

NVPI-directeur ziet ledenbestand veranderen

Anne de Jong wil praten met Netflix

We staan aan de vooravond van een totaal nieuwe revolutie, zo zegt Anne de Jong, de nieuwe directeur van NVPI. Nieuwe spelers zoals Netflix rammelen aan de traditionele poorten van distributeurs en exploitanten, en daar moet de markt een antwoord op zien te vinden. Hoe kijkt de man die zijn sporen heeft verdiend in de jazzmuziek aan tegen de filmsector? 'Filmmensen zijn heel betrokken. Benen vooruit en de vuist op tafel.'

Door Jan van Houten

De laatste verhuisdozen staan nog in de hoek, onlangs is het kantoor van NVPI (Nederlandse Vereniging van Producenten en Importeurs van beeld- en geluidsdragers) een verdieping gezakt in een kantoorpand in Amsterdam-Zuidoost. Dat was ook meteen een van de eerste taken van de kersverse directeur Anne de Jong die per 1 februari aan het hoofd staat van de brancheorganisatie van de entertainmentindustrie, waar ook Filmdistributeurs Nederland (FDN) bij hoort. 'Ik werd op de eerste werkdag al opgescheept met de verbouwing die veel voeten in de aarde had. Ik kreeg te maken met mensen die ik niet kende en die een nieuwe plek nodig hadden en met een budget waar de architect zwaar overheen ging. Dat was een vliegende start, maar het is allemaal gelukt en iedereen is happy. Dat vind ik toch een mooi eerste mijlpaaltje.'

Verantwoordelijkheid

Anne de Jong, bouwjaar 1961, is geen onbekende binnen NVPI. In 1994 begon hij het platenlabel Challenge Records, gespecialiseerd in jazz en klassieke muziek met binnen het genre beroemde namen als Yuri Honing, Eric Vloeimans en Lisa Larsson. Een paar jaar later werd hij bestuurslid bij de brancheorganisatie. 'Ik was een zelfstandig producent en distributeur, maar wilde ook verantwoordelijkheid nemen voor het

collectief. Jazz is een klein genre, en ik vond het belangrijk om ook binnen NVPI de stem te laten horen van de independent. Ik heb mij altijd hard gemaakt voor de kleine leden.'

De Jong vond het geweldig om muzikaal talent te herkennen en een kans te geven, maar hij begon meer en meer de bestuurlijke kant te waarderen. Twee en een half jaar geleden had hij al aangegeven dat hij wel interesse had in de directeursfunctie, maar toen werd Jaap Bruijnen verkozen. Die heeft inmiddels de overstap gemaakt naar Pathé Thuis. 'Dat heeft mij wel een beetje verbaasd, hij zat echt op zijn plek', aldus De Jong. 'Hij heeft met de totstandkoming van FDN een moeilijke maar geslaagde fusie achter de rug van film- en videodistributeurs, dat was geen sinecure maar dat was hem als filmman op het lijf geschreven.'

Portemonnee

Anne de Jong komt uit de muziekhoek en heeft geen ervaring in de filmsector. 'De eerste maanden heb ik mij dan ook vooral op film gefocust en geprobeerd om alle afkortingen uit elkaar te houden. Wat mij opviel is dat de filmleden heel erg betrokken zijn met wat er allemaal plaatsvindt op beleidsgebied. Mensen met benen vooruit en de vuist op tafel. Meer dan in de muziekwereld. Er gebeurt dan ook veel wat hen raakt in de

'Ik ben nog steeds bezig om te bedenken of het wel zo verstandig is dat film zo exclusief blijft.'

Anne de Jong.
Foto Carlos Villa Roel.

portemonnee, dus dat is niet meer dan logisch.'

Het is de laatste jaren goed gegaan met het bioscoopbezoek, maar dit jaar valt dat wat tegen, zo merkt De Jong op. 'Ik hoor dat dat ligt aan het mooie weer en het uitblijven van echt grote titels, maar als de Nederlandse film onder de tien procent marktaandeel komt, vind ik dat wel problematisch. *Bankier van het verzet* heeft goed gelopen, maar haalt het niet bij *Gooische vrouwen*. Ik zie nog geen oplossing. Belangrijk is dat het aanbod groeit, dat het investeren in de Nederlandse publieksfilm gestimuleerd wordt. Met het nieuwe btw-convenant krijgt het Abraham Tuschinski Fonds een ruimer budget: drie miljoen euro meer. Maar wij stellen ons hier de vraag of dat nou echt de oplossing is. De drempel om iets in de muziekindustrie op te pakken is vele malen lager, voor vijftot tienduizend euro heb je een compleet album gemaakt. Bij film heb je heel veel geld nodig om überhaupt te starten.'

