardige publiekswerking voor nodig is, en dat vele ambities beperkte personeelscapaciteit en financiële ruimte, tot keuzes noopt. Velen geven aan dat

wellicht meer mogelijk is, mochten tijd en ruimte dit ook toelaten. Tegelijkertijd merken enkele spelers op dat het bereiken van diverse groepen op een natuurlijke manier moet en vertoners niet mogen vervallen in een paternalistische houding tegenover het publiek. Het gaat niet om per se om iedereen in de zalen te krijgen; het gaat om die bezoekers, die een bepaalde vertoning relevant kunnen vinden, ook de weg vindt tot dat aanbod (= *communicatie en publiekswerking*), de kans krijgt om die te zien (= *prijzen en kortingen*) in de meest daartoe geschikte context (= *omkadering, evenementen, samenwerkingen*).

De uitdaging naar het bereiken van personen met een beperking is er één die gelijkgetrokken wordt met de nood aan **investerings in toegankelijkheid**. Het gaat hier dan deels over de aankoop van materiaal (bv. specifieke apparaten voor personen met een auditieve beperking), maar ook grote investeringen in infrastructuur (voorzien van liften, verbreding, plaats in de zaal etc.).

Spelers wijzen ook op het belang van een sterke en voortdurende investering in een **sterke filmcultuur in Vlaanderen en Brussel** als belangrijke voorwaarde voor het behouden of uitbreiden van het filmpubliek; iets dat volgens sommigen onvoldoende omarmd en erkend wordt door (lokale) overheden. De ontwikkeling van filmcultuur berust dan – samengevat – op een combinatie van diverse peilers:

- er moeten voldoende plekken zijn om films te kijken (nabijheid van film);
- er moeten altijd, en niet occasioneel mogelijkheden voor filmbezoek zijn (alomtegenwoordigheid van film),
- er moeten voldoende Vlaamse films zijn (herkenbaarheid van film)
- film kijken moet in alle comfort kunnen (ontspannend karakter van film);
- het aanbod moet breed en divers zijn en moet uitdagen, prikkelen en verrassen (het cultureel-maatschappelijk karakter van film);
- er moet voldoende ingezet worden op filmwijsheid (films als educatieve ervaring, maar ook educatie voor de filmische ervaring),
- en film moet breed gedragen zijn in de promotie en programmering van diverse media (zie verder).

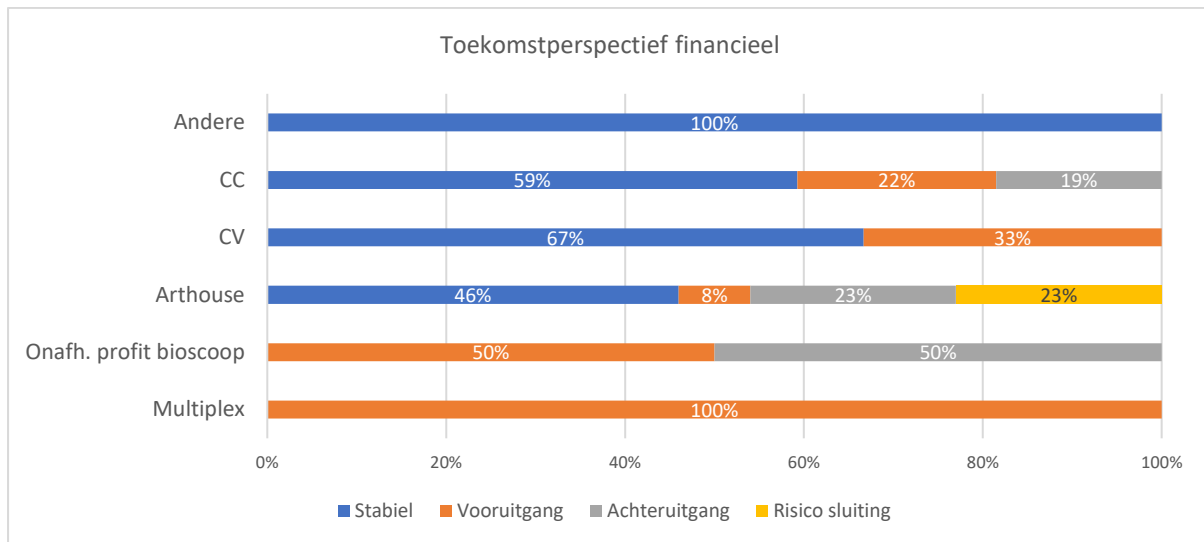
6.6. Over kosten en investeringen

We peilden ook naar de financiële zekerheid van de spelers. De volgende vraag werd voorgelegd: “*Welk toekomstperspectief ziet u voor uw organisatie in de komende vijf jaar op vlak van financiering? Duid aan wat het meeste van toepassing is.*” Hier werd heel verschillend op geantwoord. Bij de culturele centra en de culturele vertoners verwacht de meerderheid stabiliteit de komende vijf jaar; **bij de cc’s verwacht 19% een achteruitgang van de middelen** die zal leiden tot het terugschroeven van de werking. **22% verwacht hier meer financiële mogelijkheden.**

Bij de **culturele vertoners verwacht 33% een vooruitgang van de financiële situatie** ten opzichte van 2023. Hier moeten we echter opnieuw erg voorzichtig zijn bij de interpretatie, gezien de diversiteit van de spelers. Een aantal spelers dat nu als ‘culturele vertoner’ gelabeld staat zal bijvoorbeeld zijn werking uitgebreid zien de komende jaren.

Bij de deelnemende profitbioscopen gaf de helft aan te zullen groeien financieel, **de andere helft vreest een achteruitgang van de financiële middelen.** Bij de arthouses geeft 46% aan

een stabiel financieel kader te verwachten; 1 speler verwacht nog een groei. 23% van de spelers verwacht echter een daling van de middelen tegenover 2023, en nog eens 23% vreest definitieve sluiting als gevolg van teruglopende financiële middelen. De groep die als enige deze vraag beantwoordde voor de multiplexen (andere vragen werden door meerdere groepen beantwoord) verwacht een financiële groei ten opzichte van 2023.



Figuur 19. Inschatting evolutie inkomsten binnen 5 jaar

Wat opvalt is dat de inschattingen van het publiek positiever zijn dan van de financiële ademruimte van vertoners. Spelers bij de cc's, arthousebioscopen en profit-bioscopen verwachten over het algemeen een relatief hoger percentage publieksstabiliteit of groei, ten aanzien van de beschikbare middelen. Daar wordt dus, ondanks de positievere verwachtingen naar publiek toe, percentagegewijs meer gevreesd voor de financiële zekerheid.

Spelers maakten ook een ranking van de meest noodzakelijke investeringen op het moment van invullen (kwartaal één van 2024).

- Voor de **multiplexen** gaat het om projectie, geluid en zetels.
- Bij de **onafhankelijke profit-bioscopen** geeft de helft ventilatiesysteem aan; de helft duidde vernieuwing projectie, zetels en scherm aan. Een kwart van de spelers duidde de lancering van een CRM-tool, horeca-infrastructuur, geluid en andere infrastructuur (bv. isolatie of toegankelijkheid) aan.
- Bij de **arthousebioscopen** lagen de prioriteiten van spelers ook redelijk uiteen. De meest aangeduide prioriteit is projectie (92%), gevolgd door andere infrastructuurswerken. Het gaat dan om diverse investeringen van koeling en elektriciteitswerken tot plafondisolatie, vernieuwing van inkom, tapijten, gevelsignalisatie (door 62% in de top 3 aangeduid). 54% geeft aan noodzakelijke investeringen te moeten doen in geluid, 28% geeft aan dat te moeten doen voor zetels en website/ticketing.
- Bij de **culturele vertoners** zijn investeringen in website en ticketing (71%), samen met infrastructuurswerken voor horeca het meest aangeduid als prioritair (57%). 43% gaven nog investeringen in een CRM-tool of andere infrastructuurswerken aan.
- Bij de **cc's** zijn de investeringsnoden het meest gespreid. In volgorde van meest aangeduid geven spelers aan te moeten investeren in projectie (50%), CRM en

website/ticketing (telkens 43%), horeca-infrastructuur (36%), zetels (25%), andere infrastructuurswerken (21%) en ventilatiesysteem (21%).

	CRM	Website ticketing	Horeca-infrastructuur	Projectie	Geluid	Scherm	Ander technisch materiaal	Stoelen	Infrastructuur andere	Ventilatie-systeem
Multiplex	0%	0%	0%	100%	100%	0%	0%	100%	0%	0%
Onafh. profit bioscoop	25%	0%	25%	50%	25%	50%	0%	50%	25%	50%
Arthouse	17%	28%	0%	92%	54%	0%	14%	28%	62%	14%
CV	43%	71%	57%	14%	14%	0%	14%	29%	43%	0%
CC	43%	43%	36%	50%	29%	21%	11%	25%	21%	21%

Tabel 41. Inschatting grootste investeringsnoden vertoners

Echter, heel wat nieuwe uitdagingen dienen zich aan. Bij verschillende spelers dringen zich op termijn grootschalige renovatiewerken aan, net als investeringen om vertonersplekken te verduurzamen/isoleren, toegankelijk te maken voor bezoekers met een beperking, enz. Naast de locatie is ook de bioscoopinfrastructuur zelf een bezorgdheid.

De eerste generatie digitale projectoren moeten binnenkort worden vernieuwd en huidige moeten al worden hersteld. Eén speler merkt hierover op:

“Aan die digitale apparaten gaat veel meer aan kapot dan die 35-millimeter apparaten. Je ziet mijn maandelijkse contracten, onderhoudscontracten. Dat soort stukken zijn veel duurder als er iets kapot aan is” (onafhankelijke profit-bioscoop).

Vernieuwen van schermen, geluid en zetels vergen significante investeringen die spelers niet altijd kunnen maken wanneer ze dat zouden willen, en dus prioritisering zich opdringt. Voor de oudere projectoren dient zich nog een bijkomende uitdaging aan. Sommige vertoners, die de overstap naar DCP nog moeten of willen maken, staan voor een financieel en praktisch moeilijke keuze. Voor CC's is dit een afweging die gelinkt is aan de beschikbare frequentie van vertoningen. Zelf volledig financieren is volgens hen onmogelijk, dus wordt hier sterk gerekend op ondersteuning vanuit beleid.

Het investeren in DCP is een inhoudelijke afweging hier. Als je niet eens een vaste filmavond kan garanderen, dan is de investering het sop de kool niet waard, want dan is het niet meer in verhouding. Je moet het eerst inhoudelijk willen en zeggen van, oké, we willen uitbreiden, professionaliseren en meer film gaan programmeren. Film is een hele belangrijke bijkomstigheid, maar wel een bijkomstigheid” (cultureel centrum)

Spelers als Cinematek beklemtonen bijvoorbeeld dat er nog maar weinig tot geen firma's zijn die zich nog ontfemen over het onderhoud van de oude systemen, en dit zowel een verlies betekent op het vlak van materiaal en middelen als op het vlak van de technische kennis.

6.7. Over druk en welzijn

“Een gezond landschap creëren is niet gewoon ideeën opzetten, maar ervoor zorgen dat mensen professioneel en stabiel kunnen werken” (culturele vertoner)

Grote delen van de vertonerssector blijven, ook met stijgende bezoekerscijfers, fragiel.

De combinatie van taken en beperkte budgettaire en personeelscapaciteit, zorgen ervoor dat de meeste spelers weinig kunnen nadenken over een stabiele toekomst. Onzekerheid volgt uit de beperkte marges uit inkomsten en de maximale inzet van personeel, wat zich op zijn beurt ook vertaalt in een opvallende terughoudendheid bij veel spelers voor nieuwe initiatieven of fundamentele hervormingen.

Ook het toevoegen van allerhande taken naast de directe vertoning (van sociale media onderhouden tot publiekswerking en het uitdenken en -werken van evenementen) brengt **extra personeelsinspanningen** met zich mee. Voor organisaties die zich inzetten op het behoud van een basis *inhouse knowhow*, weegt dit sterk op de financiering van de organisatie. Eén speler merkt in het kader van de nodige tijd die vereist is voor publieksverbreding en inclusie, op:

Het is niet gewoon programmeren en we spelen de film gewoon, het is constant de zaal aanpassen omdat er een spreker of gelijk wat is. Constant je communicatie aanpassen. Dus het geeft ook wel een druk op ons want eigenlijk doen we allemaal een beetje twee voltijdse jobs. Er is personeelstekort en investeringstekort en om dat op te lossen is de bestaande steun niet genoeg. Ik ga het anders zeggen: we maken veel minder verlies door de grotere opkomst, maar dat geld brengt niet genoeg om extra personeel aan te nemen dat kan investeren in moeilijkere doelgroepen. We zijn mensen aan het opbranden en dat gaat niet lang duren. Het is geen nonsens dat er niemand verlos kan opnemen” (arthousebioscoop)

Een sector die zo sterk draait op passie en inzet, kenmerkt zich bovendien door veel **onvergoed of extra werk**. Tegelijkertijd betekent het dat er ook een stuk activiteit in de vertonersector niet economisch gevalideerd wordt. Gastsprekers die komen inleiden, vergoedingen voor crewleden, medewerkers bij events, zijn vaak weinig of niet betaald.

Kortom, de combinatie van activiteiten onder quasi continue financiële druk, roept ook vragen op over **welzijn en risico op uitval binnen de vertonerssector en de nood aan voldoende sociale bescherming van medewerkers**. Het belang van die thematiek kwam onder meer aan bod in de door VAF georganiseerde vertonerssessie in 2024. Veel spelers geven aan tegen de limieten te zitten van het haalbare, deels door de stijgende kosten, deels door de combinatie van activiteiten die deel uitmaken van het takenpakket van de vertoner, deels door marges die noodzakelijk zijn op te bouwen om investeringen te kunnen doen.

6.8. Over samenwerking en kennisopbouw

“Er is een nood aan meer sectoriaal overleg en de uitwisseling van kennis: een continu ondersteunend netwerk is cruciaal voor zowel gevestigde waarden, als de nieuwe spelers en initiatieven” (culturele vertoner)

Over de mate van samenwerking lopen de meningen verdeeld. Veel spelers geven aan dat **samenwerking deel van het DNA is van de vertoner** en op diverse vlakken met diverse spelers wordt samengewerkt, van de organisatie van festivals tot screenings in samenwerking met lokale organisaties, sociaal-culturele organisaties of met andere vertoners. Vooral voor de arthousebioscopen en culturele vertoners is dit het geval.

Daartegenover staat wel dat **sommige spelers aangeven dat er onvoldoende dialoog en samenwerking** is tussen de vertoners. Spelers geven aan onvoldoende op de hoogte te zijn van initiatieven en evenementen georganiseerd door anderen, ook in dezelfde stad. Kennisdeling is beperkt en gebeurt onder meer door de vertonerssessies van het VAF, die als belangrijk ontmoetingsmoment worden ervaren, maar wel één van de enige.

“Wat ik al lang mis is een soort overkoepeling. Iedereen weet te weinig waarover dat een ander mee bezig is, wat er allemaal leeft in Vlaanderen qua films. Mensen weten wel wat er in onze stad gebeurt, maar niet wat er elders gebeurt. En dat zorgt er ook voor dat je op overkoepelend nationaal gebied een probleem hebt. Dat is ook omdat er te weinig middelen zijn. We hebben nood aan een overkoepeling die ervoor zorgt dat netwerking prevaleert op rancunes en concurrentie.”
(arthousebioscoop)

“Er is bovendien een tekort aan een langetermijnvisie bij iedereen. Hoe het er moet uitzien binnen vijf jaar en tien jaar? En hoe kunnen we er nu aan starten om ervoor te zorgen dat het leefbaar wordt of behouden wordt?” (arthousebioscoop)

Gevraagd naar de noden op het vlak van kennisopbouw, wordt vaak verwezen naar de technische kennis van de **vertoningsinfrastructuur, kennis over publieksonwikkeling, marketing en databeheer, en kennis over zakelijk cultureel ondernemerschap**. Voor sommige spelers is ook kennis van het filmaanbod zelf beperkt, vaak het gevolg van een gebrek aan tijd en ruimte door de verantwoordelijkheid om diverse culturele activiteiten te moeten programmeren. Dit is vooral voor de cc's een probleem, die vaak afhankelijk zijn van advies van anderen. Uit de gesprekken met de experts blijkt ook en vooral hoeveel expertise en ervaringen gebonden is aan specifieke personen. Het stopzetten van activiteiten van sommige spelers, op pensioen gaan van medewerkers, of het overlaten van een zaak aan anderen, gaat onvermijdelijk gepaard met het wegvallen van een hoop expertise.

6.9. Over abonnementformules en passen

Vertoners zoeken naar **verschillende manieren om de frequentie van het bioscoopbezoek te verhogen**. Arthouses hanteren daarbij vaak rittenkaarten met voorstellingen aan goedkoper tarief, maar abonnementsformules liggen voor de meeste spelers iets moeilijker. UGC heeft in België een formule die een unlimited-pas benadert.

In Brussel zijn diverse vertoners aangesloten bij Cineville, een in Nederland gestart initiatief dat in intussen ook in Duitsland en Oostenrijk is uitgerold. Over de uitbreiding van de Cineville-

pas, die in Nederland, Brussel en Franstalig België een impuls heeft gegeven aan de sector en het cinefiele klimaat, liepen de meningen in onze gesprekken uiteen. Een deel van de respondenten wierp zich op als voorstanders. Argumenten pro die worden aangehaald is dat er wel degelijk een stijgend bioscoopbezoek is als gevolg van Cineville. Voorstanders verwijzen niet alleen naar de resultaten in Brussel, maar ook naar het succes ervan in Nederland. Ze vrezen niet noodzakelijk voor een terugval in inkomsten en geven aan dat Cineville-pas houders over het algemeen ook avontuurlijker kijken, wat ook kansen biedt voor minder evidente arthouse-hits. Mensen hebben nu eenmaal minder het gevoel 'bekocht' te zijn wanneer ze een gratis film keken die wat buiten de comfort zone lag en eventueel tegenvalt. Voorstanders geven ook aan dat er een verjonging van het publiek merkbaar is door de populariteit van Cineville. Ook de geïnterviewde distributeurs gaven aan voorstander van het systeem te zijn op basis van de positieve resultaten in Brussel.

“Het is gewoon voor iedereen veel beter. Het stimuleert een filmcultuur: mensen gaan veel meer naar de film. Ook omdat ze op het eerste gezicht misschien niet eens zouden zeggen: ik ga daar €10 voor betalen, dus nu gaan ze gewoon iets random kiezen waardoor dat ze wel uitgedaagd worden. Voor ons is het extra interessant omdat je ook moeilijker films op die manier aan de man kan brengen, dus sowieso is het daar wel heel positief tegenover” (distributeur)

“Door Cineville hebben we gemerkt dat het in de Raad van Bestuur vol zit met vertoners, dus ze komen automatisch samen. En er is daardoor terug een veel meer constructief denken ontstaan, een genereus denken bijna. Terwijl vroeger was het persoon X die kwaad was omdat een titel daar ook geprogrammeerd werd. Nu is er iets ontstaan van: elk werkt voor zijn publiek en je probeert dat zo goed mogelijk te doen, maar er zijn veel meer constructieve momenten waarin dat je die samenbrengt” (culturele vertoner)

Spelers die terughoudender waren over de uitbreiding van Cineville naar Vlaanderen, gaven aan niet tegen het principe gekant te zijn, maar voorspelden dat Cineville vooral werkt wanneer het aanbod aan vertoners voldoende groot is in steden. Met meer schermen in steden zou een Cineville-pas wellicht gewenste effecten bereiken. Zoals twee spelers in exact dezelfde formuleringen opmerken: *“Cineville in Nederland werkt omdat er heel veel schermen zijn.”* Sommigen gaven ook aan dat bestaande pas-systemen eveneens leiden tot een terugkerend filmpubliek, en mogelijks economisch interessanter zijn, omdat het aandeel dat een vertoner krijgt per Cineville ticket beperkter is dan de inkomsten uit rittenkaarten of andere loyalty formules.

Toch lijken steeds meer spelers gewonnen om het systeem alvast in Vlaanderen te testen. Voor de uitbouw daarvan kan steun worden ingeroepen van het Europa Cinemas-netwerk. Spelers in Nederland zijn alvast supporter voor een uitrol van het systeem in Vlaanderen. Een bijkomend voordeel dat de Brusselse vertoners aangeven is dat, door de organisatiestructuur van Cineville, waarbij vertoners deel uitmaken van het bedrijf en dus op geregeld tijdstip overleg plegen, geleid heeft tot een verbetering in de dialoog en afstemming tussen vertoners in Brussel. Tijdens de interviewfase was er nog geen consensus over de positie van de Lumière-groep en anderen tegenover de uitrol van Cineville en werd door veel spelers nog afwachtend gekeken naar Cineville. Dit veranderde tijdens de redactiefase: op 27 juni kondigde Lumière aan dat ze vanaf 1 september 2024 ook de Cineville-pas aanvaarden in alle Lumière bioscopen in Vlaanderen. Ondertussen stapten ook De Cinema, Cinema ZED en Sphinx cinema mee in het Cineville-verhaal.

6.10. Over promotie en communicatie

Spelers geven aan dat de nieuwsbrief ontzettend belangrijk blijft. Ze geven (zie hierboven) tegelijk aan dat een brede filmcultuur verder gaat dan de eigen promotie en heel sterk **afhankelijk is van de aandacht die films krijgen binnen de brede pers**. Films waar in het VRT-journaal aandacht aan wordt gegeven, doen het meteen beter in de arthouses en later bij de culturele vertoners. In dat opzicht geven spelers aan dat de aandacht voor film in kranten en op televisie de laatste twee decennia geleidelijk aan beperkter werd

“Voor ons is pers superbelangrijk. Een film die slechte recensies krijgt, die mag je eigenlijk al vergeten. Geen pers wil meestal zeggen dat we hem volgende week al schrappen van het programma. Vroeger waren de marketingbudgetten voor distributeurs veel groter en momenteel wordt er veel verantwoordelijkheid bij de uitbaters gelegd. Maar wij hebben eigenlijk heel weinig marketingbudget om écht iets te doen, dus voor ons is pers belangrijk” (arthousebioscoop)

Ook de **festivals spelen een niet te onderschatten rol in de promotie van film**. Ze vormen belangrijke smaakmakers voor films die later een release krijgen, kunnen de opening van een film versterken door extra aandacht wanneer die tegelijkertijd uitkomt, en ze bieden mogelijkheden voor interviews met makers die aanwezig zijn op het festival. Experts benadrukken de cruciale rol van o.m. het Filmfestival Gent voor film en Docville voor auteursdocumentaire.

Opvallend is dat de laatste tijd bovendien meer aandacht gaat naar films die enkel op streamers te zien zijn omdat promotiemomenten georganiseerd zijn met cast en crew, ten nadele van aandacht voor titels in de bioscoop. De concurrentie met streamingplatformen en andere vrijetijdsaanbod, de hoeveelheid titels en de beperktere persaandacht zorgt er voor spelers voor dat films hun ‘momentum’ missen:

“Het publiek kan niet meer volgen. De pers kan al lang niet meer volgen. En niets krijgt nog momentum. Ja, en als een film geen momentum heeft, dan wordt er ook niet over gesproken” (arthousebioscoop)

Daarnaast is ook de **marketing zelf versnipperd**, omdat via verschillende kanalen op verschillende doelgroepen wordt gemikt, op verschillende manieren. Dat geeft een aantal belangrijke voordelen, want je kan sterker inspelen op de noden en voorkeuren van die specifieke doelgroepen, en gebruikmaken van specifieke profielen van gebruikers, maar tegelijkertijd zorgt het ook voor fragmentering.

De promotie is ook wat meer gefragmenteerd geworden. Er wordt heel vaak digitaal gegaan waardoor je wel een bepaalde, mooi afgebakende groep gaat bereiken. Maar iedereen die niet in die doelgroep valt, ga je niet bereiken en dat is toch wel een trend dat wij zien de laatste jaren. Vroeger werd er een brede promotiecampagne gevoerd met out-of-home, tv, enzovoort. Nu is dat enorm geëvolueerd naar digitaal. Ik heb de indruk dat ook bij de grote distributeurs de marketingbudgetten toch onder druk staan en dat er ook zeker budgetten worden aangewend om de content die voor streamingplatformen gemaakt wordt, te gaan promoten.” (multiplex)

Filmcultuur is voor de experts ook zonder meer het **inzetten op gespecialiseerde aandacht voor film**. Hoe en in welke vorm dat moet, geven spelers niet aan, wel dat er een noodzaak is. Dat bestaande filmmagazines het moeilijk hebben, wordt erkend, maar spelers geven aan dat dit cruciaal blijft om te verduurzamen. Ze waarschuwen ook dat een te hermetische aanpak van een filmtijdschrift wellicht geen levenskansen zal hebben en een te brede aanpak voorbij gaat aan het doel om filmcultuur bij te brengen. Het VAF moet een rol blijven spelen in het uitdenken en ondersteunen van pistes om een gespecialiseerde filmers in stand te houden.

“Wij hebben het echt nodig dat er gespecialiseerde pers is die tijd neemt en ruimte maakt voor specifieke initiatieven van de culturele vertoners en ruimte bieden aan reflectie rond film en filmcultuur” (culturele vertoner)

6.11. Over de rol van beleid

“Cinema blijft een erg belangrijk instrument voor stadsontwikkeling” (Filmfestival)

“Niet elke lokale overheid beschikt over dezelfde middelen of heeft evenveel aandacht voor cultuur (film in het bijzondere); dat is een gedeelde verantwoordelijkheid met het Vlaamse niveau” (culturele vertoner)

De **digitaliseringsgolf en destijds ondersteuning** vanuit de overheid waren volgens nagenoeg alle geïnterviewde experts broodnodig en hebben gewerkt. Digitale exploitatie geeft niet alleen betere kwaliteit van de vertoning, het biedt ook meer vrijheid voor flexibele programmering, evenementiële initiatieven en andere vormen van filmcuratie. De toenmalige FoCi- investeringssubsidies (2011-2012) voor digitalisering van vertonerscomplexen (475.000 euro) en later de springplankpremies van het VAF voor een uitbreiding van het aanbod via nieuwe zalen, hebben mee de uitbouw van die digitale infrastructuur ondersteund.

Over alle type spelers heen weerklonk in elk interview het **belang van een proactief lokaal beleid die bestaande infrastructuren ondersteunt**, die initiatieven onderneemt met het oog op creëren van **nieuwe infrastructuur**, en die de rol van de bioscoop en film erkent als onderdeel van een **toegankelijk en bruisend cultureel weefsel op lokaal niveau**. Het belang van publiek-private samenwerkingen, waarbij overheden instaan voor het voorzien van een bioscooplocatie, en de vertoner instaat voor de filminfrastructuur en exploitatie, worden door de arthouses naar voor geschoven als cruciaal. Het voorbeeld van Lumière Mechelen wordt door veel experts genoemd als het typevoorbeeld van de rol die steden kunnen spelen.

Veel spelers beamen dat **politieke beslissingsmakers te vaak bezig zijn met productie van film** en maar weinig aandacht hebben voor de vertoning van film. Dit vertaalt zich in onvoldoende erkenning van het belang van de meerwaarde van film(vertoning) en een beperkt engagement als het bijvoorbeeld gaat over investeren in de nodige infrastructuur. Steden beseffen bovendien onvoldoende het belang van cinema binnen het lokaal cultureel weefsel en het aanzuigeffect die vertoners kunnen hebben voor andere economische activiteiten en de leefbaarheid van steden. Spelers zijn over het algemeen ongerust over verschuivingen in het politieke klimaat en de impact die ze kunnen hebben op de ondersteuning en erkenning van cultuur.

“Wat ik een heel grote uitdaging vind voor de toekomst en eigenlijk ook voor de Vlaamse overheid is, en het klinkt misschien contradictorisch, de zorg voor het lokale bestuur: de verantwoordelijkheid geven aan het lokale bestuur om cultuur te ondersteunen en daarvoor de nodige middelen te geven. Die lokale overheidssteun moet veel groter en hoger” (culturele vertoner)

“Er is een sociale functie die met de buurtbioscoop gemoeid gaat. Het is heel vreemd, maar buurten waar een buurtbioscoop is, ontstaat veel meer een sociaal weefsel. Mensen komen daar samen en dat rimpelt uit” (culturele vertoner)

Diverse type spelers hebben ook **verschillende visies over de rol van beleid en het VAF**. Wat opviel is dat – althans bij de echte exploitanten (onafhankelijke profit-bioscopen, multiplex, arthouse), geen enkele speler voorstander is van een omslag naar een systeem van uitsluitend of substantieel meer publieke financiering. Spelers benadrukken dat – ongeacht het feit dat film ongetwijfeld een culturele activiteit is en van bijzonder maatschappelijk belang is – er wel degelijk ook geld kan verdiend worden met de exploitatie ervan. Een overheidsbeleid moet dus zowel het cultureel ondernemerschap stimuleren als investeren in initiatieven die de filmcultuur versterken. De overheid moet vooral een partner zijn zodat exploitanten specifieke initiatieven kunnen nemen. Voor de andere vertoners (culturele vertoners en cc's) zijn de publieke middelen uiteraard een stuk belangrijker.

Wat ook opvalt is dat spelers **verschillende visies hebben op waar prioritair moet ondersteund worden. Middelen van VAF Publiek blijken voor veel spelers cruciaal**. Voor de grote organisaties als JEF, Film Fest Gent en FONK zijn ze absoluut onontbeerlijk en geven ze de kans om structureel in te zetten op bepaalde personeelsprofielen. Voor de culturele vertoners zijn de middelen cruciaal voor de uitwerking van publiekswerking. Op een zeer beperkt aantal na wordt de steun aan Vlaamse auteursfilm ook door velen aangegeven als cruciaal incentive voor het programmeren van Vlaamse film – al geven ze tegelijk aan dat ze ook zonder steun Vlaamse film een prominente plaats geven.

“We zitten echt te ploeteren om programma's te maken die we nauwelijks kunnen bekostigen en waar we echt nog steun nodig hebben om ze te kunnen realiseren. Subsidies zijn noodzakelijk om dat allemaal te kunnen doen. Je kunt daar niet niets ondersteunen, want dan valt er een deel van je activiteiten, en dus ook dynamiek, en bijgevolg ook publiek, weg. Je hebt een basis nodig om dat te kunnen doen.” (arthousebioscoop)

Tegelijkertijd is er ook de **erkenning dat de VAF-middelen hiervoor beperkt** zijn en er dus begrijpelijk keuzes moeten gemaakt worden. Spelers appreciëren ook de rol die het VAF speelt als forum om vertoners samen te brengen, o.m. via haar vertonerssessies. Toch zijn er ook enkele kanttekeningen die gemaakt worden.

Een aantal geeft aan dat de middelen bijzonder versnipperd zijn over verschillende type steuncategorieën, gezien ook de diversiteit van de spelers, de grootte en regionale spreiding. Spelers die gelijkaardig zijn vallen onder diverse steuncategorieën; sommige spelers krijgen voor een hele reeks activiteiten samen ondersteuning; anderen zijn dezelfde soort vertoners die zich inlaten met hetzelfde soort activiteiten, maar krijgen uit verschillende kanalen steun, etc. Een aantal spelers geeft de administratieve last van dossiers en opvolging aan. Dit vooral omdat ook vaak meerdere subsidie- en steunaanvragen op verschillende niveaus moeten worden aangevraagd. Ook zijn er diverse vereisten voor diverse vormen van steun, en vraagt relatief beperkte steun vaak toch ook veel systematische rapportering.

Ten tweede wordt de mogelijkheid om aanspraak te maken op ondersteuning van het VAF door nogal wat spelers gepercipieerd als een druk om nog meer schaal te creëren, nog meer samen te werken, en nog meer activiteiten uit te rollen; dat vertaalt zich in een nieuwe aangevoelde druk om die ambities waar te maken, waar de middelen net aanleiding zouden moeten geven tot meer zuurstof om in een bestaande werking te voorzien. Spelers geven ook aan dat dit niet alleen een gevolg van de steunmaatregelen is, maar eigen is aan een sector die bijzonder sterk gedreven is om meer te willen doen met het oog op het verrijken van de programmering of verbreden van het publiek. Eén speler verwoordt dit als volgt.

“Je gaat dat als organisatie wellicht niet meer steun krijgen om iets te doen wat al door iemand anders gedaan wordt of ervoor al gedaan werd. Je gaat ook niet snel meer steun krijgen als je hetzelfde doet als vorig jaar. Groei is dan een deel van de logica als je middelen wil krijgen. Maar een bepaald moment is er een punt waarop je moet stoppen met nieuwe dingen organiseren. Want die steun blijft natuurlijk te laag. Als je bij iedere ronde opnieuw zestien nieuwe projecten organiseert en dan een beetje meer vraagt, dan is de slotsom dat je nog altijd te weinig hebt” (arthousebioscoop)

Daarenboven zijn de middelen in het licht van de stijgende personeelskosten en inflatie, relatief gedaald in waarde. De middelen van VAF-publiek zijn wel geïndexeerd, in tegenstelling tot de middelen van andere VAF-fondsen; echter de bedragen zelf zijn relatief beperkt.

Tot slot pleit een aantal spelers ervoor dat VAF-criteria voldoende ruimte blijven geven aan het belonen van **creativiteit in vertoningen of aanpak**. Vooral voor de culturele vertoners zou dit een belangrijk beloningscriterium moeten zijn.

Gevraagd naar wat VAF nog meer kan doen, weerklinkt een aantal keer een rol die weggelegd lijkt voor het VAF als **intermediair tussen vertoners en steden**, die steden mee kan begeleiden in het uitdenken en uitwerken van een infrastructuur. Waar ook een bredere consensus over de **blijvende rol die het VAF moet spelen in het bijdragen tot een brede filmcultuur in Vlaanderen en Brussel**. Inzetten op filmbeleving en evenementiële zal voor het aantrekken van het publiek alleen nog maar belangrijker worden volgens veel vertoners. Het VAF kan volgens een groot deel van de spelers vooral hier een rol spelen in de ondersteuning.

