

HOLLYWOOD AAN DE WADDEN

Onderzoek producenten netwerk Noord-Nederland

Uitgevoerd door Mirjam Lawrence in opdracht van CineNord
1 december 2024

Samenvatting

Producenten in de regio kunnen worden ingedeeld in vier groepen, waar deze groepen vaak als losse netwerken naast elkaar bestaan, zien wij juist kansen en de kracht in het samenbrengen van deze netwerken:

1. **Film- en documentaireproducenten:** Deze groep werkt voornamelijk samen met omroepen, maakt gebruik van subsidies en fondsen, of investeert eigen middelen om producties tot stand te brengen.
2. **Corporate producenten:** Deze producenten richten zich op commercials, videoclips en corporate opdrachten.
3. **Hybride producenten:** Deze groep combineert opdrachtwerk met de ambitie om eigen projecten te ontwikkelen. Zij experimenteren met het aanvragen van fondsen of verkennen de commerciële markt.
4. **Initiërende filmmakers:** Vaak regisseurs die uit noodzaak ook zelf hun producties realiseren.

Conclusies

1. Er is een duidelijke behoefte aan een robuuster netwerk voor producenten in de regio. Dit netwerk moet gedragen worden door de producenten zelf, met een ondersteunende en aanjagende rol voor organisaties zoals CineNord, CineSud, Oostpact en andere Screen Talent NL-hubs. Om het netwerk aantrekkelijk te maken voor zowel ervaren als minder ervaren producenten, is het essentieel dat het wordt erkend en geleid door ervaren producenten uit de regio.
2. De verschillende producentengroepen hebben uiteenlopende behoeften en uitdagingen. Er is behoefte aan kennisdeling, professionalisering en differentiatie op gebieden zoals (sociale) duurzaamheid, innovatie en ondernemerschap. Daarnaast is er een sterke wens om vaardigheden te verbeteren op het gebied van begroten, organiseren, financieren en pitchen.
3. Een sterkere belangenbehartiging en een duidelijker gezicht (branding) voor de regionale producenten zijn cruciaal. Zowel landelijke als lokale partijen moeten de meerwaarde van regionale producenten erkennen en benutten. Het netwerk moet zich onderscheiden van bestaande initiatieven zoals NAPA en de NCP. Regionale producenten geven aan dat hun werkwijze, wereldbeeld, lagere kosten, en de rust en ruimte van de regio uniek zijn en kansen bieden die niet te vergelijken zijn met die in de Randstad.
4. Belangenbehartiging richt zich onder meer op het creëren van meer kansen. Producenten leren door te doen, en er is behoefte aan meer mogelijkheden om films te ontwikkelen, te maken en te distribueren. Specifieke ontwikkel- en productietrajecten, inclusief trainingen voor producenten (vergelijkbaar met Het Beloofde Land), zijn gewenst. Daarnaast kan het netwerk een rol spelen in het onder de aandacht brengen van corporate producenten bij opdrachtgevers en de industrie in de Randstad.

Inleiding

In het onderzoek Hollywood aan de Wadden wordt de behoefte aan een steviger netwerk voor producenten uitgesproken – en daarbij de wens dat CineNord hier een voortrekkersrol in speelt. Om dit gestalte te geven, hebben we verdiepend onderzoek gedaan onder een kleine groep producenten in Noord Nederland. Centraal stond de vraag: wat hebben producenten (zowel film/documentaire producenten als producenten van opdrachtfilm) nodig in een dergelijk netwerk met als doel te professionaliseren en het gezamenlijke niveau te verhogen – en daarmee uiteindelijk de positionering van de ontluikende filmindustrie in het Noorden van Nederland, zowel landelijk als buiten de landsgrenzen te verbeteren?

Werkwijze

Om een zo compleet mogelijk beeld te krijgen van de behoeften van producenten in Noord Nederland maar ook van hun houding ten opzichte van hun werk (geloof in eigen kunnen en trots bijvoorbeeld) en de motivatie voor hun vak (om sociaal/maatschappelijke thema's aan het licht te brengen of de drang om (lokale) verhalen te vertellen of om gewoon mooie dingen te maken bijvoorbeeld), wilden we een selectie maken van verschillende soorten producenten (docu/fictie film enerzijds en opdrachtfilm anderzijds) verspreid over de drie noordelijke provincies en met een goede verdeling van de ervaren en minder ervaren producenten.

