

De Hollywood Producer

'Nothing Personal. Strictly Business'.

Adriaan Koenraadt

Voor Samantha en Elina

‘My ambassadors of the Kwan’

'Genius, Billionaire, Playboy, Philanthropist.'

- Robert Downey jr. / Tony Stark – Iron Man

Inleiding

Een plotselinge verhoging van de Amerikaanse rente was een reden dat de huizenmarkt in 2006 instortte. In de zomer van 2007 heeft dit effect geleid tot de grootste kredietcrisis sinds de jaren '30, en veel hypotheekverstrekkers kregen grote zorgen. Voordat deze historische gebeurtenis plaatsvond (2004-2006) was de *subprime mortgage* een favoriete lening. Meer dan 84 procent van de *subprime* hypotheeken in 2006 werd uitgegeven in de vorm van persoonlijke leningen. Dit type krediet maakte het zelfs mogelijk dat een Mexicaanse aardbeien-plukker met een jaarlijks inkomen van \$ 14.000, een hypotheek rond kon krijgen. Maar uiteindelijk haalde zijn maandlasten hem weer in. Wall Street leerde snel dat de mensen bij Moody's en S&P de individuele huizenleningen niet eens evalueerde. *Subprime* hypothecaire obligaties waren namelijk allemaal geprijsd door Moody's, met als resultaat dat er belangrijke verschillen waren met een triple-A en triple-B *tranche*. *The Federal Reserve* schatte dat door deze *subprime* leningen in 2010 ongeveer 2,25 miljoen huiseigenaren hun woning uitgezet werden. Dit was dus niet het gevolg van wege verlies van baan, ook niet vanwege inkomensdaling, maar doordat men na twee jaar extreem lage hypotheeklasten de maandlasten ineens zag stijgen. *The Federal Reserve* maakte voor 2011 en 2012 dezelfde schatting.

Voor Hollywood betekende de impact van de economische crisis dat er gekort werd op producties, jaarlijks ongeveer 250 films minder. Bioscoopbezoek schommelde vanaf 2008 enorm, en in 2011 zijn er totaal 1,28 miljard bioscooptickets verkocht; het laagste cijfer sinds 1995. Dankzij blockbusters zoals *The Avengers* kwam de totale box office omzet in 2012 weer op peil; \$ 10,8 miljard. Hollywood is altijd een internationale business geweest. Dalende DVD-verkopen, veruit de grootste *home-entertainment* markt, zorgt ervoor dat Hollywood steeds meer afhankelijk wordt van buitenlandse markten. Films die anders flink de min in zouden gaan, bijvoorbeeld *Prince of Persia: The Sands of Time* (2010) of *The Lone Ranger* (2013), hebben door internationale verkoop toch winst weten te maken.

Vaak komt meer dan de helft van de winst via internationale markten, met een scherp contrast dat ticketprijzen door 3D projectoren jaarlijks alleen maar stijgen. Enkele jaren geleden kregen de grote Hollywood acteurs \$ 20 miljoen per film, met een *line-up* van drie films per achttien maanden. Nu is de verhouding totaal anders; ‘slechts’ \$ 10 miljoen per film en de concurrentie is enorm. Behalve een kleiner budget hebben de grote filmstudio’s tevens minder producties in ontwikkeling.

The Avengers, een Amerikaanse *super-hero* film geproduceerd door Marvel Studios, ging op 11 april 2012 in Hollywood’s *El Capital Theatre* in première, en klom hiermee het snelst naar de \$ 1 miljard aan ticketverkoopomzet. Met \$ 623,4 miljoen in Noord-Amerika en \$ 895,2 uit andere landen, eindigde *The Avengers* op de derde plaats als *highest grossing film of all time*; \$ 1,518,594,910. Robert Downey jr. speelt miljardair en *superhero* Tony Stark/Iron Man; hét personage dat in 2008 een ketting reactie vormde voor Marvel Studios, en waardoor Downey jr. ook in het echt als Tony Stark kan leven. In 2013 stond hij voor de tweede keer op rij bovenaan in *Forbes’ top annual list*, met een geschat inkomen van \$ 75 miljoen. Afgelopen jaren hebben zes van zijn films meer dan \$ 500 miljoen bij de boxoffice opgebracht. *Iron Man 3* (2013) had aan twee weken genoeg tijd om méér dan \$ 700 miljoen aan ticketverkoop binnen te halen, en zette het record van hoogst internationale opening ooit. Dit succes is fantastisch voor de *executives* bij Disney en Marvel, maar is tegelijk een uitdaging voor hen om Downey jr. contractueel vast te leggen. In Hollywoodland staat Marvel Studios erom bekend een (relatief) laag salaris aan te bieden. Daarnaast houdt een Marvel-contract altijd een multiple film deal in; zelfs nog meer dan bij andere typische franchise films. Bijvoorbeeld *Captain America* Chris Evans, hem werd oorspronkelijk een contract van negen films aangeboden, maar hij ging akkoord met zes. Samuel L. Jackson, die zelfs bijna uit het hele project stapte, tekende alsnog voor negen films. Mark Ruffalo kreeg idem een contract voor zes films, beginnend met de eerste *The Avengers*. Zakelijk gezien is dit van Marvel Studios een slimme zet. De studio heeft een bewezen track record in lagere kosten, minder bekende - zelfs onverwachte - acteurs (en regisseurs), om ze uit te laten groeien tot supersterren. Maar eerst zullen zij door middel van een lang-termijn franchise geblokkeerd worden, tot het moment dat Marvel klaar is.

