

## Medeoprichter en directeur Willem Puijssers:

# “Dutch FilmWorks wordt volwassen in 2002”

Door Werner Schlosser

**T**erwijl de huurmarkt, in elk geval voor wat de DFW-titels betreft, nog voor 80% door video wordt gedomineerd, bestaat de koopmarkt voor Dutch inmiddels voor 60% uit dvd. Puijssers noemt zijn bedrijf dan ook zonder valse schaamte ‘van de independents wellicht de meest vooruitstrevende uitgever van dvd’s’. Dat komt volgens hem op een aantal manieren tot uitdrukking. “Wij ontwikkelen veel dvd’s en maken die van begin tot eind zelf. De inlays, verpakking, extra’s, ondertiteling, menu’s... alles wordt in eigen beheer gemaakt. We hebben dus complete vrijheid en controle. Uit kostenbesparende overwegingen zijn we daarom veel internationale samenwerkingsverbanden aangegaan, zodat we gezamenlijk bijvoorbeeld extra’s kunnen ontwikkelen of kopen. Ook op marketinggebied gaan we uit van het product en de markt, zodat we onze markt, de Benelux, op haar wenken bedienen.”

### Verschuivingen

“Je ziet op een aantal vlakken verschuivingen ontstaan in deze branche”, vervolgt hij. “Vroeger hadden de majors het grote, commerciële product

en de independents het moeilijker, met af en toe een gelukstreffer. Dat is niet meer zo. Doordat ook de indies nu hits scoren, is de drempel voor winkeliers om met ons te praten lager geworden. Daarbij wordt het niet-traditionele kanaal steeds belangrijker. Free Record Shop is nog altijd – en in meerdere opzichten – onze beste klant, maar wij doen nu al 25% van onze business met non-traditionals als Blokker, Kruidvat, Bart Smit en Albert Heijn. Overigens is niet elk kanaal geschikt voor elke titel; elk product heeft zijn eigen markt. Zo zal Blokker ongetwijfeld flink instappen op Bandits, maar met een Caligula hoef ik daar bij wijze van spreken niet aan te komen. Op diezelfde manier kijken we ook over de landsgrenzen heen. Ik sluit niet uit dat we onze nicheproducten in de toekomst eveneens buiten de Benelux zullen verkopen.”

### Franse revolutie

De Franse actiefilm *Vidocq* vormt voor DFW een van de grootste uitdagingen van 2002. Puijssers licht toe: “*Vidocq* is een Franse detective aan het begin van de vorige eeuw. De film is helemaal in Frankrijk gemaakt en heeft fantastische special effects. Ik ben ervan overtuigd dat, als het een Amerikaanse film zou zijn, hij een Oscar voor special effects zou kunnen winnen. Onze missie is hier een hele grote film van te maken. Lukt dat niet, dan hebben we de Nederlandse consument overschat. We hebben in elk geval het tij mee: de Franse film zit weer in de lift. Daarom brengen we volgend jaar maart of april niet alleen *Vidocq* uit op video en dvd, maar tegelijkertijd nog zes andere producties uit Frankrijk. Die campagne krijgt als titel ‘De Franse Revolutie’. Daaruit spreekt ook het doel dat we ermee nastreven.”

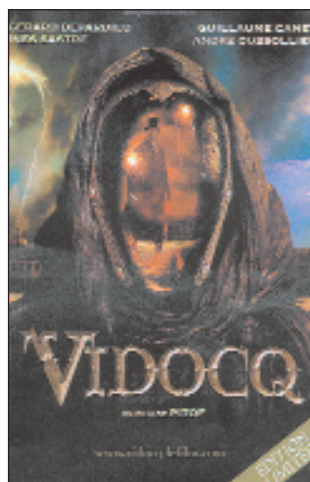
### Branding

Een ander doel dat DFW zich voor komend jaar gesteld heeft is het promoten van merken. “Vroeger kwamen alle titels uit onder de

Dutch FilmWorks-vlag. In mei van dit jaar hebben we Hong Kong Legends geïntroduceerd als apart label voor de liefhebbers van oosterse vechtfilms. De producten op dat label kenmerken zich door een hoge kwaliteit en een vaste prijsstelling. De marketing van die titels bestaat voor een groot deel uit het promoten van het ‘merk’ Hong Kong Legends, waarbij een spaarprogramma een belangrijke rol speelt. Wij hebben gemerkt dat die aanpak succesvol is. Daarom zullen wij volgend jaar ook een apart label lanceren voor onze horrortitels. Alhoewel horror een veel breder genre is dan oosterse vechtfilms, zullen we ook dit label met een eigen aanpak gaan ‘branden’.”

### Investerings

“De afgelopen tijd hebben we behoorlijk geïnvesteerd in het titelpakket van DFW, als gevolg waarvan we voor volgend jaar een aantal indrukwekkende titels in petto hebben (zie kader, red.). Ook in het bedrijf zelf hebben de nodige verbeteringen plaatsgevonden. Sinds kort is Jack Heijkans toegetreden als marketingmanager, en Arthur de Roos, afkomstig van RCV, is onlangs bij ons begonnen als salesmanager. Bovendien betrekken we de komende weken ons nieuwe pand in Gorinchem; een gebouw met veel faciliteiten. Een van onze eisen bij het uitkiezen van de locatie was dat wij binnen een half jaar de beschikking wilden hebben over ADSL. Die voorwaarde is tekenend voor het nieuwe elan van DFW, en de manier waarop wij naar de toekomst kijken.”



**Dutch FilmWorks presenteert op 14 december in theater Lux in Nijmegen de films die het volgend jaar gaat uitbrengen. Onder de noemer ‘Line-up 2002’ is er aandacht voor onder meer:**

- *Antitrust* (Tim Robbins/Rachael Leigh Cook/Ryan Phillippe)
- *Bandits* (Bruce Willis/Billy Bob Thornton)
- *Cate Blanchett*
- *Blow* (Johnny Depp/Penelope Cruz)
- *The Body* (Antonio Banderas/Derek Jacobi/Jason Flemyng)
- *Girls United* (Kirsten Dunst/Eliza Dushku/Jesse Bradford)
- *Original Sin* (Angelina Jolie/Antonio Banderas)
- *Rush Hour 2* (Jackie Chan/Chris Tucker/Zhang Ziyi)
- *The Sky Is Falling* (Jeroen Krabbé/Isabella Rossellini)
- *Vidocq* (Gérard Depardieu)
- 36 titels op het Hong Kong Legends-label