Echter hebben we een aantal keuzes gemaakt waardoor de verspreiding iets anders verdeeld is. De reden hiervoor is dat er een verschil lijkt te bestaan in werkwijze en ambitie (blijkt uit een vooronderzoek onder de producenten van opdrachtfilm en hoe ze zich en hun werk online presenteren). Zo lijkt er een groep uitvoerende producenten en een groep die meer conceptueel betrokken is en wellicht ambitie heeft richting fictie/documentair.

We hebben ervoor gekozen om producenten uit de laatste groep te interviewen omdat de afstand tot fictie/documentair (eigen werk) minder groot is en het nut voor een netwerk waarin ze dit soort producenten ontmoeten groter is – want samenwerking en kruisbestuiving is hierbij meer voor de hand liggend. Op basis van dit criterium en de toegankelijkheid kwamen we terecht bij producenten van opdrachtfilms uit Groningen en Friesland en niet uit Drenthe. Dit zijn producenten die bijvoorbeeld eigen werk maken (zoals Happy Ship en Videobrouwers bijvoorbeeld) of juist zeer uitgesproken zijn over hoe je jezelf als producent op waarde mag schatten (Joris Bakker van Studio Flink op LinkedIn).

We hebben de volgende producenten gesproken.

Friesland

1. Film: Klaas de Jong
2. Film: Fabuch (Fabian Jansen)
3. Corporate: Videobrouwers (Karim Hamad)

Groningen

4. Corporate 1: Happy Ship (Martin Venema)
5. Corporate 2: Flink (Joris Bakker)

Drenthe

6. Film: Rob Camies

De interviews waren semi gestructureerd en waren gericht op het beantwoorden van de volgende vragen:

1. Welk soort producenten bevinden zich in het Noorden van Nederland en wat zijn hun uitdagingen en (wat hen zelf betreft) hun onderscheidend vermogen in vergelijking met producenten in de Randstad?
2. Wat hebben producenten in het noorden van Nederland nodig om hun ambities te verwezenlijken?
3. Wat zou een netwerk voor producenten tot een meerwaarde maken?

Naast deze semi gestructureerde interviews hebben we verbredende gesprekken gevoerd met nog een andere groep producenten die niet te categoriseren zijn in de hierboven genoemde groepen en toch van waarde kunnen zijn voor een eventueel netwerk met hun kennis, middelen, visie, een groter breder netwerk en ervaring. Hiervoor hebben we gesproken met **Valentijn Fit** (commercieel directeur van Tryater in Friesland), **Annet Huisman** (eindredacteur van Fryslân Doc) en (muziek) producent **Ico Balt** van Youtube Kanaal Pelican Sessions (samen met Wander Andringa) en Lake Woozoo.

Bevindingen

De producenten in het Noorden van Nederland zijn grofweg in te delen in vier groepen.

- De eerste groep bestaat uit de film- en documentaire producenten. Zij werken veelal met subsidies en fondsen of met eigen geld om hun producties tot wasdom te brengen.
- De tweede groep werkt in opdracht (commercial, videoclips, corporate).
- De derde groep bevindt zich in beide groepen: heeft de ambitie naast opdrachtfilm ook eigen werk te maken en flirt met het aanvragen van fondsen of producenten die zich willen bewegen in de commerciële richting.
- De Vierde groep zijn initiërende filmmakers (meestal regisseurs) die noodgedwongen ook hun eigen productie doen.

Binnen de vier groepen vinden we meer ervaren producenten en minder ervaren producenten en éénpitters en bedrijven (ZZP en MKB). In een aparte groep bevinden zich theater- en televisie producenten – een groep met een andere werkwijze, maar wel met relevante expertise, een breder netwerk en middelen voor een eventueel netwerk.