Na het succes van *Iron Man* heronderhandelde Robert Downey jr. samen met zijn *agents* over de voorwaarden. Zijn inkomsten voor deelname in *The Avengers* werd vastgesteld op \$ 50 miljoen. Maar *Deadline* meldt dat dit uiteindelijk tegen de \$ 80 miljoen is opgelopen, vanwege zijn 5% - 7% *first dollar gross* toeslag na *Iron Man 2*. Dit bedrag is velen malen hoger dan zijn collega's / *cast members* van *The Avengers* (Evans en Hemsworth kregen \$ 2 tot \$ 3 miljoen). Dat Robert Downey jr. voor zichzelf een sterke positie mogelijk heeft gemaakt, is niet vanwege hebzucht. In de laatste scène uit het eerste deel van *Iron Man* eet Tony Stark een Burger King hamburger voor een groep verslaggevers. Hij heeft publiekelijk toegegeven dat dit geen Tony Stark is, maar een herinnering aan een dieptepunt in zijn eigen leven. Cowen & Co. industrie data-analisten beweren dat een *sequel* zonder Robert Downey jr.'s deelname, een daling van 9% in ticket-aankopen betekent.

Terwijl Downey jr. zich onder andere in Malibu en New York bevindt, heeft hij in 2014 voor \$ 2,5 miljoen een 1,950-square-foot (circa 180 m²) ranch-stijl huis aangeschaft. Het huis is hoogstwaarschijnlijk gekocht voor eigen personeel, vrienden en familie. Oorspronkelijk gebouwd in 1947, is de woning geconfigureerd met vier slaapkamers en twee badkamers. Goed onderhouden hardhouten vloeren in de open woonruimte, die voorzien is van een woonkamer met open haard en ramen vanaf de vloer tot het plafond, met uitzicht op de achtertuin. De houten vloeren bevinden zich in alle vier de slaapkamers, twee badkamers zijn vrij recent gerenoveerd; de grotere met tegelvloer, en een vrijstaand ligbad met een aparte glazen douchecabine. De garage heeft ruimte voor twee auto's, en deze is uitgerust en ingericht door de verkoper als een opnamestudio.

Downey jr.'s persoonlijk portfolio van onroerend goed bevat tevens een eigentijdse crib in landelijk Canyon tussen Pac Pal en Santa Monica – aangekocht in begin 2012 voor \$ 3,625 miljoen-. Zijn *seven-plus acre ocean view* villa in Malibu met uitgebreide voorzieningen, is in september 2009 voor \$ 13,444 miljoen aangekocht. In de afgelopen jaren heeft hij nog minstens twee woningen gekocht; in Venice Beach's Abbott Kinney staat een groot en moderne villa (aangekocht in september 2009 voor \$ 5,6 miljoen). En een kleinere maar moderne herenhuus eind 2013 met de aankoopssom van \$ 3 miljoen dollar.

Alle pagina's hierna gaan volledig over de filmindustrie van Hollywood. Ik vond het interessant om uit te zoeken hoe de filmwereld van Hollywood inelkaar zit. Hopelijk kan men mijn boek interessant vinden, ik heb er heel lang over gedaan om het af te krijgen.

