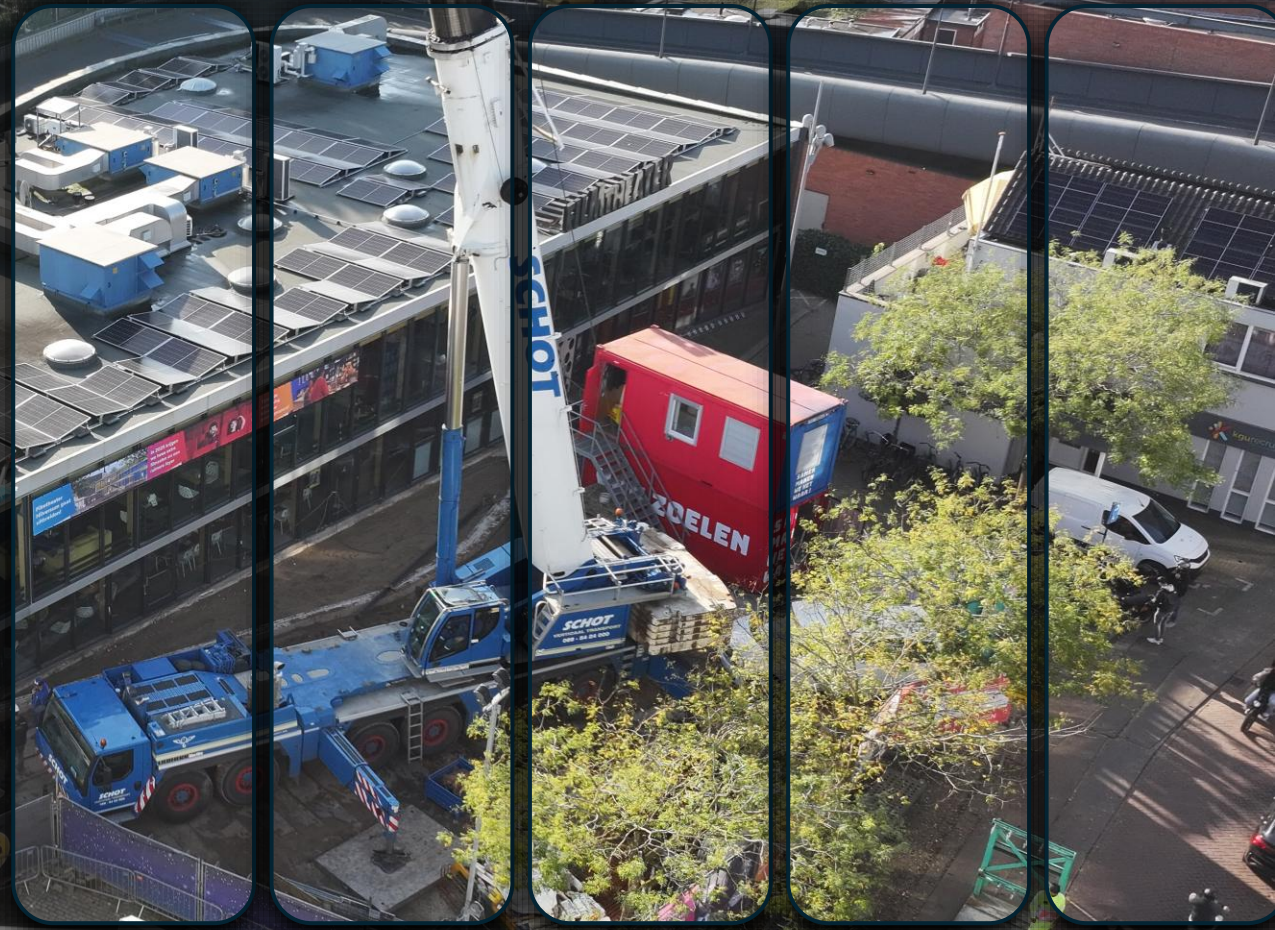


FILMTHEATER HILVERSUM BREIDT UIT: “FILMCULTUUR MOET GEVIERD WORDEN”

De uitbreidingsplannen van Filmtheater Hilversum stammen al uit 2018, dus nog van ruim vóór de coronapandemie. Directeur Christian Taal vertelt dat de aanzet tot uitbreiding voortkwam uit een onstuimige bezoekersgroei in de jaren ervoor. “Hilversum is een mediastad, veel mensen werken hier in de creatieve sector. Dat merk je: mensen zijn erg film-minded.”



Het bestaande pand is ooit ontworpen voor zo'n 65.000 bezoekers per jaar, maar in de praktijk ontving het theater er ruim 140.000. Met drie zalen raakte het aanbod in het gedrang; er moest constant worden gekozen tussen titels en sommige films konden slechts kort worden vertoond. Daarnaast kwam uit een marktonderzoek naar het potentiële bezoek in Gooi en omstreken dat er nog een grote groep bij zou kunnen komen.