Uitdagingen voor de Noord-Nederlandse sector

Kenniskloof: Kennis en expertise

Een grote uitdaging bij alle groepen is het gebrek aan kennis en expertise. Ten eerste als het gaat om het vinden en succesvol aanschrijven van fondsen. Een producent zegt hierover: 'Fondsen zijn er genoeg, je moet alleen je weg kennen. Maar juist die kennis is er niet. Ik haal dat daarom uit de Randstad.' Daarnaast lijkt er gebrek aan kennis over het vak. Een ervaren producent benadrukt: 'Een dag in de groepsapp (van New Noardic Wave) en je bent erachter: veel producenten hebben geen referentiekader, geen idee wat de industriestandaarden zijn. En er is een gebrek aan technische, juridische en commerciële kennis.'

En als het kennisniveau er bij de producenten al niet is, druppelt dit door in de hele filmketen. Het is van groot belang dat juist producenten de kennis paraat hebben om zo alle makers naar een hoger niveau te tillen. Dezelfde producent zegt hierover: '... waar we vanaf moeten, is dat zodra je een regisseur hebt die in Groningen doorbreekt of in Gelderland, dat die de week daarna in Amsterdam moet gaan wonen, omdat die anders niet kan functioneren. Daar moeten we vanaf. Want dat wordt veel te navelstaarderig.'

Gebrek aan ervaring

Een andere uitdaging is het gebrek aan ervaring, omdat de industrie niet floreert. Een producent vat dit nog wat extremer samen: 'er is geen industrie'. Dit is een subjectieve beoordeling, maar wel kan vastgesteld worden dat er in vergelijking met de Randstad niet veel wordt gedraaid, dus dat vliegreisen maken in het Noorden niet gemakkelijk is. Terwijl dat juist zo belangrijk is. Om te groeien moet je op de set staan. En als dat niet in de regio kan, dan zou men dat toch ergens anders vandaan moeten halen. Een producent zegt over het maken van vliegreisen: 'het vette daaraan is dat je ook echt op je bek gaat en uit geschoffeld wordt en dat klinkt even heel naar, maar dat zijn de goede prikkels zeg maar waardoor ik denk: oké, dit nemen we mee.' Een aantal producenten heeft het over de kip en het ei: als er meer geld is, kan er meer gedraaid worden en krijgen we meer ervaring. Maar om fondsen te werven is ervaring vaak al een voorwaarde.

Gebrek aan zelfvertrouwen

Een derde uitdaging lijkt een gebrek aan gezamenlijk vertrouwen in de mogelijkheid van het bestaan van een filmindustrie met fair pay in het Noorden van Nederland. Een producent zegt hierover: '...laten we eerst zorgen dat de makers die hier zijn, want ze zijn er wel, dat die gezien en gehoord worden. In hun filmende leven in Friesland. Als dat filmende leven in Friesland maar geen smoel krijgt of maar niet kan gaan vliegen... Dus wat we moeten doen is die industrie hier opzetten en zorgen dat dus wel een Anne van Dongen (zeer ervaren opnameleider woonachtig in Friesland) en die andere expats denken, fuck it, natuurlijk gaan we hier gewoon draaien en we gaan dat gewoon doen en ook met die paar jonge mensen erbij. Maar ook: we moeten eens kijken wat we hier allemaal hebben. Arjan van de Grijn, een van de beste grimeurs van Nederland. Voor film en theater. Ik noem maar eens iemand. Die woont hier ook gewoon. We kunnen hier zo aan de slag.'

Dit gebrek aan vertrouwen resulteert volgens een andere producent soms ook in een verbitterde houding. Hij houdt niet van het 'Calimero gedrag' van veel partijen in Groningen. Zij zelf hebben herhaaldelijk beroepen gedaan op verschillende fondsen en hebben uiteindelijk resultaat geboekt, ook bij het Filmfonds. 'Ik hoor zoveel om me heen: "meeh, Filmfonds is kansloos, ze doen nooit iets met het noorden. Discriminatie." Daar word ik zo moe van. Wij hebben alleen maar heel welkome mensen ontmoet. Het draait gewoon om kwaliteit, niet om je locatie.'