- Adriaan Koenraadt

Inhoudsopgave

- Hollywood film	15
Tax Shelters	20
- Hollywood Accounting	23
<i>Ransom</i> (1998) Participation Statement	29
<i>Sudden Impact</i> (1983) Participation Statement	30
- Gross Participation	31
<i>Forrest Gump</i> (1994)	37
<i>The Tom Cruise Deal</i>	42
<i>Film Rentals</i>	47
<i>Gross Participants</i>	47
<i>Non-Theatrical</i>	47
<i>Negative Costs</i>	48
<i>Pre-production</i>	48
<i>Principal Photography</i>	49
<i>Post Production</i>	49
- Independent film	50
- Blockbuster	55
<i>Massive Implosion in the Film Industry</i>	64
- ‘No Business Like Show Business’	66
<i>Gangs of New York</i> (2002)	70
- The Big Six	72
Inzet en Signalering	79
<i>Spiderman</i> vs. <i>Star Trek</i>	81
<i>Spiderman</i> vs. <i>Attack of the Clones</i>	82
<i>The Game</i>	82
National Research Group	83
<i>Sequels</i>	84
Warner Bros.	86
<i>Gravity</i> (2013)	89
20th Century Fox	91
Diversificatie in de jaren '70	92
De jaren '80	94
Rupert Murdoch	95
Management Shake-ups van de jaren '90	96
Positionering	97

Disney	99
Marvel Entertainment acquisitie	101
<i>Iron Man 3</i> (2013)	102
Paramount Pictures Corporation	106
<i>Raiders of the Lost Arc</i> (1981)	106
Management Shake-ups	110
Universal Studios	114
Sony Pictures	121
<i>Cutting back on Production</i>	124
- <i>The Producers</i>	127
Executive Producer	128
Producer	133
<i>Pirates of the Caribbean;</i> <i>on Stranger Tides</i>	134
Associate Producer	138
Co-Producer	140
<i>The Hurt Locker</i> (2008)	141
- <i>The Creative Process</i>	145
- De voorbereiding	158
- Action!	166
- <i>Waterworld</i> (1995)	172
- Post-Production	178
- De afronding	186
<i>Development fee's</i>	189
<i>Pay or Play</i>	189
<i>The Right to Remain Anonymous</i>	190
<i>Defining Consultation</i>	190
<i>Agreed Upon Editor</i>	191
- <i>Final Cut Battles</i>	193
<i>Blade Runner</i> (1982)	193
<i>Alien</i> (1992)	195
<i>American History X</i> (1998)	197
- Volle Zalen	199
- <i>Distribution</i>	209
<i>Paranormal Activity</i> (2007)	211
- Bioscoop-Eigenaren	216
- Box Office	222
- <i>'The Oscar goes to...'</i>	228

Completion Guarantee	232
Cast Insurance / Verzekeringen	236
<i>Tomb Raider II</i> ;	240
<i>The Cradle of Life</i> (2003)	
Fiscaliteiten	242
 - <i>The Schwarzenegger Deal</i>	244
- <i>Trouble in Paradise</i>	249
- Nawoord	254

I

'I've always had the ability to say to the audience, watch this if you like, and if you don't, take a hike'.

- Clint Eastwood

Hollywood film -

Een Hollywoodfilm is niets verschillend van de diverse *goods* die er zijn zoals vastgoed, stocks, bonds, futures, opties, mutual funds. Een film is een *asset*, en valt in de categorie 'intellectual property', ook bekend als *IP Assets*. In 1947 ging gemiddeld per week 90 miljoen Amerikanen uit een totale bevolking van 'slechts' 151 miljoen naar een film. In hetzelfde jaar waren in het hele land méér cinema's te vinden dan geldbanken.

Verrassend is de film *Snow White and the Seven Dwarfs* met niemand minder dan *Doc*, *Grumpy*, *Happy*, *Sleepy*, *Bashful*, *Dopey* en *Sneezy*. Walt Disney nam een hypotheek op zijn woning om deze productie te financieren, dat uiteindelijk opliep tot een gigantisch bedrag van \$ 1.488.422,74. Het is de eerste geluids-film in de geschiedenis, die in zijn totale looptijd meer dan \$ 1 miljoen aan ticket-verkoop heeft opgebracht. Allen betaalden zij de gemiddelde prijs van 40 cent voor een bioscoopkaartje. Het financieren van een film is één van de moeilijkste uitdagingen voor een producent, en een ingewikkelde praktijk voor het publiek. Producers bevinden zich vaak in een zogeheten *Producer's Paradox*. 'Men kan geen talent aanschrijven en een screenplay ontwikkelen zolang er geen geld beschikbaar is, maar zonder talent of een script kan men geen financiering rond krijgen'.

