



- *20.000 Mijlen onder zee (20.000 Leagues under the sea (1954))* draaide vanaf 9 september 1955 in het splinternieuwe Carolus Theater in Nijmegen. *Magdalena* draait in de splinternieuwe Luxor.
- De RKO Palace in Albany, New York (State) van RKO Pictures opende in 1931. In 1940 werd RKO gedwongen de bioscoopactiviteiten te staken. Na jaren van getouwtrek tussen Hollywood en het Hooggereschtshof van de Verenigde Staten zorgde de *Paramount Antitrust Case* uit 1948 ervoor dat de acht grote studio's definitief hun bioscoopketens moesten verkopen.



Bioscoopketens en marktdynamiek in historisch perspectief

— Judith Thissen

Het Nederlandse bioscoop- en medialandschap is de afgelopen jaren steeds verder gemonopoliseerd. Grote concerns nemen kleinere bedrijven over en investeren in verdere uitbreiding van hun activiteiten. Mede dankzij schaalvoordelen, internationale netwerken en een goede toegang tot de kapitaalmarkt weten zij zich een steeds prominentere plaats binnen de sector te veroveren. Dit is geen nieuw fenomeen, al is er in Nederland recentelijk wel sprake van een stroomversnelling. Het streven naar verregaande economische concentratie is echter een constante factor in de geschiedenis van het film- en bioscoopbedrijf, waartoe alle spelers, inclusief brancheorganisaties en overheid zijn gedwongen zich te verhouden. In het buitenland zien we al ver voor de Tweede Wereldoorlog vergaande concentratie. Het ging daarbij zowel om horizontale concentratie binnen de bioscoopsector als om verticale integratie van filmproductie, -distributie en -vertoning.



Zo begon de filmproducent Pathé Frères – de verre voorloper van het huidige concern – al in 1904 met het opzetten van eigen distributiekantoren zowel in binnen- als buitenland. Vervolgens ging het Franse bedrijf ook investeren in eigen bioscoopzalen. Pathé werd daarmee het eerste grote verticaal geïntegreerde filmbedrijf. Mede dankzij het nieuwe verhuursysteem kon de bioscoop zich internationaal ontwikkelen tot massavermaak. In de Verenigde Staten ontstonden al in de jaren tien de eerste grote regionale bioscoopketens en deze vormden vervolgens de basis voor de grote Hollywood studio's, die niet alleen de Amerikaanse maar ook de internationale markt zouden gaan domineren. De 'Majors' bezaten in de toptijden van Hollywood samen slechts 15% van de bioscopen, maar omdat dit bijna allemaal grote premièretheaters waren, bepaalden ze daarmee wel het reilen en zeilen in de Amerikaanse filmindustrie en haalden ze bijna 70% van de totale box-office-omzet binnen. Bovendien konden ze door deze machtspositie het leven van de kleinere concurrenten flink zuur maken. Dit soort excessen van monopolisering heeft Nederland nooit gekend, mede omdat de NBB jarenlang de markt sterk reguleerde door een selectief vestigingsbeleid. Bovendien ontbrak in Nederland de stimulans tot vergaande verticale integratie vanwege de geringe betekenis van de productie-sector. Er werden tot de jaren zeventig nauwelijks Nederlandse speelfilms geproduceerd. De afzetmarkt was sowieso beperkt. In vergelijking met omringende landen heeft Nederland nooit een bloeiende filmcultuur gekend. Nederlanders staken hun tijd liever in het verenigingsleven en bleven ook graag gezellig thuis om een spelletje te spelen, radio te luisteren of televisie te kijken. Tot diep in de twintigste eeuw lag de ontwikkeling van het commercieel amusementsbedrijf in Nederland ver achter op dat van onze burens – zelfs in de bloeiperiode na de Tweede Wereldoorlog.

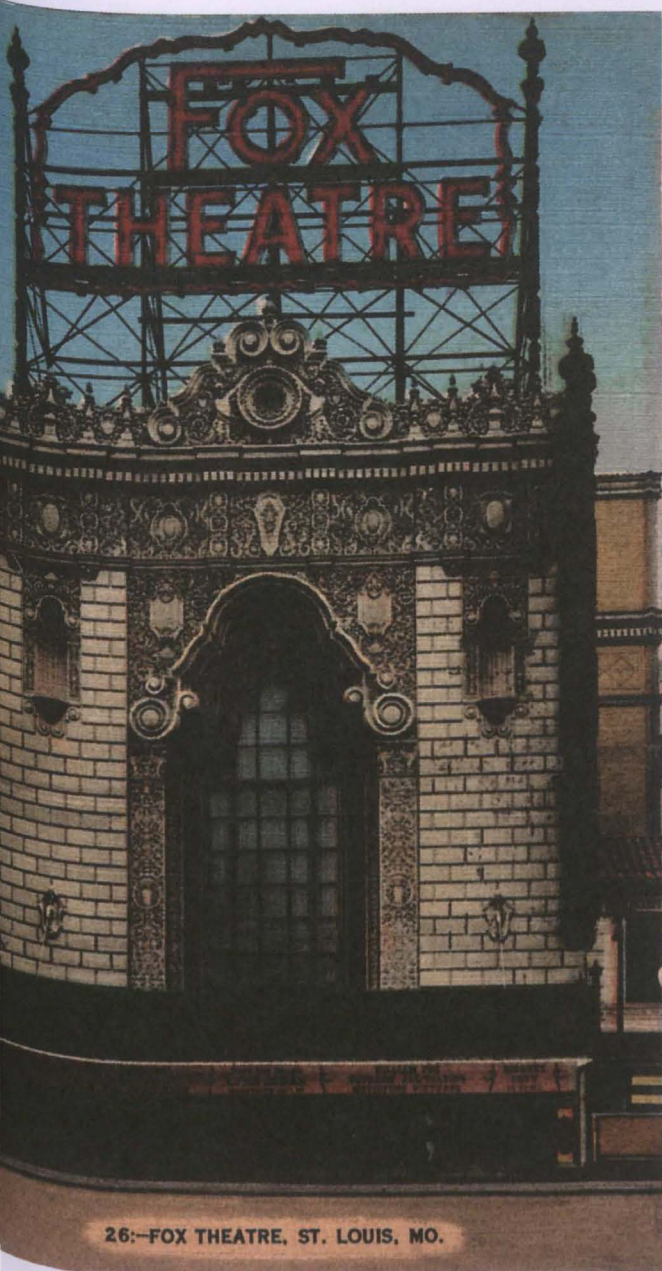
Het streven naar vergaande economische concentratie is echter een constante factor in de geschiedenis van het film- en bioscoopbedrijf, waartoe alle spelers, inclusief brancheorganisaties en overheid zijn gedwongen zich te verhouden.