Taal vertelt: "Na het verdwijnen van de lunchroom naast ons kon de grond worden gekocht. Na het onderzoeken van verschillende scenario's werd gekozen voor uitbreiding met twee zalen, een half onder de grond en een erbovenop, en een verruiming van de foyer. De bouw is inmiddels in volle gang. Met hulp van een succesvolle crowdfundingcampagne - we hadden geen idee hoeveel mensen zouden meedoen, maar het waren er echt heel veel - is de financiering rondgekomen. Als alles volgens planning verloopt, openen de nieuwe zalen in het najaar van 2025."

De nieuwe zalen krijgen elk hun eigen karakter. De ene zaal wordt vergelijkbaar in grootte met de bestaande zalen; de andere wordt een kleinere 'boutiquezaal', ingericht met sofa's. Door deze ruime stoelen passen er 40 mensen in. Een deel van de vloer blijft vlak, waardoor de zaal ook inzetbaar is voor andere activiteiten dan film.

Bij het aankopen van nieuwe filmtechniek is vooral geïnvesteerd in geluid. "Het beeld zit zeker goed, maar het geluid maakt echt het verschil, wat je bijvoorbeeld bij concertfilms echt goed gaat horen," aldus Taal. "We investeren ook veel in sfeer. Daar werden we al vaak om geroemd, maar we willen dat nog verder versterken."

"Dat mensen na de film blijven hangen, met elkaar praten. Veel mensen komen ook alleen naar de film, dus je wilt dat er een ontmoeting plaatsvindt. We willen een soort clubhuis zijn voor onze bezoekers. Filmhuizen onderscheiden zich toch echt van commerciëlere bioscopen door sfeer en kleinschaligheid. Vooral de oudere bezoeker voelt zich vaak verloren in zo'n grote zwarte doos."

Naast de uitbreiding van de huidige foyer komt er in het nieuwe gedeelte ook een nieuwe foyer voor besloten bijeenkomsten. "Denk aan bedrijven die film komen kijken met hun personeel of een themaprogramma met een borrel voor of na. . Daar wilden we een aparte plek voor. Maar we gaan dit niet puur commercieel verhuren. Het moet altijd in het teken van film staan. Filmcultuur moet gevierd worden, dat is altijd ons uitgangspunt."

Wat ook een prioriteit wordt voor het nieuwe Filmtheater Hilversum is educatie. Taal: "We gaan ruimte inrichten voor scholen, voor een filmlab en andere activiteiten. Het doel is dat elke basisschoolleerling in zijn schooltijd minstens drie keer het filmtheater bezoekt, zodat ze weten dat we bestaan en ze al een keer letterlijk en figuurlijk de drempel over zijn gegaan. We werken hiervoor samen met een lokale cultuurmakelaar. Kinderen zijn de hele dag omringd door beeld, maar juist via het medium film kun je moeilijke onderwerpen aankaarten en nieuwe perspectieven opdoen. Dat is een belangrijke taak van de filmhuizen. Natuurlijk mag het ook vermaak zijn, maar wel altijd met een boodschap en impact."

Een van de potentiële doelgroepen die - niet verrassend - uit het doelgroepenonderzoek naar voren kwam was jongeren.

Taal: "Als we het in dit geval hebben over jongeren, bedoelen we niet alleen twintigers, maar juist ook vanaf ongeveer 28 jaar. Je hebt een soort instapleeftijd voor cultuur. Bij jongeren is dit zodra ze zich settelen, een baan krijgen, kinderen, dat zijn de zogenaamde instapmomenten waarop ze ineens ontdekken dat er meer is dan blockbusters en meer open staan om cultuur te ontdekken. Die instapleeftijd is aan het verschuiven omdat jongeren steeds later gaan settelen."
Het richten op jongere bezoekers brengt ook andere behoeftes met zich mee. In het geval van het filmtheater een interne discussie over popcorn. "Het is onze meest gestelde vraag. Jongeren willen popcorn. Terwijl onze vaste bezoekers juist graag komen omdat we het níet hebben. We kijken nu naar een tussenweg, waarbij we met een alternatief aanbod experimenteren."

Met de uitbreiding kunnen dus meer doelgroepen bediend worden qua ruimte maar ook qua aanbod. "Met de twee nieuwe zalen komen er zo'n 64 extra programmeerslots per week bij. Dat maakt het mogelijk om films langer te laten staan, breder te programmeren en meer specials te organiseren, zoals eigen festivals. Het aanbod wordt daarbij afgestemd op doelgroepen, zonder de bestaande bezoekers uit het oog te verliezen. We hebben goed onderzocht wie ons publiek is en wat ze waarderen. We doen ook activiteiten die misschien niet rendabel zijn, maar wel belangrijk voor de filmcultuur."

De uitbreiding van Filmtheater Hilversum is daarmee niet alleen een antwoord op praktische beperkingen, maar ook een kans om verder te bouwen aan de rol van het theater als culturele ontmoetingsplek voor huidige en toekomstige bezoekers.

© NVBF. Beeld: Filmtheater Hilversum. Tekst: Evelien Sinke.