De regel '*Spend money to make money*' gaat nergens anders ter wereld meer op dan in de filmindustrie van Hollywood.

Het best bewaarde geheim van Hollywood, vooral in Wall Street, is de (grootste) inkomstenstroom van filmstudio's. Deze inkomstenbron komt niet vanuit cinema's, niet door DVD-verkoop maar vanuit de TV-rechten. Studio's bundelen opzettelijk hun drie hoofdinkomsten-bronnen samen: boxoffice, Homevideo entertainment en TV-vergunningen (*Licenses*), zodat op de kwartaal- en jaarrekeningen '*studio entertainment*' vermeld staat.

Het is geen toeval dat de details hiervan niet-transparant en ingewikkeld

blijft voor het publiek.

Tot ongeveer 1948 verkreeg een filmstudio praktisch al haar inkomsten via één bron: de boxoffice (ticketverkoop). Maar met de komst van televisie ontstond er een nieuwe manier om geld te verdienen. Deze zogeheten *new entertainment economy* genereert hoge opbrengsten uit diverse stromen, allemaal ten voordele van de filmstudio. Bijvoorbeeld *The Negotiator* (1998), met Samuel L. Jackson en Kevin Spacey in de hoofdrol. De film is met een bedrag van \$ 43,5 miljoen geproduceerd. De wereldwijde box-office opbrengst kwam op een bescheiden bedrag van \$ 88 miljoen. Maar Warner Bros. had aan advertentie en marketingkosten een uitgave van \$ 40,28 miljoen. De kostenpost kopieën, trailers, voice-overs, transport en dergelijke stond op een totaalbedrag van \$ 12,32 miljoen. Vanaf het moment dat de film niet meer in de bioscopen te zien was, had de studio een verlies van \$ 13 miljoen. Omgerekend heeft Warner Bros voor iedere dollar die in *The Negotiator* geïnvesteerd werd, \$ 1,40 aan uitgaven gehad. De opbrengst vanuit ticketverkoop is dus niet meer de belangrijkste inkomstenpost. Men heeft nu een bijzonder belang bij de *back end*, de stroom die voortvloeit uit home-entertainment (DVD en BLU-RAY verkoop/verhuur) en TV-royalty's. Laatstgenoemd is het El Dorado voor de hele economy in Hollywood. Zonder TV-rechten kan een studio niet blijven bestaan.

Distributeurs en bioscoopketens verdelen namelijk eerst de winst, zelfs nog voordat een filmstudio haar aandeel kan claimen. Hollywood studio's pakken hun aandeel door het creëren van rechten, die als vergunning verleend wordt. Aangezien filmstudio's alle films beheren, worden deze filmrechten doorverkocht aan televisienetwerken, kabel-tv, betaald tv, productierechten voor DVD/BLU-RAY, en zelfs voor computerspellen. Hiermee genereren zij een vaste cashflow met grote inkomstenstromen. Boxoffice opbrengsten hebben met de komst van de TV niet meer de prioriteit. De ticketverkoop resultaten worden wekelijks in de kranten en op het Internet (onder andere *the Wall Street Journal* en *boxoffice-mojo.com*) gepubliceerd. Dit levert een strijd op om de titel 'nummer 1 boxoffice film'. Deze cijfers staan weliswaar voor bruto-inkomsten van de ticketverkoop, maar zijn misleidend als het om studio-omzet gaat. Men kan ervan uitgaan dat een studio per film gemiddeld \$ 40 miljoen aan print & advertentiekosten (P&A) heeft. En daarbij hebben distributeurs hun eigen *fee*, gewoonlijk tussen 15% en 33% van de totale ticketontvangstbewijzen.

Een film kan het dus zeer goed doen bij de ticketverkoop én in het rood

komen te staan. In 2008 spendeerden de *major* studio's gemiddeld \$ 3,7 miljoen aan titeladvertenties. Immers, het is goede publiciteit als een film geprezen wordt met de titel '*box office champion*'.