'De Nederlandse filmcultuur is altijd een buitenbeentje geweest in Europa. [...] Direct over de grens met België en Duitsland begint een andere filmcultuur met meer hartstocht en een grotere intensiteit,' aldus de in 2017 overleden filmhistoricus Karel Dibbets. Het Hollandse gebrek aan belangstelling voor het medium film weerhield hem er echter niet van om zich intensief bezig te houden met de vraag hoe bioscoopketens en andere ondernemersnetwerken zich ontwikkelden in ons land. Op basis van de lidmaatschapslijsten,

- Het Fox Theatre St. Louis Missouri (rechts), was met 5500 stoelen één van de grootste bioscopen van de Verenigde Staten (1929).
 - Het nieuwe interieur van de Tivoli in Leeuwarden (1928).
- Ansichtkaarten van de Paramount en de Reade's Strand in Long Branch, New Jersey en van Paramount in Newark, New Jersey.



adresgegevens en jaarverslagen van de NBB, onderzocht Dibbets in zijn doctoraalscriptie (1980) de lange termijngeschiedenis van de bioscoopbranche, waarbij hij in het bijzonder geïnteresseerd was in de veranderende samenwerkingsverbanden, economische concentratie en geografische spreiding van bioscoopbedrijven. Dankzij zijn spuurwerk en gedetailleerde netwerkanalyses, hebben we nu een uniek inzicht in het veranderende machtsveld tussen bioscoopketens en kleine zelfstandige ondernemers in de cruciale jaren van opbouw, groei en krimp. De resultaten van dit onderzoek lagen vervolgens ten grondslag aan de fameuze online databank Cinema Context die Dibbets in de jaren 2000 ontwikkelde (www.cinemacontext.nl).



26:—FOX THEATRE, ST. LOUIS, MO.



De eerste bioscoopketens

In de jaren tien ontstonden in Nederland de eerste bioscoopketens, maar hun omvang en aantal bleef beperkt. In de beginjaren van de NBB was het Tuschinski-concern van Abraham Tuschinski, Hermann Ehrlich en Hersch Gerschtanowitz met vier bioscopen in Rotterdam en twee in Amsterdam de grootste keten in ons land. In de hoofdstad had het bedrijf concurrentie van de familie van Royen met vier bioscopen. Een andere belangrijke speler was korte tijd de Nederlandsche Bioscoop-Trust (NBT), een holding met verschillende min of meer zelfstandige dochterbedrijven. De NBT was opgezet door een aantal prominente filmondernemers waaronder Loet Cohen Barnstein en David Hamburger junior. De Trust exploiteerde niet alleen tien bioscopen, waaronder vier in Den Haag, maar controleerde ook een filmimport- en distributiebedrijf, een fabriek voor het maken van tussentitels, een reclamedrukkerij en een bedrijf voor buffetexploitatie. In eerste instantie werd met hoge verwachtingen naar de Trust gekeken, maar de NBT maakte de belofte niet waar. Ze leed een slechts kwakkelend bestaan. Sommige bioscopen verlieten de Trust, andere kwamen erbij, maar de keten werd steeds kleiner. In 1929 viel de NBT uiteen.

Ketens waren niet alleen een grootstedelijk fenomeen. De VNB – de Verenigde Nederlandsche Bioscopen N.V. – van Philippe Kessler en Siebren Zondervan had met vijf bioscopen ook een plaats in de top 3. Dit bedrijf zetelde sinds zijn oprichting in 1919 in Leeuwarden en bediende daar het volledige spectrum van de markt met een drietal zalen. De Friso bioscoop, die in 1928 werd gemoderniseerd en omgedoopt tot Tivoli bediende een breed familiepubliek, terwijl de Leeuwarder Bioscoop vooral een arbeiderspubliek trok. Cinema Palace werd gepromoot als de lokale luxe bioscoop. Zoals de naam al aangeeft, had het Leeuwardse bedrijf grotere ambities dan een monopoliepositie op de lokale markt. Evelien van der Kooi bestudeerde het goed bewaarde bedrijfsarchief van de VNB en concludeerde dat het vooral de Raad van commissarissen was die zich hard maakte voor expansie. De directie en de aandeelhouders interesseerden zich vooral in de plaatselijke bioscoopexploitatie. De aandeelhouders – veelal afkomstig uit de lokale middenstand – bekeken alle voorgestelde uitbreidingsplannen met argusogen. Ze namen liever genoegen met een kleinere maar zekere winst uit de Leeuwarder bioscopen. De expansie bleef door hun invloed bij een minimale schaalvergroting door de overname van de sociëteitsbioscoop Amicitia in Sneek en de aankoop van het ABT in Alkmaar. Beide zalen werden in de loop van de jaren dertig al weer afgestoten vanwege de slechte bedrijfsresultaten.