Over de **Vlaamse** filmactie, een initiatief van het VAF, distributeurs en vertoners, waren de meningen verdeeld bij de bevroegde spelers. Bij de actie werd gedurende een aantal dagen na de lancering van de film bij elk bioscoopticket een gratis extra ticket gegeven. Veel spelers geven aan dat de filmactie wel degelijk een belangrijke boost heeft gegeven voor Vlaamse filmtitels. Anderen gaven aan dat de filmactie wel zorgt voor meer publiek, het betekent wel degelijk minder inkomsten op titels die voor sommige spelers belangrijk waren (een punt dat door onafhankelijke profit-spelers gemaakt werd, maar niet gedeeld werd door de meeste arthouses). De onafhankelijke profitbioscopen zijn het meest kritisch over acties waar gratis tickets weggegeven worden, voor hen telt elke euro inkomsten als cruciaal. Het belangrijkste voordeel van de campagne was voor velen de aandacht voor Vlaamse film als label op de VRT-kanalen. De promotiecampagne was een antwoord op Covid, maar er moet vanaf nu ook gedacht worden op initiatieven op langere termijn.

Ondanks de vraag naar meer aandacht voor vertoning en publiekswerking, gaven ongeveer alle experts aan dit niet los kan gezien worden van de noodzakelijke middelen voor productie in sterke Vlaamse films. Voldoende investeringen in een breed en divers aanbod aan Vlaamse film is voor alle vertoners erg belangrijk. Op dit moment beschikt het fonds volgens veel geïnterviewden over te weinig middelen om in voldoende volume Vlaamse film te voorzien.

“Omdat ik mijn films zo laagdrempel houd, krijgen we toch ook dikwijls andere en nieuwe mensen over de vloer. Zeker nu de laatste jaren met al die Vlaamse kaskrakers. Op die manier trekken wij ook nieuw volk binnen en dat gaat toch over alle lagen van de bevolking” (cultureel centrum)

“Het helpt als je films hebt van uw eigen land dat je weer herkent, zeker bij kinderen en jongeren. Dat helpt om iets te willen zien” (filmfestival)

6.12. Key takeaways en SWOT

Zowel uit de interviews als de bevraging kwam sterk naar voor dat, ondanks het bestaan van enige concurrentie, er wel gezocht wordt naar samenwerking en complementariteit, wat ook een uitdaging is omdat vele organisaties in elkaars vaarwater komen. Dit zorgt voor een grote dynamiek in de vertonerssector, maar tegelijkertijd ook enige concurrentie.

Ongerustheid is er echter veel meer over de financiële inspanningen die spelers op dit moment moeten maken door de hoge energiekosten en personeelskosten en de noodzakelijke investeringen die moeten gemaakt worden om plekken duurzaam en toegankelijk te maken. Marges zijn er nog, maar zijn beperkt.

Niet iedereen kijkt zomaar naar de overheid als de speler die vertoning in stand moet houden, of het VAF die per definitie veel meer moet doen. Wel moet er voldoende ondersteuning zijn voor die taken die ze wél doen, en moeten de premies voldoende hoog zijn om ademruimte en dynamiek te creëren, en te vermijden dat bijkomende steun leidt tot toenemende personeels- en financiële druk.

Over de rol van beleidssteuning lopen de visies in het vertonersveld uiteen. Een aantal spelers pleit voor de economische meerwaarde die film nog heeft en het stimuleren van ondernemerschap. Dit type spelers waarschuwt dat een te grote afhankelijkheid van subsidies of een te grote inzet op niet-commerciële vertoners zorgt voor concurrentie met die exploitanten die vertonen.

Echter, gezien de financiële context, de druk op arthousebioscopen en de meerwaarde van allerhande vormen van publieksactiviteiten, erkennen de meeste en bepleiten de meeste voor een sterk ondersteunend VAF aan de ene kant, en lokale overheden als partners voor het creëren en behouden van duurzame vertoningsplekken die zowel de culturele meerwaarde als het economisch potentieel voor ogen hebben.

Weaknesses	Strengths
<ul style="list-style-type: none"> • Te weinig schermen • Verouderde infrastructuur • Weinig opvolging voor onafhankelijke profit-bioscopen • Gefragmenteerd netwerk • Kruideniersmentaliteit, korte termijn logica, defensief, weinig bereidheid tot grote innovatie • Bereik van kwetsbare groepen, tieners en cultureel-divers publiek • Bereiken van diverse en kwetsbare groepen • Te weinig capaciteit (tijd en personeel) om volwaardig in te zetten op publiekswerking en communicatie • Onzekerheid over en afhankelijkheid van het aanbod • Te weinig Vlaamse films 	<ul style="list-style-type: none"> • Bijzonder veel expertise • Bijzonder veel dynamiek • Rijke traditie • Bijkomende schermen gecreëerd in schermarme gebieden • Sterke internationale speler aanwezig in de multiplexmarkt en sterker wordende speler in de arthousemarkt • Specifieke screenings met goed bereik voor bepaalde culturele gemeenschappen • Complementair landschap met diverse mogelijkheden naar genre en formats • Sterke en waardevolle ondersteuning en kennisdeling vanuit Europa via Europa Cinemas • Positieve evolutie in verstandhouding met distributeurs, vlotte samenwerking
Threats	Opportunities
<ul style="list-style-type: none"> • Concentratie van arthouse binnen eenzelfde groep • Toenemende kosten op het vlak van personeel, energie, isolatie, huur, en toegankelijkheid • Expertise te veel persoonsgebonden • Multiplexen: afhankelijkheid van een commercieel sterk lokaal en blockbuster-aanbod • Fragiliteit van het onafhankelijke distributielandschap dreigt te leiden tot het verdwijnen van een aantal spelers of zeer beperkte inzet van spelers op marketing en lange termijn • Faillissementen of stopzetting van onafhankelijke profitbioscopen • Wegvallen van specifieke zakelijke en technische kennis van programmatoren en culturele ondernemers • Toenemende druk op releasewindow-duur door populariteit streamingplatformen 	<ul style="list-style-type: none"> • Meer kennisdeling vooral met het oog op kennisdeling publieksdata, samenwerking voor events • Inzetten op betere kennis van het publiek • Gebruik van Ai tools • Netwerkvorming tussen de vertoners • Ondersteuning lokale initiatieven met oog op meer schermen en kwalitatieve invulling van filminfrastructuur • Dynamiek aanzwengelen voor jonge filmclubs • Exploreren diversifiëring ticketprijzen met oog op volledig benutten van bestaande capaciteit • Cineville of gelijkaardige formule

Tabel 42. SWOT-analyse op basis van gevoerde gesprekken

deel IV

**VERGELIJKING MET ANDERE
VERTONERSMARKTEN**

7. Vergelijking met andere vertoningsmarkten

7.1. Inleiding

Dit hoofdstuk presenteert de resultaten van een vergelijkende casestudie van vier markten: Denemarken, Frankrijk, Franstalig België en Nederland. De keuze voor deze markten berust op een combinatie van (1) proximateit en toegankelijkheid van bronnenmateriaal, (2) vergelijkbaarheid met de Vlaamse markt qua grootte en beleidskader (Denemarken, Franstalig België), (3) en het feit dat dit vaak genoemde voorbeeldmarkten zijn: Frankrijk omwille van de sterke bioscooptraditie, sterke filmmarkt en beleidsondersteuning; Denemarken omwille van de sterke box office resultaten voor nationale films in Denemarken, de voorbeeldfunctie van het Deense ondersteuningsbeleid en Nederland omwille van de sterke visie op een fijnmazig, rijk vertonerslandschap, goed ingebed in een lokaal stadswaefsel en fors ondersteund door lokale en nationale overheden. Franstalig België nemen we mee als meest logische partner en spiegel voor Vlaanderen.

De analyse is gebaseerd op deskresearch (literatuurstudie van trendrapporten, onderzoek en jaarverslagen, aangevuld met een analyse van cijfers en beleidsdocumenten en scan van relevante webpagina's van initiatieven). De casestudies zijn telkens op dezelfde manier opgebouwd. Achtereenvolgens bespreken we het vertonersveld met de relevantste spelers, presenteren we gegevens over bezoekersaantallen, ticketprijzen en speciale abonnementsformules en beleidsondersteuning. Aangezien een grootschalige systematische vergelijking van Vlaanderen en Brussel met de buitenlandse cases niet de insteek was van deze studie, focussen we ons in dit hoofdstuk in de eerste plaats op die inzichten die relevant zijn voor het formuleren van *lessons learned* en aanbevelingen voor Vlaanderen en Brussel. In deze vergelijking is gezocht naar alle initiatieven ter ondersteuning van de vertoners, met inbegrip van de filmeducatieve initiatieven. Deze worden niet systematisch besproken in de analyse van Vlaanderen, maar bestaan dus ook en zijn ondergebracht binnen de werking van diverse organisaties.

7.2. Denemarken

Vertonersveld en profiel van de spelers

In totaal bestaat het Deense vertonerslandschap uit 167 bioscopen, waarvan 74 bioscopen met één scherm en 93 bioscopen met meerdere schermen.⁶³ Een aanzienlijk deel hiervan (30%) situeert zich in de hoofdstad.

Regio	Aantal bioscopen	Bioscopen met een zaal	Bioscopen met meerdere zalen
Hoofdstad	51	22	29
Sjaelland (Zeeland)	28	14	14
Zuid-Denemarken	35	16	19
Midden-Jutland	31	12	19
Noord-Jutland	21	9	12

Tabel 43. Cijfers over het vertonerslandschap voor 2023 opgedeeld per regio

⁶³ Statistics Denmark (2024)

De koepelvereniging voor Deense bioscopen *Danske Biografer* maakt een onderscheid tussen 'grote' bioscopen die inzetten op volume film en publiek, en 'kleine' bioscopen die focussen op een aantrekkelijk (lokaal) aanbod dat verdergaat dan mainstream titels.⁶⁴ *Nordisk Film Biografer* is de grootste bioscoopketen in Denemarken met een marktaandeel van ongeveer 40% en *CinemaxX*. Daarnaast maken ook **culturele centra** deel uit van het Deense vertonerlandschap en spelen ze een belangrijke rol als het gaat om de verankering van filmvertoning in lokale gemeenschappen. Zo bieden de culturele centra een vertonersplek aan de lokale filmclubs, maar lanceren ze ook initiatieven voor specifieke doelgroepen zoals jongeren.⁶⁵

Bezoekers

Doorgaans zijn de verschillende organisaties optimistisch over het herstel en de toekomst van de Deense bioscopen na de pandemie. In 2023 werden er nog 10.032.000 bioscooptickets verkocht (zie onderstaande tabel voor een vergelijking met vorige jaren). De zomermaanden scoorden overweldigend goed, met een ticketverkoop die 45,75% steeg in vergelijking met de zomer van 2022. Dit is grotendeels te wijden aan het succes van *Barbie* en *Oppenheimer*, maar eveneens het slechte weer dat ervoor zorgde dat de cinema een aantrekkelijke bezigheid was. Hoewel de cinema's het goed doen, is er nog steeds geen volledig herstel van de situatie in 2019, toen ongeveer dertien miljoen Denen naar de bioscoop trokken.⁶⁶

	2019	2020	2021	2022	2023
<i>Aantal verkochte tickets (totaal)</i>	13.239.287	7.211.987	6.847.401	10.224.124	10.032.000
<i>Aantal premièrefilms (totaal)</i>	224	123	180	203	227
<i>Aantal verkochte titels (Deense film)</i>	3.472.882	3.636.397	2.834.339	3.052.422	2.495.819
<i>Aantal Deense premièrefilms</i>	29	23	17	30	33
<i>Aandeel Deense titels (percentage)</i>	26,23%	50,42%	41,39%	29,86%	24,88%

Tabel 44. Deense box office 2019-2023

Bij de cinemabezoekers is de groep van 35-59-jarigen een groeiend segment. Daarnaast investeert het Deense vertonerlandschap heel wat tijd en middelen om kinderen en jongeren naar de bioscoopzalen te lokken, iets waar ze vast en zeker in slagen. De groep van 15 tot 29-jarigen vertegenwoordigt 27% van het totaal aantal bezoekers, terwijl ze maar 20% van de Deense bevolking representeren. Ze worden gevolgd door de groep 0-14-jarigen met 22% van het totaal aantal bezoekers tegenover een vertegenwoordiging van 18% van de Deense bevolking.⁶⁷ Denemarken slaagt er met andere woorden in sterker dan andere markten een jonger publiek aan te trekken.

Vrouwen (28%) geven aan het vaakst films te consumeren in de bioscopen in vergelijking met mannen (22%). Bij mannen zijn de categorieën van 25-34-jarigen (27%) en 16-24-jarigen (26%) het best vertegenwoordigd. Voor vrouwen ligt het zwaartegewicht overduidelijk bij de

⁶⁴ Danske Biografer (z.d.).

⁶⁵ Danske Biografer (z.d.).

⁶⁶ Danske Biografer (2024)

⁶⁷ Danske Biografer (2023)

categorie 16-24-jarigen (37%), maar opvallend zijn ook de categorieën van 65-74-jarigen (31%) en 55-64-jarigen (28%).⁶⁸

Doorgaans bestaat 30% van het aanbod in bioscoopzalen uit Deense titels en in kleine lokale bioscopen is dit aandeel nog groter. Daarnaast scoren deze films ook nog eens goed op het vlak van bezoekersaantallen. Naast de mainstream blockbusters stonden in 2023 vier Deense titels in de top tien: goed voor 25% van het marktaandeel met 1.1 miljoen bezoekers.⁶⁹ De ambities voor de Deense film en het vertonerslandschap vertalen zich in de recentste filmovereenkomst voor de periode 2024-2027. De sector hoopt het marktaandeel van Deense titels te doen groeien tot 29% van het aantal verkochte bioscooptickets. Daarnaast mikken ze op gemiddeld 250.000 verkochte bioscooptickets voor de bestverkopende titels.⁷⁰

Box office (DKK in miljoen)					Verkochte tickets (miljoen)				
2023	2022	2021	Vershil 2022-2023 (%)	Verandering sinds 2017-2019 (%)	2023	2022	2021	Vershil 2022-2023 (%)	Verandering sinds 2017-2019 (%)
1,005.9	994.7	654.6	1,2	-11,3	10.1	10.2	6.8	10,2%	-21,9%

Tabel 45. Deense box office: vergelijking tussen 2021 en 2023⁷¹

	Feature films	Feature films (kinderen/ familie)	Documentaire
Releases	175	36	12
Verkochte tickets	6.786.000	1.928.000	81.000

Tabel 46. Verkochte tickets per genre (new releases)⁷²

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Denemarken	3.700	3.417	3.507	2.759	2.971	2.415
Europa (excl. Denemarken)	1.994	1.559	636	1.336	1.042	1.155
VS	6.507	7.465	2.580	2.457	5.822	6.056

Tabel 47. Aantal verkochte tickets per land van herkomst (x1.000)⁷³

Tickets en formules

De recentste cijfers tonen aan dat de prijs van heel wat culturele vrijetijdsbestedingen, inclusief bioscopen, steeg gedurende de periode 2016-2024. Voor bioscopen gaat het zelfs over een prijsstijging van 31% tijdens deze periode en het ziet er naar uit dat deze trend zich zal verderzetten. In 2019 betaalden Denen gemiddeld 73 DKK (€9,78), terwijl dit in 2022 al steeg tot 87 DKK (€11,66). Dit maakt de Deense ticketprijzen tot de duurste van de wereld en de tweede duurste in Europa. Vermoedelijk draagt de hoge prijs in de multiplexen bij tot de hoge gemiddelde prijs.⁷⁴

Bioplus Unlimited: De bioscoopketen *Nordisk Film Biografer* biedt sinds vorig jaar een eigen filmabonnement aan voor alle 23 bioscoopzalen (*Bioplus Unlimited*). Voor 229 DKK per

⁶⁸ Statistics Denmark (2023)

⁶⁹ Dankse Biografer (2023)

⁷⁰ Deens Filminstituut en Ministerie van Cultuur (2024)

⁷¹ UNIC (2024)

⁷² Statistics Denmark (2024)

⁷³ Statistics Denmark (2024)

⁷⁴ Lundberg (2021, 2022)

maand (ongeveer €30), kunnen bezoekers onbeperkt naar de bioscoop gaan. Met deze formule richten ze zich hoofdzakelijk tot mensen waarvoor een bioscoopbezoek al een regelmatige vorm van vrijetijdsbesteding is. Dit is de eerste keer dat er een abonnementsformule van dit profiel wordt gelanceerd in Denemarken. Het is afwachten of andere type vertoners, zoals de arthouses, ervoor kiezen om te volgen in het systeem of hun eigen manier van werken op poten te zetten.⁷⁵

Biografklub Danmark: Het binnenlandse succes van Deense titels is te danken aan de kwaliteit ervan, maar evengoed aan de filmcultuur van het land. Zo is er de *Biografklub Danmark* of de nationale filmclub die bijdraagt aan de (extra) verkoop van bioscooptickets. De leden van de club betalen jaarlijks 128 DKK (ongeveer €17). In ruil voor het lidmaatschap, kunnen ze kaartjes voor tien geselecteerde titels kopen aan de helft van de prijs. Voor het huidige seizoen (2023-2024) gaat het onder andere om *The Color Purple*, *Past Lives* en *Full of Love*, maar ook de Deense titel *Hammarskjöld*. De korting is van toepassing op alle bioscopen in het land.⁷⁶ Er worden aanzienlijk meer kaartjes verkocht voor titels die deel uitmaken van het aanbod van de club. Belangrijk is wel dat de leden van de filmclub doorgaans mensen zijn die al uit zichzelf op regelmatige basis naar de cinema gaan.⁷⁷

Naast deze nationale filmclub, organiseren sommige vertoners ook een eigen, lokale en maandelijks filmclub, waaronder de arthousebioscoop Parkteatret (Frederikssund). De vertoner stelt elk jaar een programma op van twaalf titels voor 525 DKK (ongeveer €70): zes in de lente en zes in de herfst. Er is ook de mogelijkheid om maar een seizoen te volgen voor 300 DKK (ongeveer €40).⁷⁸ Doorgaans focust de programmatie zich op auteursfilms die anders een 'beperkt' publiek halen. Interessant bij deze filmclub is dat de vertoningen plaatsvinden op drie momenten: 10u, 16u en 18u30 om zoveel mogelijk mensen te bereiken.⁷⁹

De Acht Bergen	The Banchees of Inisherin
Grandmother	Chiara's Choice
Official Competition	The School at the End of the World
Beautiful Mind	Goodbye Mr. Haffman
The Blind Man Who Didn't Care to See the Titanic	The Quiet Girl
A Second of Happiness	A Nice Morning

Tabel 48. Titels van de filmclub van arthousebioscoop Parkteatret (2024)

⁷⁵ Lundberg (2023)

⁷⁶ Biografklub Danmark (z.d.)

⁷⁷ Dankse Biografer (2023)

⁷⁸ Filmklubbenpark (2024)

⁷⁹ Parkteatret (z.d.)

Beleidsondersteuning

Artcinema Foreningen. De Artcinema Foreningen geeft geen financiële ondersteuning aan vertoners, maar zorgt voor de vertegenwoordiging van de Deense arthousebioscopen. In totaal zijn er elf arthousebioscopen lid van de organisatie, verspreid over verschillende steden in het land. Artcinema Foreningen vertegenwoordigt enerzijds de belangen van de aangesloten leden tegenover andere stakeholders en zet in op de uitwisseling van kennis tussen de leden anderzijds.⁸⁰

Filmloven (de Deense filmwet). Met deze wet beoogt de Deense overheid de promotie van filmcultuur in Denemarken. De wet gaat zowel over de ondersteuning van Deense filmproductie, als over de ondersteuning van Deense filmvertoners. Het legt, onder andere, de bevoegdheden vast van het Deens filminstituut (zie volgend punt). Daarnaast bepaalt artikel 18 van deze filmwet de bevoegdheden van de gemeenten als het gaat over de ondersteuning van filmvertoners (en producties) in de vorm van subsidies, leningen of kredieten.⁸¹ In dat opzicht is de ondersteuning van Deense vertoners vergelijkbaar met de situatie in Nederland.

Sensibilisering: ‘Os der elsker film’-campagne. Het belang van cinema en een sterke filmcultuur zijn ook zichtbaar in de ‘Os der elsker film’-campagne, die de illegale consumptie van films en tv-series aankaart. Deze campagne baseert zich op het onderzoek van ‘Nordic Piracy – Spring 2022’, dat aantoonde hoe Denen massaal illegaal naar films kijken. Concreet gaat het om 580.000 Denen of 13% van de bevolking. Bovendien is 40% van die illegaal geconsumeerde titels Deens.⁸²

Det Danske Filminstitut (DFI) / Deens Filminstituut

Ondersteuning arthousebioscopen. Het DFI biedt ondersteuning voor zowel filmproductie als filmvertoning. Hierbij focust het instituut zich op bioscoopinitiatieven die enerzijds de Deense filmcultuur versterken en anderzijds nieuwe doelgroepen aanspreken. Doorgaans vertaalt zich dat in de ondersteuning van de Deense arthousebioscopen.⁸³ Om deze steun te ontvangen moeten de arthousebioscopen voldoen aan drie belangrijke voorwaarden: (1) het aanbod mag niet te hard lijken op dat van de commerciële spelers⁸⁴ in de regio, (2) het repertoire moet voor 2/3 bestaan uit arthouse titels⁸⁵ en (3) de helft van het totaal verkochte titels moet afkomstig zijn van arthouse titels. In 2024 ontvingen dertien arthousebioscopen ondersteuning van het Deens Filminstituut.⁸⁶

⁸⁰ Artcinema Foreningen (z.d.)

⁸¹ Danske Love (z.d.)

⁸² Dankse Biografer (2023)

⁸³ Deens Filminstituut (z.d.a.)

⁸⁴ Hier gaat het over de spelers waarbij arhousetitels geen meerderheid zijn binnen het filmaanbod.

⁸⁵ Het DFI categoriseert arhousetitels op vijf manieren: i) Deense feature films die steun ontvingen van het DFI (exclusief degene in de nationale filmclub), ii) buitenlandse, niet-Amerikaanse films en onafhankelijke Amerikaanse titels, iii) Deense en buitenlandse documentairefilms, iv) films die steun ontvingen volgens de "Vilkår for støtte til udenlandske arthousefilm" (ondersteuning voor buitenlandse arthousefilms) en v) klassiekers en titels met een zeker cultureel belang.

⁸⁶ Deens Filminstituut (2022); Deens Filminstituut (2024a)

Vertoner	Budget (kr.)	Budget (€)
Biffen, Aalborg	250.000	33.515
Bio Møn, Stege	50.000	6.703
Cafe Biografen, Odense	50.000	6.703
Café Slotsbio, Hillerød	125.000	16.758
Gloria Biograf, København	400.000	53.625
Hundested Kino	75.000	10.055
Nicolai Biograf, Kolding	225.000	30.164
Park Bio, København	200.000	26.812
Parkteatret, Frederikssund	200.000	26.812
Reprise Teatret, Holte	75.000	10.055
Ringe Bio	80.000	10.725
Vester Vov Vov, København	375000	50.273
Øst for Paradis, Århus	250000	3.515

Tabel 49. Ondersteuning voor de Deense arthousebioscopen

Cinemathek en filmfestivals. Daarnaast ondersteunt het DFI ook bioscopen die films vertonen die deel uitmaken van het “Cinemathek praesenterer”-project. Deze subsidiëring is mogelijk voor: sprekers en evenementen (o.a. filmscreenings), advertenties (print, radio, televisie en online) en andere vormen van marketing (posters, brochures, etc). Een vertoner kan maximum 15.000 DKK (2.010 euro) per jaar ontvangen.⁸⁷ Deense filmfestivals kunnen ook aankloppen bij het DFI voor (financiële) ondersteuning. 25% van dit budget moet gaan naar filmfestivals die zich richten tot kinderen en jongeren. In 2023 kwamen 21 filmfestivals in aanmerking voor ondersteuning van het DFI. Via deze subsidiëring faciliteert het Filminstituut een divers vertonerslandschap én hoopt het om de positie van de Deense titels te versterken. Zo zijn de filmfestivals een belangrijke tool om Deense films zo breed mogelijk te distribueren.⁸⁸

Modernisering van filmzalen. Het DFI reikt niet langer subsidies uit voor de modernisering van Deense bioscoopzalen. De laatste steun werd toegekend in 2020.⁸⁹ Dit is opvallend, net omdat de vervanging van verouderde projectoren een belangrijke rol speelt in het klimaatbewustzijn en eveneens een manier vormt om op te boksen tegen de stijgende energieprijzen. Aangezien de gerichte en specifieke steun op Deens niveau wegvalt, hopen vertoners om een tegemoetkoming te verzekeren via het Europees programma NRRP (National Recovery and Resilience Plan). In de praktijk gaat het om een subsidie vanuit de Europese Unie, waarbij de Deense overheid het bedrag (€1,6 miljoen) vervolgens verdeelt over eigen verkozen initiatieven en actoren. De steun laat cinema’s (mogelijks) toe om het airconditioningsysteem te optimaliseren, en ook oude projectoren te vervangen door laserprojectoren. De laatste update in Denemarken gebeurde in 2011-2013. De technologische infrastructuur van heel wat Deense bioscopen is, met andere woorden, toe aan vernieuwing.⁹⁰

⁸⁷ Deens Filminstituut (2022)

⁸⁸ Deens Filminstituut (2020); Deens Filminstituut (2024b)

⁸⁹ Deens Filminstituut (2022)

⁹⁰ Dankse Biografer (2023)

Regionale filmfondsen. Naast het DFI zijn er in Denemarken nog twee regionale filmfondsen: *Den Vestdanske Filmpulje* (voor het Westen van het land) en *FilmFyn* (het eiland Funen). Deze richten zich hoofdzakelijk op de productie van Deense titels met een zekere regionale verankering. Ze werken hiervoor samen met het gemeentelijk niveau. Daarnaast geven deze fondsen ondersteuning aan festivals en activiteiten ter ondersteuning van de filmcultuur in deze regio's.⁹¹

Filmcultuur en publieksonwikkeling. Het Deens Filminstituut zet met zijn filmovereenkomst (2024-2027) sterk in op onderwijs en publieksonwikkeling om zo de toekomst van Deense cinema te verzekeren. Hierbij richt het zich tot jongeren en kinderen als belangrijke doelgroep. Zo voorziet het, onder andere, 15 miljoen DKK (2 miljoen euro) voor filmworkshops met een cofinanciering van gemeenten.⁹² Initiatieven zijn onder meer:

- **Het Cinemateket Praesenter-project.** Dit is een samenwerking tussen Deense bioscopen en het Deens Filminstituut (Cinemateket) dat de vertoning van klassiekers toegankelijker maakt. Elk jaar stelt Cinemateket een programma op dat bestaat uit vijf Deense en vijf internationale klassiekers, waaronder *Zappa (1983)*, *Breaking the Waves (1996)*, *Jurassic Park (1993)* en *The Dreamers (2003)* voor 2024. De bioscopen kiezen een titel uit het aanbod dat past bij de programmatie en het doelpubliek, al dan niet gecombineerd met extra omkadering. De vertoner betaalt een vaste prijs van 1.000 DKK (134 euro) per screening. Daarnaast biedt het DFI ook 3.000 DKK (400 euro) ondersteuning aan per film.⁹³
- **Ontwikkeling van een digitaal platform “Danmark på film”.** De recentste filmovereenkomst beoogt om een digitaal platform te ontwikkelen dat mensen toegang geeft tot Deense klassiekers. In totaal investeert de Deense overheid 10 miljoen DKK (1.34 mio euro) in de ontwikkeling van platformen die de toegankelijkheid én verspreiding van Deense titels bevordert.⁹⁴
- **DaBUF.** De Deense vertonerssector probeert om alle kinderen en jongeren, ongeacht hun achtergrond, in contact te brengen met film. Dit gebeurt grotendeels via het Danske Børne- og Ungdomsfilmklubber (DaBUF) of de nationale vereniging van Deense kinder- en jeugdfilmclubs. Deze bestaat uit de onafhankelijke kinder- en jeugdfilmclubs, maar ook bredere verenigingen die zich inzetten voor kinderen en jongeren. De organisatie telt ongeveer 75 filmclubs over het hele land en Groenland die jaarlijks films vertonen voor ongeveer 55.000 kinderen.⁹⁵ Om de kinderen en jongeren te bereiken organiseert het DaBUF allerlei activiteiten (zie volgende punten).
- **Nordic Filmcamp (edities in 2014, 2022 en 2023).** Dit kamp wordt georganiseerd voor 22 kinderen en jongeren tussen de 11 en 14 jaar, uit Noorwegen, Zweden, Groenland en Denemarken. De participanten van het kamp leren er een kortfilm produceren in groep. Op de laatste editie in 2023 was onder andere Martin Strange-Hansen aanwezig, gekend voor *Der er en yndig mand* en *On My Mind*.
- **‘Filmvaeket’ of ‘De Filmfabriek’.** Een groep jongeren tussen de 17 en 25 jaar plannen een reeks activiteiten voor jongeren die interesse tonen in film. Activiteiten omvatten onder andere workshops rond pre-productie (het verzinnen van ideeën), maar ook filmscreenings van opkomend talent.

⁹¹ Den Vestdanske Filmpulje (z.d.); FilmFyn (z.d.)

⁹² Deens Filminstituut (2023)

⁹³ Deens Filminstituut (z.d.b); Deens Filminstituut (2024)

⁹⁴ Deens Filminstituut en Ministerie van Cultuur (2024)

⁹⁵ DaBUF (2024); DaBUF (z.d.)

- ‘Filmmagernes Verdensmal’ of ‘The Filmmakers Global Goals’. Een groep jongeren tussen de 16 en 25 jaar ontwikkelen *stop motion* workshops rond de *sustainable development goals*. Zo hopen ze kinderen tussen de 9 en 12 jaar bewust te maken van de SDG's en hun betrokkenheid te verhogen door het zelf maken van animatiefilmpjes.

7.3. Frankrijk

Vertonersveld en profiel van de spelers

Het Franse vertonersveld is een grote markt en kent drie dominante multiplexen: Pathé Cinémas, CGR Cinémas en UGC. Deze groepen beschikten in 2023 respectievelijk over 20,9%, 11,9% en 11% van de sector. Naast hun taak als vertoners, spelen ze ook een belangrijke rol in de productie en distributie van films.

Naast de grote spelers, maken ook arthouses deel uit van het Franse vertonersveld. Afcac (Association française des cinémas art et essai), erkent vertoners formeel als arthouse. In 2021 classificeerde de organisatie 1.282 vertoners als arthousebioscopen ofwel 63,2% van de nationale sector. Opvallend is dat het aantal arthouses sneller groeit dan de sector als geheel: +6,5% van de bioscopen en +10,7% van de zalen tussen 2017 en 2021. Het gaat voornamelijk over kleine bioscopen. Bovendien bevinden 54,2% van deze bioscopen zich in stedelijke gebieden met minder dan 20.000 inwoners.⁹⁶ Dit neemt niet weg dat de financiële situatie van deze categorie vertoners precair is. Zo blijven de opbrengsten per bezoek voor arthousebioscopen veel lager dan die van andere spelers, met een groeiende kloof tussen 2017 en 2021 (respectievelijk - € 1,37 en - € 1,85). De opbrengsten per bezoek stijgen wel evenredig met het aantal bioscoopzalen: € 4,69 voor *single screens*, en € 6,99 voor multiplexen.⁹⁷

	Exploitant	Bioscopen	Schermen	Bezoeken (M)	Marktaandeel	Gemiddelde ticketprijs	VOD-aanbod
1	Pathé Cinémas	75	839	37 709	20,9%	€ 14	La toile
2	CGR Cinémas	74	710	21.550.589	11,9%	€ 12,2	X
3	UGC Cinemas	51	528	19.919.819	11,0%	€ 15,5	Canal + Apple TV
4	Kinépolis	18	199	6.543.871	3,6%	€ 12,5	X
5	Mégarama	28	226	6.307.544	3,5%	€ 11,1	X
6	Cinéville	17	129	5.011.002	2,8%	€ 11,2	X
7	MK2	11	69	3.533.097	2,0%	€ 12,9	Mk2 Curiosity
8	Cinewest	11	77	2.525.505	1,4%	€ 9,2	X
9	Noé Cinemas	23	78	2.004.286	1,1%	€ 8,80	X
10	Grand Ecran	11	85	1.892.267	1,0%	€ 11,2	Canal +/Apple

⁹⁶ <https://www.cnc.fr/documents/36995/1872922/Programmation+et+resultats+des+films+Art+et+Essai.pdf/aba6d867-1703-46bb-386c-05272746171b?t=1673968930998>

⁹⁷ <https://www.cnc.fr/documents/36995/1872922/Programmation+et+resultats+des+films+Art+et+Essai.pdf/aba6d867-1703-46bb-386c-05272746171b?t=1673968930998>

11	Véo Cinéma	17	54	1.603.277	0,9%	€ 6,5	X
12	Majestic Cinémas	7	57	1.562.635	0,9%	€ 11,1	Ja
13	Ethève	3	20	1.235.650	0,7%	€ 9,80	X
14	Elizé	4	19	1.194.178	0,7%	€ 8,00	X
15	Ciné Movida	5	40	1.177.459	0,7%	€ 11,90	X
16	Cinémas Reynaud	11	44	1.121.659	0,6%	N/A	N/A
17	Cinéplanet	4	32	1.107.105	0,6%	€ 10,40	X
18	Haut et Court Cinémas	7	27	1.060.874	0,6%	N/A	N/A
18	Utopia	7	27	998.575	0,6%	€ 8,00	X
19	Ociné	3	32	978.464	0,5%	€ 10,20	X
20	Cinéma Confluences	8	40	863.992	0,5%	€ 10,10	X
21	Cinéode	36	51	848.414	0,5%	€ 6,90	X
22	Bauciné Groupe	5	27	830.918	0,5%	€ 10,50	X
23	Première Cinémas	21	42	798.998	0,4%	€ 10	X
24	Cinémas de Bonneveine	2	16	753.646	0,4%	€ 11,50	X
25	Cinemed	5	36	753.330	0,4%	N/A	N/A
26	MonCiné	2	13	722.061	0,4%	€ 12,50	X
27	Grand Rex	1	8	707.129	0,4%	€ 12,00	X
28	DROTKOWSKI	3	18	706.097	0,4%	€ 9,00	X
29	Cinémas Letzgas	2	15	699.111	0,4%	€ 11,50	
30	Cine Paradis	4	25	647.503	0,4%	€ 10,10	X
31	Ciné Pole Sud	1	9	633.684	0,4%	€ 8,00	X
32	Cinéland	2	16	592.994	0,3%	€ 9,70	X
33	Dulac Cinémas ⁱⁱⁱ	5	13	591.228	0,3%	€ 11,50	X
34	Multiciné	3	15	532.217	0,3%	€ 12,00	X
35	Cap Ciné	3	21	527.972	0,3%	€ 10,50	X
36	Cinémas Lido	4	16	523.255	0,3%	€ 10,00	X
37	Pfister	5	22	508.571	0,3%	N/A	N/A
38	Ciné Monde	6	21	507.856	0,3%	€ 11,00	X

Tabel 50. Bioscoopexploitanten in 2023 naar aantal bezoekers ⁹⁸

Programmatie en nieuwe titels. Speelfilms nemen meer dan 98% van de vertoningen in en zijn hiermee ook verantwoordelijk voor het grootste aandeel van de opbrengsten. In 2022 bedroeg de gemiddelde opbrengst per bioscoopbezoek voor speelfilms €7,24.⁹⁹ Bij arthousebioscopen ligt dit anders: het aandeel van documentaires in de programmatie is groter. Tegelijkertijd is er hier wel een verschil tussen bioscopen in kleine en grote steden. Bioscopen in grotere steden programmeren gemiddeld in de eerste week meer premièrefilms dan bioscopen in kleinere steden en gemeenten. Het gemiddeld aantal premièrefilms bedraagt zeven films in de eerste week voor bioscopen met één scherm in 2021, tegenover 150 voor multiplexen.