De verwarring ligt niet bij de hype van de boxoffice cijfers, maar bij de afleiding die hieruit voortvloeit. Journalist en voormalig Harvard professor Epstein beschrijft de *outputovereenkomsten* van filmstudio's. Met deze schikkingen kunnen buitenlandse distributeurs en kabelnetwerken contractueel akkoord gaan met de koopovername van toekomstige films. *Overheadkosten* worden vergoed zodat studio's hier flink geld aan verdienen. (Overheadkosten zijn kosten die geen rechtstreeks verband hebben met de productie van een film. Zulke hoge kosten (*overhead*) zijn toegeschreven aan accountants, advocaten, het salaris van een studio executive inclusief onkosten vergoeding, de huur van een geluidsstadium, of andere faciliteiten zoals voertuigen, telefoons, kantoorruimte, salaris personeel en dergelijke). Dergelijke overeenkomsten vormen een cruciaal deel van de cashflows, en hier wordt niets over vermeld. Volgens Epstein ligt het niet aan de nonchalante media. Een journalist kan namelijk niet zomaar beslissen een verhaal te schrijven over de uiteindelijke rentabiliteit van een film. Gegevens als totale productiekosten, P&A kosten, distributiedeals en de *presale* aan het buitenland, de echte inkomsten van wereldwijde theatrale omzetten, DVD/BLU-RAY, televisie en licentierechten zijn niet gemakkelijk te achterhalen. Het kan uiteindelijk in het distributierapport van een film gevonden worden. En dit rapport wordt pas één jaar na de film vrijgegeven. De deadline en interesse voor een dergelijk artikel is dan allang verstreken. Vandaar de voortdurende fixatie van de media op de boxoffice resultaten, zelfs als deze journalisten er bewust van zijn dat de betreffende informatie irrelevant is. Kort samengevat is dat namelijk het enige wat zij op dat moment kunnen publiceren.

Gone in 60 seconds (2000) met Nicolas Cage in de hoofdrol. Het verhaal gaat over een gepensioneerde autodief die terug moet komen om zijn broer uit de problemen te halen. Memphis Raines (Cage) krijgt de opdracht om in één nacht 50 auto's te stelen. Het buitenlandse boxoffice resultaat van deze actie beladen film bedroeg: \$ 129.477.395, - Disney ontving van dit bedrag \$ 55.979.966, - en moest hiervan \$ 37.986.053 aan kosten afstaan.

Foreign advertising	\$	25.197.723,-
Foreign prints	\$	5.660.837,-
Foreign taxes	\$	5.077.286,-
Foreign versions	\$	822.997,-
Foreign shipping	\$	454.973,-
Currency conversion	\$	266.900,-
Foreign trade dues	\$	122.275,-

(Bron: The Real Show)

Disney bleef over met \$ 17.993.913, - verre weg van het gepubliceerde bedrag \$ 129.477.395.- als resultaat.

Waar buitenlandse omzetten bijdragen om de kosten te dekken, is het geen algemene regel dat dit ook tot winst zal leiden. De hoogtijdagen waar de film de (enige) grote inkomstenbron voor de filmstudio is, zijn allang voorbij. Zelfs wanneer alle inkomsten van de *theatrical release*, video en DVD-verkoop, tv-licensing (zowel binnenlands als internationaal), bij elkaar worden opgeteld, vormen zij enkel een klein deel van de totale omzet. Hoe dan ook werd *Gone in Sixty Seconds* door de voorzitter van Disney, Michael Eissner, geprezen vanwege het ‘commercieel succes’. In Disney’s jaarlijks verslag werd de film omschreven als één van de grootste hits van het jaar. Voor zover bij het publiek (en de aandeelhouders) bekend is, is de film met een wereldwijde box office omzet van \$ 242 miljoen, een indrukwekkend winstgevend project geweest. Vertrouwelijke verklaringen van het bedrijf die halfjaarlijks voor vier jaar lang, aan de winstdeelnemers uitgebracht werd, vertellen een heel ander verhaal.

Gone in Sixty Seconds

(Bedragen x 1 Miljoen)

Negative costs	\$	103,3
Prints <i>foreign & abroad</i>	\$	13
Local taxes, custom clearance, re-editing for censors, shipping fees	\$	10,2
Worldwide Advertising	\$	67,4
Residual fees	\$	12,6
Total	\$	206,5

(Bron: Disney’s Annual report 2000)

De *negative costs* zijn nodig om de film daadwerkelijk te produceren. Disney betaalde voor *Gone in Sixty Seconds* \$103,3 miljoen dollar aan deze productiekosten. Daarna betaalde Disney een bedrag van \$ 23,2 miljoen om de film zowel binnenlands als internationaal letterlijk de bioscoop in te krijgen. Nog eens \$ 13 miljoen voor prints en \$ 10,2 voor belastingen, douanes, verzendingen. Vervolgens krijgt een studio nog te maken met een grote onvermijdelijke kostenpost: *advertising*. In dit geval \$ 67,4 miljoen vanwege de wereldwijde *advertising*-campagne. *Residual fees* bestaan uit kosten aan unies en dergelijke verenigingen.