De risicomijdende houding van de aandeelhouders en directie van de VNB was kenmerkend voor de Nederlandse bioscoopbranche als geheel. Uitbreiding bleef doorgaans beperkt tot een tweede bioscoop in dezelfde of een naburige stad. Daarom verbaast het niet dat er eind jaren twintig naast Tuschinski en de VNB slechts een tiental mini-ketens waren met drie of vier bioscopen. Het grootste deel van de markt was in handen van kleine bedrijven die slechts één (67%) of twee (15%) bioscopen exploiteerden.

- Kassa van het Rembrandt Theater in Utrecht (1933).
- De City in Steenwijk opende in 1959. Johan Miedema vroeg mede-Sneker Jan de Vries het te ontwerpen. Het keramiek met het schip op de golven is ontworpen door H. Tieman van De Porceleynse Fles uit Delft. De moderne zaal had ongeveer 500 gespikkelde stoelen.



De jaren dertig en de oorlog

De komst van de geluidsfilm en de crisis zorgden voor een eerste omslag: de bioscoopketens begonnen terrein te winnen. Het waren vooral de middenmoters die wisten te profiteren van de veranderde economische omstandigheden. Voor veel eenmanszaken en kleine familiebedrijven was het echter een periode van zwaar weer. Allereerst daalde in de eerste helft van de jaren dertig het bioscoopbezoek en daarmee de omzet. Dit effect werd versterkt omdat mensen vooral kaartjes kochten voor de goedkope rangen en veel bioscopen hun prijzen afstemden op de dalende koopkracht van het publiek. Om de moordende concurrentie tegen te gaan, legde de NBB uiteindelijk in 1935 tijdelijk een minimumprijs op. Tegelijkertijd waren door de introductie van de geluidsfilm de kosten juist sterk gestegen omdat men fors had moeten investeren in de omschake-

ling op de nieuwe technologie. Bovendien lagen de prijzen voor het huren van *talkies* een stuk hoger dan in de periode van de zwijgende film omdat de studio's hun stijgende productiekosten doorberekenen aan de klant. Om de klappen op te vangen gingen bedrijven samenwerken of gingen ze op in een groter concern. De bioscoopketens begonnen te groeien, zowel in aantal als omvang, terwijl het marktaandeel van kleine zelfstandige bioscoopexploitanten met één bioscoop afnam van 67% in 1928 tot 43% in 1939. In de grote steden ging het proces van concentratie sneller met als gevolg dat het marktaandeel van de kleintjes slonk tot slechts 25%. Aan de vooravond van de Tweede Wereldoorlog was 41% van de bioscopen onderdeel van een keten van drie bioscopen of meer.

Ondanks het concentratieproces, kwamen ook grote bedrijven in de moeilijkheden. Het Tuschinski-concern werd in 1936 op het



nippertje gered van een faillissement en kon alleen dankzij een ingrijpende sanering een doorstart maken in afgeslankte vorm. Bovendien zien we dat de omvang van de grote concerns beperkt blijft. De drie grootste bioscoopketens in 1939 hadden respectievelijk elf, tien en negen bioscopen. In vergelijking met de grote Amerikaanse of Duitse bioscoopketens bleven het lilliputters. Wat de expansie van de belangrijkste spelers uit de jaren twintig geremd lijkt te hebben, was de concurrentie van nieuwkomers. Dit waren veelal filmondernemers van buitenaf met voldoende kapitaal om nieuwe bioscopen te bouwen of oudere panden over te nemen en fors te moderniseren. Een voorbeeld hiervan zijn de tweelingbroers Erwin en Curt Hirschberg. Kapitaalkrachtige en zeer ervaren Duits-Joodse bioscoopondernemers uit Breslau, die voor het naziregime naar Nederland vluchtten om hier een nieuw bedrijf en bestaan op te zetten. Ze kochten negen bioscopen waaronder twee in Den Haag, drie in Helmond en vier in de lucratieve mijnstreek (Heerlen/Hoensbroek), waar het bioscoopbezoek op grootstedelijk niveau lag.

In een heel andere context zien we een aantal reisexploitanten investeren in permanente bioscopen om te voldoen aan de stijgende belangstelling voor film onder de plattelandsbevolking, met name in Protestantse gebieden waar bioscoopbezoek lange tijd min of meer taboe was. Koplopers in deze ontwikkeling waren de gebroeders Johan en Jac Miedema die in de jaren dertig in korte tijd een grote regionale bioscoopketen opbouwden in het oosten en noorden van het land. Zij openden een tiental permanente en semipermanente theaters in gemeenten als Sneek, Deventer, Meppel en Zutphen. Qua omvang in termen van het aantal theaters overtroffen ze daarmee een bedrijf als Tuschinski. We zien een vergelijkbare uitbouw van activiteiten bij de familie Abeln, die vanuit haar standplaats

Emmen-Compascuum opereerde. Deze expansie in de provincie verliep op een vrij organische manier en veroorzaakte weinig problemen voor de gevestigde vaste exploitanten omdat de meeste nieuwe bioscopen openden in kleinere plaatsen waar nog geen bioscoop was. Bovendien waren Miedema en Abeln al jarenlang bekende namen door hun incidentele filmvoorstellingen in het geïmproviseerde circuit van lokale dorpsshotels, café-restaurants en verenigingsgebouwen, die voor de gelegenheid werden ingericht als bioscoop. Kortom, het was een uitbreiding en diversificatie van activiteiten binnen hun vaste territorium.