Bezoekers

Frankrijk is één van de Europese markten die zich het beste herstelde na Covid, met een stijging van 59,2% in het aantal bezoekers in 2022 in vergelijking met 2021. Daarnaast was ook de frequentie van vertoningen van bioscopen in 2022 veel hoger dan in 2021 (+66,6%) en keerde deze met 8,4 miljoen vertoningen terug naar het niveau van voor Covid. Wat de

⁹⁸ <https://www.boxofficepro.fr/france-des-circuits-2023-le-classement-des-groupes-de-cinemas/>

⁹⁹ <https://www.cnc.fr/documents/36995/153434/Bilan+2022+du+CNC.pdf/70f30016-66c4-bff1-229d-b855ebf4f295?t=1684241443764>

recentste cijfers betreft, tonen schattingen van het Centre National du Cinéma et de l'Image Animée (CNC) een dalend bioscoopbezoek in april 2024 tot twaalf miljoen bezoekers. Dat is 35,5% minder dan het voorgaande jaar. Het is opmerkelijk dat het bezoekersaantal in april 2023 vergelijkbaar was met dat van voor de crisis: 18,61 miljoen of +0,6% in vergelijking met het gemiddelde van 2017-2019. Dit was hoofdzakelijk te danken aan het grote succes van *Super Mario Bros* en *Les Trois Mousquetaires – D'Artagnan*. De tegenvallende cijfers voor eerste kwartaal van 2024 liggen in lijn met de omliggende landen.

	Bezoekers (M)		Box office (€ M)		Opbrengst per bezoek (€)		Vertoningen (M)	
	Samen	Incl. speelfilms	Samen	Incl. speelfilms	Samen	Incl. speelfilms	Samen	Incl. speelfilms
2013	193,7	191,1	1250,9	1232,7	6,46	6,45	7,3	7,2
2014	209,1	205,7	1333,3	1307,4	6,38	6,36	7,6	7,5
2015	205,4	202,2	1331,7	1309,7	6,48	6,48	7,8	7,7
2016	213,2	209,7	1388,4	1366,4	6,51	6,52	8,0	7,9
2017	209,4	205,9	1380,6	1357,9	6,59	6,60	8,2	8,1
2018	201,2	197,2	1336,9	1310,7	6,64	6,65	8,5	8,3
2019	213,2	209,4	1448,7	1422,7	6,79	6,80	8,6	8,5
2020	65,3	63,8	432,8	424,0	6,63	6,65	4,2	4,2
2021	95,5	93,7	672,6	663,8	7,04	7,08	5,0	5,0
2022	152,0	148,5	1094,4	1074,5	7,20	7,24	8,4	8,3

Tabel 51. Bioscoopbezoek 2013-2022 voor speelfilms en documentaire¹⁰⁰

Het belang van nationale titels. Franse titels zijn cruciaal voor de filmmarkt en de bezoekersaantallen. In 2022 haalde Franse titels 61 miljoen bezoekers, in vergelijking met de 61,6 miljoen voor Amerikaanse titels. Inkomsten in de eerste week liggen gemiddeld lager voor films van andere origine (€ 6,15) en voor Franse films (€ 6,26) dan voor Amerikaanse films (€ 6,45) en voor niet-Franse Europese films (€ 6,60).

Entrées selon la nationalité des films de long métrage¹ (millions)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
films français	64,6	91,4	72,1	75,6	77,1	77,8	72,8	28,7	38,1	61,0
100% français	43,2	63,5	45,3	48,7	58,9	63,3	52,0	19,9	28,6	45,3
majoritaires français	17,7	23,3	21,5	19,2	14,7	9,4	16,7	6,8	7,7	9,7
minoritaires français	3,7	4,6	5,3	7,7	3,6	5,1	4,1	1,9	1,8	5,9
films américains	103,2	92,3	103,5	111,0	99,4	88,0	113,2	26,5	40,3	61,5
films européens²	14,3	12,1	19,6	19,3	23,7	27,2	17,2	5,9	13,1	18,3
allemands	1,8	2,0	2,9	2,7	0,7	1,7	1,4	0,5	0,9	1,2
britanniques	8,4	6,6	14,5	13,2	18,8	21,1	10,5	3,9	10,0	14,1
espagnols	1,4	0,3	0,6	1,4	0,9	1,2	1,5	0,2	0,6	1,2
italiens	0,2	0,3	0,4	0,2	0,3	0,4	0,4	0,1	0,1	0,3
films d'autres nationalités	8,9	9,9	7,0	3,9	5,6	4,2	6,2	2,7	2,3	7,7
total	191,1	205,7	202,2	209,7	205,9	197,2	209,4	63,8	93,7	148,5

¹ Données provisoire pour 2022.

² Europe au sens continental, hors France.

Base: long métrage.

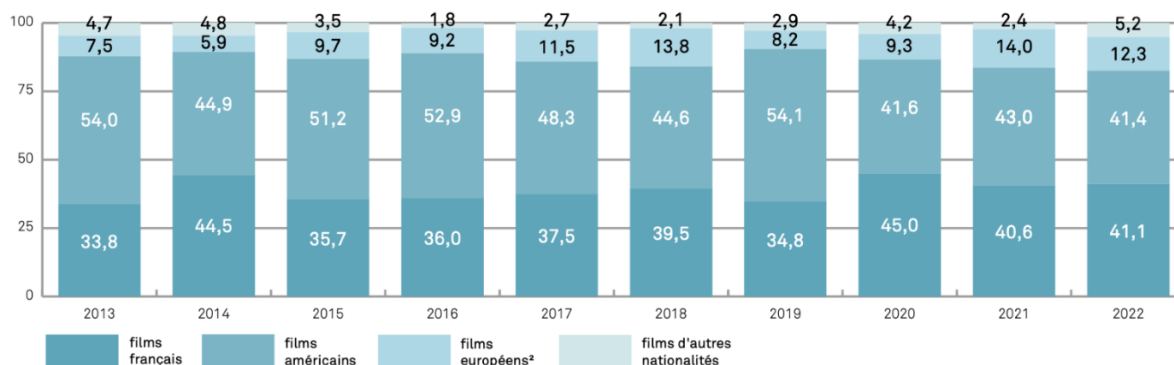
Source: CNC.

Tabel 52. Bezoeken op basis van nationaliteit van speelfilms (in m)¹⁰¹

¹⁰⁰ https://www.cnc.fr/professionnels/actualites/a-152-millions-dentrees-en-2022-fort-rebond-de-la-frequentation-dans-un-contexte-encore-atypique_1861985

¹⁰¹ <https://www.cnc.fr/documents/36995/153434/Bilan+2022+du+CNC.pdf/70f30016-66c4-bff1-229d-b855ebf4f295?t=1684241443764>

Répartition des entrées selon la nationalité des films de long métrage¹ (%)



¹ Données provisoires pour 2022.

² Europe au sens continental, hors France.

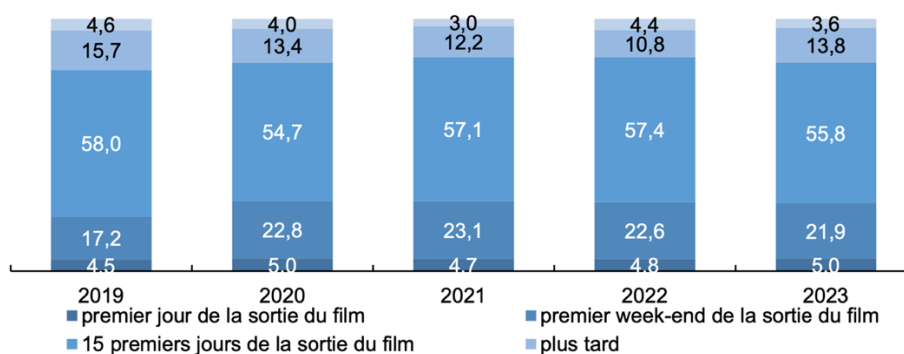
Base : long métrage.

Source : CNC.

Figur 20. Bezoeken op basis van nationaliteit van speelfilms (in procent)¹⁰²

Het belang van nieuwe titels. Het aantal nieuwe releases in Frankrijk ligt bijzonder hoog. In de maand april (2024) werden bijvoorbeeld 74 films in de bioscopen uitgebracht. Dit komt neer op een gemiddelde van 19 films per week. Dit omvatte, onder andere, tien Amerikaanse producties en 41 Franse producties (in vergelijking met respectievelijk vijf Amerikaanse titels en 37 Franse titels in 2023). De meerderheid van de bezoekers kiest er namelijk voor om een film binnen de vijftien dagen na bioscooprelease te zien (82,6% in 2023). Een groot deel van de bezoekers geeft er de voorkeur aan om vóór het einde van het eerste weekend na de release een film te gaan bekijken (21,9%), een stijging ten opzichte van 2019 (+4,7%), gedreven door 25-34-jarigen (31,0%) en cinefielen (34,2%). Cinefielen en 15-24-jarigen, die meer op zoek zijn naar nieuwe releases, zijn de actiefste bezoekers: respectievelijk 12,1% en 7,4% besluit naar de bioscoop te gaan op de eerste dag van de release van een film.¹⁰³

Moment de fréquentation des salles de cinéma (%)



Figur 21. Wanneer mensen naar de bioscoop gaan voor een nieuwe release¹⁰⁴

De bioscoop als dé plek om films te ontdekken en met een essentiële sociale dimensie. In 2023 blijven bezoekers van mening dat de bioscoop de beste manier is om nieuwe films te ontdekken (81,5%), ver vóór televisie of Video-On-Demand (VOD). De bioscoop biedt een

¹⁰² <https://www.cnc.fr/documents/36995/153434/Bilan+2022+du+CNC.pdf/70f30016-66c4-bff1-229d-b855ebf4f295?t=1684241443764>

¹⁰³ https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/les-pratiques-cinematographiques-des-francais-en-2023_2034975

¹⁰⁴ <https://www.cnc.fr/documents/36995/1617915/Les+pratiques+cin%C3%A9matographiques+des+Fran%C3%A7ais.pdf/be83673f-2f27-57ee-4027-0f1fac23ea0d?t=1663767529771>

onvergelijkbare kijkervaring met een uitstekend tevredenheidspercentage, vooral op het gebied van technische criteria: 97,5% van de bezoekers zegt tevreden te zijn over de kwaliteit van het geluid, 96,5% over de kwaliteit van de projectie en 95,9% over de grootte van de schermen. Ondanks de stijging van het aanbod van films op VODs, duidt slechts 3,5% van de bezoekers deze platformen aan als het beste medium om nieuwe films te zien. Dit aandeel ligt iets hoger onder 25-34-jarigen (6,4%) en 15-24-jarigen (6,1%), maar blijft laag – wetende dat VOD-diensten vooral worden gebruikt om series te kijken.¹⁰⁵

Voor het merendeel van de bezoekers is bioscoop in de eerste plaats een gemeenschappelijke praktijk. **Deze sociale dimensie is vooral belangrijk voor jongeren:** slechts 13,7% van de 15-19-jarigen gingen alleen naar de bioscoop, terwijl bijna dubbel zoveel onder hen met vrienden gingen (36,4%).¹⁰⁶

Tickets en formules

Cinema Indépendants de Paris (CIP¹⁰⁷) biedt een oplaadbaar abonnement dat geldig is in het hele netwerk van onafhankelijke bioscopen: de Ciné Carte Duo (twee personen) met tien vouchers voor € 60; de Ciné Carte Tribu (vier personen) met twintig vouchers voor €106. Het beoogt het vergroten van de bezoekersaantallen in onafhankelijke bioscopen.

Chèque Cinéma Universel (CCU) is een initiatief van l'Entraide des Cinémas et Spectacles,¹⁰⁸ een vereniging die solidariteit onder film- en entertainmentprofessionals beoogt. Het is het enige ticket dat alle bioscopen in Frankrijk aanvaarden. Met een CCU krijgt de gebruiker in ruil voor de cheque een ticket voor de film naar keuze. Doorgaans vragen bioscopen geen extra toeslag, behalve tijdens speciale vertoningen zoals concerten, voorstellingen, premiumzalen, 3D-vertoningen, etc. De inkomsten zijn afkomstig van bijdragen van meer dan 800 bedrijven uit de filmindustrie (producenten, distributeurs, exploitanten en technische industrieën) en de verkoop van de CCU. De bedoeling is om werknemers uit de bioscoopsector de kans te geven om in residenties van de vereniging te verblijven, hun kinderen te laten genieten van zomerkampen en financiële steun te bieden; een solidariteitsnetwerk tussen filmprofessionals in heel Frankrijk te creëren en het ondersteunen van de diversiteit, creativiteit en duurzaamheid van de film- en entertainmentgemeenschap.

CinéChèque is een initiatief van de Pozeo-groep¹⁰⁹ die culturele producten en diensten aanbiedt aan KMO's en bedrijven. De Cinéchèque is in 1.350 bioscopen verkrijgbaar. De bioscoopbon kan rechtstreeks door particulieren worden gekocht voor € 8,25 tot € 9,85 per ticket. Naast deze overkoepelende initiatieven, bieden aparte vertoners ook een eigen abonnement aan of werken ze aan de hand van een vouchersysteem. Onderstaande tabel geeft een overzicht van de ticketprijs in deze vertoners, alsook welk abonnement van toepassing is.

¹⁰⁵ https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/le-public-du-cinema-en-2022_1986690#:~:text=39%2C9%20millions%20de%20Fran%C3%A7ais,niveau%20d'avant%2Dcrise.

¹⁰⁶

<https://www.cnc.fr/documents/36995/1617915/Les+pratiques+cin%C3%A9matographiques+des+Fran%C3%A7ais.pdf/be83673f-2f27-57ee-4027-0f1fac23ea0d?t=1663767529771>

¹⁰⁷ <https://www.cinemasindependantsparisiens.fr/les-cinemas/>

¹⁰⁸ <https://www.lentraide.fr/>

¹⁰⁹ <https://www.pozeo.fr/>

Exploitant	Bioscopen	Ticketprijs	Abonnement
Atmospheres 53	37	€ 7,0	Ciné Club Duo/Tribu
Objectif Cine 64	9	€ 8,5	Oplaadbare kaart (5 vouchers) € 33,5
Cinema Etoile Palace	13	€ 10,5	CinePass (Pathé Cinemas), UGC Illimité, Pass Culture
Planet' Cine	2	€ 9,5	CineCheque, Pass Culture
Veo Cinemas	18	€ 9,9	Oplaadbare kaart (5 vouchers) € 40,2, Pass Culture
Vox	1	€ 7,0	/
Louis Jovet	1	€ 8,0	Oplaadbare kaart (5 vouchers) € 65, Cinecheque, CCU, UGC Illimité
Pole culturel Moussa T.	1	€ 7,0	/
Getari Enea	1	€ 6,5	Oplaadbare kaart (10 vouchers) € 53
Le Conti	1	€ 9,0	Oplaadbare kaart (5 vouchers) € 30
Le Cinema	1	N/A	N/A
Complex Galaxy	1	€ 8,5	Oplaadbare kaart (5 vouchers) € 37,5
Maistrale	1	€ 7,5	/
Charlie Chaplin	1	€ 6,0	Oplaadbare kaart (10 vouchers) € 55
Simone Signoret	1	€ 6,2	Oplaadbare kaart (10 vouchers) € 52
Le cercle	1	€ 6,0	Oplaadbare kaart (6 vouchers) € 36
Lincoln	3	€ 12,0	Oplaadbare kaart (6 vouchers) € 38,9 UGC Illimité, CinePass (Pathé Cinemas)
Cinessone	1	€ 7,0	Oplaadbare kaart (6 vouchers) € 47
Felicine	11	€ 8,5	/
Geci	5	€ 8,0	/
Anci	70	€ 7,0	/
Agora	1	€ 7,0	/

Tabel 53. Type tickets in verschillende Franse vertoners

Beleidsondersteuning

Institut du Financement du Cinéma et des Industries Culturelles (IFCIC)¹¹⁰ is een belangrijk mechanisme in de overheidsfinanciering van vertoningsactiviteiten. Het is een kredietinstelling gespecialiseerd in de financiering van de culturele sector. Het kapitaal is voor 49,5% in handen van de Franse overheid en het resterende kapitaal wordt verdeeld over Fransen banken die actief zijn in de sector. De leningen dienen onder andere voor: (1) steun aan productie of distributie; (2) steun aan exploitatie; (3) steun aan filmdistributeurs- en exporteurs. De leningen voor filmproductie of -distributie bedroegen 373 miljoen euro in 2021, ter ondersteuning van 132 films (een stijging van 27% ten opzichte van 2020). Het gemiddelde leenbedrag bedraagt € 1,9 miljoen.

Centre national du Cinéma et de l'Image animée (CNC) staat in voor een sterke ondersteuning van het Franse systeem en wordt tegelijkertijd zelf gefinancierd door verplichte bijdragen van spelers die betrokken zijn bij de exploitatie van films: bioscopen, tv-zenders,

¹¹⁰ <https://www.ifcic.fr/en/homepage/>

streamers, adverteerders, videoplatformdiensten, etc.¹¹¹ Het cinemagedeelte wordt gefinancierd door een aanvullende belastingen op: (1) bioscooptickets (gemiddeld 11% van de ticketprijs), (2) televisieomroepen (5,5% van de omzet van de zenders, waarvan iets meer dan een derde gaat naar cinema), en (3) videopublicatie (2% van de omzet van online zender, waarvan 85% gaat naar cinema). Wat opvalt is het grote aandeel aan steun dat gericht is op distributie en promotie.¹¹²

Steun voor exploitatie.¹¹³ Deze vorm van ondersteuning richt zich tot investeringen in de oprichting, modernisering en uitbreiding van vestigingen, met een arthousesteun die het systeem vervolledigt (zie volgende punt). De steun voor arthouses laat eveneens toe om vertoners met een gevarieerde programmatie te ondersteunen, alsook mogelijke uitbreidingen en moderniseringsinspanningen die op de planning staan.

Soort steun	Begunstigde	Aantal	Gemiddeld (in €)	Totaal (in €)
Arthouse-steun	Exploitanten	1.122	180.459	16.000.000
Creatie en renovatie van zalen	Exploitanten	37	180.459	6.677.000
Moeilijke programmatie	Exploitanten	32	41.622	1.540.000

Tabel 54. Ondersteuning voor exploitatie: soorten en bedragen

Ondersteuning voor arthousebioscopen. Om de titel van 'arthouse' (*Arts et Essais*) te verkrijgen, moeten bioscopen aan strenge criteria voldoen. Dit laat toe om een selectieve financiële steun toe te kennen aan arthousebioscopen om de programmatie en promotie van arthousefilms te belonen, alsook de organisatie van bijhorende activiteiten.¹¹⁴ De overheid maakt een onderscheid tussen bioscopen in grote en kleine steden/gemeenten. Verder is de steun gebaseerd op een automatische index uitgaande van het aandeel vertoningen in verhouding tot het totaalaanbod. Binnen de kleinere steden worden drie labels aan arthouses toegekend: (1) onderzoek en ontdekking, (2) jong publiek, en (3) archieftitels. De classificatie heeft gevolgen voor de financiële ondersteuning die een vertoner ontvangt.

Groep 1: Bioscopen in grote steden		Steun per bezoek	Groep 2: Bioscopen in kleine steden/gemeenten		Steun per bezoek
Categorie A	Steden > 200.000-100.000 inwoners	€ 1,5	Categorie C	Kleine steden <100.000 inwoners	€ 1,5
Categorie B	Gemeente <100.000 bewoners Steden tussen 100.000-200.000 inwoners	€ 1,5	Categorie D	Kleine steden tussen 20.000-100.000 inwoners	€ 1,5
			Categorie E	Kleine steden < 20.000 inwoners	€ 2,5

Tabel 55. De categorisering van arthouses en bijhorende ondersteuning

Daarnaast is er ook een hogere steun mogelijk voor exploitanten die zich inspannen om een hoogstaande arthouseprogrammatie op poten te zetten, maar ook de spelers die (sterk) inzetten op filmeducatie en publiekswerking. De mate van ondersteuning is afhankelijk van de

¹¹¹ <https://www.senat.fr/rap/r22-610/r22-6106.html>

¹¹²

<https://www.cnc.fr/documents/36995/1617915/Les+pratiques+cin%C3%A9matographiques+des+Fran%C3%A7ais.pdf/be83673f-2f27-57ee-4027-0f1fac23ea0d?t=1663767529771>

¹¹³ https://www.senat.fr/rap/r22-610/r22-610_mono.html#toc148

¹¹⁴ https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/cinema/exploitation/classement-art-et-essai_191276#:~:text=Le%20classement%20art%20et%20essai,une%20politique%20d'animation%20adapt%C3%A9e.

middelen waarover een speler reeds beschikt en het culturele aanbod in de buurt van de bioscoop. De coëfficiënt is verder gebaseerd op criteria zoals: (1) de demografie van de lokale bevolking, (2) outreach-werk, vooral met betrekking tot kinderen en ouderen, (3) de kwaliteit van informatie die ze verlenen aan het publiek en (4) het aantal vertoningen in de originele versie. Er kan ook een reductiecoëfficiënt worden toegepast op basis van criteria als de ontvangst- en comfortomstandigheden in bioscopen, de diversiteit van getoonde films, en het aantal films en vertoningen.

Publieksontwikkeling en de promotie van een filmcultuur

Cinema Indépendants de Paris (CIP¹¹⁵). Het CIP vertegenwoordigt haar leden vanuit een nationaal en internationaal perspectief bij overheden, professionele instellingen en overige mediapartners. In totaal zijn er zo'n 21 bioscopen aangesloten bij het CIP. De organisatie richt zich onder meer op filmeducatie en wil de onafhankelijke filmsector in Parijs versterken met gezamenlijke acties, gedeelde programmaties en vertoningen. Het CIP kent verschillende acties, gericht op diverse doelgroepen:

- Het deelnemen aan filmwijsheid van alle doelgroepen, en vooral jongeren via initiatieven zoals het **College au Cinéma** dat studenten de mogelijkheid biedt om drie films per jaar te ontdekken tijdens specifieke vertoningen, om zo de fundamenteën van hun filmcultuur te leggen of het **lycéens et apprentis au cinéma** dat studenten leert om een film in zijn historische en esthetische context te plaatsen, bovenop het leren identificeren van de problemen van een film.
- Het promoten van innovatieve films om een nieuw publiek aan te trekken via initiatieven zoals **L'Enfance de l'Art**: een programmatie geselecteerd door de CIP voor kinderen tussen twee en twaalf jaar om hen kennis te laten maken met filmcreatie; **The Breakfast Club (...but at night)**: een filmclub opgericht en georganiseerd voor studenten voor de 15-25-jarigen.

Centre national du Cinéma et de l'Image animée (CNC). Het CNC ondersteunt initiatieven rond publieksontwikkeling en de ontwikkeling van een filmcultuur binnen haar promotiesteun. Deze ondersteuningsmaatregel wordt geschat op €30,1 miljoen in 2023 en neemt de vorm aan van: (1) steun voor het Agence pour le Développement Régional du Cinéma (ARDC)¹¹⁶; (2) financiering van verschillende structuren waaronder: festivals, La Cinémathèque Française (beheer van de documentairefilmcatalogus); (3) een bijdrage aan educatieve acties of voor bevolkingsgroepen in precarie situaties; (4) een subsidie aan verenigingen voor culturele promotie en filmeducatie.

¹¹⁵ <https://www.cinemasindependantsparisiens.fr/les-cinemas/>

¹¹⁶ Het ADRC is opgericht om de ontwikkeling van kleinschalige productie en lokale cinema in kleine en middelgrote steden te ondersteunen en te bevorderen. Het agentschap richt zich op:

a) steun aan bioscopen door toegang tot films: door de verspreiding van kopieën, naast de exemplaren die door de distributeur worden aangeboden, om bioscopen sneller toegang te geven tot een veelheid aan films, voornamelijk Europese, en vooral Franse, en meestal arthouse.

b) advies: het ADRC voert op aanvraag overleg over projecten om zalen te creëren of te transformeren, via studies en economisch en architectonisch advies;

c) de promotie van erfgoed: er werden 453 films uitgezonden in 2021 en 152 animatiesessies (conferentie, concert, workshops) georganiseerd in 2021;

d) de uitbouw van een kenniscentrumfunctie voor de bioscoopsector (distributievoorzwaarden, verhouding distributeur/exposant), met de ambitie om een informatiecentrum te worden dat zijn leden en andere stakeholders wil informeren en opleiden.

Soort steun	Totaal (in €)
Cinémathèque Française, bibliotheek voor documentairefilms en distributie van cinematografisch erfgoed in de regio	22.244.000
Filmeducatie	4.483.000
ARDC	1.911.000
Burgerlijke dienst	1.485.000

Tabel 56. Steun voor promotie: soorten en bedragen

Passerelle is een online platform¹¹⁷ voor mensen die in armoede leven of in gebieden van sociale en economische armoede. Het doel is om een link te creëren tussen films, bioscopen en kwetsbare doelgroepen die arthousebioscopen vaak niet bereiken. Het aanbod bestaat uit arthousetitels die momenteel in de bioscoop te zien zijn, maar omvat ook aanvullende informatie, educatieve dossiers en achtergrondinformatie over de film.

“Tickets suspendus” helpt mensen in armoede alsnog te laten genieten van een cinemabezoek. Bij de ingang van deelnemende bioscopen staat er een gemeenschapsbox waar bezoekers wisselgeld en het einde van abonnementskaart kunnen inleveren. De opzet is om dit vervolgens te delen met mensen die zich een reguliere ticket niet kunnen veroorloven door het ingezamelde geld om te zetten in bioscooptickets van €4.¹¹⁸ Wie een film wil zien, kan deze aan de kassa aanvragen en gratis één van de vertoonde films ontdekken. Het initiatief is ontworpen als een manier om te ‘delen en ontdekken’ en heeft sinds de lancering tussen de 1.500 en 2.000 gratis bezoeken gegenereerd, vergeleken met ongeveer 190.000 betaalde bezoeken.

Pass Culture. De Cultuurpas richt zich tot jongeren (15-18 jaar).¹¹⁹ Het is een applicatie waarop jongeren zich registreren in ruil voor krediet om zo een plek te reserveren binnen het cultureel aanbod in hun buurt. Het bestaat uit twee varianten: een collectief deel voor klassenprojecten binnen scholen. Hiermee kan een leerkracht artistieke en culturele activiteiten voor de klas financieren (bv. ontvangen van gasten, het bezoeken van monumenten, het deelnemen aan workshops, etc.) en een individueel deel voor jongeren (al dan niet schoolgaand) die sinds januari 2022 profiteren van een krediet met de Cultuurpas. Met dit krediet hebben ze toegang tot culturele producten en diensten zoals bioscoop-, concert-, theatertickets, museumtickets, boeken, etc. Het krediet varieert afhankelijk van de leeftijd van de studenten: € 20 voor jongeren vanaf vijftien jaar; € 30 voor jongeren van zestien en zeventien jaar. Jongeren vanaf achttien jaar hebben een krediet van € 300, te besteden over twee jaar.

¹¹⁷ <https://www.passerellecine.org/passerelle-c-est-quoi.html>

¹¹⁸ https://www.cnc.fr/cinema/actualites/tickets-suspendus--le-cinema-pour-tous_1002415

¹¹⁹ <https://www.education.gouv.fr/un-pass-culture-pour-les-collegiens-et-les-lyceens-325945>

7.4. Franse Gemeenschap

Vertonersveld en profiel van de spelers

Het vertonerslandschap binnen de Franse Gemeenschap omvat bioscopen (multiplexen en arthouses), filmclubs en culturele centra (gesubsidieerd door COCOF). In de bijlagen is het volledig overzicht van vertoners opgenomen.

Tickets en formules

Cineville verenigt diverse vertoners in Brussel en Wallonië met in Brussel Galeries, Palace, Aventure, Vendôme, Cineflagey, Nova, Cinema RITCS en Cinematek en in Wallonië Quai10 in Charleroi, Churchill, Le Parc en Sauvinière in Luik, Plaza Arthouse Cinema in Bergen en tenslotte Caméo in Namen.¹²⁰ De Cineville-pas biedt onbeperkte bioscoopvertoningen vanaf €18 per maand (jongeren onder de 26 jaar) en €21 per maand (filmbezoekers boven de 26 jaar) in Brussel en Wallonië (Charleroi, Namen, Luik en Bergen). De pas geeft toegang tot nieuwe releases, maar ook tot avant-premières, retrospectieven van klassiekers, speciale vertoningen en filmfestivals die plaatsvinden in de aangesloten bioscopen. De voorbije jaren investeerde het CCA 2x €20.000 in de promotie en communicatie van Cineville.

UGC biedt verschillende formules aan, aangepast aan de frequentie van bioscoopbezoeken of de leeftijd van de bioscoopbezoeker: zeven dagen per week onbeperkt voor €20,90 per maand, €17,90 voor jongeren onder de 26 jaar; UGC Duo voor €35,50 per maand; UGC beperkt tot de week of het weekend voor €17,90 per maand. De gemiddelde ticketprijs voor een UGC-bezoek in Brussel is €13,60.

Kinepolis biedt in haar complexen in Brussel en Wallonië eveneens voordeelkaarten aan met vouchers voor verschillende groepen: Gezinnen: zes vouchers voor € 68,30; Cinefielen: tien vouchers voor €115; studenten: 25% korting op een filmticket, 25% korting op snacks, een gratis filmticket voor verjaardag, voordeliger tarief voor bioscoop-events. De gemiddelde ticketprijs in Brussel is €13,80 en €13,40 in Wallonië.

Pathé Belgium is in Wallonië aanwezig in Charleroi, Namen, Louvain-la-Neuve, Verviers, Marche en Famenne en Libramont, naast complexen in Genk, Sint-Niklaas, Maasmechelen en Lanaken. De groep exploiteert in totaal tien bioscopen voor 90 zalen met 300 films en 150.000 vertoningen per jaar.¹²¹ In tegenstelling tot Frankrijk waar Pathé een onbeperkte formule aanbiedt (zie 5.3.1), biedt Pathé België enkel een voordeelkaart aan met vijf vouchers voor € 45. De gemiddelde ticketprijs is € 13,80.

J'peux pas, j'ai cinema werd in 2020 in het leven geroepen naar aanleiding van de heropening van cinemazalen. Het Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel (CCA) stelde duizenden kaartjes ter beschikking voor 1 euro. Vanwege het grote succes groeide de campagne uit tot een jaarlijks evenement om zo mensen aan te moedigen om samen films te (her)ontdekken tegen een lage prijs. Gedurende de hele maand september (2023) werden er

¹²⁰https://audiovisuel.cfwb.be/fileadmin/sites/sgam/uploads/Ressources/Publications/Bilans_Centre_du_Cinema_et_de_l_Audiovisuel/Bilan_2022.pdf

¹²¹ <https://www.pathe.be/fr/actualites/pathe-belgique-1>

meer dan 37.600 tickets vrijgegeven. Het aanbod bestond uit vijftig arthouse- en auteursfilms gedistribueerd door FWB-erkende distributeurs, titels die ondersteuning ontvingen van het CC, en/of erfgoedfilms ouder dan 25 jaar. In totaal namen er 33 bioscopen en culturele centra deel aan de vierde editie van het evenement. Om de vertoners alsnog te compenseren, betaalt het CCA voor elk verkocht ticket, €8 aan de bioscoop of het cultureel centrum.