De media dwingt het publiek om te geloven dat de wereldwijde boxoffice omzet pure winst is voor een studio. Met een totale kostenpost van \$ 206,5 miljoen is dit dus een onlogische stelling. Het meeste van de \$ 242 miljoen die verzameld is aan de box office is niet eens naar Disney gegaan. Er ging totaal \$ 139,8 miljoen naar bioscoopketens. Disney's eigen distributie Buena Vista en Buena Vista International verzamelde slechts \$ 102,2 miljoen voor een film waar zij voor \$ 206,5 miljoen uitgegeven hebben. Hierbij zijn nog niet eens de *overhead*-kosten (\$ 17,2 miljoen), en de rente van het uitstaande geld (\$ 41,8 miljoen) bijopgeteld. Als je deze kosten verrekend ontstaat een verlies van \$ 160 miljoen voor een film die als 'hit' bestempeld werd (Bron: E. Jay Epstein's the Big Picture).

Nicolas Cage kreeg naast zijn salaris voor acteerprestaties contractueel 10% van de *video gross* (*Home Entertainment*). In 2002 had Buena Vista Home Entertainment International, een geheel eigen divisie van Disney, een opbrengst van \$ 198 miljoen. Dit bestond uit verkoop en verhuur van video's en DVD's van de film. Van dit bedrag betaalde Buena Vista aan Walt Disney Pictures (een andere dochteronderneming van Disney) een royalty van 20% ofwel \$ 39,6 miljoen; alsof Buena Vista International en Walt Disney Pictures twee totaal verschillende ondernemingen zijn. En zó gaat dit in de zakenwereld van Hollywood. Maar voor de belastingdienst geldt dat echter wél. Van de \$ 39,6 miljoen, het bedrag van *video gross*, moest \$ 19,6 miljoen in vermindering gebracht worden (\$ 12,6 miljoen voor distributiekosten en \$ 7 miljoen aan overblijvende kosten).

Disney had met de opbrengst van \$ 158,4 miljoen aan *Home-Entertainment* alleen maar \$ 29 miljoen aan uitgaven (fabricage, verpakking, retourkosten). De omzet was dus \$ 130 miljoen. Nicolas Cage, die eigenlijk recht had op \$ 19,8 miljoen, kreeg nu \$ 3,9 miljoen aan royalty's (Bron: the Smoking Gun).

Filmstudio's hanteren een royalty-systeem, voortgebracht toen in 1976 de video's aan kleine winkels verkocht werden. Vanwege het retourbeleid wordt het moeilijk om voor de DVD en/of Blu-ray verkoop precieze omzet te berekenen. In plaats daarvan zijn de distributeurs tot een overeenkomst gekomen om dezelfde clausule te gebruiken, die destijds ook voor de muziekindustrie van toepassing was. *Producers* ontvangen 20% van de groothandelsprijs per DVD/Blu-ray, ongeacht de retouren. Partijen die in de home-entertainment branche zitten, moeten een percentage afstaan om de film te mogen verkopen. De consumenten prijs van een DVD/Blu-ray gaat hierdoor weliswaar omhoog. Als de filmstudio dus ook nog zijn eigen distributiekanaal heeft, zoals Buena Vista van Disney, kan er dus tweemaal een opbrengst gegenereerd worden. Eén die afgeleid is van de totale verkoop van DVD/Blu-ray, en nog één van de 20% aan royalty's. Met als gevolg dat een distributiekanaal van een filmstudio 20% royalty betaald aan haar eigen filmstudio. Vanaf de jaren '80 is deze 20/80 regel een standaard norm geworden. Disney verdient miljoenen aan de transactie buiten de box-office, terwijl Nicolas Cage een aandeel heeft van 10%.