In de steden waar al een bioscoop was, verslechterde de komst van nieuwkomers de concurrentiepositie van de bestaande bedrijven, zeker in de grote steden waar de markt al eind jaren twintig gesatureerd lijkt te zijn geweest. Om de bestaande bioscopen te beschermen, voerde de NBB in 1935 een vestigingsbeleid in. Voor Amsterdam, Rotterdam en Den Haag kwam dit de facto neer op een totale uitbreidingsstap. De maatregel was overigens ingevoerd ondanks fel verzet van de distributeurs in de bond omdat voor hen elke nieuwe bioscoop een potentieel nieuwe klant en verhoging van de omzet betekende.

De uitbreiding van het bioscooppark van 363 in 1939 naar 457 in 1943 was in deze jaren vooral het werk van de regionale ketens. In de Randstad en de grotere steden in de provincie hadden de Duitsers de touwtjes stevig in handen.

Toen de Tweede Wereldoorlog uitbrak en Nederland door de Duitsers bezet werd, leken er sombere tijden aan te breken voor het bioscoopbedrijf. Achteraf gezien, was dit vooral voor de Joodse ondernemers het geval. Hun bedrijven werden onteigend door de bezetter en vele Joodse ondernemers vonden met hun familie de dood in de vernietigingskampen. Tegelijkertijd floreerde de bioscoopbranche want de vraag naar vermaak was groot. Met goedkeuring van de Kultuurkamer nam het aantal bioscopen fors toe, vooral in landelijke gemeenten. De uitbreiding van het bioscooppark van 363 in 1939 naar 457 in 1943 was in deze jaren vooral het werk van de regionale ketens. In de Randstad en de grotere steden in de provincie hadden de Duitsers de touwtjes stevig in handen. Door de onteigening van Joodse bedrijven, wisten ze beslag te leggen op de belangrijkste premièretheaters en bioscoopketens. Na de bevrijding werden deze Duitse concerns ontmanteld en vond rechtsherstel plaats. Toch blijft het een triest feit dat de nazi's een einde maakten aan de voorttrekkersrol die Joden hebben gespeeld in de ontwikkeling van het Nederlandse filmbedrijf en de NBB in het bijzonder.

Gouden jaren voor klein en groot

De late jaren veertig en jaren vijftig waren hoogtijdagen voor de bioscoopsector, niet alleen in Nederland maar ook elders in Europa (met uitzondering van Engeland). In 1958 telde ons land 544 bioscopen; een groei van bijna 20% ten opzichte van 1948. Veel Nederlanders gingen regelmatig naar de film – gemiddeld ongeveer zes keer per jaar – en vooral in de provincie steeg het bioscoopbezoek. Hoewel ook de grote regionale ketens van de toegenomen vraag profiteerden, waren het toch vooral kleine zelfstandigen die ervoor zorgden dat steeds meer plattelanders niet meer naar de stad hoefden te reizen om naar de bioscoop te gaan. Deze eenmanszaken vermeden concurrentiestrijd en vestigden zich in kleinere gemeenten die tot dan toe alleen min of meer regelmatig door de reisbioscoop bediend werden. Daarmee snoepten ze wel een deel van de potentiële afzetmarkt af van ketens als die van de gebroeders Miedema en de familie Abeln, maar die deden het in deze periode ook uitstekend. Het merendeel van de nieuwe zalen waren zogenaamde ‘weekendbioscopen’ omdat het niet rendabel was elke dag geopend te zijn. Daarvoor was de lokale vraag te klein. Meestal waren ze gevestigd in bestaande horecagelegenheden, vandaar de uitdrukking ‘weekendbioscopen’. In 1950 kregen deze zalen een aparte status binnen de NBB (B-bioscoop). Het aantal vertoningsdagen werd gereguleerd tot gemiddeld drie dagen per week (maximaal 124 dagen per jaar). Veel van de grote regionale bedrijven exploiteerden zowel A als B-bioscopen. De broers Miedema, die sinds 1943 hun bedrijf gesplitst hadden in twee ketens, waren samen goed voor 29 bioscopen, waaronder dertien B-bioscopen. Alleen de keten van Cornelis Geerts bestond geheel uit B-bioscopen. Geerts had in 1952 een aantal bioscopen overgenomen van Goflex (Goede Film Exploitatie), de opvolger van de filmafdeling van de Katholieke Sociale Actie. Het zwaartepunt van de exploitatie van deze keten lag in kleinere plaatsen in Noord-Brabant, in dorpen als Waalre, Blader, Gilze, Oosterwijk en Hilvarenbeek.

In de jaren vijftig versterkten de bioscoopketens hun marktpositie verder en daalde het aantal kleine ondernemers met één bioscoop tot 36%.