Beleidsondersteuning

De Comission Communautaire Française (COCOF). COCOF biedt steun aan vzw's die actief zijn in de promotie en distributie van audiovisuele producten in Brussel, bijvoorbeeld door de organisatie van festivals, filmclubs, audiovisuele opleidingen op scholen en in het kader van filmeducatie.

De Réseau Action Culturelle Cinéma (RACC¹²²) vergoedt de vertoningsrechten voor arthousefilms, internationale films en Franstalige-belgische films voor vzw's. Via deze weg biedt de COCOF de mogelijkheid van een bredere distributie van hedendaagse films, maar ook Belgische en buitenlandse films die in België weinig tot niet worden vertoond. Een voorbeeld is het Festival Cinéma Méditerranéen de Bruxelles (Cinemamed¹²³), waarvan COCOF medeorganisator is. Vertoningen worden georganiseerd in samenwerking met verschillende Brusselse verenigingen, maar ook voor leningen en kinderen in scholen en bibliotheken.

Bruxelles fait son cinema¹²⁴ is een reeks van filmvertoningen in open lucht, georganiseerd door COCOF in samenwerking met Libération Films Animation.¹²⁵ Deze vzw, eveneens actief in Vlaanderen (Bevrijdingsfilms), ontfermt zich over de distributie van films die over bepaalde maatschappelijke problematieken gaan én brengt daarnaast ook filmvertoningen naar plaatsen waar de infrastructuur ontbreekt.

Centre du cinéma et de l'audiovisuel. De CCA biedt zeven soorten ondersteuningsmechanismen die zich hoofdzakelijk richten op de productie, distributie en exploitatie van arthousefilms. Het grootste deel van haar budget gaat naar creatie. Zo ging er in 2023, €13.256.500 naar de productie van langspeelfilms, kortfilms, documentaires en Films Lab. In 2023 droeg de Fédération Wallonie-Bruxelles (FWB) ruim €24,6 miljoen bij aan het budget van de CCA. Opgeteld bij de €18,5 miljoen die zenders en distributeurs rechtstreeks investeerden, zorgde dit voor een aanzienlijk budget voor de sector en werd het record van 2022 overtroffen (€41,6 miljoen).

Steun voor filmexploitanten. In 2023 ontvingen elf filmexploitanten financiële ondersteuning van het CCA, goed voor zo'n 1.300.000 euro in totaal. De toegekende steun maakt deel uit van subsidies van twee jaar (2023-2024) voor Ciné4 en Palace of vier jaar (2023-2026) voor de overige negen exploitanten (Cinéflagey, Nova, Aventure, Galeries, Caméo, Plaza Arthouse Cinema, Vendôme, Quai 10 en Le Parc, Churchill & Sauvenière).

¹²² <https://www.racc.be/fonctionnement>

¹²³ <https://www.cinemamed.be/historique-2/>

¹²⁴ <https://bruxellesfaitsoncinema.be/%C3%A0%20propos>

¹²⁵ <https://www.liberationfilms.be/nous-contacter.php>

Opérateur	Durée de la subvention	Montant (EUR)
Ciné4	2 ans (2023-2024)	30 000
Cinéflagey	4 ans (2023-2026)	60 000
Nova	4 ans (2023-2026)	90 000
Aventure	4 ans (2023-2026)	100 000
Galleries	4 ans (2023-2026)	100 000
Caméo (Les Grignoux)	4 ans (2023-2026)	120 000
Plaza Arthouse Cinema	4 ans (2023-2026)	120 000
Vendôme	4 ans (2023-2026)	150 000
Quai 10	4 ans (2023-2026)	150 000
Le Palace	2 ans (2023-2024)	150 000
Le Parc, Churchill & Sauvenière (Les Grignoux)	4 ans (2023-2026)	230 000
Total		1 300 000

Tabel 57. Overzicht van exploitanten die steun ontvangen van het CCA¹²⁶

De steun voor filmexploitanten richt zich dus hoofdzakelijk tot arthousebioscopen. Om ondersteuning van het CCA te genieten, moeten bioscopen zich in het FWB bevinden; ervoor zorgen dat minimum 70% van de vertoningen bestaat uit arthousefilms; zich hoofdzakelijk richten tot de promotie en distributie van Franstalige-Belgische arthousefilms of films die niet in profitbioscopen vertoond worden en zich inzetten voor een brede toegang en participatie van het publiek, wat zich vertaalt in de ontwikkeling van filmeducatie- en filmswijsheidscampagnes.

2019	2020	2021	2022	2023
1.050.000	1.075.000	1.075.000	1.062.500	1.300.000

Tabel 58. Overzicht van het budget van het CCA voor de ondersteuning van filmexploitanten¹²⁷

Naar aanleiding van de pandemie introduceerde het CCA ook een relancesteunmaatregel *Aide aux cinémas de proximité*. Hiermee beoogde ze de ondersteuning van kleine bioscopen in gebieden met een relatief lage bevolkingsdichtheid om (1) het aanbod voor iedereen te vergroten en promoten, en (2) lokale bioscopen aan te moedigen om een deel van hun programmatie te reserveren voor arthousefilms (inclusief Belgisch/Franstalige films). In 2022 ontvingen 27 bioscopen ondersteuning via deze subsidiemaatregel, goed voor €322.500.

Steun aan festivals. Festivals kunnen eveneens aankloppen bij de CCA voor financiële ondersteuning (tussen €2.500 en €150.000). Hiervoor moet het festival: (1) plaatsvinden in FWB, (2) zich hoofdzakelijk richten tot de distributie en promotie van cinema, met in het bijzonder Belgische arthousefilms in de Franse taal of films die zelden in FWB vertoond worden, (3) zich inzetten voor culturele diversiteit, (4) een brede toegang en participatie bevorderen. In 2023 ontvingen twintig filmfestivals ondersteuning, goed voor een totaalbedrag van €1.017.000.

¹²⁶ CCA (2024)

¹²⁷ CCA (2024)

Opérateur	Durée de la subvention	Montant (EUR)
VKRS Festival	2 ans (2023-2024)	5 000
Courts Mais Trash	2 ans (2023-2024)	8 000
International Dance Film Festival Brussels	4 ans (2023-2026)	8 000
The Extraordinary Film Festival	1 an (2023)	10 000
Elles tournent	2 ans (2023-2024)	10 000
En ville!	2 ans (2023-2024)	10 000
À travers Champs	2 ans (2023-2024)	10 000
Pink Screens	4 ans (2023-2026)	10 000
Brussels Art Film Festival (BAFF)	2 ans (2023-2024)	16 000
Festival du film documentaire Millenium	4 ans (2023-2026)	30 000
Festival International de Cinéma Jeune Public (Filem'on)	4 ans (2023-2026)	30 000
Offscreen Film Festival	4 ans (2023-2026)	30 000
Cinémamed	4 ans (2023-2026)	50 000
Festival du Court Métrage de Bruxelles (BSFF)	4 ans (2023-2026)	75 000
Brussels International Film Festival (BRIFF)	4 ans (2023-2026)	85 000
Love International Film Festival Mons	4 ans (2023-2026)	100 000
Tournai Ramdam Festival	2 ans (2023-2024)	120 000
Festival du Film Fantastique de Bruxelles (BIFFF)	4 ans (2023-2026)	120 000
Anima	4 ans (2023-2026)	140 000
Festival du Film Francophone (FIFF)	4 ans (2023-2026)	150 000
Total		1 017 000

Tabel 59. Overzicht van festivals die ondersteuning in ontvangst namen¹²⁸

Steun aan de organisatie van evenementen bij vertoners. Om deze steun (maximum € 4.000) te krijgen moet de producent van de film Franstalig zijn en met een productiesteun van de CCA gemaakt zijn; (2) te zien zijn in minimaal tien vertoningen buiten festivals (betaald of gratis) in het Franstalige gebied en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest gedurende een periode van maximaal zes maanden, op minstens vier verschillende vertoningslocaties te zien zijn. De tien sessies maken deel uit van een promotioneel evenement: debat, concert, tentoonstelling, etc.

Steun aan releases in cinema. Om deze steun te krijgen moet de film: (1) Franstalig zijn of productiesteun hebben gekregen; (2) Een speelfilm zijn, een creatieve documentaire van meer dan 60 minuten, een FilmLab van meer dan 60 minuten of korte films ingevoegd in een programma van meer dan 60 minuten; (3) uitgezonden worden in minimaal honderd betaalde vertoningen gedurende een periode van zes opeenvolgende maanden in de Belgische bioscopen, in Brussel en in Wallonië (inclusief een minimum van 50 vertoningen in Wallonië). Er kunnen maximaal 20 sessies in Vlaanderen geteld worden; (4) Tijdens de eerste week uitgezonden in minimaal 200 betaalde vertoningen in de Belgische bioscopen (in Brussel en in Wallonië). De steun wordt verleend aan de distributeur en bedraagt maximum € 20.000 voor speelfilms met een goedgekeurd distributeur en maximum € 10.000 voor Franstalige films zonder goedgekeurd distributeur.

¹²⁸ CCA (2024)

Publieksontwikkeling en stimuleren van een filmcultuur

La Quadrature du Cercle is een netwerkorganisatie en brengt meer dan vijftig filmprogrammeurs uit de niet-commerciële sector in Brussel en Wallonië samen. Het gaat hoofdzakelijk over programmeurs van culturele centra, maar ook filmclubs, lokale bioscopen en verenigingen. Dit initiatief beoogt o.a. om de circulatie van Franstalige-Belgische én Europese titels te bevorderen. Concreet komt de financiële ondersteuning uit het CCA neer op zo'n €50.000 voor de periode 2023-2025.

Les Samedis du cinéma is een educatieve filmclub, georganiseerd door Clap-Education vzw. Twintig zaterdagen per jaar worden er twee vertoningsessies aangeboden in Cinema Vendôme tegen een competitieve prijs (€2,5): één voor kinderen vanaf vijf jaar en één voor ouders (recente films, avant-premières of klassiekers). Via deze vertoningen en in combinatie met educatieve activiteiten, stimuleert de vzw de filmeducatie van kinderen en promoot het Belgische cinema. Voor de periode 2022-2024 investeert het CCA €25.000 in de vzw om deze activiteiten te realiseren.

Le P'tit Ciné (Brussel) verbindt de socio-culturele en audiovisuele sector via een reeks vertoningen van auteursfilms met een nadruk op documentaires (hedendaags en erfgoed), bijhorende publiekswerking (o.a. workshops die focussen op een thema van de documentaire) en een filmfestival 'En Ville!' rond stedelijke thema's. Daarnaast bieden ze na de vertoning, indien mogelijk, ook een Q&A aan met de filmmaker. Hier gaat het om een CCA-ondersteuning van 20.000 euro voor de periode 2023-2024.

Cinéastes en Classe.¹²⁹ Met dit initiatief kunnen leraren uit het basis- en secundair onderwijs in de FWB Belgische filmprofessionals uitnodigen om over hun beroep te komen praten en/of een productieproject te delen met de leerlingen. In 2022 namen 25 filmmakers deel aan 43 momenten in de klas (zeventien in 2021) voor een gemiddelde duur van 2,7 uur (1,5 uur in 2021). Het totale budget dat wordt besteed aan de betaling van filmmakers voor 2022 bedraagt € 9.118.

De tabel hieronder geeft een aantal voorbeelden van initiatieven gericht op filmeducatie. Het grootste deel van de steun gaat naar Brusselse organisaties of spelers.

Speler	Locatie	Categorie
<i>Centre de l'Audiovisuel à Bruxelles</i>	Brussel	Workshop
<i>Wallonie Image Production (WIP)</i>	Luik	Workshop
<i>Atelier de Réalisation et de Recherches Expérimentales Cinéma-Vidéo (ARRECV)</i>	Brussel	Workshop
<i>Les Ateliers de Productions Audiovisuelles Coopératifs de la Haute Ecole Libre de Bruxelles</i>	Vorst	Workshop
<i>Mediadiffusion</i>	Louvain-la-neuve	Workshop
<i>Atelier de Production de la Cambre</i>	Elsene	Workshop
<i>Dérives</i>	Luik	Workshop
<i>Atelier Graphoui</i>	Laken	Workshop
<i>Atelier Jeunes Cinéastes (AJC!)</i>	Anderlecht	Workshop
<i>SoundImageCulture (SIC)</i>	Sint-Gillis	Workshop
<i>Camera-etc</i>	Luik	Workshop

¹²⁹ <https://audiovisuel.cfwb.be/activites/cineastes-en-classe/>

<i>Zin TV</i>	Vorst	Workshop
<i>Zorobabel</i>	Vorst	Workshop
<i>Groupe socialiste d'Action et de Réflexion sur l'Audiovisuel (GSARA)</i>	Sint-Joost-ten-Node	Workshop
<i>Centre Vidéo de Bruxelles (CVB)</i>	Schaerbeek	Workshop
<i>Ca tourne</i>	FWB	Platform dat alle ateliers overkoepelt
<i>Ecran Large</i>	FWB	een initiatief van les Grignoux, met een aanbod van arthousecinema voor scholen in de arthousebioscopen gelegen in de grootste steden
<i>Le Parc distribution</i>	FWB	Tegenhanger van JEF in Vlaanderen, distributiespeler die specifieke vertoning en publiekswerking voorziet voor kinderen

Tabel 60. Voorbeelden initiatieven ondersteund door de FWB¹³⁰

7.5. Nederland

Vertonersveld en profiel van de spelers

Het Nederlandse vertonerslandschap kent een praktische tweedeling van **bioscopen** en **filmtheaters**. Deze verschillen sterk van elkaar op vlak van organisatie, bedrijfsvorm en het aanbod, maar ook als het gaat over de infrastructuur (geluid, beeld en stoelen) en de aanwezigheid van horeca.¹³¹ De bioscopen (concern, onafhankelijk of arthouse) kenmerken zich door een dagelijkse programmering, betaalde medewerkers, meerdere zalen, inkomsten uit omzet aangevuld door subsidies en het belang van horeca.¹³² Meer dan de helft van de bioscopen maakt deel uit van een (internationaal) concern: Pathé Bioscopen, Kinopolis Nederland of Vue Nederland. De overige behoren tot de categorie van de onafhankelijke bioscopen. Hiertoe behoren de arthouses.

	Bioscopen	Schermen	Stoelen (x 1.000)	Gemiddeld aantal schermen	Gemiddeld aantal stoelen/ scherm
2022	156	835	129,2	5,4	155

Tabel 61. Nederlandse vertonerslandschap naar bioscopen en schermen¹³³

Keten	Recette (%)	Bezoek (%)	Bioscopen	Schermen	Stoelen
<i>Pathé Bioscopen</i>	46,8%	45%	30	254	4.944
<i>Kinopolis Nederland</i>	12,2%	10,9%	19	144	24.296
<i>Vue Nederland</i>	12,3%	12,3%	19	127	17.686
<i>Onafhankelijken (commercieel)</i>	19,7%	21,2%	87	318	39.295
<i>Filmtheaters</i>	8,9%	10,5%	123	226	26.779

Tabel 62. Marktaandeel bioscoopexploitanten¹³⁴

¹³⁰ <https://www.odwb.be/explore/dataset/les-operateurs-audiovisuels-soutenus-par-la-federation-wallonie-bruxelles/export/?disjunctive.categorie>

¹³¹ Film Kenniscentrum (2021)

¹³² Film Kenniscentrum (2023)

¹³³ Nederlandse Vereniging van Bioscopen en Filmtheaters (2023)

¹³⁴ NVBF (2024)

Naast de multiplexen zijn er de **grote en kleine filmtheaters**. Grote filmtheaters hebben een dagelijkse vertoning en beschikken over twee of meer zalen. Kleine filmtheaters hebben vrijwel geen dagelijkse vertoning of eigen locatie, maar maken gebruik van een schouwburg, theater of cultureel centrum. Daarnaast zijn de medewerkers hoofdzakelijk vrijwilligers en ontvangen de vertoners amper subsidies of horeca-inkomsten. De grote filmtheaters beschikken doorgaans wel over een horeca-aanbod dat een belangrijke inkomstenbron vormt, terwijl de kleine filmtheaters dit niet hebben.¹³⁵ Naast de filmtheaters zijn er ook nog de **filmhuizen**. Een belangrijk criterium hier is dat zij geen lid zijn van de branchevereniging Nederlandse Vereniging van Bioscopen en Filmtheaters (NVBF) omdat ze niet over de nodige infrastructuur beschikken (DCP-apparatuur).¹³⁶ ¹³⁷ Dit is vrijwel het enige kenmerk dat de filmhuizen onderscheidt van de kleine filmtheaters en doorgaans gelijken de beide soorten vertoners sterk op elkaar, ook wat het aanbod betreft. Zowel de kleine filmtheaters en filmhuizen bevinden zich in het tweede of derde circuit, wat betekent dat ze films pas weken of maanden na de release mogen vertonen. Dit in vergelijking met bioscopen en grote filmtheaters die zich richten op het eerste circuit (premières).¹³⁸

In 2023 openden heel wat nieuwe theaters hun deuren: Pathé Ypenburg in Den Haag met acht zalen, The (Any)Thing met zes zalen, de Koning van Engeland met drie zalen in Hulst, Theater de Eendracht in Gemert kreeg een filmzaal en Filmhuis Breda opende met twee zalen.¹³⁹

	Filmtheaters	Schermen	Stoelen (x 1.000)	Gemiddeld aantal schermen per filmtheater	Gemiddeld aantal stoelen per doek
2022	45	140	14,3	3,1	102
2023	134	226	26,8	1,7	118,6

Tabel 63. Schets van de filmtheaters in Nederland

Bovenstaande tabel geeft een overzicht van het aantal filmtheaters in Nederland. Belangrijk hierbij is dat het NVBF sinds 2023 geen onderscheid meer maakt tussen kleine en grote filmtheaters of degene met en zonder een weekprogramma.

Bezoekers

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Bezoek film (in miljoen)	35,7	38,0	16,8	14,2	25,0	31,3
Nieuw uitgekomen films	480,0	492,0	340,0	297,0	468,0	502,0
Nieuwe Nederlandse films	66,0	75,0	43,0	50,0	83,0	77
Bezoek Nederlandse film (in miljoen)	4,0	4,5	3,6	3,3	4,0	4,3
Bezoek Nederlandse film (in %)	11,2	11,8	21,7	23,1	14,7	13,7

Tabel 64. Bezoekersaantallen 2018-2023¹⁴⁰

¹³⁵ Film Kenniscentrum (2021)

¹³⁶ Film Kenniscentrum (2023)

¹³⁷ Naast het NVBF is er ook het Nederlands Filmtheater Overleg (NFO), die zich uitspreken voor de (middel)grote gesubsidieerde filmtheaters in Nederland. Momenteel zijn er 27 filmtheaters aangesloten bij het NFO (zie bijlage 7).

¹³⁸ Film Kenniscentrum (2021)

¹³⁹ NVBF (2024)

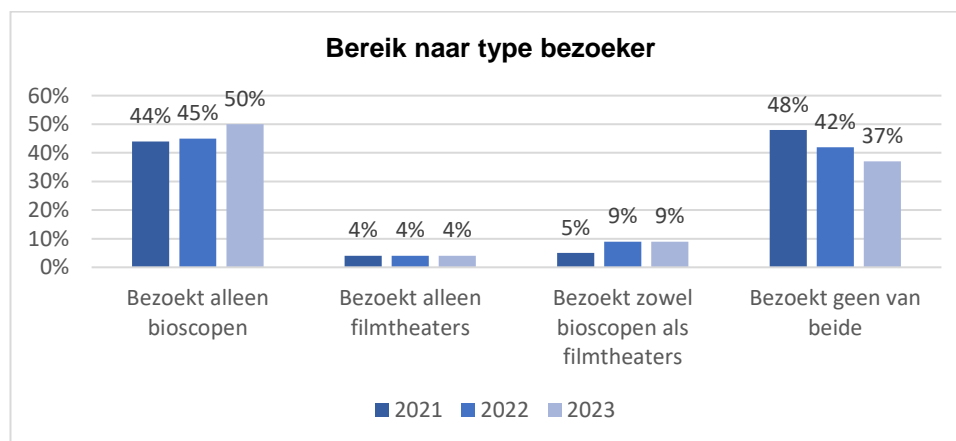
¹⁴⁰ NVBF (2023); NVBF (2023)

Het bezoek aan Nederlandse bioscopen en filmtheaters stijgt opnieuw, voor het tweede jaar op rij na de pandemie. Hoewel er nog geen volledig herstel is van de pre-corona situatie, neemt dit niet weg dat bioscopen en filmtheaters het duidelijk elk jaar beter doen (wat dus in lijn ligt met de omliggende landen). Zo is er in 2023 sprake van een **stijging van 27% in het aantal verkochte tickets in vergelijking met 2022**. Opvallend is dat het **vooral de filmtheaters zijn die goed scoren, met een stijging van 50%** in het aantal verkochte filmtickets. De stijging valt, onder andere, te verklaren door het succes van een reeks blockbusters. Het succes van zowel *Barbie* als *Oppenheimer* was ook op te merken in de filmtheaters, die de grote titels eveneens vertoonden. Daarnaast was ook de Vlaams-Italiaanse productie *De Acht Bergen* een groot succes in de filmtheaters. De Nederlandse box office van 2023 kwam hierdoor neer op € 338 miljoen, een stijging van 31%.¹⁴¹

Jaar	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Box office bioscopen en filmtheaters (in miljoen €)	312,3	347,6	151,6	142,0	258,5	338,1
Box office enkel filmtheaters (in miljoen €)	22,6	26,0	15,1	11,0	19,8	N.A

Tabel 65. Box office in bioscopen en filmtheaters (miljoen in €)

63% van de Nederlanders geeft aan minimum één keer naar de bioscoop of een filmtheater te zijn geweest in 2023. Dit betekent een stijging in het aantal bezoeken in zowat alle leeftijdsgroepen, behalve de groep van 12-23-jarigen. Daarnaast valt het op dat er niet alleen meer mensen naar de bioscoop gingen, maar dat ze dit ook vaker deden. Het gemiddeld aantal bezoeken aan een bioscoop of filmtheater lag in 2023 tussen de drie en vier keer. Het is belangrijk om hier te benadrukken dat het doorgaans gaat om mensen waarvoor een bioscoopbezoek reeds een populaire vrijetijdsbesteding was.¹⁴²



Figuur 22. Bereik naar type vertoner en bezoeker

De gemiddelde leeftijd van een **bioscoopbezoeker** is 37 jaar. Hoewel er in 2022 nog meer vrouwen naar de bioscoop gingen (61%) dan mannen (55%), was dat in 2023 omgekeerd. Verder blijft het bioscoopbezoek een overduidelijke familiegebeurtenis en concentreert het zich rond de (sterk) stedelijke gebieden. Tot slot is een bioscoopbezoek ook populairder bij mensen met een relatief hoog inkomen.¹⁴³ De gemiddelde leeftijd van een **filmtheaterbezoeker** is 49 jaar, in vergelijking met 56 jaar pre-corona. Hoewel er dus op het

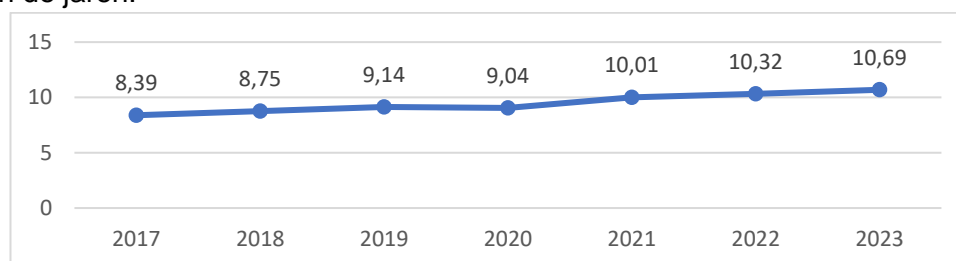
¹⁴¹ NVBF (2024)

¹⁴² NVPI (2024)

¹⁴³ NVPI (2024)

eerste zicht sprake is van een verjonging, moet dit ook genuanceerd worden. Zo was de gemiddelde leeftijd in 2022 nog 44 jaar en waren de filmtheaters ‘populair’ bij kinderen en jongeren. Dit is dus niet langer het geval. De gemiddelde leeftijd lijkt dus ook sterk samen te hangen met de vertoonde titels. De filmtheaterbezoeker is bovendien het sterkst vertegenwoordigd in de stedelijke gebieden. Daarnaast gaat het doorgaans over hoger opgeleide individuen en alleenstaanden.¹⁴⁴

Onderzoek van de NVPI (2023) toont aan dat er **drie hoofdredenen zijn waarom mensen een bioscoop of filmtheaterbezoek aan zich voorbij te laten gaan**: (1) voorkeur voor een andere vrijetijdsbesteding, (2) de mogelijkheid om thuis naar een film te kijken en (3) het filmaanbod is niet aantrekkelijk. De mogelijkheid om vanuit het comfort van de eigen omgeving naar een film te kijken, komt hoofdzakelijk terug bij de 15- tot 29-jarigen. Minder belangrijk is het prijskaartje van een bioscoopbezoek, hoewel hier doorheen de jaren wel een lichte stijging merkbaar is. Dit was anders in de bevraging in 2019, toen 25% aangaf dat bioscoopkaartjes te duur waren en dat dit ook de reden was waarom ze niet naar de bioscoop gingen.¹⁴⁵ Onderstaande grafiek geeft weer hoe de gemiddelde prijs van een bioscoopticket evolueerde doorheen de jaren.



Figuur 23. Gemiddelde ticketprijs van een bioscoopticket (2017-2023)

Hoewel het bij een groot deel van de nieuwe releases ging over Europese titels valt het op dat het bezoek ondermaats blijft, zeker in vergelijking met het percentage bezoekers aan films uit de Verenigde Staten.¹⁴⁶ Het is overduidelijk dat deze laatste categorie het grootst is binnen het aanbod, en dus ook verantwoordelijk is voor het grootste aandeel in de totale opbrengst van Nederlandse vertoners.

Land van herkomst	Aantal titels	Bezoek (%)	Recette (%)
<i>Verenigde Staten</i>	114	68.16%	71.10%
<i>Nederland</i>	83	16.6%	14.67%
<i>EU excl. Nederland</i>	142	6.72%	5.93%

Tabel 66. Filmaanbod per distributeur en marktaandeel.

Tickets en formules

De Stichting Nationale Bioscoopbon. Eén van de initiatieven om Nederlanders warm te maken voor een bezoek aan de bioscoop is de Nationale Bioscoopbon. Het gaat om een fysieke of digitale cadeaukaart waar mensen een bedrag op plaatsen, minstens €25, en vervolgens inwisselen voor een film naar keuze. De kaart geldt in bijna alle bioscopen en filmtheaters in Nederland. De Stichting Nationale Bioscoopbon voorzag in 2022 een volledige

¹⁴⁴ NVPI (2023, 2024)

¹⁴⁵ NVPI (2023); NVPI (2020, p. 15).

¹⁴⁶ NVBF (2023); NVPI (2024)

update waardoor er heel wat mogelijkheden tot personalisering zijn, in de hoop om zoveel mogelijk mensen aan te spreken en het aantal bezoekers aan bioscopen en filmtheaters te verhogen.¹⁴⁷

Cinevillepas. De Cinevillepas maakt het mogelijk om voor € 22.50 per maand onbeperkt naar de film te gaan in meer dan 70 Nederlandse filmtheaters en bioscopen. Voor mensen jonger dan 30 jaar komt dit neer op € 18,5 per maand. Het gaat telkens over een reguliere filmvertoning, maar in bepaalde gevallen geeft de pas ook toegang tot talkshows, premières en filmfestivals. De pas ondersteunt tegelijkertijd ook filmmakers, onafhankelijke filmtheaters en distributeurs. 9% van het lidmaatschapsgeld naar deze actoren.¹⁴⁸ Sinds 2022 wordt de Cinevillepas ook verdeeld in België door Cineville Belgium.

Picl. Het platform Picl is een samenwerking tussen 37 Nederlandse filmtheaters en de Stichting Nederlandse Film promotie. Picl pakt uit met recente releases, ook wanneer deze nog draaien in de cinemazalen. Picl is voor de selectie afhankelijk van de programmatie in de filmtheaters. Zo moeten gebruikers van het platform ook telkens een filmtheater selecteren. Picl maakt gebruik van een eenvoudig betaalmiddel waarbij mensen voor individuele titels betalen (de normale prijs van een bioscoopticket) en dus niet aan de hand van een abonnementsformule. Daarbij krijgen ze de mogelijkheid om dit geld te 'doneren' aan het aangesloten filmtheater. Ook distributeurs zoals MOOOV, Cinéart, Imagine en The Searchers ondersteunen en werken samen met het platform.¹⁴⁹ Picl is sinds 2021 ook actief in Vlaanderen via 5 bioscopen.

Lokale verankering. De lokale verankering is hoe dan ook merkbaar in de acties georganiseerd door de vertoners zelf: met de Alkmaarpas (€15) kunnen mensen een keer per jaar gratis naar de film én hebben ze een jaar lang €2.5 korting op een filmticket.¹⁵⁰ **Filmtheater Chassé** in Breda biedt voor € 12.50 per jaar een korting aan van € 1.50 bij elk filmbezoek. Daarnaast heeft deze vertoner ook een eigen cultuurfonds op poten gezet: het Chassé Cultuurfonds. Door verschillende activiteiten te organiseren met partners in de stad willen ze film toegankelijk maken voor zoveel mogelijk mensen uit de regio.¹⁵¹ Filmtheater 'De Nieuwe Scene' heeft haar eigen **DNS Filmpas**. Deze kost € 22 en geeft korting op een ticket per filmvertoning.¹⁵²

Beleidsondersteuning

In Nederland ontvangen vertoners ondersteuning van zowel de Nederlandse overheid (Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap), het Nederlands Filmfonds, als de steden en gemeenten en is er sprake van een sterke lokale verankering van het Nederlandse vertonerslandschap.

Subsidieregeling culturele basisinfrastructuur (2021-2024). Het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap ondersteunt vier Nederlandse filmfestivals die een bijdrage leveren

¹⁴⁷ Boon (2022); Stichting Nationale Bioscoopbon (z.d.).

¹⁴⁸ Cineville (z.d.).

¹⁴⁹ Picl (z.d.).

¹⁵⁰ Filmhuis Alkmaar (z.d.).

¹⁵¹ Chassé Theater (z.d.).

¹⁵² Filmtheater De Nieuwe Scene (z.d.).

op vlak van internationale uitwisseling, talentontwikkeling en vernieuwing. In de praktijk gaat het over een subsidie van € 4.657.000 die wordt verdeeld over vier filmfestivals: Cinekid Amsterdam (jeugdfilms), International Documentary Filmfestival Amsterdam (documentaires), International Filmfestival Rotterdam (arthousefilms) en het Nederlands Film Festival (Nederlandse film). Het ministerie zet deze lijn verder in de subsidieregeling voor de periode 2025-2028, waar het € 5.209.000 vrijmaakt voor filmfestivals. De festivals die buiten deze subsidieregeling vallen, hebben de mogelijkheid om aan te kloppen bij het Nederlands Filmfonds (zie volgend punt), het Fonds voor Cultuurparticipatie en het lokale niveau (gemeenten en provincies).¹⁵³

Het Nederlands Filmfonds. Het Nederlands Filmfonds zet zich in voor de (financiële) ondersteuning van Nederlandse films en talent, met een nadruk op de onafhankelijke producenten in het Nederlandse filmlandschap. Hoewel er ondersteuning is voor de positie van Nederlandse films in de bioscopen, ligt de hoofdmoot van het budget vooral in de financiële ondersteuning van de productie van titels en minder de vertoning.¹⁵⁴ Belangrijke initiatieven worden hieronder toegelicht.

Full Circle Vertoningsregeling. De zichtbaarheid van Nederlandse titels vormt een grote uitdaging voor de sector, zeker in de nasleep van de pandemie. De 'Full Circle Vertoningsregeling' moest er oorspronkelijk voor zorgen dat de Nederlandse titels niet zouden "verdwijnen" in het aanbod van de bioscopen als een gevolg van de massale post-Covid release van Hollywoodtitels. Filmtheaters en bioscopen in Nederland kwamen in aanmerking voor een vertoningsbijdrage van één euro per betalende bezoeker. Het maximumbedrag van de ondersteuning bedraagt € 100.000 per film.¹⁵⁵ Deze ondersteuning werd voor het laatst voorzien in 2022.

Daarnaast bestaat er ook extra ondersteuning voor de distributie van kinder- en jeugdfilms: (1) de maximum distributiebijdrage (print- en advertentiekosten) werd verhoogd naar € 40.000, (2) er werd een pilotsamenwerking op poten gezet met twaalf NFO-theaters die een gegarandeerde vertoningsplek zijn voor Nederlandse en internationale kinder- en jeugd(animatie)films en (3) distributeurs ontvangen een (extra) bijdrage voor de release van deze titels.¹⁵⁶

Subsidies voor filmfestivals. Filmfestivals in Nederland hebben de mogelijkheid om een projectsubsidie aan te vragen bij het Nederlands Filmfonds.¹⁵⁷ Belangrijk is dat het festival naast de ondersteuning van het Nederlands Filmfonds ook financiële steun moet ontvangen van de gemeente of provincie. De bijdrage van het Filmfonds is namelijk maximaal 30% van de totale kost. Er zijn drie verschillende subsidieniveaus:

¹⁵³ Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (2019)

¹⁵⁴ Nederlands Filmfonds (2020)

¹⁵⁵ Nederlands Filmfonds (2021)

¹⁵⁶ Nederlands Filmfonds (2022)

¹⁵⁷ Nederlands Filmfonds (2024)

Maximum € 65.000	Maximum € 40.000	Maximum € 20.000
Jaarlijkse gebeurtenis	Jaarlijks of tweejaarlijks	Jaarlijks of incidenteel
Zes aaneengesloten dagen (min)	Vier aaneengesloten dagen (min)	Twee aaneengesloten dagen (min)
Festivalbudget: € 300.000 - € 500.000	Festivalbudget: min € 150.000	Festivalbudget: min € 75.000
Publieksbereik van min 15.000 betalende bezoekers en publieksinkomst van min €50.000	Publieksbereik van min 5.000 betalende bezoekers en publieksinkomst van min € 20.000	Publieksbereik van min 1.250 betalende bezoekers en publieksinkomsten van min € 5.000
Vier eerdere festival edities	Drie eerdere festival edities	Twee eerdere festival edities

Tabel 67. Drie verschillende subsidieniveaus voor filmfestivals in Nederland

Digitalisering filmtheaters (2022).¹⁵⁸ De digitalisering van filmtheaters was een eenmalige tegemoetkoming in het kader van het herstelprogramma van het ministerie van OCW, met als doel de verouderde digitale projectoren in filmtheaters te vervangen. Concreet ging het over een maximale bijdrage van € 26.000 per filmzaal.