Gebrek aan kwaliteit

En dat brengt ons bij de vierde uitdaging: kwaliteit. Het lijkt erop dat door de afwezigheid van een florerende industrie en het gebrek aan competitie, de kwaliteit van wat er geproduceerd wordt, en daarmee van de producenten zelf, niet hoog of op weg naar hogere niveaus is. Een producent refereert positief naar het Beloofde Land, het ontwikkeling- en productietraject van Screen Talent NL (CineNord, CineSud, We Are Playgrounds) en hoe dit een van de weinige keren is dat hij in de regio is uitgedaagd. Hij werd niet geselecteerd. En daar heeft hij weer enorm van geleerd. Verder is hij op borrels vaak een van de meest ervaren producenten en krijgt hij keer op keer de vraag: waar haal jij je klanten vandaan?

Een ander perspectief hierop komt van een zeer ervaren producent. Hij vindt dat er een verkeerd verwachtingspatroon is. Filmmaken is namelijk maar weggelegd voor een klein groepje getalenteerde mensen. 'Er gaat iets mis bij de opleidingen of in het kringetje met eigen verantwoordelijkheid en initiatief. Je moet je ook realiseren dat jij hebt gekozen voor moeilijke business en dat je eigenlijk wel buitensporig goed moet presteren en dat je ook buitensporig flexibel moet zijn en wat al niet meer.'

Een aantal producenten vindt dat er in de kwaliteitsslag van de producties een grote rol is weggelegd voor in het bijzonder de producenten. Een producent zegt hierover: 'Als producent moet je altijd met kansrijke projecten aankomen, niet met van alles en nog wat. Je bent als het ware het voorportaal.' Een andere producent zegt hierover dat wij ons in het noorden al snel experts noemen, omdat er maar weinig anderen zijn om je aan op te trekken. Om dat te veranderen moeten we onze blik naar buiten richten en grote namen aantrekken van wie we kunnen leren en die ons kunnen inspireren. Alleen dan kun je je volgens hem als netwerk kwalitatief verbeteren.

Kansen voor de Noord-Nederlandse sector

Naast deze uitdagingen is er een aantal onderscheidende kenmerken en kwaliteiten te zien bij de Noordelijke producenten. Zo lijken producenten in het Noorden van Nederland geen eenheidsworst noch elitair. Ze hebben diverse achtergronden en zijn ook vaak autodidact. Ze zijn niet onbekend met de

Randstad, een aantal van hen werkt samen met producenten aldaar of komt er zelf vandaan, maar zien zelf voordelen van in het Noorden leven en werken.

Het komt hun werk ten goede. Bijvoorbeeld het verschil in mentaliteit (authentiek, eerlijker en ook rustiger is genoemd). Ze lijken een open blik te hebben en kunnen daardoor wellicht ook een grotere verscheidenheid aan verhalen zien en vertellen én hun doelgroep (in de regio) beter begrijpen. Ze zijn tijdens de gesprekken authentiek en eerlijk en een tikkeltje kritisch op zijn tijd. Ze zijn creatief in het maakproces, vindingrijk in het vinden van crew, cast en, ja toch ook, subsidies en fondsen. En in het maken van een business model rondom filmmaken – met meerdere verschillende mensen, zoals bijvoorbeeld Fabuch, de studio met dagbesteding/beschutte werkplek van Fabian Jansen en Leonoor Coppoolse Jansen.

Een producent voegt hieraan toe dat er op microniveau wel degelijk verbinding is en geloof in mogelijkheden: ‘Nabuurschap. Dit betekent zeg maar heilig het gevoel van wij gaan dit samen flikken. We gaan het samen doen. We gaan doen wat nog nooit eerder is gepresteerd.’ In dit geval doelt hij op een speelfilm draaien met een zeer klein budget. Deze houding roept natuurlijk wel de vraag op: als men voor unfair pay een klus draait en dat blijft doen, zal deze situatie dan kunnen veranderen?

Wat hebben producenten in het noorden van Nederland nodig om hun ambities te verwezenlijken?

Naast dat er aandacht moet worden besteed aan de bovengenoemde uitdagingen, is er door de producenten zelf tijdens de interviews ook een aantal behoeftes genoemd.