Hoe ging het de bioscoopketens in de Randstad af in de naoorlogse periode? In de grote steden zakte het bioscoopbezoek al in, maar deze daling werd ruimschoots gecompenseerd door hogere entreprijzen – een prijspolitiek die de hele branche lange tijd omarmde als antwoord op de crisis die vanaf 1959 in het hele land merkbaar werd. De grootste en belangrijkste keten was het Tuschinski-concern, dat



na de oorlog onder leiding van Frits Strengholt zijn oude machtspositie had heroverd en verder versterkt. In 1958 omvatte het bedrijf achttien bioscopen waarvan veertien in Amsterdam, Rotterdam en Den Haag. Het concern was vooral gegroeid door overnames van bestaande bioscopen. Er was geen sprake van nieuwbouw, met uitzondering van het nieuwe Thalia Theater in Rotterdam en Carolus in Nijmegen – beide ter vervanging van panden die in de oorlog verwoest waren. Met een specialisatie in buurt- en genrebioscopen deed ook de familie van Royen het nog steeds uitstekend in de jaren vijftig. Hun firma N.V. Holland film omvatte vijftien bioscopen, overwegend in Amsterdam.

Hoewel in de late jaren veertig de onafhankelijke exploitanten hun marktaandeel wisten te behouden (43% van het totaal) dankzij de groeiende vraag, bleek dit van korte duur. In de jaren vijftig versterkten de bioscoopketens hun marktpositie verder en daalde het aantal kleine ondernemers met één bioscoop tot 36%. Ondanks sterk verslechterende marktomstandigheden, zou dit percentage in de twee decennia daarna min of meer stabiel blijven. Wat veranderde was de concentratie in de rest van de markt: het aantal bioscoopketens met meer dan drie bioscopen halveerde tussen 1958 (27) en 1978 (13). Tegelijkertijd steeg het percentage bioscopen dat onderdeel uitmaakte van deze grotere ketens van 37% naar 46%.

- Ansichtkaarten van 'hotel-bioscopen', met boven het Hotel Amerika in Hoek van Holland met een bar-bioscoop en het hotel Wapen van Oisterwijk, City Bioscoop.

De bioscoopcrisis: een periode van veranderende verhoudingen

'De welvaart, waarin ons volk zich in het afgelopen jaar heeft mogen verheugen, is bepaald niet ten deel gevallen aan het Nederlandse film- en bioscoopbedrijf', constateerde de NBB in zijn jaarverslag van 1959. Hoewel er in algemene zin in een periode aanbrak van hoogconjunctuur, waren voor de bioscoopbranche de gouden jaren voorbij. In de jaren zestig daalde het aantal verkochte kaartjes van ruim 55 naar iets onder de 25 miljoen. Gemiddeld bezocht de Nederlander in 1970 nog maar twee keer per jaar een bioscoop (tegen ongeveer vijf keer in 1960). Dankzij de populariteit van de Nederlandse speelfilm, structurele veranderingen in film distributie (meer kopieën, landelijke reclameacties) en de explosieve toename van het aantal inbouwtheaters, stabiliseerde het bioscoopbezoek begin jaren zeventig. Maar de schade was toen al enorm. Ruim 150 bioscopen hadden hun deuren moeten sluiten, veelal kleinere provincietheaters. Tussen 1960 en 1970 kromp het aantal gemeenten met één bioscoop van 255 naar 133. Ook steden met twee tot vier bioscopen kwamen steeds minder voor. De eenmanszaken en regionale ketens hadden overduidelijk de grootste klappen gekregen. De ketens van Jac en Johan Miedema waren gehalveerd. De grote ketens die verankerd waren in de Randstad voelden de crisis eveneens flink, maar ze wisten toch hun positie te consolideren of zelfs te verster-

ken. Het Tuschinski-concern stootte in de jaren zestig slechts één bioscoop af. Het City-concern was gegroeid van vijf theaters in 1958 naar veertien in 1970, onder andere door de overname van een aantal theaters van Van Royen. Het bedrijf richtte zich exclusief op de drie grote steden. Een andere kleine speler die wist te profiteren van de veranderde markt was het Wolff-concern. Met vijf bioscopen was het een kleine speler in 1958, maar Joachim Wolff wist het familiebedrijf fors uit te breiden. In 1970 controleerde Wolff vijftien bioscopen, waaronder twee inbouwtheaters. Inmiddels waren kleine zelfstandige ondernemers een zeldzaamheid geworden in de drie 'key cities', waar de concerns de markt bijna volledig domineerden (85%).

[...] de schade was toen al enorm. Ruim 150 bioscopen hadden hun deuren moeten sluiten, veelal kleinere provincietheaters. Tussen 1960 en 1970 kromp het aantal gemeenten met één bioscoop van 255 naar 133. Ook steden met twee tot vier bioscopen kwamen steeds minder voor.



de nieuwe nederlandse
speelfilmkomedie:



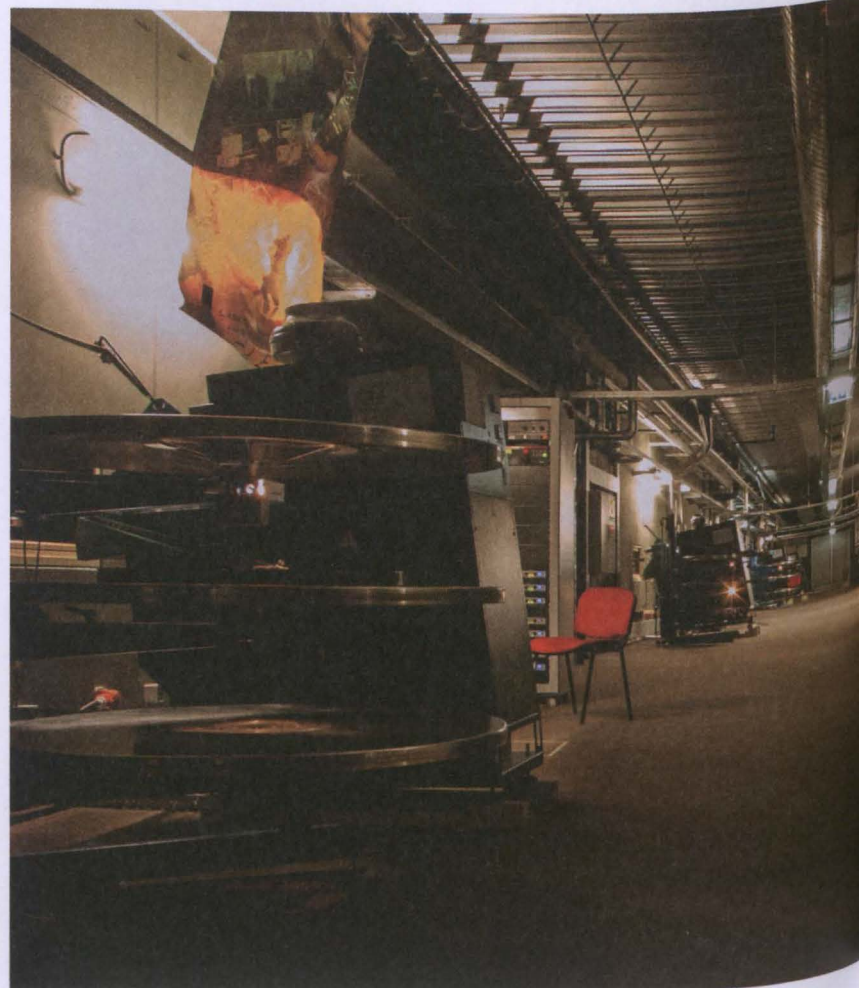
**wat
zien
ik..?**

naar het gelijknamige boek van Albert Mol

RONNY BIERMAN - SYLVIA DE LEUR
PIET RÖMER - JULES HAMEL
HENK MOLENBERG - ALBERT MOL e.v.a.

produktie: Rob Houwer, regie: Paul Verhoeven, in kleuren, nederlandfilm

In de jaren zeventig was er reden tot optimisme. De nieuwe of gerenoveerde bioscoopcomplexen met kleinere zalen en een breder aanbod, wisten door kostenbesparingen en een hogere bezettingsgraad zich goed staande te houden. De bioscoop leek weer aan populariteit te winnen. De Nederlandse speelfilm droeg daar flink aan bij. *Turks Fruit*, *Blue Movie* en *Wat zien ik?* trokken in het hele land volle zalen. Samen waren de drie kaskrakers goed voor zo'n acht miljoen bezoekers. Tegelijkertijd legden de aanzienlijke investeringen die nodig waren voor de vernieuwing van het bioscooppark en de daarmee gepaard gaande schuldenlast een bom onder de financiële positie van veel ondernemers omdat de markt niet structureel aantrok. Toen in de jaren tachtig het verder bergafwaarts ging met het bioscoopbezoek, raakten veel bedrijven die in eerste instantie de crisis het hoofd wisten te bieden alsnog in de problemen. Aanvankelijk dacht de NBB dat het een normale golfbeweging betrof, maar het bleek helaas wederom een structurele daling. Harde saneringen en efficiency-verhogende maatregelen waren onvermijdelijk. In 1983 en 1984 sloten veel zalen hun deuren. Het aantal doeken daalde van 557 tot 473. Wederom waren vooral bioscoopondernemers in de kleine gemeenten de dupe van de moeilijke omstandigheden. Op verzoek van de NBB en in samenwerking met de ministeries van Economische Zaken, Sociale Zaken en WVC stelde de Nederlandse Herstructureringsmaatschappij NEHEM een activiteitenplan voor om de positie van de bedrijfstak te versterken. 'Het [bioscoop]bedrijf zal zich meer dan ooit moeten richten op een serviceverbetering aan het publiek en het vertonen van die filmtitels, waarvoor in Nederland een consumentenmarkt is,' concludeerde het NBB-bestuur in zijn jaarverslag van 1986. Landelijke workshops 'klantgericht ondernemen' voor managers en 'omgaan met bioscooppubliek' voor hun personeel moesten hieraan bijdragen. Maar ook de bond zelf was na 75 jaar aan vernieuwing toe, mede onder druk van de EEG die de NBB als kartel zag. Daarnaast speelden de voortgaande concentratie in de bioscoopsector en de daaruit voortvloeiende veranderingen in de interne verhoudingen. In het jaarverslag van 1991 constateerde het NBB-bestuur 'niet zonder enige weemoed' dat ook binnen de NBB 'eigen bedrijfsbelangen zijn gaan prevaleren boven het Bondsbelang.'



Een eerste ingrijpende wijziging was de verzelfstandiging van de verschillende branches binnen de overkoepelende Nederlandse Federatie voor de Cinematografie. Tegelijkertijd kwam er een einde aan de regel dat het leden in principe niet was toegestaan zaken te doen met niet-leden – een regel die lange tijd de ruggengraat van de NBB vormde. Het vestigingsbeleid behoorde eveneens tot het verleden. Binnen de nieuw opgerichte Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten (NVB) werden de kaarten opnieuw geschud. De grote concerns hadden voortaan 50% van de stemmen in de Exploitantenraad. Hun 'A-status' werd vastgesteld op basis van hun marktaandeel (minimaal 5% van de totale landelijke recettes). De 'onafhankelijken' kregen de B-status en eveneens 50% van de stemmen. De kleintjes waren wederom de grote verliezers.