Stichting Abraham Tuschinski Fonds (SATF) en de btw-convenant. Het Abraham Tuschinski Fonds ontfermt zich allereerst over de productie van Nederlandse films, telkens met oog op een bioscooprelease. Daarnaast hoopt het ook om het aantal bezoekers aan bioscopen en filmtheaters te verhogen.¹⁵⁹ Een belangrijke maatregel die hieruit voortvloeit, is de btw-convenant. Het geld dat het SATF investeert in producties is afkomstig van de leden van de Nederlandse Vereniging van Bioscopen en Filmtheaters (NVBF) en Filmdistributeurs Nederland (FDN). Sinds 2018 geven zij een vaste bijdrage van € 0,15 per verkocht bioscoopkaartje. Vorig jaar besliste de Nederlandse overheid om dat bedrag jaarlijks te indexeren en af te stemmen op de gemiddelde prijsstijging van een bioscoopkaartje. De verdeling van de tegemoetkoming door filmvertoners en distributeurs bedraagt respectievelijk 60% en 40%.¹⁶⁰ In ruil genieten de bioscopen van een verlaagd btw-tarief, namelijk 9% in plaats van de gebruikelijke 21%.¹⁶¹

Provincies en gemeenten. Sinds de decentralisatie van het Nederlandse filmbeleid spelen provincies een kleine rol als het aankomt op de ondersteuning van filmvertoning. De verantwoordelijkheid ligt nu grotendeels bij de gemeenten, zeker als het gaat over de oprichting en (structurele) ondersteuning van lokale filmtheaters. Denk onder andere aan de (eenmalige) investering voor de bouw en inrichting van een locatie, maar ook als het gaat over het budget voor de praktische organisatie (waaronder evenementen) en programmering (zie tabel 25). De culturele infrastructuur op gemeenteniveau omvat verschillende steunniveaus specifiek voor filmvertoners: filmfestivals, incidentele filmvertoningen (voor kleine gemeenten tot 30.000 inwoners), kleinere filmvertoners (middelgrote gemeenten) en grote filmtheaters voor de artistiek waardevolle film (steden boven de 90.000 inwoners). Doorgaans gaat het in aantallen hoofdzakelijk over steun voor (kleine) filmtheaters en filmhuizen.¹⁶² Dit hoeft niet te verbazen, net omdat de meerderheid van de Nederlandse steden minder dan 90.000 inwoners telt. De grote filmtheaters in steden met meer dan 90.000 inwoners krijgen lokaal een structurele subsidie voor de inhoudelijke werking. Dat zijn er ongeveer 27 van de 134. De andere filmtheaters (groot en klein) krijgen geen werkingssubsidie, maar wel een incidentele

¹⁵⁸ Nederlands Filmfonds (z.d.).

¹⁵⁹ SATF (z.d.).

¹⁶⁰ Staatscourant (2022, p. 2)

¹⁶¹ Brennenraedts et al (2023, p. 7)

¹⁶² VNFO (2021)

activiteitensubsidie en middelen voor het onderhoud en de infrastructuur, maar ook daar variëren de bedragen naar gelang de grootte van de steden/gemeenten.

Gemeenten tot 30.000 inwoners

Financiering	<p>Eenmalige gemeentelijke investeringen voor het realiseren van een (nieuwbouw) accommodatie als onderdeel van cultureel complex; Sociaal/cultureel huurtarief of marktconform huurtarief met een subsidieregeling om tegemoet te komen aan de huurkosten in een cultureel complex; Aanvullende subsidie voor onderhoud. Eenmalige investering voor apparatuur en inrichting. Incidentele activiteitensubsidie voor een diversiteit aan: programma's en activiteiten waaronder thematische filmfestivals, retrospectieven en educatieve projecten.</p>
Accommodatie	Kleinschalige filmvoorziening (al dan niet als onderdeel van een cultureel complex).
Aantal zalen en frequentie	<p>Minimaal één zaal Één of meerdere keren per week</p>
Technische infrastructuur	<p>Video beam/digitale projectie inclusief geluidsinstallatie (2K-norm) Geluidsdichte projectiecabine Oplopende vloer Filmscherm en bioscoopstoelen</p>
Publiekswerking	<p>Eén of meerdere lezingen per jaar Regelmatig schoolvoorstellingen Workshop in samenwerking met een externe instelling</p>

Gemeenten met 30.000-90.000 inwoners

Financiering	<p>Eenmalige gemeentelijke investering of cultuurleningen voor het realiseren van een (nieuwbouw) accommodatie. Sociaal/cultureel huurtarief of marktconform huurtarief met een subsidieregeling om tegemoet te komen aan de huurkosten van een pand. Aanvullende subsidies voor (niet-regulier) onderhoud. Eenmalig gemeentelijke investeringen voor apparatuur en inrichting (al dan niet via een cultuurlening). Incidentele activiteitensubsidie voor een diversiteit aan programma's en activiteiten, waaronder: thematische filmfestivals, retrospectieven en educatieve projecten. Structurele (budget)subsidie voor de exploitatie of het personeelsbeleid.</p>
Accommodatie	Zelfstandig filmtheaters, non-profit filmvoorziening als onderdeel van een bioscoop of participatie in een cultureel complex.
Aantal zalen en frequentie	<p>Twee tot vier zalen Dagelijkse vertoning</p>
Technische infrastructuur	<p>Digitale projectie inclusief geluidsinstallatie (2K-norm) Geluidsdichte projectiecabine Oplopende vloer Filmscherm en bioscoopstoelen</p>
Publiekswerking	<p>Meerdere lezingen en cursussen per jaar Structurele schoolvoorstellingen voor meerdere scholen Workshops in samenwerking met externe instellingen</p>

Gemeenten met 90.000 inwoners of meer

Financiering	<p>Eenmalige gemeentelijke investeringen of cultuurleningen voor het realiseren van een (nieuwbouw) accommodatie. Sociaal/cultureel huurtarief of marktconform huurtarief met een subsidieregeling om tegemoet te komen aan de huurkosten van een pand. Aanvullende subsidies voor (niet-regulier) onderhoud. Eenmalige gemeentelijke investeringen voor apparatuur en inrichting (al dan niet via een cultuurlening). Structurele activiteitensubsidie voor een diversiteit aan programma's en activiteiten, waaronder: thematische filmfestivals, retrospectieven en educatieve projecten. Structurele (budget)subsidie voor de exploitatie of het personeelsbeleid.</p>
Accommodatie	Zelfstandige accommodatie of participatie in cultureel complex

Aantal zalen en frequentie	Drie tot acht zalen Dagelijkse vertoning. Eventueel matinee
Technische infrastructuur	Digitale projectie inclusief geluidsinstallatie (2K-norm) Geluidsdichte projectiecabine Oplopende vloer Filmscherm en bioscoopstoelen 35-mm projector nog inzetbaar voor vertoning van klassiek materiaal en/of voor festivals
Publiekswerking	Regelmatige lezingen, inleidingen, cursussen en debatten Structurele schoolvoorstellingen voor meerdere scholen Filmeducatie in het kader van cultuureducatie, op maat waar mogelijk Diverse workshops Thematisch filmfestival/retrospectief Samenwerking met een landelijk filmfestival Samenwerking met externe instellingen

Tabel 68. Bevoegdheden van provincies en gemeenten¹⁶³

Zoals vermeld zijn kleine filmtheaters en filmhuizen grotendeels afhankelijk van andere actoren voor filmvertoning omdat ze niet over een eigen locatie beschikken. Specifieke subsidies (o.a. voor filmvertoning) zijn hierdoor vaak gericht op deze actoren en niet zozeer op het filmtheater of filmhuis zelf. Een voorbeeld hiervan is het Filmhuis Hengelo, dat afhankelijk is van de Schouwburg Hengelo voor filmvertoning. Het is dan ook de Schouwburg die subsidies in ontvangst neemt, onder andere voor de doelstelling 'het bieden van een podium voor arthousefilms'. In totaal ontvangt de Schouwburg een jaarlijkse subsidie van ongeveer € 1.200.000, te verdelen over de verschillende doelstellingen.¹⁶⁴

Publieksontwikkeling en stimuleren van filmcultuur

Netwerk Filmeducatie. Het Netwerk Filmeducatie heeft als ambitie om filmeducatie te verankeren in het Nederlandse onderwijs.¹⁶⁵ Zij ontvangen structurele ondersteuning van het ministerie OCW en werken samen met de zes regionale filmhubs. Filmeducatie betekent mensen, in dit geval kinderen en jongeren, bewust te leren omgaan met film.¹⁶⁶ De vertoners spelen hier een belangrijke rol om het gesprek aan te gaan met deze doelgroep en hen warm te maken voor een toekomstig bezoek aan het filmtheater of de bioscoop. Dit kan op verschillende manieren: vertonen van een specifieke film of het louter beschikbaar stellen van een zaal, maar evengoed een samenwerking aangaan met lokale scholen, een inleiding of nagesprek organiseren, etc.

Regionale filmeducatiehubs. Filmeducatiehubs zijn regionale organisaties die activiteiten rond filmeducatie organiseren. Deze activiteiten zijn vergelijkbaar met die van het Netwerk Filmeducatie, alleen gebeurt het deze keer met een sterk lokale verankering. Voor de periode 2023-2025 ontvingen er vijf filmeducatiehubs een projectsubsidie van het Nederlands Filmfonds: De Schuur (Noord-Holland), Filmhuis Den Haag (Zuid-Holland), Film- en Theatercentrum Plaza Futura (Zuid), Forum Groningen (Noord) en Theater de Lieve Vrouw (Midden Nederland).¹⁶⁷

¹⁶³ EYE, NVBF & het Nederlands Filmtheater Overleg (2021)

¹⁶⁴ Stichting Schouwburg Hengelo (z.d.)

¹⁶⁵ Netwerk Filmeducatie (z.d.).

¹⁶⁶ Netwerk Filmeducatie (z.d.).

¹⁶⁷ Nederlands Filmfonds (2023)

7.6. Samenvatting en takeaways

Alle cases tonen het belang van sterke ondersteuning voor film die verder reikt dan enkel steun aan productie. Praktijken die rekenen op ondersteuning zijn publiekswerking, infrastructuur, steun aan vertoning en steun aan gemeenschapsvorming en educatie. In bijna alle gevallen wordt steun aan arthousebioscopen het meest gepromoot. In alle gevallen bleek de overheid cruciaal voor de heropleving van de vertonerssector na Covid. Alle cases tonen bovendien het belang van een overkoepelend en helder beleid waarin overheden op verschillende niveaus deel uitmaken van de ondersteuning voor vertoners. Ze laten het belang zien van het inzetten op samenwerking en netwerkvorming tussen vertoners van hetzelfde type, al dan niet gesteund door beleid. Op Denemarken na lijken alle markten resoluut voor formules te kiezen van abonnementen met het oog op verhogen van de frequentie van bezoek en het creëren van een gewoonte. Alle beschreven beleidsmaatregelen vertrekken in de eerste plaats vanuit een culturele visie op film. Uiteraard is die sterk gekoppeld aan een insteek die gericht is op het creëren van zuurstof voor de sector, alsook zuurstof voor de lokale filmproductie. Wat ten slotte ook opvalt, veel van de steunmaatregelen vertonen sterke gelijkenissen met de steunvormen die in Vlaanderen bestaan, zowel in de doelstellingen als de spelers waarop ze van toepassing zijn. Alle markten hebben specifieke aandacht voor ook het ondersteunen van vertoningen voor een divers filmaanbod, met specifieke aandacht voor initiatieven om jongeren aan te trekken, al dan niet in samenwerking met het onderwijs. Belangrijke elementen voor Vlaanderen kunnen zijn:

Denemarken

- Belang van sterke lokale box office voor het stimuleren van een filmcultuur. Denemarken investeert erg veel in haar Deens audiovisueel fonds.
- Belang van inzetten op filmcultuur door de ondersteuning van netwerken en filmeducatie. Netwerkvorming tussen vertoners door het bestaan van de filmclub strekt tot voorbeeld.
- Denemarken lijkt vooral op dat jonge publiek goed te scoren, als gevolg van een combinatie van factoren, waaronder de uitdrukkelijk inzet van het Deense filmfonds op jongeren in al haar geledingen.

Frankrijk

- CNC besteedt percentagegewijs meer aan distributie, vertoning en promotie in vergelijking met andere audiovisuele fondsen.
- Frankrijk toont het belang van sterke lokale box office voor het stimuleren van een filmcultuur. Uiteraard geniet Frankrijk ook van vele schaalvoordelen door de marktgrootte.
- Ondersteuning van diversiteit van titels die breder gaat dan enkel eigen lokale titels (bv. filmklassiekers, experimentele film).
- Belang van het creëren van duidelijk transparante regels zodat automatische steunmaatregelen mogelijk zijn en financiering niet telkens per dossier moet worden verdeeld.
- De sterke afbakening van Franse arthousebioscopen en de daar bijhorende steun van de overheid.
- Het onderscheid tussen spelers in grotere en kleinere gemeenten en de steunhoogte van bepaalde initiatieven laten afhangen van de nabijheid tot andere vertoners.

Franstalig België

- Belang van inzetten op filmcultuur, met specifieke aandacht door de ondersteuning van netwerken en filmeducatie
- Duidelijke types steuncategorieën binnen publiekswerking

Nederland

- Duidelijke visie met resolute keuze van lokale overheden in filmtheaters en filmhuizen.
- De Cineville pas heeft bijgedragen aan het succes van de bioscopen.
- Het belang van inzetten op nieuwe, comfortable vertonersplekken met voldoende aandacht voor lokale inplanting en nabijgelegen horeca. Tevens het belang van voldoende inwoners, sociaal weefsel en onderwijs

Tabel 69. Samenvatting takeaways per case

deel V

**CONCLUSIES EN
AANBEVELINGEN**

“Als je kijkt naar Vlaanderen, dan hebben we internationale huizen voor muziek, voor theater, voor beeldende kunst, voor alles. Maar voor film als kunstvorm binnen dat geheel gaan er eigenlijk relatief weinig middelen naartoe.” (Filmfestival)

8. Aanbevelingen voor een toekomstbestendig vertonerslandschap

Deze studie had tot doel een uitgebreide analyse te maken van het **landschap voor filmexploitatie in Vlaanderen**. Het bracht het huidige vertonerslandschap in kaart, peilde naar de behoeften en toekomstperspectieven van de diverse spelers in het licht van de Covid-19-crisis en de daaropvolgende economische omstandigheden, die beide een grote impact had op het bioscoopbezoek en -inkomsten. We deden dit aan de hand van verschillende methoden: (1) een **desk research** en analyse van rapporten en cijfermateriaal om het Europese bioscooplandschap te contextualiseren, (2) een **uitgebreide survey** naar de diverse filmvertoners in Vlaanderen en Brussel; (3) een **analyse van het aanbod** en bezoekers van culturele vertoners, culturele centra en arthousebioscopen, (4) **expertinterviews met 30 actoren** binnen het brede vertonersveld en (5) een **vergelijking met vier andere markten** (Denemarken, Frankrijk, Franstalig België en Nederland). De hieronder geformuleerde lessen en aanbevelingen vloeien voort uit dit onderzoek.

De aanbevelingen proberen zoveel mogelijk rekening te houden met de diversiteit van het ecosysteem van spelers in de vertonerssector. Binnen dat ecosysteem speelt elk type speler een eigen en verschillende, doch complementaire rol. Voor een rijk en evenwichtig vertonerslandschap is het **belangrijk dat de diverse spelers elkaar aanvullen en versterken en daartoe ook alle kansen krijgen**.

Terugkijkend op de meest disruptieve gebeurtenis voor bioscopen in vele decennia, heeft het **bioscoopbezoek zich na drie uitzonderlijke Covid-jaren in 2023 voor een groot stuk hersteld**. Daarmee heeft de sector zich ook bijzonder veerkrachtig getoond. Zowel Brussel als Vlaanderen kunnen groeicijfers voorleggen ten opzichte van 2022 na een erg moeilijke opstart in 2021. De totale cijfers voor bioscoopbezoek zitten nog niet op het niveau van 2019, maar zowel de arthouse- als grote commerciële bioscoopcomplexen kenden in 2023 een sterk jaar. Voor een stuk is dit ook te verklaren door het aanbod. Zo rapporteerde Kinopolis een verdubbeling van de inkomsten, voornamelijk als gevolg van de inzet op verrijkte bioscoopformaten (4D, IMAX, Ultra Laser), maar ook het succes van enkele sterke box office titels (met name *Barbie* en *Oppenheimer*). Diezelfde titels waren ook belangrijke publiekstrekkingen in de arthousebioscopen. Dat filmvertoners erg afhankelijk zijn van het aanbod, in combinatie met diverse andere factoren waar vertoners evenmin greep hebben (het weer niet in het minst) tonen de cijfers van 2024, die op dit moment een stuk lager liggen dan verwacht voor vele bioscopen wereldwijd.

Covid-19 bracht ook een **opening naar nieuwe exploitatiemodellen**. Zo bouwde film distributeur Lumière met MyLum een online video-on-demand aanbod uit, Fonk lanceerde tijdelijk Zed Vanuit je Zetel en diverse filmfestivals boden hun titels (tijdelijk) aan via VOD. Van die modellen zijn weinige overleefd anno 2024. Aan het nog resterende initiatief van MyLum, kwam eind april 2024 een einde door de beperkte populariteit. Picl positioneerde zich in de Covid-periode als extra dienst voor bioscopen, die ook toelaat films uit de bioscoop thuis te bekijken. Voor spelers die dit aanbieden is het een waardevolle extra dienst, maar het biedt geenszins een vervanging voor een eventuele terugval in inkomsten. De populariteit van streamingdiensten en de toenemende investeringen van streamers in film zorgden ook voor

een toename van titels gereleased op streamers die ook in een aantal zalen hun weg vonden. Ook de lengte van windows kwam onder druk te staan tijdens en kort na Covid. Waar echter het einde van windows al bijna werd aangekondigd, zien we een terugschroeven van veel van die experimenten. Spelers gaan niet langer hoofdzakelijk *straight-to-vod* en kiezen opnieuw meer voor bioscooprelease; day-and-date releases worden teruggeschroefd; films krijgen een volwaardig cinema-window, mede dankzij het succes van enkele grote blockbusters. Vast staat wel dat het huidige tempo waarin films blijven verschijnen erg groot is, en de concurrentie voor aandacht van titels dus ook. Eveneens staat vast dat windows elkaar sneller opvolgen dan tien jaar geleden. **En die druk voelen alle spelers in het ecosysteem van vertoners, zeker wanneer het aantal schermen beperkt is.**

Wat sommige berichten ook doen geloven, het **Vlaamse en Brusselse bioscooplandschap is dynamisch en springlevend**. De bioscoop blijft één van de meest betaalbare en toegankelijke vormen van cultuurbeleving, en zoals de Covid-pandemie opnieuw heeft aangetoond, heeft de sector zich ook deze keer bijzonder weerbaar opgesteld, ook al werd de bioscoop als plaats voor filmbeleving in het verleden al diverse malen in vraag gesteld door de komst van televisie, home video, piraterij of streaming.

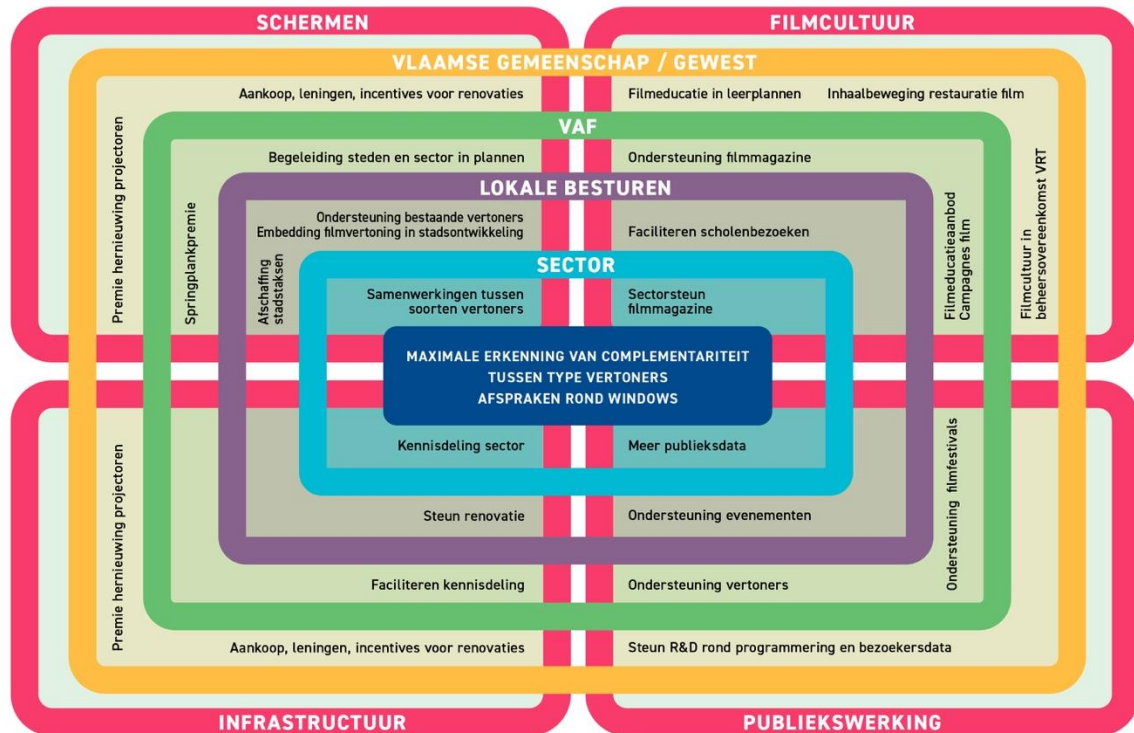
Het filmaanbod is groot en divers. De sector doet voortdurend inspanningen om via nieuwe programmerings-, marketing- en andere strategieën het publiek te bereiken, vaak met beperkte middelen. De meeste spelers uiten zich – zij het in verschillende vormen want telkens binnen de beschikbare mogelijkheden in capaciteit en personeel – bijzonder actief in het **organiseren van evenementen, speciale reeksen, acties met het oog op het bereiken van families, senioren en scholen**, etc. In die initiatieven werken spelers samen met diverse organisaties, lokale besturen, onderwijsinstellingen, festivals, etc. Veel organisaties beroepen zich daarbij op netwerken van enthousiaste vrijwilligers, jobstudenten, en gepassioneerde medewerkers. Velen uitten zich als culturele ondernemers en positioneren zich in een sector die culturele en economische meerwaarde combineert, maar doen dit binnen een context van **onzekerheid, toegenomen kosten en noodzakelijke investeringen met relatief weinig marge voor grootschalige ingrepen**. Er komen nieuwe vertoningsplekken bij, maar er dreigen er ook te verdwijnen.

Op basis van onze studie stellen we hieronder een reeks kernaanbevelingen voor de uitwerking van een duurzaam ecosysteem voor filmvertoning in Vlaanderen en Brussel. Binnen elk van die aanbevelingen formuleren we telkens ook concrete actielijnen voor sector en beleid.

We zijn ervan overtuigd dat een sterk vertonerslandschap gebaat is bij een versterking op alle fronten: multiplexen die state-of-the-art beleving kunnen aanbieden, arthousebioscopen als dé belevingsplek voor auteursfilm, culturele vertoners als gemeenschapsvormend en vrijplek voor de meest eigenzinnige genres, culturele centra als laagdrempelige aanbieder van een kwaliteitsvol aanbod voor cultuurliefhebbers, de filmclubs als facilitator voor vertoning van auteursfilm, vooral in regio's met een beperkter filmaanbod, en de ondersteuning van sterke toonaangevende festivals die mee cruciaal zijn voor het verdere succes van auteursfilm. Het vertonen van film in Vlaanderen is op dit moment nog springlevend, maar heeft nood aan een ambitieus beleid en een ambitieuze sector die de broodnodige investeringen op korte termijn mogelijk maken, waar duidelijk keuzes gemaakt worden op iets langere termijn, en waar

voldoende middelen zijn voor een eigentijdse, duurzame, inclusieve ontmoetings- en belevingsplek. Kortom, een beleid dat investeert in bestaande plekken en kansen biedt aan meer vertoningsplekken in Vlaanderen.

PRIORITEITEN VOOR EEN DUURZAAM FILMEXPLOITATIELANDSCHAP



Figuur 24: Prioriteiten voor een duurzaam filmexploitatie­land­schap

1. Kansen geven aan meer schermen, met een meer ambitieuze rol voor lokale besturen voor de ondersteuning van de infrastructuur

Hoewel Vlaanderen en Brussel er de voorbije jaren schermen bijkregen, vermeldden vrijwel alle experts een noodzaak aan meer schermen. Dit is ook merkbaar aan de succesverhalen zoals de opening van Palace in Brussel, die uitgroeide tot de belangrijkste arthousebioscoop van de stad, de rol die Lumière in Mechelen speelt, en de bijkomende schermen in Turnhout en Hasselt die nieuwe kansen zullen bieden in regio's waar er momenteel te weinig schermen zijn voor een arthouse-aanbod.

De introductie van nieuwe schermen is niet vanzelfsprekend, noch een *fix-it-all*-oplossing voor het Vlaamse vertoners­land­schap. Zo moeten steden voldoende inwoners hebben, beschikken over een cultureel weefsel, en is er idealiter ook hoger onderwijs met een studentenpopulatie aanwezig. Dit neemt niet weg dat heel wat experts tijdens de interviews aangaven dat **het saturatiepunt nog zeker niet bereikt** is en er nog ruimte is voor nieuwe initiatieven, onder meer voor auteursfilms in middelgrote steden. In haar memorandum

formuleert het VAF de vraag om per stad met meer dan 40.000 inwoners een volwaardig arthouse-aanbod te voorzien. **Naar onze inschatting zijn er mogelijkheden voor een permanent aanbod in Oostende, Genk, Antwerpen, Sint-Niklaas, Knokke-Heist, Lokeren en de Vlaamse rand. We onderschrijven deze vraag uitdrukkelijk.**

De lokale overheden kunnen hierin een belangrijke rol spelen, maar sturen deze rol best aan vanuit een overkoepelende visie op de **bioscoop als knooppunt van een lokaal cultureel weefsel**. De invulling van deze rol is mogelijk op een aantal manieren. Succesvolle vertoners zijn plaatsen waar mensen elkaar ontmoeten en vice versa. Net daarom is het belangrijk dat **steden actief inzetten op de beleving rondom vertoningsplekken**. Dat een rijk weefsel tegelijkertijd bijzonder fragiel is, toont het voorbeeld van Gent waar diverse vertoners actief zijn, maar waar de toekomst van de twee belangrijkste arthouses plots op de helling stond. In beide gevallen kwam het antwoord niet vanuit de overheden, maar uit de hoek van culturele ondernemers. Het is wél een signaal dat zelfs succesvolle culturele initiatieven die een belangrijke positie bekleden voor de stad, allerm minst een evidentie zijn.

Steden moeten zich bovendien sterker opwerpen als **partners voor de nog bestaande onafhankelijke profitbioscopen** in Vlaanderen. Deze kleinere commerciële bioscopen vinden het moeilijker dan andere spelers om het publiek terug te winnen sinds de Covid-pandemie. Het is absurd om actief te zoeken naar nieuwe schermen als het potentieel van de huidige schermen niet volledig benut en beschermd wordt. In sommige gevallen zal blijken dat een duurzame toekomst niet gerijmd kan worden met het blijven exploiteren van bepaalde vertoners (bijvoorbeeld door zeer hoge renovatiekosten), en het mogelijk interessanter zal zijn te zoeken naar een alternatieve locatie. In elk geval is het cruciaal om met deze spelers rond de tafel te zitten met het oog op de uitwerking van een toekomstplan en het uitwerken van een visie waarbij een vertoningslocatie verduurzaamd wordt als onderdeel van stadsplanning. Hier kan verder nagedacht worden over publiek-**private constructies**, het **openstellen van locaties en vertoningen naar bepaalde verenigingen** of het **inzetten op samenwerkingen met nieuwe, grotere exploitanten**. Flankerend dienen steden en gemeenten evenzeer in te zetten op de ondersteuning van evenementen georganiseerd i.s.m. die profit-bioscopen, inzetten op bereikbaarheid van profit-bioscopen, of drempels verlagen voor moeilijke publieken en scholen.

Een sterk ondersteunende lokale overheid is simpelweg iets waar alle arthouses en andere bioscopen baat bij hebben. Zo ligt er ook een rol vrij voor de steden wanneer het gaat over de renovatie van bestaande panden als onderdeel van renovatie- en stadsplanning trajecten of in de beperking van de huurprijzen/pachten indien panden eigendom zijn van de gemeente of stad, maar het gaat verder dan dat. **Steden moeten sparringpartners zijn in het mee uitdenken van lange termijnplannen en investeringen**. Op Vlaams niveau kan worden nagedacht over het aanreiken van middelen die zuurstof geven voor **stimulansen en investeringen**, specifiek in verduurzaming en inclusie (renteloze leningen, terugbetaalbare kredieten, borg staan voor investeringen). Deze maatregelen bestaan al deels, maar kunnen verder worden uitgedacht voor de specifieke versterking van het arthouse- en non-profit circuit.

Extra schermen met een inbreng van lokale overheden en Vlaamse gemeenschap

- Meer schermen in steden waar op dit moment een filmaanbod ontbreekt. Voorrang geven aan formules waar een aanbod voor auteursfilm kan bestaan, maar ook bredere filmprogrammering mee mogelijk maken. Brede toegankelijke films zijn vaak een opstap naar auteursfilm.
- Op Vlaams niveau, in samenwerking met het Vlaams Audiovisueel Fonds en in dialoog met de Vlaamse Vereniging voor Steden en Gemeenten, nadenken over een overkoepelende visie op de rol van lokale besturen in de ondersteuning en creatie van schermen. VAF als intermediair mee laten dialoog voeren tussen de bestuursniveaus.
- Lokale besturen moeten hiertoe ook een visie ontwikkelen op vertoningsplekken als onderdeel van een eigentijdse stadontwikkeling. Dit gaat verder dan enkel het ondersteunen van een infrastructuur, maar ook het inbedden in scholengemeenschappen, kruisbestuiving met socio-culturele organisaties bevorderen, investeringen in toegankelijkheid, nabijgelegen parkeergelegenheid en publiek transport, ondersteunen van horeca en evenementen, etc. De Nederlandse steden strekken hier tot voorbeeld.
- In steden waar nog geen exploitanten van auteursfilm actief zijn, actief zoeken naar mogelijkheden om schermen bij te creëren, al dan niet in samenwerkingsverband tussen meerdere spelers.

Uitbreiden en ondersteunen van bestaande infrastructuur en werking

- De Vlaamse overheid dient zich op te werpen als aanjager en ondersteuner voor cultureel ondernemerschap en investeringen in de ontwikkeling, renovatie of uitbreiding van vertoningsactiviteiten mogelijk maken. Initiatieven als het voormalige Fonds Culturele Infrastructuur of de huidige Investeringssubsidies voor Culturele infrastructuur dienen te worden aangepast op maat van culturele ondernemers en moeten toelaten dat spelers in de brede vertonerssector hiertoe in aanmerking komen; specifieke initiatieven als onderdeel hiervan zouden zich kunnen richten op de vertonerssector, en zouden de naambekendheid van dit instrument versterken.¹⁶⁸
- Lokale besturen moeten mogelijkheden tot kredieten en maatregelen overwegen die investeringen en structurele financiële ondersteuning aanmoedigen en risico beperken voor de culturele ondernemers en vzw's. Beloon hierbij investeringen gericht op inclusie, toegankelijkheid en duurzaamheid.

¹⁶⁸ Het 'Fonds Culturele Infrastructuur' werd opgericht in 1998. Het is sinds 2021 volledig ingekanteld binnen het Departement Cultuur, Jeugd en media. Overheden, instellingen en organisaties kunnen via het FoCI investeringssubsidies verkrijgen, voor het bouwen, uitbreiden, verbouwen of aankopen van grote culturele infrastructuur.

- Ondersteunen van en in dialoog gaan over toekomstplannen van profit-bioscopen en hen begeleiden in overgang, verduurzaming of langetermijnbestemming voor de vertoner, al dan niet in samenwerking met grotere spelers of met culturele organisaties.
- Uitbreiden van de lokale ondersteuning van de publieksinitiatieven die vertoners organiseren in het kader van hun werking, zeker wanneer die gericht zijn op het bereiken van kinderen, jongeren, etnisch-culturele minderheden en kwetsbare groepen.
- Optrekken van de frequentie vertoningen van culturele centra en culturele vertoners waar mogelijk, met respect voor de afspraken rond tweede run en met voldoende oog voor een diversiteit in genre en/of doelgroepen. Spelers die investeren in een grotere frequentie van vertoningen, moeten hiervoor ook ondersteund worden.
- In steden waar nog stadstaksen bestaan, pleiten we ervoor om die hetzij terug te schroeven, hetzij de inkomsten uit die taksen volledig voor te behouden voor herinvestering in bioscoopinfrastructuur (bv. verduurzaming, toegankelijkheid, digitale projectie) of activiteiten van de vertoner (publiekswerking en filmeducatie). De vertonerssector staat voor grote investeringen. Veel van die investeringen zullen zelf gedragen moeten worden, voor andere investeringen kan de overheid ondersteunen (zie hierboven). Cruciaal voor de meeste spelers is de vernieuwing van digitale apparatuur die bij vele al aan vervanging toe is en waarvan kosten voor nieuwe apparatuur of herstel hoog oplopen. Een maatregel ter ondersteuning van hernieuwd materiaal (naar voorbeeld van veel omringende landen) is op korte termijn het meest aangewezen.