Windows

Vooral het verschil in exploitatiemodel tussen de muziek- en filmbusiness viel De Jong op. 'Ik kreeg te maken met territories en zelfs windows. Bij muziek willen we liever niet dat er exclusiviteit is, we willen

het product op zoveel mogelijk plekken en platforms beschikbaar maken en verkopen. Dan begint de teller te lopen. Film wil ook heel veel mensen bereiken, maar dat moet eerst bij de bioscopen, dan komen video-on-demand en de dvd's en de blu-rays. Dat is een ander soort markt en ook nog eens per gebied verschillend. Bij muziek is dat niet meer aan de orde, in het digitale tijdperk is muziek grenzeloos.'

'Het is waarschijnlijk vloeken in de kerk', zegt De Jong, 'maar ik ben nog steeds bezig om te bedenken of het wel zo verstandig is dat film exclusief blijft, of dat we dat ook misschien wel een stukje los moeten laten. Livemuziek is het mooiste wat er is, het bijwonen van een concert. Een film in de bioscoop met alles erop en eraan is het mooiste wat er is, thuis kun je niet nadoen wat je daar meemaakt. Daar geloof ik wel in. Maar wat heeft het voor zin om een film die na twee weken geen bezoek meer trekt, voor drie en een halve maand vast te pinnen voordat je

'Netflix wordt meer en meer een producent. Ik zit liever met ze aan tafel dan dat ik niet weet wat ze doen.'

verder de markt opgaat met je product?' Dat speelt de piraterij alleen maar in de kaart, wil hij maar zeggen. En daarom is Film.nl in het leven geroepen. 'Dat is een belangrijk maar kostbaar platform', aldus De Jong, 'en het zal niet simpel zijn om dat overeind te houden. De bioscoopexploitanten vinden het lastig om Film.nl te omarmen. Ze zien het als concurrentie en kiezen liever voor hun eigen sites. Maar het Nederlandse publiek gaat toch wel op zoek naar de bioscoop, naar het merk dat ze kennen. Distributeurs werken er wel aan mee, die doen er enorm hun best voor. Ik wil de site uitbouwen en verbeteren zodat Film.nl de Funda voor films en series kan worden. Dat is ons doel.'

Geen wonderdokter

Bij muziek is de daling van het fysieke product heel snel gegaan, eerder dan bij film. Dat lijkt bij muziek opgelost door Spotify en Apple, maar Anne de Jong weet niet of Netflix diezelfde rol kan gaan spelen. 'Betaalde video-on-demand maakt niet de sprong die we nodig hebben, een abonnementsvorm lijkt de nieuwe norm. Binnen vier jaar heeft vijftig procent van de Nederlandse huishoudens een abonnement, dat is ongelooflijk. Wat ik vervelend vind aan het Netflix-model is dat ze totaal niet

inzichtelijk maken of iets succesvol is of niet. Als producent krijg je geen cijfers, geen data. Bij Spotify is wel duidelijk wat je verdient per gestreamd liedje, bij Netflix krijg je van tevoren een vast bedrag - dat is hun model.'

Vanuit Netflix komt er te weinig terug naar de sector, vindt De Jong. 'De marktpartijen moeten zorgen dat ze belangrijk blijven, en proberen om Netflix in een andere onderhandelingspositie te krijgen. Want ondertussen pompen ze wel acht miljard dollar in de markt met zelf geproduceerd materiaal. Je kunt van FDN niet verwachten daar een belangrijke rol in te spelen, we zijn geen wonderdokter. Maar als ze lid willen worden van FDN, moet ik ze dan tegenhouden? Netflix wordt meer en meer een producent. Ik zit liever met ze aan tafel dan dat ik niet weet wat ze doen.'

Volgens Anne de Jong staan we door de ontwikkeling van de technologie aan de vooravond van een totaal nieuwe revolutie. 'En daar zal film in mee moeten doen. Alles moet zich opnieuw zetten, en daar horen winnaars en verliezers bij. Het zou vooruitstrevend zijn van FDN, maar je moet af en toe over je eigen horizon heen kunnen stappen. Als je producent bent, en niet alleen een consumentenplatform, dan gaat er ander bloed stromen.'

Op hun beurt heeft Netflix weer te maken met oneerlijke concurrentie van YouTube en Amazon die veel geld verdienen maar te weinig afdragen aan de rechthebbenden, de zogenaamde value gap. 'Wij als NVPI behartigen de waarde van het intellectuele eigendom, in samenspraak met de overheid die de regeltjes opstelt. Het zal nog wel even duren, maar mijn gut feeling zegt dat ons ledenbestand er over vijf à tien jaar heel anders uit zal zien.'