- Één cabine voor alle filmzalen in Euroscop Tilburg, in 2009 nog met analoge én digitale projectoren.

De multiplex-revolutie

Achteraf gezien stond de Europese filmsector in de jaren negentig aan de vooravond van een radicale transformatie van het bioscoop-landschap. Een complex samenspel van onder meer neoliberale deregulering, technologische innovatie en de multiplex boom veranderde structureel de dynamiek van het veld op een manier die doet denken aan de roerige jaren van de omschakeling op de geluidsfilm. De oprichting van het NFF was onderdeel van dit proces. Daarnaast werd met de nieuwe structuur van de NVB de deur opengezet voor de grote buitenlandse concerns, die vandaag de dag de Nederlandse markt domineren.

Ondanks deels terechte kritiek op de verstarrende neveneffecten van mechanismen waarmee de NBB de markt reguleerde, behoedde de organisatie decennialang de bedrijfstak tegen de excessen van de vrije markt.

Het openbreken van de markt was een eis van 'Brussel' en werd ook door veel leden gewenst, maar tegelijkertijd maakte de voorgestelde deregulering het midden- en kleinbedrijf dat de Nederlandse bioscoopsector typeerde kwetsbaar voor overnames en oneerlijke concurrentie van kapitaalcrachtige outsiders. Ondanks deels terechte kritiek op de verstarrende neveneffecten van mechanismen waarmee de NBB de markt reguleerde, behoedde de organisatie decennialang de bedrijfstak tegen de excessen van de vrije markt. Al vanaf 1987 waarschuwde bondsvoorzitter Joachim Wolff regelmatig voor de destructieve kanten van het neoliberale beleid van de EU, in het bijzonder het risico van *cutthroat competition* en machtsmisbruik door de Hollywood Majors en andere grote (internationale) spelers. Met gedegen economische kennis, pleitte hij voor de instandhouding van gematigde kartelachtige overeenkomsten. Met andere woorden, voor een voortzetting in aangepast vorm van het bestaande beleid van collectieve regulering waaraan de NBB al decennialang haar bestaansrecht ontleende. Maar het tij bleek niet te keren, dat zag hij zelf ook in. Als middelgrote keten wist de Wolff Cinema Groep lang zelfstandig te blijven, maar in 2014 werd het concern overgenomen door Kinopolis. De overname van Jogchem's door Vue volgde een jaar later.

Voor het Nederlandse bioscooppubliek kan 1995 als keerpunt worden beschouwd. Dat jaar opende een combinatie van Warner Brothers en Pathé de eerste multiplex-bioscoop in Scheveningen en daarnaast opende Pathé nog een multiplex in Maastricht. Groningen volgde in 1996. Net als elders in de wereld, bleek deze nieuwe *state-of-the-art* filmervaring ook in ons land erg aan te slaan. Het bioscoopbezoek per capita steeg geleidelijk van één keer per jaar naar een gemiddelde van twee keer per jaar. Daarbij moet opgemerkt worden dat de bioscoopbranche meeprofitteerde van de opleving van de Nederlandse speelfilm, inclusief een aantal succesvolle jeugdfilms. Mede dankzij het groeiende aantal kopieën dat in omloop werd gebracht én de toename van het aantal doeken groeide het marktaandeel van de Nederlandse film gestaag tot ruim boven de 10%, met een piek van ruim 20% in 2011 dankzij de tophit *Gooische Vrouwen* (1,9 miljoen bezoekers).



Het zal niet als een verrassing komen dat de multiplexrevolutie tot een verdere concentratie en monopolisering heeft geleid. In 1995 domineerden vier grote concerns de markt, waarbij Pathé aan kop ging met 31,3% van de bezoekers, gevolgd door Jogchem's (20,1%), Minerva (9,1%) en Wolff (12,5%). De onafhankelijke ondernemers bedienden samen 28% van markt. In termen van aandeel in bruto recette lagen de verhoudingen op ongeveer hetzelfde niveau. Anno 2016 zijn er nog drie grote concerns over – zonder uitzondering internationale spelers. Uit het jaarverslag van de NVBF blijkt dat Pathé Bioscopen zijn positie versterkt heeft dankzij de grootschalige investeringen in nieuwe multiplexen. Het bedrijf heeft een marktaandeel in termen van bezoek en recette van respectievelijk 40,6% en 40,9%, gevolgd door Vue Nederland met 11,5%/12,4%, en Kinopolis Nederland met 8,1%/8,6%. De onafhankelijken hebben een stukje van de markt weten terug te winnen. Hun aandeel is gegroeid naar 31,6% van het bezoek en 30,7% van de nationale recette. Wat opvalt, is dat Pathé 'slechts' een marktaandeel van 23% heeft in termen van het aantal stoelen. Dit betekent dat het bedrijf een veel hogere bezettingsgraad en daarmee rendement per stoel weet te realiseren dan de concurrenten. Pathé heeft overduidelijk schaalvoordelen daar het bedrijf vooral complexen met minimaal zes zalen exploiteert. Het is ook een kwestie van locatie: Pathé domineert de mainstream markt in de drie grote steden, die met Tilburg en Eindhoven de top vijf uitmaken wat betreft bezoekersaantallen. Landelijk gezien, zijn negen van de tien best-bezochte bioscopen in handen van Pathé. De enige uitzondering is de onafhankelijke Euroscop in Tilburg die op nummer zes staat.