2. Maximale complementariteit en erkenning van alle spelers in het veld

Ervaringen uit het buitenland leren dat meer schermen leidt tot een grotere diversiteit in het aanbod, waardoor ook meer complementariteit mogelijk is. Om een evenwichtig en rijk vertonerslandschap te stimuleren, is het noodzakelijk dat alle types vertoners elkaars rol en meerwaarde erkennen, eerder dan dat ze elkaar zien als concurrenten. Uit de interviews blijkt ook de erkenning van spelers voor de veelzijdigheid van het vertonerslandschap. Elke speler heeft daarin een unieke rol.

De multiplexen zijn cruciaal in de **totale box office van films** en voor technologische **innovatie in filmbeleving**. Zij dienen er vooral over te waken dat het belevingsaspect en bijhorende kosten voldoende kunnen gerijmd blijven met een betaalbare ticketprijs, die niet nefast is voor een frequente terugkeer naar de bioscoop. Het zijn vooral de multiplexen die inspelen op de doelgroep die het vaakst afstemt op streamingsdiensten. Hier zouden multiplexen nog verder kunnen denken aan initiatieven die de loyaliteit of terugkeer verhogen. Arthouses zijn dan weer de belangrijkste toegangsweg tot Europese titels en auteursfilms. Voor hen ligt de grootste uitdaging in het opbouwen van **voldoende financiële marges die investeringen toelaten in de infrastructuur** het komende decennium. In termen van filmbezoek, publieksbereik en economische activiteiten (cf. ticketverkoop en box office) zijn

reguliere vertoners zoals **onafhankelijke commerciële bioscopen, multiplexen, arthouse- en stadsbioscopen samen, de backbone van de filmexploitatie.**

De festivals spelen binnen dit ecosysteem eveneens een belangrijke rol. Het zijn namelijk dikwijls de **enige plekken voor filmtitels die geen distributiekanaal hebben in de bioscoop.** Daarnaast vormen ze een trekker voor promotie door de aanwezigheid van cast en crew – die mogelijkheden biedt voor media-aandacht – en faciliteert het de bekendheid van titels die nog zullen verschijnen. De distributeurs ten slotte, zijn bijzonder talrijk, maar ook gefragmenteerd in Europa, waardoor ze zich in een **economisch fragiele situatie** bevinden. Dit heeft onder meer gevolgen voor de investeringen in promotiecampagnes.

Sommige van de culturele vertoners hebben de eigenzinnigste programmering, met enkele spelers die zich onderscheiden door een aanbod van onconventionele genres, experimentele titels of klassiekers of richten zich op specifieke nichepublieken en spelen dus een cruciale culturele rol. Andere culturele vertoners tonen film als onderdeel van een bredere cultuurwerking en dienen hiertoe alle kansen te krijgen. Ook hier moet gezocht worden naar een **opschaling van de vertoningsfrequentie.** Vanuit hun opdracht spelen culturele centra een belangrijke rol op vlak van **gemeenschapsvorming en cultuurparticipatie** en het lokaal toegankelijk maken van film.

Culturele vertoners en cc's zijn eveneens van grote waarde voor de verspreiding van filmcultuur, maar zijn een stuk minder relevant in economisch opzicht. Zij vertonen titels in latere circuits wat zorgt voor relatief beperkte inkomsten, net als de lagere ticketprijzen. Toch zien distributeurs in cc's een belangrijke outlet voor filmreleases die vaker dan vroeger vrij kort na release aangeboden worden. **We pleiten niét voor beleidsregulering** met betrekking tot beperktere of langere termijnen voor vertoningen in deze circuits. Wel pleiten we voor een dialoog tussen distributeurs, cc's, commerciële exploitanten en andere culturele vertoners over goede afspraken rond termijnen waarin titels vertoond worden om zo commerciële exploitatie alle kansen te geven. We pleiten ook voor een kruisbestuiving tussen beide, waarbij cc's en culturele vertoners hun publiek warm maken voor een auteursfilmaanbod (en dus ook voor een aanbod van de arthousebioscopen), en waarbij arthousebioscopen samenwerkingen opzoeken met cc's en culturele vertoners, zoals dat al het geval is – met succes – bij een aantal spelers.

Actielijnen

- Blijvende erkenning op beleids- en sectorniveau van de relevantie en complementariteit van multiplexen, arhouses, onafhankelijke profitbioscopen, culturele vertoners, filmfestivals, culturele centra, filmclubs en andere filmorganisaties.
- Maximale dialoog tussen de betrokken spelers en dit op verschillende niveaus: op de eerste plaats tussen (i) multiplexen, arhouses en profitbioscopen, (ii) tussen bioscopen en distributeurs, (iii) tussen de (arhouse-)bioscopen en cc's, (iv) tussen arthousebioscopen onderling en tussen (v) de cc's onderling o.a. op het vlak van programmatie, communicatie en uitwisseling van expertise, ook voor culturele centra die zelf onvoldoende middelen en ruimte hebben om filmexpertise op te bouwen. Vaste aanspreekpunten en vertegenwoordiging door sectororganisaties en structurele overlegmomenten.

- Streven naar duidelijke afspraken tussen culturele centra, distributeurs en exploitanten met het oog op maximaal rendement. Blijven vasthouden aan bestaande windows en filmprogramma's steeds in complementariteit met nabijgelegen vertonersplekken (en liefst in samenwerking met die spelers) uitwerken.
- Arthouses blijven de belangrijkste spelers voor vertoning van auteursfilm, ook al zijn cross-overtitels en familietitels belangrijk geworden voor deze spelers. Voldoende titels voldoende ruimte blijven geven wordt een cruciale afweging. Culturele centra prioriteren eveneens best naar auteursfilm, met daarbij ook aandacht voor Vlaamse auteursdocumentaire en Europese auteursfilm. Brede, puur commerciële titels kunnen misschien, maar vooral als ze drempelverlagend zijn of van belang zijn voor inclusie en het bereiken van maatschappelijk kwetsbare doelgroepen of het betrekken van publiek dat minder naar de film komt.

3. Kennisopbouw en kennisdeling tussen de vertoners

Kennisuitwisseling tussen de actoren is cruciaal en moet worden bevorderd. Er is bijzonder veel inzicht in de sector met betrekking tot programmering van film, filmcultuur en de noden van het landschap. Tegelijkertijd is deze kennis vaak beperkt tot gepassioneerde programmatoren of zaakvoerders, waardoor er heel wat kennis verloren dreigt te gaan wanneer zaken hun deuren sluiten of overlaten aan nieuwe uitbaters. Tegelijkertijd werken programmatoren en zakelijke leiders vaak van dag tot dag en vrij geïsoleerd van andere actoren, waardoor mogelijke interessante kruisbestuivingen of kennisdeling verloren gaat. Spelers gaven aan dat kennisdeling zeer belangrijk is, maar ze tegelijkertijd de tijd niet vonden om dit te doen of het forum hiervoor ontbrak. Netwerkvorming binnen de sector via samenwerkingsverbanden (tussen spelers onderling of tussen verschillende type vertoners) is de enige garantie om structureel aan kennisuitwisseling te doen. De VAF-vertonerssessies geven hier heel wat mogelijkheden en werden positief onthaald. De samenwerking binnen Cineville in Brussel en de kennisuitwisseling die eruit voortvloeit, toont evenzeer het belang van die samenwerkingsverbanden aan.

Echter, naast kennisdeling is ook – en dit wordt cruciaal de komende jaren – **kennisopbouw van bijzonder groot belang.** Vertoners hebben mondjesmaat stappen gezet richting CRM, publieksprofielen en dataverzameling, maar weten vandaag nog te weinig over hun publiek, of gebruiken te weinig de data die ze wel ter beschikking hebben. Ook hier kan de Vlaamse overheid een rol spelen. Belangrijk bij de kennisopbouw de komende jaren wordt de integratie van artificiële intelligentie en de impact ervan op de programmering, marketing en data-analyse. Net zoals AI kansen biedt en voor onzekerheden zorgt voor alle sectoren, zal dit ook het geval zijn voor de vertonerssector. Net daarom is het belangrijk om te investeren in data, analyse van data en tools die dit toelaten. De overheid kan hier accenten leggen via haar onderzoeksbeleid, mits rekening te houden met de criteria van haar onderzoeksprogramma's (die vaak gericht zijn op economische return).

Kennisopbouw en -deling

- De sector dient volop mogelijkheden voor data-management en -analyse te omarmen. Hierbij is het cruciaal om verder in te zetten op de transitie naar online communicatie en ticketingsystemen. Beloon bijvoorbeeld online ticketaankoop door goedkopere tarieven.
- Grotere spelers kunnen voortrekkers zijn in de uitwerking van AI-gedreven vormen van doorgedreven publieksonderzoek, CRM, of programmeringsstrategieën en moeten hierin ondersteund worden. Initiatieven als de Speerpuntcluster Entertainment zouden hier een mogelijke hefboom moeten zijn. Ook het programma 'Doelgericht Digitaal Transformeren' en de Publieksvinder kunnen hiertoe bijdragen.¹⁶⁹
- Behoud de VAF-vertonerssessies en breidt aandacht voor kennisuitwisseling in sectoractiviteiten ook uit naar verhoogde aandacht voor distributie, promotie en vertoning. Betrek hier actief de filmfestivals bij.
- Private spelers zoeken best actief naar schaal wanneer die ontbreekt. Gezamenlijke uitwerking van ticketing-systemen, CRM, websites en promotietools bieden hier kansen om kostenbesparend te werken en het publiekspotentieel ten volle te benutten.

4. Een actieve rol voor het VAF, met duidelijke prioriteit aan steun aan auteursfilm en publiekswerking

Het VAF biedt ondersteuning aan diverse aspecten gelinkt aan vertoning en dit aan een hele reeks spelers in diverse vormen en vanuit verschillende soorten premies. Zo steunt het VAF zowel **initiatieven binnen grotere structuren die verschillende functies opnemen als initiatieven met afzonderlijke functies**. Bij de grotere structuren gaat het vaak over steun voor spelers die meerdere rollen combineren en vaak organisch gegroeid zijn (bv. festivals die een jaarwerking hebben en ook filmclub zijn, inzetten op educatie, een rol hebben als distributeur, etc.). Het volledig herverkavelen van de steuncategorieën is een bijzonder moeilijke oefening omdat er een risico is op fragmentering van middelen (terwijl bundeling van middelen net toelaat iets meer ademruimte te geven aan medewerkers) en omdat het soms moeilijk is om exacte steunbedragen te plakken op het geheel van activiteiten van spelers, omdat zoveel verbonden is met elkaar. Echter, op iets langere termijn kan een meer duidelijke opdeling naar steuncategorieën per concrete rol (met dan een bundeling van die steun voor grote organisatie gekoppeld aan een bonus voor werking bijvoorbeeld) een stap vormen om meer transparantie en systematiek te bieden in de soorten steun.

De **meeste spelers zien de ondersteuning van het VAF als cruciaal**. De middelen van het VAF laten diverse spelers toe om de *extra mile* te nemen en nieuwe initiatieven uit te denken, iets wat alleen maar toegejuicht kan worden. Echter, een aantal kritische elementen komen

¹⁶⁹ Zie: <https://www.vlaanderen.be/cjm/nl/cultuur/digitale-transformatie/programma-digitale-transformatie/doelgericht-digitaal-transformeren>; <https://www.vlaanderen.be/cjm/sites/default/files/2024-05/Transversaal-ontwerpprogramma-digitale-transformatie-20240411.pdf>

telkens terug. Eén ervan is de vraag naar minder administratieve last voor dossiers en rapportering. Een andere is dat bij sommige spelers het gevoel leeft dat het verkrijgen van middelen steeds vasthangt aan verwachtingen om nog meer te doen. Dit terwijl meer activiteiten organiseren net samenkomt met een nieuwe financiële krapte.

Daarnaast is een oplossing noodzakelijk voor de huidige spreidstand tussen de arthouses met vzw's voor de publiekswerking en arthouses die dat niet hebben. Beide vallen op dit moment onder verschillende steuncategorieën. Op termijn lijkt het ons inziens het meest waardevol om beide activiteiten te ondersteunen, i.e. steun aan Europese en Vlaamse auteursfilm en steun aan publiekswerking (educatie, festivals, activiteiten, etc.), naar het model van de Europa Cinemas-regelgeving. Een verdere uitbreiding van de huidige Arthousepremie (naar een algemene steun aan de vertoning van een auteursfilm) of van de Steun aan de Vlaamse Auteursfilm (naar een algemene steun aan de vertoning van een Vlaamse film) naar alle commerciële spelers (inclusief de multiplexen) is het overwegen waard, maar is vandaag geen specifieke vraag van de sector.

Verder moet het VAF blijven inzetten op de **ondersteuning van de versterking van de filmbeleving**, maar zou nog meer kunnen samenwerking en complementariteit belonen, **rond de opzet van events, workshops of gezamenlijke websites**. De steun moet in elk geval voorkomen dat een wildgroei aan initiatieven ontstaat waarbij spelers te veel in elkaars vaarwater komen.

Naast samenwerking moet er in de beoordelingscriteria van het VAF ruimte blijven voor initiatieven die kansen bieden om moeilijke publieken te bereiken, en om 'avontuurlijk' te programmeren. Publieksbereik is belangrijk, maar mag niet ten koste gaan van inspanningen van spelers om bij te dragen aan een kwaliteitsvol, divers filmexploitatielandschap.

Dit alles kan alleen maar binnen een **VAF dat voldoende ruimte krijgt in te spelen op deze noden en zelf over voldoende middelen beschikt, zowel voor de steun zelf als voor de administratieve opvolging binnen het VAF.**

Actielijnen

Een publieksoontwikkelingsbeleid met prioritisering van steun aan auteursfilm en publieksbeleving

- De Vlaamse overheid moet voldoende middelen voorzien bij een volgende beheersovereenkomst van het VAF voor de ondersteuning van vertoning en publiekswerking. De huidige middelen zijn daartoe eenvoudigweg niet toereikend. Bijkomende middelen worden te vaak vertaald in de meest zichtbare steuntypes, maar Vlaamse films zijn alleen maar waardevol wanneer ze ook in voldoende eigentijdse vertonersplekken te zien zijn.
- Het prominent plaatsen van spreiding en vertoning in de activiteiten van het VAF, bijvoorbeeld op sectormomenten of bij voorstellingen van het jaarverslag. Dit gaat uiteraard gepaard met een verhoogde aandacht vanuit de voogdijminister en departementen voor vertoning als onderdeel van de audiovisuele waardeketen.

- Met het oog op het versterken van kennis over het vertonersveld en bezoekers(profielen) vinden we het cruciaal dat vertoners relevante data blijven rapporteren, ook al komt dit met een werklast. VAF kan verder zoeken en investeren in manieren van data-management en rapportering die minder manuele rapportering noodzakelijk maken.
- Steun van het VAF moet zuurstof geven en dynamiek creëren zonder dat het met een extra gevoelde druk komt. Belangrijkste hier is ervoor zorgen dat premies voldoende hoog zijn per initiatief of dat er nagedacht wordt om steun uit te breiden voor een iets langere termijn.
- Blijvend belang van ondersteuning vanuit het VAF aan arthousebioscopen en vooral daar de vertoning van auteursfilm, Vlaamse titels en publiekswerking te honoreren.
- Blijvend belang aan en daaraan verbonden honorering garanderen vanuit het VAF voor de culturele, artistieke en maatschappelijke meerwaarde van film waarbij ook voldoende aandacht gaat naar een eigenzinnig en meer divers filmaanbod. Spelers die resoluut kiezen voor een eigenzinnig aanbod, vanuit een duidelijke visie en duidelijk doelpubliek, moeten blijvend kansen krijgen.
- De opzet van nieuwe schermen gaat niet enkel gepaard met infrastructurele kosten, maar ook met een hieraan gekoppelde inhoudelijke werking, die voldoende gehonoreerd dient te worden. Het VAF moet ook nieuwe vertoners volwaardig kunnen ondersteunen voor hun werking.
- Publiekswerking met het oog op inclusie en publieksdifferentiatie wordt door alle spelers als prioriteit gezien, maar is tegelijkertijd het vaakst genoemd als problematisch door de beperkte personeelscapaciteit. De bedragen hiervoor laten niet toe te investeren in geschikte profielen of om tijd vrij te maken bij de bestaande profielen hiervoor. Het VAF zou in haar beoordelingen extra financiële impulsen kunnen geven die personeel toelaat tijd te investeren in publieksontwikkeling.
- Noodzaak aan ondersteuning voor distributie van film: zowel trendrapporten als de interviews wezen op de financieel precaire situatie van (onafhankelijke) distributeurs en de beperkte middelen die bijgevolg kunnen vrijgemaakt worden voor de promotie van auteursfilm. Naar analogie met diverse Europese audiovisuele fondsen pleiten we ook voor de uitbreiding van het steunportfolio van het VAF met steun aan distributie, met prioritaire aandacht voor de verdeling van Vlaamse titels.

5. Het belang van een sterke filmcultuur, ondersteund door een netwerk waar filmwijsheid een meer centrale rol speelt

Niet alleen maximale complementariteit tussen vertoners is cruciaal, maar eveneens het in kaart brengen van het profiel van de verschillende bioscoopbezoekers. Hoewel online ticketingsystemen, gebruikersprofielen, nieuwsbrieven en sociale media al iets meer inzicht geven in deze publieksprofielen, valt het op dat vertoners hier relatief weinig over weten. Verder onderzoek dringt zich op als het gaat over: (1) diverse profielen en de voorkeuren voor vertonersplekken, verwachtingen van omkadering en infrastructuur, en filmvoorkeuren; (2) wat er nodig is voor het bereiken van kwetsbare groepen en publieken met een diverse culturele achtergrond; (3) de effectiviteit van bepaalde initiatieven inzake publiekswerking en filmeducatie.

Hoewel, heel wat vertoners maken toenemend gebruik van sociale media en online promotie strategieën om het publiek te bereiken. Echter, **filminformatie in de klassieke publieksmedia blijft** belangrijk. Heel wat exploitanten en vertegenwoordigers uit de filmsector verwezen telkens naar de waarde van recensies in kranten en aandacht in de brede pers. Zo hebben kranten en tijdschriften met ruimte voor recensies een directie positieve impact op de resultaten van films.

Hier is er **eveneens een rol weggelegd voor de VRT**. De aandacht vanuit VRT naar de Vlaamse filmcampagne bleek bijvoorbeeld een zeer belangrijke te zijn. VRT heeft niet langer een traditie van investeringen in de productie van film, maar zou mits relatief beperkte ingrepen een cruciale rol kunnen spelen in de promotie van film en een filmcultuur (o.a. inzetten op omkaderende programma's, recensiefunctie terug opnemen naar het voorbeeld van VPRO, het optrekken van het volume aan auteursfilms, het ondersteunen van campagnes). Ook de commerciële omroepen kunnen gesensibiliseerd worden om de aandacht voor Vlaamse film te vergroten, als mediapartner, coproducent en/of ondersteuner van filmcultuur. Initiatieven hebben in het verleden, zoals de Faits Divers reeks van tv-films op VTM in 2005, al bewezen dat dit een vruchtbare aanpak kan zijn.

Ons inziens is er nog degelijk ruimte voor een filmmagazine, ondanks de erg grote concurrentie en financieel precaire situatie van de magazinemarkt. Een magazine moet telkens vertrekken vanuit een **duidelijke visie op publiekspotentieel en een sterke zakelijke onderbouw**. De vraag is steeds of één magazine beide rollen kan vervullen: zowel drempelverlagend zijn en met voldoende aandacht voor de brede publieksfilm en blockbusters, en toch inzetten op inhoudelijk diepgaande stukken, kritische recensies, analyses en het aanbod van arthousebioscopen of culturele vertoners. Daarnaast roept het ook vragen op over de overlevingskansen van zo'n magazine. Zo zijn advertenties en partnerships cruciaal, maar lopen deze sterk terug voor print. Echter, als de sector werkelijk achter een filmmagazine staat, vereist dit ook een ondersteuning vanuit diezelfde vertoningssector, distributiesector en zelfs de productiesector voor het levensvatbaar maken van een **filmmagazine, bijgestaan door sterke mediapartners en ondersteund door het VAF**.

Binnen **publieksontwikkeling is filmeducatie van groot belang**. Aandacht voor film in het onderwijs (binnen lessenspakketten, als onderdeel van een schooluitstap) en in de vrije tijd blijven belangrijk om de drempel tot film te verlagen en kinderen van jongs af aan met filmtaal

vertrouwd te maken. In onze huidige beeldcultuur is het cruciaal om kinderen en jongeren (maar zeker niet beperkt tot die doelgroepen) te leren kritisch om te gaan met beelden en hun vaardigheden hieromtrent verder aan te scherpen. We toonden al dat heel wat vertoners een actieve rol opnemen in een filmaanbod voor scholen en families en naar gelang hun profiel omkaderen ze deze films met inleidingen, lezingen, masterclasses, lesmappen, ateliers of workshops. Dat doen ze zelf of in samenwerking, o.m. door een beroep te doen op aanbieders van filmreflectieve en -educatieve initiatieven. JEF realiseert op jaarbasis meer dan 400 workshops en vormingen op bijna 200 locaties. Andere initiatieven, zoals de filmworkshops van Schoolpodium Noord in de gemeenschapscentra van Havere, Evere, Schaarbeek en Sint-Joost-Ten-Node, bereiken ondertussen jaarlijks meer dan 800 scholieren en worden de komende jaren nog verder uitgerold in andere Brusselse gemeenten. Echter, net als heel wat cultuureducatieve organisaties zijn deze aanbieders kwetsbaar omwille van de hoge arbeidsintensiteit voor de opzet en ontwikkeling van het creatieve aanbod, dat in contrast staat met het relatief beperkt bereik en de beperkte financiering. Een initiatief als De Filmclub, opgestart in 2018 met de intentie om overal in Vlaanderen jonge cinefielen te verenigen in maandelijkse filmclubs met vertoning en omkadering, heeft het bijvoorbeeld moeilijk om het initiële startaantal van 32 clubs op peil te houden. Bijkomende inspanningen blijven sowieso nodig om filmeducatie zichtbaarder te maken, het draagvlak te vergroten en de actoren ervan te versterken. Het feit dat filmeducatie ook in Vlaanderen maar zeer beperkt aan bod komt op school, is echter een pijnpunt waarmee ook andere Europese landen worstelen. Initiatieven als het Archief voor Onderwijs (online lesopdrachten met filmpjes), Cinébib (de mooiste arthousefilms online te bekijken via Mijn Bibliotheek) en het scholenaanbod van distributeurs als JEF, MOOOV en Dalton voor de zaal en in de klas, proberen hieraan tegemoet te komen.

In een regio met een rijke filmgeschiedenis is de zorg voor de **conservatie, restauratie, digitalisering en ontsluiting** voor de vertoning van Vlaamse filmklassiekers onontbeerlijk. Op dit moment ontbreken de middelen voor de restauratie van het audiovisueel erfgoed, en in het bijzonder de vele Vlaamse titels. Dit zorgt ervoor dat een groot deel van de collectie in archieven niet beschikbaar is in de zalen omdat het niet meer afgespeeld kan worden. Restauratie omvat bovendien ook het terug ontsluiten en beschikbaar maken van deze collectie. **Een beter onderkennen van de essentie van dit cultureel erfgoed is belangrijk voor een volwaardig Vlaams cultuurbeleid, en wordt ons inziens in vergelijking met de omliggende landen, te beperkt ondersteund.**

Zowel de klassiekers, als hedendaagse Vlaamse titels zijn van immens belang voor het behouden van sterke filmcultuur. Lokale films werken drempelverlagend. Vlaamse film mag geen genre op zich zijn, maar moet in al haar diversiteit deel uitmaken van het brede gamma aan titels. De aanwezigheid **van voldoende Vlaamse films is belangrijk in het creëren van een gewoonte tot bioscoopbezoek**. De buitenlandse cases tonen aan hoe een succesvol vertonersveld samenhangt met voldoende aantallen, voldoende diversiteit in genres en stemmen en voldoende succesvolle, lokale titels. Dit benadrukt het belang van adequate middelen voor investeringen in Vlaamse titels en premies toegekend per titel, zeker in het licht van de stijgende productiekosten.

Tot slot ondersteunen we volop de **uitrol van Cineville voorbij Brussel**¹⁷⁰. Maar, deze kan alleen maar relevant zijn als ze gekoppeld is aan een verdere uitbouw van vertonersplekken en voldoende schermen in Vlaanderen. Het succes van zowel Nederland als Brussel nopen inderdaad tot een exploratie van de Cinevillepas in Vlaanderen. Vooral om de frequentie van filmbezoeken omhoog te krijgen, en daarmee ook het diversifiëren en ‘avontuurlijker’ maken van het filmbezoek. Ondanks de lagere inkomsten per ticket zien we dit op langere termijn werken. Als filmcultuur promoten een oprecht gedeeld objectief van alle vertoners is, wat ook eenduidig weerklonk uit de bevraging en de interviews, dan lijkt een project met abonnementsformules binnen en tussen steden in Vlaanderen tenminste de moeite waard om te exploreren.

Actielijnen

- Er is nood aan meer onderzoek naar inclusieve publieksvertoningen en de publieksprofielen en voorkeuren van Vlaamse en Brusselse bioscoopbezoekers. Vervolgonderzoek moet ook in kaart brengen welke de behoeften en gewoonten zijn van publieken bij culturele centra en vertoners.
- Aandacht voor filmcultuur prominenter opnemen in de beheersovereenkomst van de publieke omroep, met aandacht voor binnen- en buitenlandse auteursfilm en niet enkel de films die afgeleiden zijn van de eigen merken.VAF, sector en VRT laten verder bouwen op gemeenschappelijke trajecten voor ondersteuning van Vlaamse film als label op een meer structurele manier.
- Spelers binnen de waardeketen moeten zoeken naar draagvlak voor de structurele ondersteuning van een onafhankelijk filmblad. Samenwerkingen aanknopen met mediapartners, Cineville, vertoners, distributeurs en VAF. Initiatieven moeten wél voldoende ruimte krijgen om te groeien, maar moeten vertrekken vanuit een duidelijke inhoudelijke en zakelijke visie.
- Ijveren dat filmeducatie een duidelijke plek krijgt in de eindtermen voor het onderwijs en inzetten op de versterking van filmeducatieve organisaties.
- Optrekken van investeringen in restauratie van filmerfgoed, met prioritaire aandacht voor restauratie van Vlaamse titels.
- Voldoende middelen voor de productie van een diversiteit van Vlaamse films en voldoende hoge premies toegekend aan die producties.
- Exploreer als vertonerssector de verdere uitrol van Cineville in Vlaanderen; investeer gezamenlijk in een grote promotiecampagne ter ondersteuning van een brede uitrol.

¹⁷⁰ Tijdens de interviews en schrijven van het rapport, werd de Cineville-pas enkel aanvaard in Brusselse bioscopen. Dit veranderde tijdens de redactiefase, toen Lumière aankondigde dat ze vanaf 1 september de pas eveneens zullen toelaten in al haar locaties in Vlaanderen. Ook andere spelers in Vlaanderen volgden (o.m. Sphinx en De Cinema).

9. Referenties

- Abraham Tuschinski Fonds (z.d.). *Over ATF – Stichting Abraham Tuschinski Fonds*.
<https://www.abrahamtuschinskifonds.nl/over-atf/>
- Artcinema foreningen (z.d.). *Artcinema foreningen – Foreningen af kunstnerisk funderede biografer i Danmark*. <http://artcinema-foreningen.dk/>
- Biografklub Danmark (z.d.). *Abonnement betingelser*. Biografklub Danmark.
<https://biografklubdanmark.dk/hjaelp/>
- Bioscoopmonitor 2023* (2024). <https://filmonderzoek.nl/wp-content/uploads/2024/05/Bioscoopmonitor-2023.pdf>
- Boon, L. (2022, juni 29). Nationale Bioscoopbon is nu ‘verrassend en persoonlijk’ en lanceert nieuwe campagne. *Adformatie*. <https://www.adformatie.nl/bureaus/nationale-bioscoopbon-nu-verrassend-en-persoonlijk-en-l>
- Brennenraedts, R., Clemens, I., van der Geest, J., Hanswijk, M., Hoornweg, V. Smeitink, A. & Veldman, J. (2023). *Evaluatie van het verlaagde btw-tarief* (2022.107-2304).
- BRUZZ (2020, augustus 23). Cinema Le Stockel heropent de deuren na coronarenovatie. *BRUZZ*. <https://www.bruzz.be/culture/film/cinema-le-stockel-heropent-de-deuren-na-coronarenovatie-2020-08-23>
- Ceulemans, E. (2024, januari 24). Lumière neemt Gentse Studio Skoop over: ‘De bedoeling is dat de klant hier niets van merkt’. *De Morgen*. <https://www.demorgen.be/tv-cultuur/lumiere-neemt-gentse-studio-skoop-over-de-bedoeling-is-dat-de-klant-hier-niets-van-merkt~b0d444dd/>
- Chassé Theater (z.d.). *Een jaar lang met korting naar de film | Chassé Cinema Breda*.
<https://www.chasse.nl/nl/pQ6rbCL/een-jaar-lang-met-korting-naar-de-film---chasse-cinema-breda>
- Cinema ZED (z.d.). Plannen Groenplein: Cinema ZED verhuist naar centrum Hasselt. *Cinema ZED*. <http://www.cinemazed.be/nl/nieuws/plannen-groenplein>
- Cineville (z.d.). *Cineville | De Cinevillepas*. Geraadpleegd 25 mei 2024, van <https://www.cineville.nl/pas>
- Convenant ter bevordering van de productie van de Nederlandse film, Nederlandse publieksfilm in het bijzonder, en het bioscoopbezoek in Nederland (Btw-convenant film 2022), Pub. L. No. 1847 (2022).
https://www.abrahamtuschinskifonds.nl/downloads/BTW-convenant_Film_2022.pdf
- DaBUF (z.d.-a). *Organisationen*. <https://www.dabuf.dk/organisationen/>
- DaBUF (z.d.-b). *Projekter*. <https://www.dabuf.dk/tidligere-projekter/>
- DaBUF (2024). *Medlemsopgørelse 2023-24*. <https://www.dabuf.dk/medlemsopgoerelse-2023-24/>
- Danske Biografer (z.d.). *Vi er branche-foreningen for de danske biografer*.
<https://danskebiografer.dk/>
- Danske Biografer (2023). *Årsrapport 2022 (Jaarrapport 2022)*.
<https://danskebiografer.dk/files/media/document/DB%20%C3%85rsrapport%2022.pdf>
- Danske Biografer (2024, mei 1). *BIOGRAFÅRET 2023 – Biograferne fastholder publikumstallet fra 2022*. Danske Biografer.
<https://danskebiografer.dk/nyheder/biografaaret-2023-biograferne-fastholder-publikumstallet-fra-2022>
- Danske Love (z.d.). *Filmloven*. Danske Love. <https://danskelove.dk/filmloven>

- Deens Filminstituut & Ministerie van Cultuur (2023). *Filmaftale for 2024-2027: En staerk filmnation*.
- Den Vestdanske Filmpulje (z.d.). *Den Vestdanske Filmpulje*. Filmpuljen. Geraadpleegd 25 mei 2024, van <https://filmpuljen.dk/>
- Det Danske Filminstitut (DFI) (z.d.-a). *Biografetablering/modernisering støttetildelinger*. Det Danske Filminstitut: Støtteordninger. <https://www.dfi.dk/branche-og-stoette/stoette/biografetableringmodernisering-stottetildelinger>
- Det Danske Filminstitut (DFI) (z.d.-b). *Cinematket præsenterer 10 klassikere til din biograf*. Geraadpleegd 25 mei 2024, van <https://www.dfi.dk/cinematket/virksomheder/cinematket-praesenterer-10-klassikere-til-din-biograf>
- Det Danske Filminstitut (DFI) (z.d.-c). *Om Filminstituttet*. Det Danske Filminstitut. <https://www.dfi.dk/omdfi>
- Det Danske Filminstitut (DFI). (2020). *Vilkar for støtte til: Danske Filmfestivaler*.
- Det Danske Filminstitut (DFI). (2022). *Filminstituttets Almindelige Vilkar*.
- Det Danske Filminstitut (DFI). (2024a). *Danske Filmfestivaler OG Filmvisningsaktiviteter Støttetildelinger*. <https://www.dfi.dk/branche-og-stoette/stoette/danske-filmfestivaler-og-filmvisningsaktiviteter-stottetildelinger>
- Det Danske Filminstitut (DFI). (2024b). *Driftsstøtte til danske kunstbiografer støttetildelinger*. Det Danske Filminstitut: Støtteordninger. <https://www.dfi.dk/branche-og-stoette/stoette/driftsstotte-til-danske-kunstbiografer-stottetildelinger>
- Det Danske Filminstitut (DFI). (2024c). *Program 2024*. Cinematket. <https://www.dfi.dk/cinematket/virksomheder/program-2024>
- Europa Cinemas (2023). *Europa Cinemas Network survey*. Url: https://www.europa-cinemas.org/storage/press_file/70/file_src/97bbc069b22d81e0f68852ae8513b964.pdf
- Europa Cinemas (z.d.). *General Presentation: A European and Worldwide Network*. <https://www.europa-cinemas.org/en/Presentation>
- Europa Cinemas (2024). *Media Guidelines 2024 (B Countries)*. <https://www.europa-cinemas.org/uploads/LD%202024/2024%20Guidelines%20GB%20-%20B%20countries.pdf>
- European Audiovisual Observatory (2023a). *An analysis of European box office structure 2010-2022*.
- European Audiovisual Observatory (2023b, december 14). *Almost 70% of admissions to European films stemmed from low-grossing and mid-tier films in 2022*. European Audiovisual Observatory. https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/2023-press-releases/-/asset_publisher/0t9kVBabnl8V/content/almost-70-of-admissions-to-european-films-stem-from-low-grossing-and-mid-tier-films-in-2022
- Europese Commissie (z.d.-a). *Creative Europe*. Culture and Creativity. <https://culture.ec.europa.eu/creative-europe>
- Europese Commissie (z.d.-b). *Creative Europe MEDIA Programme*. Shaping Europe's digital future. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/creative-europe-media>
- Federatie van Cinema's van België (2024). Website. <https://www.fcbel.org/index.php/nl/>
- Film Kenniscentrum (2021). *Film in Overijssel (VII)*. <https://www.filmkenniscentrum.nl/files/VII.Film%20in%20Overijssel.pdf>
- Film Kenniscentrum (2023). *Kleinschalige Filmvertoning*. <https://filmkenniscentrum.nl/files/Kleinschalige%20Filmvertoning.pdf>
- FilmFyn (z.d.). *Info in English*. FilmFyn. <https://filmfyn.dk/stoettepolitik/english/>