Bij filmproducenten gaat het in eerste instantie om geld. Maar om hiervoor een goede case te maken is ervaring (vlieguren) en begeleiding een must. ‘Om te groeien moeten we op ons bek gaan, dus we moeten blijven aankloppen.’ Aldus een producent. Hierbij moet de producent (mentale en inhoudelijke) ondersteuning krijgen.

Onder de corporate producenten is er een wens om beter te leren produceren (uitvoerend) en pitchen, en dat lokale partijen de meerwaarde gaan zien van de Noord Nederlandse producenten. Dat het uit Amsterdam halen niet per se beter is.

Integendeel. Een stevige vertegenwoordiging zou hiervoor goed zijn. Dit geldt overigens ook voor de fictie/docu producenten: een gezicht geven aan de industrie in het Noorden van Nederland is een wens die meerdere malen uitgesproken is.

Een herhaaldelijk terugkerende kritische noot van producenten is dat er veel netwerken zijn, waar soms gratis bier is en soms heus een connectie gemaakt wordt met mogelijkerwijs een klusje, maar over het algemeen ziet men niet de meerwaarde van deze netwerken. Juist minder ervaren producenten komen hier om zich op te trekken, maar het kleine aantal ervaren producenten kan zijn gelijke hier niet vinden. Een producent zegt hierover: 'Er wonen hier zoveel mensen die film- en televisiegeschiedenis hebben geschreven, maar die worden er niet bij betrokken.'

Dus, wat zou een netwerk tot een meerwaarde maken?

Ook hierover zijn verschillende wensen uitgesproken, maar er kan wel een aantal meer algemene conclusies getrokken worden uit de gesprekken.

- Een smoel geven aan de opkomende industrie naar zowel eigen producenten als de rest van het land en aan potentiële opdrachtgevers.
- Kennisdeling bewerkstelligen op het gebied van technische, juridische en commerciële aspecten van het producentschap.
- Samen inzetten op verhoging van kwaliteit
- Omarmen van het karakter van het Noorden en de bijkomende voordelen (geen rat race, ruimte, nabuurschap/mienschap)
- Betrekken van alle talent in de regio als bijvoorbeeld aanjager, kennisdeler, vertegenwoordiger. Niet over, maar met.

Advies

In het onderzoek Hollywood aan de Wadden wordt een wens uitgesproken van een maker: 'Zet het Noord Nederlands filmklimaat neer als merk: kijk, dit kunnen wij, dit bieden wij allemaal, en, maker, je bent welkom om het hier te komen halen en maken.' Een producent zegt in een gesprek: 'Laten we het uitspreken. We willen zo snel mogelijk op het niveau van Amsterdam zitten. Maar dan beter. En realistischer. En goedkoper. Aantrekkelijker. We willen ook op het niveau van Amsterdam zitten. Maar dan...'

Kortom: we moeten ons als producentennetwerk niet alleen verbinden – en verbonden voelen – door de regio. Het producentennetwerk moet ons helpen om ons te kunnen onderscheiden.

In de filmsector in Noord-Nederland vindt een verschuiving plaats naar meer professionaliteit. Daarbij horen ook ethische en duurzame praktijken. Met een bloeiende artistieke filmgemeenschap en opkomende talenten, groeit het bewustzijn rond inclusiviteit, fair practice, duurzaamheid en gelijke kansen. De sector in het Noorden wil graag koploper zijn door te doen en te laten zien wat dit volgens de normen en waarden van het noorden in de praktijk betekent.

Voor producenten in het bijzonder is hierin een rol weggelegd. Immers: zij maken cruciale beslissingen omtrent cast, crew en productie werkwijze. Een voorbeeld van een inspirerende werkwijze is Fabuch van Fabian Jansen. Hij beoefent zoals hij het noemt: slow cinema. Niet (enkel) verwijzend naar het soort film wat hij maakt maar juist naar hoe hij maakt. Een manier van produceren die past bij de tijdgeest en bij de regio. De Noord-Nederlandse producent onderscheidt zich (ook volgens henzelf) door flexibiliteit in maakproces en vindingrijkheid. Connotaties die producenten met (de makers van) het Noorden hebben, zijn vrijvechters van de rat race en voorvechters van een nuchtere (rustige) manier van werken en communiceren.