De onafhankelijke bioscoopbedrijven komen met een 35,5% aandeel in termen van stoelen niet verder dan een recette-aandeel van 30,7%. Bij deze ondernemers ligt het zwaartepunt bij de exploitatie van kleine complexen (minder dan zes zalen). De variatie in dit segment van de markt is groot, het gaat van ouderwetse monobioscopen tot een multiplex met twaalf zalen. Onder deze groep zitten nog steeds exploitanten van het eerste uur, zoals de familie Abeln met Smoky in Stadskanaal en Astra in Klazienaveen. Mede dankzij de introductie van het servicebioscoop-concept wisten zij sinds in de jaren zeventig hun publiek te behouden. Het geeft aan dat vernieuwing niet alleen plaatsvindt in de grote steden. Flexibiliteit, doorzettingsvermogen, innovatie en een sterke klantgerichte houding karakteriseren het zelfstandige bioscoopbedrijf dat in een sterk gemonopoliseerde bedrijfstak weet te overleven. Ongeveer de helft van de bioscopen in de categorie 'onafhankelijken' maakt overigens deel uit van een kleine keten of samenwerkingsverband met twee tot zes bioscopen. Het overgrote deel van hen is actief in kleinere gemeenten en relatief dunbevolkte gebieden, die de grote concerns doorgaans links laten liggen. In de Randstad is er voor commerciële kleine ondernemers ruimte in het art-house segment. De recente groei bij de onafhankelijken lijkt vooral hier vandaan te komen. Een voorbeeld is Kino in Rotterdam (vier zalen, 457 zitplaatsen), dat zich gevestigd heeft in het voormalige pand van filmtheater Lantaren/Venster en zich profileert met een mix van art-house, blockbusters, klassiekers en (live) events.



De grote merken zijn het gezicht van de branche geworden – net als in andere sectoren van de consumenten- en entertainmentindustrie.

In honderd jaar is het Nederlandse bioscooplandschap in vele opzichten structureel veranderd. Wie vandaag de dag door de winkelstraten van een binnenstad loopt zal nog maar zelden een Luxor, City, of Palace theater tegenkomen. De grote merken zijn het gezicht van de branche geworden – net als in andere sectoren van de consumenten- en entertainmentindustrie. Veel multiplexen liggen bovendien aan de rand van de stad, al is de trek *out-of-town* hier nooit zo sterk geweest als bijvoorbeeld in Engeland. Het valt niet te ontkennen dat de economische concentratie in het bioscoopbedrijf heeft geleid tot een vergaande homogenisering en standaardisering zowel van het aanbod als de bioscoopbeleving. Dat is de kracht maar tegelijkertijd ook de zwakte van de grote ketens. Het betekent dat er in de marges ruimte blijft voor kleinere bedrijven die zich tegen de stroom in onderscheiden met een meer persoonlijke visie op programmering en alternatieve vormen van klantenbinding.

- Relatiegeschenk, acht onderzetter (tegels) met kantoren van The Cannon Group en hun mooiste theaters. Links Tuschinski, rechts het hoofdkantoor aan de Lairessestraat.
- De zaal van de Cinema Palace in Haarlem op de dag van de sluiting in 2011. In de zaal is nu een kledingzaak gevestigd, net als in de voormalige Luxor in Haarlem.

Selectie bioscoopketens

- Jean Desmet: 13 bioscopen 1910-1956
- Daniel Hamburger jr: 15 bioscopen 1913-1939
- Algemene Bioscoop Onderneming gebroeders Miedema: 18 bioscopen 1927-1942
- Maatschappij voor Cinegrafie: 11 bioscopen sinds 1929-2009
- Theatermaatschappij van de Nederlandsche Bioscoop Trust: 7 bioscopen 1929-1984
- City Theater NV Den Haag: 25 bioscopen 1930-1984
- Koos Abeln: 20 bioscopen 1931-1970
- Verenigde Bioscoop-Theaters NV 10 bioscopen 1937-1972
- Tubem/Tuschinski: 7 bioscopen 1936-1940
- Tuschinski Maatschappij NV: 14 bioscopen: 1936-1984
- Jogchems Theaters /JT Bioscopen: 40 bioscopen 1937-2016
- Goflex: 37 bioscopen 1940-1974
- Nebimij: 13 bioscopen 1941-1945
- Biemans Bioscopen: 10 bioscopen 1947-1982
- Holland Film NV: 15 bioscopen 1950-1972
- Cornelis Geerts: 12 bioscopen 1952-1972
- Miedema's Bioscoop en Exploitatie Maatschappij: 21 bioscopen 1952-1983
- BEM NV: 29 bioscopen 1955-1984
- Johan Miedema BV Bioscoop en Theaterbedrijf: 17 bioscopen 1958-1978
- Wolff Cinema Group : 20 bioscopen 1960-2014
- Meerburg Theaterbeheer/Holland Exhibitors: 7 bioscopen 1970-1994
- Minerva Bioscoop Exploitatie : 22 bioscopen 1972-2010
- Tuschinski Theaters: 6 bioscopen 1974-1984
- Polyfilm: 6 bioscopen 1981-1998
- Cannon: 14 bioscopen 1985-1991
- MGM Cinemas: 14 bioscopen van 1991-1995
- Merral: 14 bioscopen 1995-2009
- Pathé Theatres: 45 bioscopen sinds 1995
- Utopolis: 11 bioscopen 1998-2017
- Movie Unlimited: 8 bioscopen 2002-2011
- Vue: 21 bioscopen sinds 2016
- Kinopolis: 15 bioscopen sinds 2017