- Filmhuis Alkmaar (z.d.). *Een thuis voor film liefhebbers*. Filmhuis Alkmaar. Geraadpleegd 25 mei 2024, van <https://filmhuisalkmaar.nl/>
- Filmhuis Hengelo (z.d.). *Partners – Filmhuis Hengelo*. <https://www.filmhuishengelo.nl/partners/>
- Filmklubbenpark (z.d.). *Filmklubbenpark er Frederikssunds klub for filmelskere Vi viser de film, du ikke vidste du ville se*. Filmklubbenpark. <https://filmklubbenpark.dk/>
- Filmtheater De Nieuwe Scene (z.d.). *Ticketinfo · Filmtheater De Nieuwe Scene*. Filmtheater De Nieuwe Scene. Geraadpleegd 25 mei 2024, van <http://www.nieuwescene.nl/informatie/tickets>
- Gemeente Arnhem (z.d.). *Subsidieregeling Creatieve bedrijfsverzamelgebouwen*. <https://www.arnhem.nl/stad-en-wijken/subsidies-organisaties/Subsidies-kunst-en-cultuur/Subsidieregeling-Creatieve-bedrijfsverzamelgebouwen>
- Houtman, A. (2021). Miljonairskoppel redt cinema Sphinx in Gent: "Iedereen wil investeren in voetbal, wij steken ons geld in arthouse". *VRT NWS*. <https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2021/10/27/gents-miljonairskoppel-redt-cinema-sphinx-iedereen-wil-investere/#:~:text=Een%20koppel%20Gentenaars%20heeft%20stadscinema,nog%200de%20betere%20film%20tonen>
- Huijsdens, J. (z.d.). *Droom Het Fraterhuis deels in duigen*. <https://www.hollandfilmnieuws.nl/nieuwscategorieen/op-locatie/droom-het-fraterhuis-deels-in-duigen/>
- International Union of Cinemas (2020). *The impact of the Coronavirus outbreak on the European cinema industry*. https://www.unic-cinemas.org/fileadmin/user_upload/Publications/Public_-_UNIC_research_-_Coronavirus_impact_on_the_cinema_industry_v111.pdf
- International Union of Cinemas (2023). *Annual Report*. https://www.unic-cinemas.org/fileadmin/user_upload/Publications/2023/UNIC_Annual_Report_2023.pdf
- Kinopolis Group (2024). *Jaarresultaten 2023*. Gereguleerd bericht, 22 februari 2024.
- Koljonen, J. (2024). *Nostradamus 2024: a paradox of hope*. Göteborg: Göteborg Film Festival.
- Kunstenpunt (2019). *Landschapstekening Kunsten: Ontwikkelingsperspectieven voor de kunsten anno 2019*.
- Lievens, R. (2022). Aalsterse bioscoop staat voor de winter van de waarheid: "De grote zaal blijft dicht in de week, de energiefactuur gaat nu al maal vijf". *Het Laatste Nieuws*. <https://www.hln.be/aalst/aalsterse-bioscoop-staat-voor-de-winter-van-de-waarheid-de-grote-zaal-blijft-dicht-in-de-week-de-energiefactuur-gaat-nu-al-maal-vijf-a6a293182/>
- Lundberg, R. (z.d.). New analysis: Progress and growth in Danish cinemas comes with a high price. *Kulturmonitor*. <https://kulturmonitor.dk/film/art9033535/Fremgang-og-v%C3%A6kst-i-danske-biografer-kommer-med-en-h%C3%B8j-pris>
- Lundberg, R. (2022). New calculation: Danish cinema tickets are the second most expensive in the whole world. *Kulturmonitor*. <https://kulturmonitor.dk/film/art8569441/Danske-biografbilletter-er-de-n%C3%A6stdyreste-i-hele-verden>
- Lundberg, R. (2023a, april 28). Arthouse-biografer overvejer egen pendant til Nordisk Films abonnementsmodel. *Kulturmonitor*. <https://kulturmonitor.dk/film/art9640578/Arthouse-biografer-overvejer-egen-pendant-til-Nordisk-Films-abonnementsmodel>

- Lundberg, R. (2023b, november 28). Det lå i luften: Nordisk Films biograf-abonnement er lige blevet landsdækkende. *Kulturmonitor*.
<https://kulturmonitor.dk/film/art9638627/Nordisk-Films-biograf-abonnement-er-lige-blevet-landsd%C3%A6kkende>
- Media Desk Finland (z.d.). *Creative Europe Programme*. Luova Eurooppa: Media Desk Finland. <https://mediadesk.fi/creative-europe-programme>
- Ministerie van CIW (2019). *Filmfestivals—Film—Cultuursubsidie* [Webpagina]. Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.
<https://www.cultuursubsidie.nl/subsidies/film/festivals>
- Nederlands Filmfonds (z.d.). *Digitalisering Filmtheaters 2022*. Geraadpleegd 25 mei 2024, van <https://www.filmfonds.nl/subsidies/subsidie/digitalisering-filmtheaters-2022>
- Nederlands Filmfonds (2021, juni 23). *Nu aanvragen: Full Circle Vertoningsregeling*.
<https://www.filmfonds.nl/actueel/nu-aanvragen-full-circle-vertoningsregeling>
- Nederlands Filmfonds. (2023, mei 8). *Vijf filmeducatiehubs geselecteerd voor subsidie*.
<https://www.filmfonds.nl/actueel/vijf-filmeducatiehubs-geselecteerd-voor-subsidie>
- Nederlands Filmfonds (2024, augustus 7). *Filmfestival*.
<https://www.filmfonds.nl/subsidies/subsidie/filmfestival>
- Nederlandse Vereniging van Bioscopen en Filmtheaters (2023). *Jaarverslag 2022*.
<https://www.denvbf.nl/files/2022-jaarverslag-nvbf.pdf>
- Nederlandse Vereniging van Bioscopen en Filmtheaters (NVBF). (2024). *Nederland ging weer volop naar de film in 2023*.
- Netwerk Filmeducatie (z.d.). *FAQ - Netwerk Filmeducatie*.
- Nordisk Biografer (z.d.). *Nordisk Film Biografer Unlimited—Ubegrænset filmglæde hele året rundt*. Bioplus Unlimited. Geraadpleegd 24 mei 2024, van <https://www.nfbio.dk/unlimited>
- NVPI Film & Nederlands Filmfonds (z.d.). *Bioscoopmonitor 2022*.
<https://filmonderzoek.nl/wp-content/uploads/2023/06/De-Bioscoopmonitor-2022-NVPI.pdf>
- NVPI Film & Nederlands Filmfonds (2020). *Bioscoopmonitor 2019*.
- Parkteatret (z.d.). *Bliv en del af klubben—Få 12 film til en fordelagtig pris | Parkteatret*. Parkteatret. Geraadpleegd 24 mei 2024, van <https://www.parkteatret.dk/biograf/filmklubber/filmklubben-park/>
- Pathé (2021). *Pathé Belgium*. <https://www.pathe.be/en/news/pathe-belgium-1>
- Picl (z.d.). *Help: Hier vind je een antwoord op de meest gestelde vragen over Picl*. Picl BE. Geraadpleegd 25 mei 2024, van <https://picl.be/help/>
- Smits, R. (2022) Circulation Patterns, Abundance and Scarcity: Film Availability in the Online Era, *Media Industries* 9(2): 3. doi: <https://doi.org/10.3998/mij.1875>
- Stad Kortrijk (2021). *Belasting op filmvoorstellingen (2021/2025). Gecoördineerde versie*.
- Statistics Denmark (2023). *Consumption of films and series by location, sex and age* [dataset].
<https://www.statbank.dk/statbank5a/SelectVarVal/define.asp?MainTable=KVUFS4&PLanguage=1&Tabstrip=INFO&PXSId=0&SessID=464393953&FF=20&tfrequency=4>
- Statistics Denmark (2024a). *Cinema films by cinema films/tickets, film category, type/audience, censorship and nationality* [dataset].
<https://www.statbank.dk/statbank5a/SelectVarVal/Define.asp?MainTable=BIO5&TabStrip=Select&PLanguage=1&FF=20>
- Statistics Denmark (2024b). *Cinema films/premiere films by cinema films/tickets, type/audience, first showing in Denmark and nationality* [dataset].

- <https://www.statbank.dk/statbank5a/SelectVarVal/Define.asp?MainTable=BIO4TA&PLanguage=1&PXSlid=0&wsid=cftree>
- Statistics Denmark (2024c). *Danish cinemas, cinema screens and seating capacity by cinemas/cinema screens/seats and size of cinema* [dataset].
<https://www.statbank.dk/statbank5a/SelectVarVal/Define.asp?MainTable=BIO1&PLanguage=1&PXSlid=0&wsid=cftree>
- Stichting Abraham Tuschinski Fonds (2023). *Uitvoeringsregeling 2023*.
https://www.abrahamtuschinskifonds.nl/downloads/SATF-Beleidsnotitie_Peildatum_11-04-2023_update_02-05-2023.pdf
- Stichting Nationale Bioscoopbon (z.d.). *Veelgestelde vragen | De Nationale Bioscoopbon*. Nationale Bioscoopbon. Geraadpleegd 25 mei 2024, van
<https://www.bioscoopbon.nl/veelgestelde-vragen>
- Vlaams Audiovisueel Fonds (z.d.-a). *Arthousepremie*. Vlaams Audiovisueel Fonds: Subsidies. <https://www.vaf.be/subsidies/arthousepremie>
- Vlaams Audiovisueel Fonds (z.d.-b). *Meerjarige ondersteuning*. Vlaams Audiovisueel Fonds: Subsidies. <https://www.vaf.be/subsidies/werkingssubsidie>
- Vlaams Audiovisueel Fonds (2014). *Landschapstekening Vlaamse Filmsector*. Brussel: VAF.
- Vlaams Audiovisueel Fonds (2022). *Landschapsschets Publiek*. Brussel: VAF.
- Vlaamse Film Actie (z.d.). *Vlaamse Film: Grenzeloze Cinema*. Vlaamse Film Actie.
<https://vlaamsefilmactie.be/>
- VNFO (2021). *Filmtheaters in beweging*. Amsterdam: EYE, NVBF en het Nederlands Filmtheater Overleg.
- UNIC (2023). *Annual report*. Url: https://www.unic-cinemas.org/fileadmin/user_upload/Publications/2023/UNIC_Annual_Report_2023.pdf
- UNIC (2024). *Innovation and the Big Screen*. Url: https://www.unic-cinemas.org/fileadmin/UNIC_innovation_publication_2024.pdf

10. Over de onderzoekers

Tim Raats - Tim Raats is hoofddocent aan het departement Communicatiewetenschappen van de Vrije Universiteit Brussel (VUB), waar hij cursussen doceert over mediabeleid en media-economie. Tim leidt de Media Economics and Policy unit, bestaande uit 24 junior en senior onderzoekers op fundamentele en toegepaste onderzoekstracks. Tim is gespecialiseerd in audiovisueel beleid en audiovisueel marktonderzoek in kleine markten. Hij publiceerde in diverse boeken en peer-reviewed tijdschriften en is een veelgevraagd spreker over audiovisueel en mediabeleid en adviseert daarnaast regelmatig mediaspelers en beleidsmakers. Hij coördineerde verschillende onderzoeksprojecten voor o.a. de Minister van Media, het Vlaams Departement Cultuur, Jeugd en Media, de Sectorraad Media in Vlaanderen, de VOFTP, DPGMedia en de VRT.

Daniël Biltereyst - Daniel Biltereyst is gewoon hoogleraar media- en filmgeschiedenis aan de Universiteit Gent en directeur van het Center for Cinema and Media Studies (CIMS), waar hij cursussen doceert over media- en filmgeschiedenis en over de audiovisuele beeldcultuur. Hij is auteur van meer dan 300 publicaties, promotor van 24 publiek verdedigde doctoraten en programmator van de universitaire filmclub Film-Plateau. Naast onderzoek rond de geschiedenis van filmkeuring/censuur in België, de katholieke en Vlaams-nationale filmbeweging en filmcultuur, -publieken en -vertoningsplaatsen is hij als onderzoeker internationaal actief op terreinen als filmcensuur, -publieken en trends in de Europese filmindustrie. Momenteel is hij als teamleader betrokken bij de Europese H2020-projecten Eumeplat (2021-24') en Reboot (2023-25).

Philippe Meers - Philippe Meers is gewoon hoogleraar film- en mediastudies aan het departement Communicatiewetenschappen van de Universiteit Antwerpen, waar hij directeur is van het Visual and Digital Cultures Research Center (ViDi). Meers leidde een waaier aan onderzoeksprojecten en publiceert over historische en hedendaagse filmculturen in België, Europa en Latijns-Amerika. Met Richard Maltby en Daniel Biltereyst redigeerde hij o.a. *The Routledge Companion to New Cinema History* (2019). Met Ildal Elsaket en Daniel Biltereyst coördineerde hij *Cinema in the Arab World: New Histories, New Approaches* (Bloomsbury, World Cinema series, 2023), recent bekroond met een British Association of Film, Television and Screen Studies "runner up award for best edited volume".

Sien Van de Wouwer - Sien Van de Wouwer is master Communicatiewetenschappen en onderzoeker binnen de NUSE unit (News: users, strategies and Engagement) bij imec-SMIT. Sien werkt onder andere mee aan het Europees project ReMed rond de uitdagende relatie tussen journalistiek en democratie. Daarnaast voert ze ook onderzoek uit binnen het kader van het kenniscentrum Mediapunt.

Axelle Asmar - Axelle Asmar is doctoraatsonderzoeker en onderwijsassistent bij de Vakgroep Communicatiewetenschappen van de Vrije Universiteit Brussel, en onderzoeker binnen de unit Media Economics and Policy bij imec-SMIT-VUB. Haar onderzoeksinteresse situeert zich op het vlak van jongeren en audiovisuele media enerzijds, en vraagstukken over gender, diversiteit en inclusie in een hertekend audiovisueel landschap anderzijds. Haar

doctoraatsonderzoek focust specifiek op de impact van SVOD-spelers zoals Netflix en hoe die steeds meer de nadruk leggen op diversiteit in hun branding, content, distributie, en productiestrategieën om transnationale aantrekkingskracht te creëren.

11. Bijlagen

1. Bijlage 1. Survey bevraging vertoners.
2. Bijlage 2. Protocol interviews.
3. Bijlage 3. Overzicht van geïnterviewde experts.
4. Bijlage 4. Toegekende steun VAF Publiek in 2024.
5. Bijlage 5. Franse Gemeenschap: het vertonerlandschap¹⁷¹
6. Bijlage 6. Het vertonerslandschap in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest.
7. Bijlage 7. Overzicht van grote filmtheaters in Nederland.
8. Bijlage 8. Lijst van tabellen en figuren.

¹⁷¹ https://www.odwb.be/explore/dataset/salles-de-projections-cinema/table/?disjunctive.categorie&disjunctive.province&disjunctive.ville&sort=denomination_du_lieu

11.1. Bijlage 1: survey

Vraag	Meerkeuze	Opvolgvraag	Opvolgvraag 2
Duid aan bij welk type vertoner u het meeste aanleunt	Multiplex Onafhankelijke profitbioscoop Arthouse Culturele vertoner Cultuurhuis (cultuur- of gemeenschapscentrum) Andere		
Waarvoor bent u eindverantwoordelijk binnen de organisatie? Meerdere functies zijn mogelijk.	Zakelijke leiding Eigenaar pand Eigenaar zaak Programmatie Publiekswerking Technische ondersteuning Administratie Communicatie, marketing en/of sociale media Andere		
U bent actief binnen de organisatie sinds:	[Invullen jaartal]		
Over hoeveel vertoningsplekken* beschikt u? (*Dit zijn de verschillende fysieke locaties van dezelfde groep)	1 Meer dan 1		
Over hoeveel stoelen/zetels beschikt de vertoner in totaal (alle vertoningsplekken samen)?			
Beschikt u over een met personeel bemand verkooppunt voor snacks en drank op de vertoningsplek?	Ja Nee	Indien ja Is dit in eigen beheer of uitbesteed?	
Is het gebouw eigendom van de exploitant?	Ja Nee	Indien nee Wie is de eigenaar van het pand?	Wordt er door de vertoner huur betaald voor het pand? Indien ja: Hoeveel bedraagt de huur op een maandelijkse basis (maximum twee decimalen)?
Hoeveel bedraagt de jaarlijkse energiekost (maximum twee decimalen)?			
Indien gekend, wat is de EPC-waarde van het gebouw.	[Open vraag]		
Over welke projectiesystemen beschikt u?	DCP DVD Blu-Ray Streaming 35mm Andere		
Over welke geluidssystemen beschikt u (geef bonding omschrijving)?			
Over welke andere cinematografische technologieën beschikt u?	IMAX 4DX Laster ULTRA RealD 3D Screen X Andere		

Wanneer werd de laatste investering gemaakt in onderstaande onderdelen (geef jaartal in)?	Geluid Schermen Stoelen, tapijt, inrichting Projectie Ander technisch materiaal Infrastructuur zoals toilet, bar, onthaal, toegankelijkheid, parking, etc Isolatie, geluids- en waterdichtheid Andere		
[Vraag indien het gaat om een groep: meer dan 1 vertoningsplek] Wanneer werd de laatste investering gemaakt binnen de groep in onderstaande onderdelen (geef jaartal in)?	Geluid Schermen Stoelen, tapijt, inrichting Projectie Ander technisch materiaal Infrastructuur zoals toilet, bar, onthaal, toegankelijkheid, parking, etc Isolatie, geluids- en waterdichtheid Andere		
Over welke van de volgende digitale toepassingen beschikt u? Meerdere antwoorden zijn mogelijk.	Website met programmatie en informatie over tickets, openingsuren, etc. Online ticketservice (zo ja, welk?) Webshop (ander aanbod dan tickets) CRM voor bijhouden ticketverkoop, bezoekers, etc. Andere		
Hoeveel filmvoorstellingen organiseert u op jaarbasis?	[getal]		
Vraag indien het gaat om een groep: meer dan 1 vertoningsplek] Hoeveel filmvoorstellingen organiseert u op jaarbasis voor de volledige groep?	[getal]		
Hoeveel verschillende titels programmeert u op jaarbasis (richtjaar 2023)?	[getal]		
Vraag indien het gaat om een groep: meer dan 1 vertoningsplek] Hoeveel verschillende titels programmeert u op jaarbasis over de volledige groep (richtjaar 2023)?	[getal]		
Zijn er vaste dagen waarop u gesloten bent?	Ja Nee	Indien ja Duid uw vaste sluitingsdagen aan.	
Wat is de frequentie van vertoningen?	Dagelijks 1x per week 2x per week 3x per week 4x per week 5x per week 6x per week Twee à drie keer per maand Occasioneel (gemiddeld per jaar aangeven)		
Wat is de prijs van een standaard filmticket (getal tot twee decimalen, bijvoorbeeld: 9,50)?	[getal]		
Heeft u aangepaste tarieven voor onderstaande doelgroepen?	Senioren		

Indien ja, vul de kostprijs per ticket in (getal tot twee decimalen, bijvoorbeeld: 9,50).	Leraren (bijvoorbeeld door lerarenkaart) Studenten Jongeren Werkzoekenden Nieuwkomers/vluchtelingen Kansentarief UitPAS Mensen met een beperkt inkomen Andere		
Welke van volgende formules biedt u aan? Vul de kostprijs per ticket in.	Abonnementsformule met beperkt aantal bioscoopbezoeken Abonnementsformule met onbeperkt aantal bioscoopbezoeken 5-rittenkaart 10-rittenkaart Kortingsacties (1+1) Cineville-abonnement (voor Brussel) Andere		
Via welke kanalen communiceert u het vaakst naar bezoekers? Er zijn meerdere antwoorden mogelijk.	Website Communicatie via sociale media (eigen pagina) Drukwerk Eigen magazine Nieuwsbrief Advertenties op sociale media Advertenties in reguliere media Andere		
Welke platformen gebruikt u voornamelijk?	[Open vraag]		
Biedt u bepaalde filmtijdschriften aan? Zo ja, de welke?	Ja Nee	[Open vraag: titel van het tijdschrift]	
Wordt er voorafgaand aan de film promotie (trailers, advertenties, etc.) getoond?	Ja Nee	Indien ja Wat voor soort promotie is dit? [Meerkeuze] <ul style="list-style-type: none"> - Trailers - Advertenties (zelf beheerd) - Advertenties (via reclameregie, bijvoorbeeld Brightfish) - Promo's van eigen andere (culturele) events 	
Beschikt u over een eigen parkeeraangelegenheid?	Ja Nee		
Kunt u een inschatting maken van de bereikbaarheid van uw vertonersplek? Hoe ver ligt deze bij de dichtstbijzijnde: (Maak een schatting van het aantal meter)	Bushalte Tramhalte Treinstation Parking		
In hoeverre beschikt het gebouw over voorzieningen voor rolstoelgebruikers (parking, ramp, lift, etc.)?	[Open vraag]		
In hoeverre beschikt het gebouw over voorzieningen voor blinden en slechtzienden (looproutes,	[Open vraag]		

audiodescriptie, etc.) / doven en slechthorenden (signalisatie, ondertitels, etc.)?			
Welk filmaanbod is voor u als vertoner prioriteit? Rangschik onderstaande categorieën van grootste prioriteit tot de minste. Met andere woorden, voor welke soort titels heeft u de meeste aandacht binnen uw programmatie.	Auteursfilm Blockbusters Europese film Vlaamse film Wereldfilm Experimentele, eigenzinnige film Kinder- en familiefilms Documentaire Klassiekers en cultfilms Kortfilm Animatiefilm Andere (geef aan)		
Welke van de onderstaande activiteiten verzorgt u als vertoner? Duid de frequentie aan.	Activiteiten Avant-premières Voorstellingen voor senioren Voorstellingen voor families en/of kids only Voorstellingen voor doelgroepen met een specifieke etnisch-culturele achtergrond Voorstellingen voor mensen met een achtergestelde sociaal-economische positie Toegespitst aanbod voor de 'meerwaardezoeker' Schoolvoorstellingen Zaalverhuur voor organisaties en presentaties Voorstellingen voor bedrijven, ngo's of sponsors Voorstellingen van opera's, dans of theater (uitgesteld) Voorstellingen van e-sports en game-events (uitgesteld) Live streams (opera's, dans, theater) Live streams (e-sports en game-events) Immersieve voorstellingen Eigen georganiseerde festivals Festivals in samenwerking met een of meerdere spelers Film marathons Andere (duid aan) ` Frequentie Minstens 1x per week Minstens 1x per maand Minstens 6x per jaar Minstens 3x per jaar 1x per jaar Nooit		
Welke omkadering is voorzien bij de verleende activiteiten? Indien u een activiteit niet organiseert, mag u het antwoordveld leeglaten.	Activiteiten - Avant-premières - Voorstellingen voor senioren - Voorstellingen voor families en/of kids only - Voorstellingen voor doelgroepen met een specifieke etnisch-culturele achtergrond - Voorstellingen voor mensen met een achtergestelde sociaal-economische positie		

	<ul style="list-style-type: none"> - Toegespitst aanbod voor de 'meerwaardezoeker' - Schoolvoorstellingen - Zaalverhuur voor organisaties en presentaties - Voorstellingen voor bedrijven, ngo's of sponsors - Voorstellingen van opera's, dans of theater (uitgesteld) - Voorstellingen van e-sports en game-events (uitgesteld) - Live streams (opera's, dans, theater) - Live streams (e-sports en game-events) - Immersieve voorstellingen - Eigen georganiseerde festivals - Festivals in samenwerking met een of meerdere spelers - Film marathons - Andere (duid aan) <p>Mogelijkheden omkadering Geen omkadering Gastlezing of exposé door expert of ervaringsdeskundige gelinkt aan de film Beknopte inleiding Q&A met crew, regisseur en/of acteur Panelgesprek Atelier, workshop of masterclass</p>		
Welke van de volgende spelers zijn structurele partners van u?	Commerciële sponsors NGO's of sociale organisaties Distributeurs Horeca in de nabijheid Filmfestivals Andere culturele organisatie Academische instellingen Andere vertoners Andere		
Hoeveel bezoekers ontving u gemiddeld in 2019? Geef indien gewenst meer toelichting bij de cijfers.	[getal]		
Vraag indien het gaat om een groep: meer dan 1 vertoningsplek] Hoeveel bezoekers ontving u gemiddeld in 2019 over de volledige groep? Geef indien gewenst meer toelichting bij de cijfers.	[getal]		
Hoeveel bezoekers ontving u gemiddeld in 2019 in het kader van filmvertoningen? Geef indien gewenst meer toelichting bij de cijfers.	[getal]		
Hoeveel bezoekers ontving u gemiddeld in 2023? Geef indien gewenst meer toelichting bij de cijfers.	[getal]		
Vraag indien het gaat om een groep: meer dan 1 vertoningsplek]	[getal]		

Hoeveel bezoekers ontving u gemiddeld in 2023 over de volledige groep? Geef indien gewenst meer toelichting bij de cijfers.			
Hoeveel bezoekers ontving u gemiddeld in 2023 in het kader van filmvertoningen? Geef indien gewenst meer toelichting bij de cijfers.	[getal]		
Wat is de gemiddelde leeftijd van bezoekers tijdens de filmvertoningen?	[getal]		
Tot welke leeftijdscategorie richt u zich hoofdzakelijk voor de filmprogrammatie?	Kinderen (met ouders) Tieners Jongvolwassenen/studenten (18-25) Volwassenen (26-40) Volwassenen (41-64) Volwassenen (65+)		
Welke leeftijdscategorie komt het vaakst over de vloer? Rangschik op basis van meeste bezocht naar minst bezocht.	Kinderen (met ouders) Tieners Jongvolwassenen/studenten (18-25) Volwassenen (26-40) Volwassenen (41-64) Volwassenen (65+)		
Beschikt u over inzichten rond leeftijd, opleidingsniveau, woonplaats, en voorkeuren van uw publiek?	Ja Nee		
Welke doelgroepen bereikt u te weinig volgens u?	Kinderen Families Jongeren/studenten Bedrijven en zakenrelaties Senioren Mensen met een migratieachtergrond/expats Mensen met een beperking Andere		
Wat is de juridische rechtsvorm van de vertoner?	VZW NV BV VOF CV AGB Andere		
Hoeveel voltijds betaalde werknemers werken er momenteel (indien meerdere vertonersplekken, voor alle locaties samen)?	[getal]		
Wat is het totaal aantal medewerkers (zaakvoerder/eigenaar, werknemer, vrijwilligers, stagiaires en jobstudenten)?	[getal]		
Hoeveel verschillende jobstudenten worden er gemiddeld per week ingezet	[getal]		
Hoeveel verschillende vrijwilligers worden er gemiddeld per week ingezet?	[getal]		

Hoeveel mensen zijn er binnen uw team verantwoordelijk voor de programmatie?	[getal]		
Duid aan voor welke functie u een aparte verantwoordelijke heeft.	Programmatie Boekhouding en financieel beheer Administratie Publiekswerking Communicatie Ticketing en onthaal Verkoop snoep, snacks en drank		
Hoeveel bedroeg de jaaromzet in 2019 (uitgedrukt in euro)?	[getal]		
Hoeveel bedroeg de jaaromzet in 2023 (uitgedrukt in euro)?	[getal]		
Hoeveel bedroegen de inkomsten uit de ticketverkoop voor filmvertoning in 2023?	[getal]		
[Vraag indien het gaat om een groep: meer dan 1 vertoningsplek] Hoeveel bedroegen de inkomsten uit de ticketverkoop over de hele groep in 2023?	[getal]		
Hoeveel bedroegen de inkomsten uit activiteiten afkomstig van het café, eten en drinken in 2023?	[getal]		
[Vraag indien het gaat om een groep: meer dan 1 vertoningsplek] Hoeveel bedroegen de inkomsten uit activiteiten afkomstig van het café, eten en drinken over de hele groep in 2023?	[getal]		
Hoeveel bedroegen de inkomsten uit activiteiten afkomstig van zaalhuur in 2023?	[getal]		
Hoeveel bedroegen de inkomsten uit activiteiten afkomstig uit reclame in 2023?	[getal]		
Duid aan van wie u in 2023 subsidies/steun ontving en hoeveel.	Vlaamse Gemeenschap/VAF Provincie Stad of gemeente Europese ondersteuning Federaal Andere (Franse Gemeenschap, CCA, Brussels Hoofdstedelijk Gewest, ...)		
Welke investeringen zijn voor u het dringendst? Rangschik op basis van hoe urgent de investering is.	CRM Website en ticketing Horeca-infrastructuur Projectie Geluid Scherm Ander technisch materiaal (geef aan) Stoelen Infrastructuur andere (geef aan) Ventilatiesysteem Andere (geef aan)		
Duid de drie grootste uitdagingen aan voor de stabiliteit van uw organisatie.	Streamingsplatformen Personeel (loonkost) Personeel (kennis en vaardigheden) Lage publieksopkomst		

	Energiekosten Inflatie Filmaanbod Stijgende infrastructuurkosten Concurrentie andere spelers Geen opvolging (in het geval van familieondernemingen) Andere (geef aan)		
Welk toekomstperspectief ziet u in de komende vijf jaar op vlak van publiek? Duid aan wat het meeste van toepassing is.	Stabiel: geen verdere groei, noch achteruitgang Groei tegenover 2023 Achteruitgang met als gevolg terugschroeven van de werking Risico op definitieve sluiting		
Welk toekomstperspectief ziet u voor uw organisatie in de komende vijf jaar op vlak van financiering? Duid aan wat het meeste van toepassing is.	Stabiel: geen verdere groei, noch achteruitgang Groei tegenover 2023 Achteruitgang met als gevolg terugschroeven van de werking Risico op definitieve sluiting		
Wat zijn volgens u de belangrijkste noden van het Vlaamse vertonerslandschap? Het gaat hier specifiek om het bredere landschap en niet uw individuele positie als vertoner.	[open vraag]		
Wenst u zelf nog iets toe te voegen aan deze bevraging?	Ja Nee		

11.2. Bijlage 2: Overzicht topiclijst interviews (startdocument)

- Hoe belangrijk is Vlaamse film binnen uw aanbod?
- Hoe definieert u publiekswerking?
- hoe economisch realistisch is het om echt als nieuwe exploitant te starten?
- Hoe situeert u uw eigen rol in het vertonerslandschap? Welke accenten,
- Welke functie, welke prioriteiten, hoe complementair zijn met wat bestaat?
- Is het makkelijk om nog de combinatie van doelstellingen te halen?
- Hoe kijkt u naar het Vlaamse en Brusselse vertonerslandschap?
- Zijn er voldoende schermen in Vlaanderen? Is er voldoende diversiteit in vertonersplekken? Bereikt de sector voldoende publiek? Legt de sector de juiste accenten?
- Hoe evalueert u abonnementsformules als Cineville?
- In hoeverre kunt u de ambities als vertoner naar eigen inzien realiseren in de huidige context waarin u actief bent?
- Welke zijn de belangrijkste veranderingen in programmering, infrastructuur, tewerkstelling, planning en scope die de laatste jaren werden doorgevoerd?
- Wat ervaart u op dit moment als grootste uitdaging voor de financiële stabiliteit/inkomsten van uw organisatie?
- Welke zijn voor u de belangrijkste prioriteiten voor investeringen in de komende jaren?
- Welke zijn de belangrijkste prioriteiten voor programmatie in de komende drie jaar?
- Welke ervaart u als de belangrijkste struikelblokken voor het bereiken van (voldoende/juist) publiek op dit moment?
- Wat ervaart u als de grootste uitdaging op het vlak van uw interne werking en personeelssituatie?
- Welke vorm van beleidsondersteuning is voor u het meest noodzakelijk (indien gewenst)? Hoe evalueert u de rol van VAF publiekswerking? Welke

andere subsidiekanalen kunt u aanspreken? Welke rol speelt de stad/provincie/gewest/EU in ondersteuning?

- Hoe ervaart u als vertoner de relatie met distributeurs op dit moment?
- Hoe ervaart u als vertoner de relatie met nabijgelegen vertoners op dit moment? Zijn er pistes voor structurele samenwerking? Wordt er al samengewerkt?
- Zijn er mogelijkheden om schaalvergroting te realiseren?