Met deze gedachtegang en profilering zou het producenten netwerk afstand kunnen nemen van het moeten opboksen tegen de industrie in de Randstad. Het productie netwerk zou zich daarom moeten richten op twee pijlers. Professionaliseren en differentiëren op het gebied van (sociale) duurzaamheid.

Professionaliseren

Professionaliseren is waar het begint. Producenten in het Noorden moeten zich (meer) bekwaamen op het gebied van de door CineNord ontwikkelde ABC. Audience, Business en Concept. Concreet betekent dit dat er meer training moet zijn op pitchen, sales, distributie, uitvoerende productie (kennis van departementen, apparatuur, kosten en services, wet- en regelgeving rondom cast en crew, auteursrecht, interpersoonlijke en conflict oplossende communicatie, onderhandeling technieken). En, ze moeten zich bekwaam voelen. Door meer uren te maken, meer producties te draaien en meer begeleiding te krijgen. En door

geïnspireerd te worden, door constant meer te zien en te leren van anderen die het net een beetje beter kunnen, het vak net een beetje beter verstaan.

Differentiëren op het gebied van (sociale) duurzaamheid

Met de (H)eerlijk filmen Code hebben de film commissions uit verschillende regio's samen een stap gezet om aanjager te zijn van een verandering in mentaliteit en aangescherpte focus van producenten op inclusiviteit, duurzaamheid en gelijke kansen. Dit is gericht op samenwerking met producenten vanuit de rest van het land, maar het kan ook gelden als geambieerde werkwijze van het producenten netwerk. Met de integratie van deze code kan het producenten netwerk zich onderscheiden van de bestaande industrie. Ook op het gebied van opdrachtfilm is het feit dat je je als producent voorop loopt op dit gebied en hierover communiceert, aantrekkelijk omdat CSR en duurzaamheid momenteel hoog in het vaandel staan en men ook op zoek is naar leveranciers die passen bij deze waarden. De toewijding aan deze werkwijze kan een smoel geven aan het netwerk. Een smoel die verder reikt dan verbinding door de regio alleen.

Het netwerk zou aangejaagd moeten worden door ervaren producenten uit de regio. Dit om het zoveelste netwerk gevoel te vermijden, beter aan te voelen wat er nodig is onder de groep, aantrekkelijker te worden voor meer en minder ervaren producenten en een smoel te geven aan het netwerk.

Voorstel voor het concreet maken van het netwerk:

Independent Producers Club NL (werktitel)

- Zorg voor een waardevol netwerk aangejaagd door producenten zelf met het doel meer vlieguurs te kunnen maken bij elkaar op de set.
- Maakt het netwerk zichtbaar en behartigt belangen landelijk, regionaal en lokaal.
- Geeft een smoel aan de netwerk door een gezamenlijke missie te communiceren – de implementatie van de (H)eerlijk filmen code en slow set bijvoorbeeld.
- richt zich op kwaliteitsverbetering met maandelijkse masterclasses, kijkjes in de keuken bij elkaar, intervisie

Suggestie voor vervolgstappen

- Ontwerp sessie
- Aanjagers mobiliseren
- Operationaliseren van het netwerk en implementatie van bijv (H)eerlijk filmen code met focus op de implicaties voor de leden van de IPC NL
- Opzetten insta kanaal n.a.v. survey – plan maken voor onderhoud
- Awards organiseren voor producenten om het netwerk zichtbaar te maken
- Planning masterclasses ism aanjagers:
 - Bepalen thema's, sprekers en locaties



Over CineNord

Stichting CineNord ontwikkelt 'Hollywood aan de Wadden' dat staat voor een rijk en gezond eco-systeem voor film en AV in Noord-Nederland. Dit doet CineNord door op basis van onderzoek actief initiatieven te starten of te ondersteunen.

CineNord is initiatiefnemer en ondersteuner van Screen Talent NL, Het Beloofde Land, Incubator CineNord Studio, New Noardic Wave: Collectief van de beste makers en FilmImpact Noord

Hollywood aan de Wadden: Onderzoek producenten netwerk Noord-Nederland
Uitgevoerd door Mirjam Lawrence in opdracht van CineNord
1 december 2024