Tax Shelters

Aangezien het voor de studio's veel moeilijker is geworden om via bioscoopkaart-verkoop winst te maken, maken zij gebruik van interessante accounting trucs. Elke wijze van inkomsten-vermindering van de belastingplichtige, resulteert in een lager bedrag dat afgestaan hoeft te worden aan de belastingdienst. Vanwege de uiteenlopende belasting-tarieven en wetgeving per land kan gebruik gemaakt worden van fiscale voordelen. Deze methode, genaamd *Tax Shelters*, is afhankelijk van lokale of internationale fiscale wetgevingen en wordt vaak toegepast door bedrijven. Als voorbeeld; *Import Co.* koopt voor \$ 1 dollar aan goederen van India, en verkoopt deze voor \$ 3 dollar. *Import Co.* moet nu over de \$ 2 dollar winst omzetbelasting betalen. Echter, *Import Co.* kan gebruik maken van de fiscale voordelen, en daarvoor moet zij een offshore dochterbedrijf in *British Virgin Islands* opzetten, een *tax shelter*. Dezelfde goederen worden nog steeds voor \$ 1 dollar ingekocht (alleen nu door het dochterbedrijf) en het dochterbedrijf verkoopt ze voor \$ 3 dollar aan *Import Co.* Zij verkopen de goederen –wederom voor \$ 3 dollar- op haar eigen binnenlands verkoopgebied. Hierdoor kan *Import Co.* aan de belastingdienst een belastbaar inkomen van \$ 0 dollar opgeven; de goederen zijn ingekocht voor \$ 3 dollar en ook verkocht voor \$ 3 dollar

Het dochterbedrijf ontvangt over de \$ 2 dollar wél een aanslag, verschuldigd aan de belastingautoriteiten van de *British Virgin Islands*. Aangezien de Britse Maagdeneilanden een vennootschapsbelastingtarief hanteren van 0 %, hoeft er ook nu geen belasting betaald te worden. Hollywood filmstudio's maken op precies dezelfde wijze gebruik van deze regeling. In 2003 hebben Duitse *tax shelters* met behulp van Duitse corporaties –en in samenwerking met Amerikaanse filmstudio's- voor ongeveer \$ 3 miljard geïnvesteerd in Hollywood films. Bij de Duitse beleggers/zakenlieden treedt vooral de illusie en ijdelheid op dat zij mede-producers, eigenaar en/of winstdeelnemers zijn. Een bepaling van het Duits belastingrecht staat toe dat investeerders in een film een onmiddellijke belastingaftrek op hun investering kunnen genieten. Zelfs als de film nog helemaal niet in productie is. De Duitse wet bepaald dat iedere Duitse inwoner -in de hoogste inkomensschaal- die in een film-productie investeert, de productiekosten volledig in aftrek kan brengen, en in het algemeen de belastingdruk kan verminderen. In de praktijk betekent dit dat de investering 100% aftrekbaar is. Als het geïnvesteerd bedrag geleend geld is, dan is zelfs het geleend bedrag aftrekbaar. Amerikaanse filmstudio's houden jaarlijks door deze deals netto 8% tot 12% over, een bedrag dat oploopt tot \$ 70 of \$ 90 miljoen. De filmstudio hoeft geen enkel recht of controle over de film af te staan, en zoals een studio *executive* aangegeven heeft: '*It's money for doing nothing*'.

Het mooie van deze wettelijk toegestane belastingregel is, in tegenstelling tot wetten in andere landen, dat er geen voorwaarde is die bepaald dat de film op locatie geproduceerd moet worden. Dus Hollywood hoeft niet naar Duitsland te verhuizen om van de investeringsaftrek gebruik te kunnen maken. Wel dient er een Duits bedrijf garant te staan voor de investering, die de copyrights in bezit heeft en die meedeelt in de (toekomstige) bruto/netto winst.

Eerst zal een Duitse entiteit een investering moeten plaatsen in een Duits bedrijf met aantoonbare winst/winst-potentie. Het betreffende bedrijf koopt de copyrights van de film, en het recht om de film te mogen produceren. Gelijktijdig wordt dit contract teruggeleasd aan de filmstudio, en zo ontstaat de *Production Service Agreement* en de *Distribution Service Agreement*.

De *agreement* is een contract dat goedkeuring verleend zodat de studio de film kan produceren en distribueren. Zodra de film af is ontvangt het bedrijf een minimum voorschot van de studio; dit is in plaats van

deelname in de opbrengst of dergelijke ondergeschikte rechten. In het laatste stadium gebruikt de studio het recht om de copyrights en andere gekoppelde rechten aan de film, terug te kopen.

De hele constructie die alleen op papier bestond is nu vernietigd en niet meer geldig. Vanzelfsprekend betalen Duitse bedrijven méér voor het initiële copyright, dan dat zij er voor terugkrijgt.