11.3. Bijlage 3: overzicht geïnterviewde experts

Naam	Speler	Type vertoner	Regio
Alexander Vandeputte	Lumière groep	Arthouse	Oost-Vlaanderen Antwerpen West-Vlaanderen
Benny Salaets	Lumière groep	Arthouse	Oost-Vlaanderen Antwerpen West-Vlaanderen
Caroline Rochlitz	De Roma	Culturele vertoner	Antwerpen
David Deprez	Lumière Maastricht	Filmtheater	Nederland
Diana Raspoet	Vlaams Audiovisueel Fonds	Beleid en ondersteuning	Vlaanderen en Brussel
Didier Lombaerts	Kinopolis groep	Multiplex	België
Floris Vandekerkhove	Studioskoop	Arthouse	Oost-Vlaanderen
Geert Op de Beeck	Filmhuis Mechelen	Culturele vertoner	Antwerpen
Hilde Vanhoutte	De Andere Film	Filmclub	West-Vlaanderen
Iris Verhoeven	J.E.F.	Festival Distributeur Publieksonwikkeling	Antwerpen Vlaanderen
Iris Verwerft	CC Zwanenberg	Cultureel Centrum	Antwerpen
Johan Van Schaeren	FONK	Arthouse Distributeur Festival	Vlaams-Brabant Limburg
Jon Michelena	Lumière groep	Arthouse	Oost-Vlaanderen Antwerpen West-Vlaanderen
Joyce Palmers	De Cinema	Culturele vertoner	Antwerpen
Kevin Decoster	Budascoop	Arthouse	West-vlaanderen
Lennert Soberon	Kaskcinema	Culturele Vertoner	Oost-Vlaanderen
Ludo Vangenechten	Roxy Theater	Onafhankelijke profitbioscoop	Limburg
Marc Boonen	Mooov	Culturele Vertoner Festival Filmclub Distributeur	Antwerpen Vlaanderen
Marie-Eve Cosemans	Cinema Nova	Culturele vertoner	Brussel
Marijke Vandebuerie	Filmfestival Gent	Festival	Oost-Vlaanderen
Nicole de Becker Frans Vermeire Lars Vermeire Véronique Meyfrootd	Cinema Variétés	Onafhankelijke profitbioscoop	Antwerpen
Orlando Verde	De Cinema	Culturele vertoner	Antwerpen

Patrick Deboes	Sphinx	Arthouse	Oost-Vlaanderen
Seppe Vanhaecke	Cinéart	Distributeur	België
Stijn Vanspauwen	Kinepolis groep	Multiplex	België
Sylvie Eecken Ver	CC Koksijde	Cultureel Centrum	West-Vlaanderen
Thierry Laermans	Federatie van Belgische Cinemas (FCB)	Belangenvereniging	België
Thomas Fransman	Filmtheater Arnhem	Filmtheater	Nederland
Tinne Bral	Imagine	Distributeur	België
Tomas Leyers	Cinamatek	Culturele Vertoner	Brussel
Wim De Witte	Filmfestival Gent	Festival	Oost-Vlaanderen

11.4. Bijlage 4: VAF ondersteuning toegekend in 2024

Op het moment van schrijven, verleende het VAF nog geen springplankpremies voor 2024-2025 (premie gespreid over twee jaar). De deadline voor deze ondersteuning valt namelijk pas op 11 oktober 2024. Hetzelfde geldt voor de nieuwe toelage 'Open Cinema', waar de deadline 13 augustus 2024 is.

Vertoner	Arthouse-premie	Meerjarige ondersteuning	Innovatie-premie	Project-subsidie	Springplank-premie	Vertoning Vlaamse auteursfilm
JEF		X				
MOOOV		X				
Fonk		X				
Film Fest Gent		X				
Anima		X	X			
Filmfestival Oostende		X				
BIFF		X				
Filem'On		X				
Offscreen Festival		X				
Brussels Short Filmfestival & Brussels International Filmfestival		X				
Art Cinema OFFoff		X				
Cinemaximiliaan		X				
KASKcinema		X				
Nova		X				
Cinem Sphinx		X				
Cinea		X				
Kortfilm.be		X				
Rekker		X				
Sabzian		X				
Blue Screen				X		
Cine Rio				X		
Festival Millenium				X		
In Stad Festival				X		
Japan-Square Filmfestival				X		
Kinolatino Film Festival				X		
Made in China Festival				X		
Monokino				X		
MOUV'				X		
Avila Film				X		
Kortgeknipt				X		
Sooner en CultuurConnect: Toegankelijkheid naar (Vlaamse) cinema				X		

Filmworkshops				X		
SchoolpodiumNoord						
Ciné Place-Making II				X		
Studio Malem				X		
BAFF				X		
Cinema Stuivenberg				X		
CUT TO: Gent				X		
Docfest				X		
Girls on Film				X		
Holebifilmfestival				X		
Pink Screens				X		
Razor Reel Flanders				X		
Film Fest						
STOM! Stille				X		
Filmfestival Brugge						
Cineadreries				X		
Buurtcinema CC De						X
Ploter						
CC Binder						X
CC de Meent						X
CC De Spil						X
CC Diest – Cinema						X
Paradiso						
CC Evergem						X
CC Lokeren						X
CC Strombeek						X
CC Zoetegem						X
CC Zwaneberg						X
Cinema Albert						X
Cinéma Aventure						X
Cinema Galeries						X
Cinema Plaza						X
Cinema Variétés						X
Cinéma Vendôme						X
De Cinema						X
De Roma						X
Filmhuis Mechelen						X
Kunstencentrum						X
BUDA						
Leitheater						X
Netwerk Aalst						X
Palace						X
Schouwburg De Kern						X
The Roxy Theatre						X
Cinema Cartoon's	X					
Lumière Antwerpen	X					
Lumière Brugge	X					
Lumière Mechelen	X					
Studio Skoop / De	X					
Filmploaneet						

11.5. Bijlage 5: het vertonerlandschap in Wallonië

Naam	Categorie	Provincie	Stad	Organisator/exploitant
Centre culturel de Farciennes	Cultureel Centrum	Henegouwen	Farciennes	Centre culturel de Farciennes
Centre Culturel de Welkenraedt	Cultureel Centrum	Luik	Welkenraedt	Centre Culturel de Welkenraedt
Espace Baudouin IV	Cultureel Centrum	Henegouwen	Braine-le-Comte	Centre culturel de Braine-le-Comte
Espace culturel Victor Jara	Cultureel Centrum	Henegouwen	Soignies	Centre culturel de Soignies
Centre culturel de Floreffe	Cultureel Centrum	Namen	Floreffe	Centre culturel de Floreffe
Centre culturel de Mouscron	Cultureel Centrum	Henegouwen	Mouscron	Centre culturel de Mouscron
Centre culturel local Le Sablon	Cultureel Centrum	Henegouwen	Carnières	Centre culturel local Le Sablon
Espace Duesberg	Cultureel Centrum	Luik	Verviers	Centre culturel de Verviers
Centre Culturel d'Havelange	Cultureel Centrum	Namen	Havelange	Centre Culturel d'Havelange
Centre Culturel de Dinant	Cultureel Centrum	Namen	Dinant	Centre Culturel de Dinant
Centre culturel de Sprimont	Cultureel Centrum	Luik	Sprimont	Centre culturel de Sprimont
Centre Culturel des Roches	Cultureel Centrum	Namen	Rochefort	Centre Culturel des Roches de Rochefort
Le 38, Centre Culturel de Genappe	Cultureel Centrum	Waals-Brabant	Genappe	Centre Culturel de Genappe
Centre culturel de Rebecq	Cultureel Centrum	Waals-Brabant	Quenast	Centre culturel de Rebecq
Foyer Culturel de Jupille-Wandre	Cultureel Centrum	Luik	Jupille	Foyer Culturel de Jupille-Wandre
Foyer socioculturel d'Antoing	Cultureel Centrum	Henegouwen	Antoing	Foyer socioculturel d'Antoing
Centre culturel de Frameries	Cultureel Centrum	Luik	Frameries	Centre culturel de Frameries
Atrium57, Centre culturel de Gembloux	Cultureel Centrum	Namen	Gembloux	Atrium57, Centre culturel de Gembloux
Ciné-Moustier	Cultureel Centrum	Namen	Moustier-sur-Sambre	Centre culturel Gabrielle Bernard
CCN Nivelles - Ciné-Club en ligne	Cultureel Centrum	Waals-Brabant	Nivelles	Centre culturel de Nivelles
Centre culturel de Seraing	Cultureel Centrum	Luik	Seraing	Centre culturel de Seraing

Centre Culturel de Colfontaine	Cultureel Centrum	Henegouwen	Colfontaine	Centre Culturel de Colfontaine
Centre culturel d'Andenne	Cultureel Centrum	Namen	Andenne	Centre culturel d'Andenne
Centre culturel de Durbuy	Cultureel Centrum	Luxemburg	Barvaux	Centre culturel de Durbuy
Centre Culturel d'Ans	Cultureel Centrum	Luik	Ans	Centre Culturel d'Ans
Centre culturel de Tubize	Cultureel Centrum	Waals-Brabant	Tubize	Centre culturel de Tubize
SPOTT	Cultureel Centrum	Waals-Brabant	Ottignies	SPOTT
Centre culturel de Perwez - PIFF	Cultureel Centrum	Waals-Brabant	Perwez	Centre culturel de Perwez - Le Foyer
Ciné-Dour, Centre culturel de Dour	Cultureel Centrum	Henegouwen	Dour	Centre culturel de Dour
Centre Culturel d'Enghien	Cultureel Centrum	Henegouwen	Enghien	Centre Culturel d'Enghien
Centre culturel de Libramont-Chevigny	Cultureel Centrum	Luxemburg	Libramont	Centre culturel de Libramont-Chevigny
Le Delta, Espace Culturel Provincial	Cultureel Centrum	Namen	Namen	Province de Namur
La Sucrierie	Cultureel Centrum	Waals-Brabant	Wavre	RCAWavre
Le Monty	Cultureel Centrum	Waals-Brabant	Genappe	Le Monty
Centre Culturel d'Amay	Cultureel Centrum	Luik	Amay	Centre Culturel d'Amay
Les ciné-débats CAL Charleroi	Filmclub	Henegouwen	Charleroi	Centre d'Action Laïque Charleroi
Ciné Club Studio 5	Filmclub	Namen	Namen	Affipages asbl
CID	Filmclub	Henegouwen	Hornu	Centre d'Innovation et de Design
Les ciné-débats Maison de la Laïcité de Fleurus	Filmclub	Henegouwen	Fleurus	Centre d'Action Laïque Charleroi
Sibret Ciné	Filmclub	Luxemburg	Vaux-sur-Sûre	Cercle culturel Sibret
Ciné-Club de Rixensart	Filmclub	Waals-Brabant	Genal	Cine-Club de Rixensart asbl
CinéClub Louvain-la-Neuve	Filmclub	Waals-Brabant	Louvain-la-Neuve	UCL Culture, IAD, COMU, Centre culturel d'Ottignies-Louvain-la-Neuve, Cinéscope et Pôle Louvain
Les ciné-débats Maison de la Laïcité de Fontaine-L'Évêque	Filmclub	Henegouwen	Fontaine-l'Évêque	Centre d'Action Laïque Charleroi

Ciné-Club Travers Emotion au 71	Filmclub	Waals-Brabant	Incourt	Travers Emission
Cinésoupe	Filmclub	Namen	Beauraing	Centee culturel de Beauraing
Les ciné-débats Maison de la Laïcité de Chimay	Filmclub	Henegouwen	Chimay	Centre d'Action Laïque Charleroi
Kinoféroce Aquilone	Filmclub	Luik	Luik	Kinoféroce
Al Pirate Movie Club	Filmclub	Luik	Luik	Al Pirate Movie Club
Ciné-Récré	Filmclub	Luik	Saint-Georges-sur-Meuse	Centre culturel de Saint-Georges-sur-Meuse
Ciné-club allemand du CEA	Filmclub	Luik	Luik	Université de Liège et Goethe Institut
Ciné-Club Educatif et Culturel - Imagix	Filmclub	Henegouwen	Mons	Ciné-Club Educatif et Culturel (CCEC)
Ciné-débat de Maison de la Laïcité Condorcet	Filmclub	Waals-Brabant	Beauvechain	Maison de la Laïcité Condorcet
Les projections du Columban	Filmclub	Waals-Brabant	Wavre	Espace de Cultures Columban
Ciné-club Nickelodéon	Filmclub	Luik	Luik	Université de Liège
Ciné Bocage	Filmclub	Luik	Herve	Centre Hervien d'Animation Culturelle
Centre culturel de Braine-L'Alleud	Filmclub	Waals-Brabant	Braine-l'Alleud	Centre culturel de Braine-L'Alleud
Ciné-monde	Filmclub	Luxemburg	Aubange	Centre Culturel de la Ville d'Aubange
Les Toiles Quiévrainoises en plein air	Filmclub	Henegouwen	Quiévrain	Commune de Quiévrain
Le cercle du Laveu	Filmclub	Luik	Luik	Le cercle du Laveu
Les ciné-débats Maison de la Laïcité de Pont-à-Celles	Filmclub	Henegouwen	Pont-à-Celles	Centre d'Action Laïque Charleroi
Les ciné-débats Maison Communautaire de Strée	Filmclub	Henegouwen	Strée	Centre d'Action Laïque Charleroi
Cinéma des résistances	Filmclub	Henegouwen	Morlanwelz	Maison de la laïcité de Morlanwez
Ciné-club de Spa-Jalhay-Stoumont	Filmclub	Luik	Spa	Centre culturel Spa-Jalhay-Stoumont
Ciné-club initérant	Filmclub	Luik	Verviers	Loupiote asbl
Cinéma Jean Novelty	Filmclub	Henegouwen	Leuze-en-Hainaut	Centre Culturel de Leuze-en-Hainaut
Ciné-club de L'ESA ST-Luc	Filmclub	Luik	Luik	L'An vert
Cin'Agro	Filmclub	Namen	Gembloux	Gembloux Agro-Bio Tech Université de Liège

Les Soirées du Film Nature	Filmclub	Luik	Herve	Natagora
Ciné-Club du Moulin Klepper	Filmclub	Luxemburg	Neufchâteau	Bibliothèque communale de Neufchâteau
Ciné-débat de la Maison de la Laïcité	Filmclub	Waals-Brabant	Ottignies	Maison de la Laïcité Ottignies-LLN
Aula Magna	Filmclub	Waals-Brabant	Louvain-la-Neuve	Aula Magna
Ciné Caquettes	Filmclub	Namen	Profondeville	Ciné Caquettes
Le Ciné en plein air	Filmclub	Henegouwen	Binche	Ville de Binche
Le ciné en famille à Verviers	Filmclub	Luik	Verviers	Loupiote asbl
Cinémusée	Filmclub	Luik	Luik	Grand Curtius et CFA
Cinéclub du CCRT	Filmclub	Luxemburg	Rossignol	Association Qualité-Village-Gérouville
Les ciné-débats Maison de la Laïcité de l'Entité Courcelloise	Filmclub	Henegouwen	Courcelles	Centre d'Action Laïque Charleroi
CinéGreze	Filmclub	Waals-Brabant	Greze-Doiceau	asbl Cinégreze
Cinéma Drive-In de Médiacité	Filmclub	Luik	Luik	Médiacité
Ciné-club Espace Florenville	Filmclub	Luxemburg	Florenville	C.C. du Beau Canton, bibliothèque publique de Florenville etCRILux
Ciné soupe au Théâtre de la Valette	Filmclub	Waals-Brabant	Ittre	Centre culturel d'Ittre
Kinoféroce IAD	Filmclub	Waals-Brabant	Louvain-la-Neuve	Kinoféroce
Cinéma Cameo Tamines	Cinema	Namen	Tamines	Dreamline
CineXtra Bastogne	Bioscoop	Luxemburg	Bastogne	CineXtra
Pathé Verviers	Bioscoop	Luik	Verviers	Pathé Verviers
MovieMills	Bioscoop	Luik	Malmedy	MovieMills
Les Variétés Waremme	Bioscoop	Luik	Waremme	Cinéma Les Variétés
Ciné Nos loisirs	Bioscoop	Luxemburg	Saint-Mard	Ciné Patria
Le Churchill	Bioscoop	Luik	Luik	Les Grignoux
Plaza Art	Bioscoop	Henegouwen	Mons	Centre Éducatif et Culturel Cinématographique Montois asbl
Acinapolis	Bioscoop	Namen	Jambes	Pathé Belgique
CineXtra Marche	Bioscoop	Luxemburg	Marche-en-Famenne	CineXtra
Le Caméo	Bioscoop	Namen	Namen	Les Grignoux

Ciné Chaplin	Bioscoop	Namen	Nismes	asbl Grand Angle
Cinéma l'Ecran	Bioscoop	Henegouwen	Ath	La Maison Culturelle d'Ath
Ciné4 Nivelles	Bioscoop	Waals-Brabant	Nivelles	Centre culturel de Nivelles
Cinéma Palace	Bioscoop	Brussels Hoofdstedelijk Gewest	Brussel	Cinéma Palace
Ciné Patria	Bioscoop	Luxemburg	Virton	Ciné Patria
Ciné Espace	Bioscoop	Luxemburg	Arlon	Ciné Espace
Palace Liège	Bioscoop	Luik	Luik	Kinepolis Liège
Cinéma Nova	Bioscoop	Brussels Hoofdstedelijk Gewest	Brussel	Nova asbl
Quai 10	Bioscoop	Henegouwen	Charleroi	Quai 10
Quai 10 Côté Parc	Bioscoop	Henegouwen	Charleroi	Quai 10
Ciné Versailles	Bioscoop	Luik	Stavelot	Ciné Versailles
White Cinéma Docks	Bioscoop	Brussels Hoofdstedelijk Gewest	Schaerbeek	White Cinema
Cinéma Stuart	Bioscoop	Henegouwen	La Louvière	Cinémas Stuart
Cinéscope Louvain-La-Neuve	Bioscoop	Waals-Brabant	Louvain-la-Neuve	Pathé Belgique
Kino Corso	Bioscoop	Luik	Saint Vith	Kino Corso
Ciné-Dour	Bioscoop	Henegouwen	Dour	Ciné-Dour
Plaza Hotton	Bioscoop	Luxemburg	Hotton	Plaza Hotton
Bouillon Ciné	Bioscoop	Luxemburg	Bouillon	Bouillon Ciné
Imagix Kihuy	Bioscoop	Luik	Huy	Kihuy
Cinéma Sauvenière	Bioscoop	Luik	Luik	Les Grignoux
Ciné Couvin	Bioscoop	Namen	Couvin	Le ciné-écran
Cinéma For&ver	Bioscoop	Henegouwen	Mouscron	Ciné For&ver
Ciné Centre	Bioscoop	Waals-Brabant	Rixensart	Lights in the city
Cinépointcom Libramont	Bioscoop	Luxemburg	Libramont	Pathé
Wellington	Bioscoop	Waals-Brabant	Waterloo	Cinés Wellington
Kinepolis Imagibraïne	Bioscoop	Waals-Brabant	Braine-l'Alleud	Kinepolis Braine
Pathé Charleroi	Bioscoop	Henegouwen	Charleroi	Cinépointcom
Imagix Tournai	Bioscoop	Henegouwen	Tournai	Imagix Tournai
Le Foyer	Bioscoop	Luxemburg	Habay-la-Vieille	Le Foyer
Kinepolis Liège	Bioscoop	Luik	Luik	Kinepolis Liège

Cinéma Le Parc	Bioscoop	Luik	Luik	Les Grignoux
Ciné Gedinne	Bioscoop	Namen	Gedinne	Ciné Gedinne
Cinéma l'Etoile	Bioscoop	Waals-Brabant	Jodoigne	Lights in the city
Imagix Mons	Bioscoop	Henegouwen	Mons	Imagix Mons

11.6. Bijlage 6: Het vertonerslandschap in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest

Noteer dat het hier instellingen betreft die in Brussel zijn gevestigd, en dus zowel vanuit de Franse Gemeenschap als Vlaanderen steun kunnen ontvangen (of beide). Ook zijn hier mee de bi-communautaire instellingen opgenomen (zoals Flagey) en de federale instellingen (zoals Cinematek)

Naam	Categorie	Stad	Organisator/exploitant
Centre Culturel de Jette	Cultureel Centrum	Jette	Centre Culturel de Jette
Atelier 210	Cultureel Centrum	Etterbeek	Atelier 210 asbl
Archipel 19	Cultureel Centrum	Sint-Agatha-Berchem	Centre Culturel Archipel 19
Escale du Nord	Cultureel Centrum	Anderlecht	Escale du Nord
Centre Culturel Jacques Franck	Cultureel Centrum	Sint-Gillis	Centre Culturel Jacques Franck
Espace Magh	Cultureel Centrum	Brussel	Espace Magh
Centre culturel d'Uccle	Cultureel Centrum	Ukkel	Centre culturel d'Uccle
MC Cité Modèle	Cultureel Centrum	Laken	Maison de la Création
La Vénerie, Espace Delvaux	Cultureel Centrum	Watermaal-Bosvoorde	La Vénerie, Centre culturel de Watermael-Boitsfort
Centre Culturel Wolubilis	Cultureel Centrum	Sint-Lambrechts-Woluwe	Centre Culturel Wolubilis
Le Senghor	Cultureel Centrum	Etterbeek	Le Senghor - Centre Culturel d'Etterbeek
La Tricoterie	Cultureel Centrum	Sint-Gillis	La Tricoterie - Fabrique de liens
W:Halll	Cultureel Centrum	Sint-Pieters-Woluwe	W:Halll, Centre Culturel de Woluwe-Saint-Pierre
Agés et Images	Filmclub	Schaarbeek	Maison des Femmes
Cinéphage	Filmclub	Elsene	ULB
Les Midis du Cinéma	Filmclub	Brussel	Les Midis du Cinéma et les Musées Royaux des Beaux-Arts de Belgique

Les Jeudis du Cinéma au Vendôme	Filmclub	Elsene	Lire et Ecrire Bruxelles
Ciné-club d'Anderlecht	Filmclub	Anderlecht	
Movie Drive (cinéma d'été)	Filmclub	Brussel	Movie Drive et la Ville de Bruxelles
Les ciné-clubs du CCLJ	Filmclub	Sint-Gillis	Centre Communautaire Laïc Juif - CCLJ
Cinédames	Filmclub	Schaarbeek	Libérations Films
Le Bunker Ciné Théâtre	Filmclub	Sint-Joost-ten-Node	Le Bunker Ciné Théâtre
Ciné-Club New Cubitus	Filmclub	Sint-Lambrechts-Woluwe	Centre "Les pléiades"
Ciné-club Bruegel	Filmclub	Brussel	Centre culturel Bruegel
Gare aux enfants	Filmclub	Laken	Loupiote asbl
Ciné-Club des Libertés	Filmclub	Brussel	Bruxelles Laïque asbl
Muséum des Sciences Naturelles	Filmclub	Brussel	Institut royal des Sciences naturelles de Belgique
Ciné Canapé	Filmclub	Schaarbeek	Centre Culturel de Schaerbeek
Maison de l'Amérique Latine	Filmclub	Elsene	Maison de l'Amérique Latine Seul asbl
Ciné 4/4 - L'entrela	Filmclub	Evere	L'Entrela, Centre culturel d'Evere
Ciné-club de l'INSAS	Filmclub	Brussel	INSAS
Les Samedis du Ciné au Vendôme	Filmclub	Elsene	Clap Education ASBL
Kinoféroce Kinograph	Filmclub	Elsene	Kinoféroce
Ciné jeune public	Filmclub	Etterbeek	Loupiote asbl
Smala Cinéma	Filmclub	Sint-Gillis	Cinedit
Le P'tit Ciné - Regards sur les Docs	Filmclub	Sint-Gillis	Le P'tit Ciné - Regards sur les Docs
Cinéma Vendôme	Bioscoop	Elsene	Art& Cinéma asbl
UGC Toison d'Or	Bioscoop	Elsene	UGC Toison d'Or
Cinéma Le Stockel	Bioscoop	Sint-Pieters-Woluwe	Lights in the city
Cinematek	Bioscoop	Brussel	Cinematek
UGC De Brouckère	Bioscoop	Brussel	UGC De Brouckère
Flagey	Bioscoop	Elsene	Flagey
Cinéma Palace	Bioscoop	Brussel	Cinéma Palace
Kinopolis Bruxelles	Bioscoop	Laeken	Kinopolis Mega
Cinéma Nova	Bioscoop	Brussel	Nova asbl
White Cinéma Docks	Bioscoop	Schaarbeek	White Cinema
Cinéma Stuart	Bioscoop	La Louvière	Cinémas Stuart

Kinograph	Bioscoop	Elsene	Cinecité scrl
Cinema RITCS	Bioscoop	Brussel	Royal Institute for Theatre, Cinema & Sound
Cinéma Aventure	Bioscoop	Brussel	Arbemax sprl
Cinéma Galeries	Bioscoop	Brussel	Cinéma Galeries

11.7. Bijlage 7: Overzicht van (middel)grote filmtheaters in Nederland

Filmtheater	Locatie	Zalen	Stoelen
Chasse	Breda	4	493
Cinema Oostereiland	Hoorn	3	205
Concordia	Enschede	3	231
De Cacaofabriek	Helmond	3	204
De Lieve Vrouw	Amersfoort	4	351
Eye Filmmuseum	Amsterdam	4	633
Filmhuis Alkmaar	Alkmaar	3	212
Filmhuis Bussum	Bussum	2	156
Filmhuis Den Haag	Den Haag	6	352
Fimtheater De Fabriek	Zaandam	3	183
Filmtheater Gigant	Apeldoorn	3	280
Filmtheater Hilversum	Hilversum	3	247
Focus Filmtheater	Arnhem	6	439
Forum Groningen	Groningen	6	875
Het Ketelhuis	Amsterdam	3	243
Hoogt On Tour	Utrecht	1	49
Lantarenvenster	Rotterdam	6	783
Lumen	Delft	2	169
Lumière	Maastricht	6	478
Lux Nijmegen	Nijmegen	8	807
Mimik	Deventer	5	455
Natlab	Eindhoven	7	603
Rialto De Pijp	Amsterdam	3	270
Rialto Vu	Amsterdam	4	424
Schuur	Haarlem	2	185
Slieker	Leeuwarden	3	162
Verkadefabriek	Den Bosch	5	384

11.8. Bijlage 8: Lijst van figuren en tabellen

Figuren

- Figuur 1. Samenstelling van de Europese box office-markt naar filmtypes en herkomst (2022)
- Figuur 2. Uitsplitsing van het type vertoners die deelnamen aan de survey
- Figuur 3. Het eigenaarschap uitgesplitst per type vertoner
- Figuur 4. Huurcontract uitgesplitst per type vertoner
- Figuur 5. De juridische rechtsvorm uitgesplitst per type vertoner
- Figuur 6. Aanwezigheid van verkooppunt snacks en drank per type vertoner
- Figuur 7. Weergave van de mate waarin elk type vertoner beschikt over een verantwoordelijke (uitgesplitst voor verschillende functies)
- Figuur 8. Weergave van de frequentie van vertoningen uitgesplitst per type vertoner
- Figuur 9. Schematische weergave van de verschillende kortingstarieven aangeboden door de verschillende types vertoner
- Figuur 10. Voorstelling van de verschillende soorten abonnementen per type vertoner
- Figuur 11. Geprogrammeerde titels in 2023 per type vertoner
- Figuur 12. Weergave van het totaal aantal vertoningen in 2023 per type vertoner
- Figuur 13. De (geografische) diversiteit aan titels (links) en vertoningen (rechts) en het aandeel van Vlaamse films in het aanbod van de verschillende types vertoners
- Figuur 14. Percentage bezoekers per afkomst titel (geografisch)
- Figuur 15. Bezoekers per afkomst titel voor arthouses in Vlaanderen
- Figuur 16. Spreiding van het aanbod naargelang het releasejaar van titels (uitgesplitst per type vertoner)
- Figuur 17. Absolute bezoekersaantal per type speler (2023)
- Figuur 18. Inschatting evolutie publiek binnen 5 jaar
- Figuur 19. Inschatting evolutie inkomsten binnen 5 jaar
- Figuur 20. Bezoeken op basis van nationaliteit van speelfilms (in procent)
- Figuur 21. Wanneer mensen naar de bioscoop gaan voor een nieuwe release
- Figuur 22. Bereik naar type vertoner en bezoeker
- Figuur 23. Gemiddelde ticketprijs van een bioscoopticket (2017-2023)
- Figuur 24. Prioriteiten voor een duurzaam filmexploitatie­landschap

Tabellen

- Tabel 1. Overzicht aandeel regio in totaal aantal bezoekers Europa (2019-2023)
- Tabel 2. Overzicht van de Europese box offices van 2023, inclusief een vergelijking met 2022
- Tabel 3. Overzicht van de gemiddelde ticketprijzen in Europa
- Tabel 4. Weergave van de top tien grootste vertoners in Europa
- Tabel 5. Weergave van de arthousebioscopen in Vlaanderen en Brussel
- Tabel 6. Overzicht van de onafhankelijke profitbioscopen in Vlaanderen en Brussel
- Tabel 7. Overzicht van de culturele vertoners in Vlaanderen en Brussel
- Tabel 8. Overzicht van de culturele centra in Vlaanderen en Brussel
- Tabel 9. De culturele centra met de meeste bezoekers.
- Tabel 10. De culturele centra met de meeste vertoningen
- Tabel 11. 10 filmclubs met de meeste bezoekers in 2023
- Tabel 12. Weergave van de capaciteit (aantal zetels) van de vertoners
- Tabel 13. Weergave van de tools waarover elk type vertoner beschikt

Tabel 14. Weergave van de verschillende kortingstarieven uitgesplitst per type vertoner

Tabel 15. Percentuele voorstelling van de abonnementformules per type vertoner

Tabel 16. Uitsplitsing van de verschillende soorten activiteiten per type vertoner in absolute aantallen

Tabel 17. Percentuele weergave van de samenwerkingen per type vertoner

Tabel 18. Percentuele weergave van de genres die als prioritair wordt aangeduid

Tabel 19. Schematische voorstelling van de aandelen van regio's in het aanbod per type vertoner

Tabel 20. Aantal vertoning van commerciële, Amerikaanse titels bij arthouses

Tabel 21. Aantal vertoning van commerciële, Amerikaanse titels bij culturele vertoners en culturele centra

Tabel 22. Percentuele weergave van het prioritaire publieksprofiel per type vertoner

Tabel 23. Het publieksprofiel dat het meest vertegenwoordigd is, uitgesplitst per type vertoner

Tabel 24. Percentuele weergave van het publieksprofiel dat het minst wordt vertegenwoordigd, uitgesplitst per type vertoner

Tabel 25. Het aantal vertoningen en bezoekers per provincie/regio

Tabel 26. Het aantal bezoekers per provincie, uitgesplitst per type vertoner

Tabel 27. Populairste titels over CC, CV, filmclub en arthouse samen in 2023

Tabel 28. Populairste titels per categorie vertoner (CC, CV en Arthouse) in 2023

Tabel 29. Steun beleid vertoners

Tabel 30. Arthousepremie VAF

Tabel 31. Meerjarige ondersteuning VAF

Tabel 32. Projectsubsidie VAF

Tabel 33. Innovatiepremie VAF

Tabel 34. Springplankpremie VAF

Tabel 35. Steun aan vertoning auteursfilm VAF

Tabel 36. Overzicht stadstaksen

Tabel 37. Overzicht steunschaal per scherm Europa Cinema

Tabel 38. Berekeningswijze Europa Cinemas

Tabel 39. Berekeningswijze bonus Europa Cinemas

Tabel 40. Inschatting grootste bedreiging vertoners

Tabel 41. Inschatting grootste investeringsnoden vertoners

Tabel 42. SWOT-analyse op basis van gevoerde gesprekken

Tabel 43. Cijfers over het vertonerslandschap voor 2023 opgedeeld per regio

Tabel 44. Deense box office 2019-2023

Tabel 45. Deense box office: vergelijking tussen 2021 en 2023

Tabel 46. Verkochte tickets per genre (new releases)

Tabel 47. Aantal verkochte tickets per land van herkomst (x1.000)

Tabel 48. Titels van de filmclub van arthousebioscoop Parkteatret (2024)

Tabel 49. Ondersteuning voor de Deense arthousebioscopen

Tabel 50. Bioscoopexploitanten in 2023 naar aantal bezoekers

Tabel 51. Bioscoopbezoek 2013-2022 voor speelfilms en documentaire

Tabel 52. Bezoeken op basis van nationaliteit van speelfilms (in m)

Tabel 53. Type tickets in verschillende Franse vertoners

Tabel 54. Ondersteuning voor exploitatie: soorten en bedragen

Tabel 55. De categorisering van arthouses en bijhorende ondersteuning

Tabel 56. Steun voor promotie: soorten en bedragen

Tabel 57. Overzicht van exploitanten die steun ontvangen van het CCA

Tabel 58. Overzicht van het budget van het CCA voor de ondersteuning van filmexploitanten

Tabel 59. Overzicht van festivals die ondersteuning in ontvangst namen

Tabel 60. Voorbeelden filmeducatieve initiatieven ondersteund door de FBW

Tabel 61. Nederlandse vertonerslandschap naar bioscopen en schermen

Tabel 62. Marktaandeel bioscoopexploitanten

Tabel 63. Schets van de filmtheaters in Nederland

Tabel 64. Bezoekersaantallen 2018-2023

Tabel 65. Box office in bioscopen en filmtheaters (miljoen in €)

Tabel 66. Filmaanbod per distributeur en marktaandeel.

Tabel 67. Drie verschillende subsidieniveaus voor filmfestivals in Nederland

Tabel 68. Bevoegdheden van provincies en gemeenten

Tabel 69. Samenvatting takeaways per case