Bijvoorbeeld; een *tax shelter* fonds gevestigd in München, genaamd Hannover Leasing, in samenwerking met New Line Cinema. Voor *The Lord of the Rings: The Return of the King* (2003) betaalde Hannover \$ 150 miljoen aan New Line Cinema om de copyrights in bezit te krijgen.

Tegelijk werd dit recht teruggeleasd aan New Line Cinema, en ontstond het productie- en distributierecht van New Line. Toen de productie erop zat werd het minimum voorschot uitbetaald (een bedrag dat gelijk stond aan de rente op de lening) aan het Duitse corporatie. Dit is echter alleen maar om in eer te houden dat Hannover mee zou delen in de winst. De constructie is volledig op papier in scène gezet. New Line heeft door deze transacties uiteindelijk een winst gemaakt van \$ 16 miljoen. *Easy Money*.

Het is veel complexer dan dat in eerste instantie lijkt. Een dergelijk constructie is zodanig ingewikkeld in elkaar gezet, dat de transactie niet te begrijpen is. Met *Lara Croft: Tomb Raider* (2001) waren de kosten om de film geproduceerd te krijgen –op papier- \$ 94 miljoen. Maar nadat studio Paramount dezelfde methode heeft toegepast, was de inbreng slechts \$ 8,7 miljoen. Hoe zij dit gedaan hebben? Ten eerste, de studio verkreeg \$ 65 miljoen van Intermedia Films in ruil voor de distributierechten van zes landen: Groot-Brittannië, Frankrijk, Duitsland, Italië, Spanje en Japan. Met deze *presales* behield Paramount wél de distributierechten voor de rest van de wereld. Ten tweede, de deal was zo geregeld dat een deel van de film opgenomen zou worden in Groot-Brittannië, zodat zij in aanmerking kwam voor *Section 48 Tax Relief* (belastingvrijstelling).

Hierdoor werd de sale-leaseback transactie met de Britse Lombard bank toegestaan, die (alleen op papier) *Lara Croft* wederom verkocht aan de Britse investeerders, die vervolgens een multi-miljoenen subsidie van de Britse regering kregen, en via een *lease and option* weer terug verkocht aan Paramount. Maar wel voor minder dan Paramount had betaald (waardoor het voor een deel gebruik kon maken van de fiscale rijstelling).

Door deze financiële boekhouding boekte Paramount een nettowinst van \$ 12 miljoen. *ShowTime* betaalde nog eens \$ 6,8 miljoen voor de *premium cable TV-rights*, waarmee er \$ 94 miljoen bijelkaar verzameld werd.

'Just look at the success of Taken (2008), for example. I thought it was going to be a straight-to-video release. That is actually one of the reasons I did it, to be honest. I felt like spending three months in Paris, I'd get to do all this physical stuff that no one would think of me for, and that the film would go straight to video. Then it became this big success. I was a tiny bit embarrassed by it, a tiny bit, but then people started sending me action scripts'.

- Liam Neeson

Hollywood Accounting

Als het over overheadkosten gaat dan spreekt men van *Hollywood Accounting*. De boekhouding van Hollywood verwijst naar de complexe methoden, die gebruikt worden voor de film, video en televisie-industrie om via een begroting de winst voor filmprojecten te registreren. Productiekosten kunnen opgeblazen worden zodat er naderhand op papier geen winst meer overblijft van het betreffende project. Het gevolg is dat de corporatie de cijfers -die gebaseerd zijn op de winst- manipuleert. Er zijn talloze praktijk-voorbeelden van een filmstudio die op deze wijze haar plicht tot uitbetaling van royalty's (en andere winstdelende overeenkomsten) niet nakomt. In één van deze verschillende praktijkvormen van *Hollywood Accounting* wordt een dochteronderneming opgezet. De dochteronderneming boekt winst onder de naam 'services', zodat de studio ongemerkt geld weg kan sluizen. Dit plan wordt al jaren door studio's op deze manier uitgevoerd, variërend van simpel tot zeer complex. Het is een oneerlijke praktijk die berichtgevingen aan deelnemers, winstverdeling, en distributiedeals aanpast. Drie hoofdfactoren spelen hier een centrale rol, allen gericht naar de *overheadkosten*:

- | | |
|---------------------------------|---|
| - <i>Production overhead:</i> | Deze kosten worden door studio's berekend op (gemiddeld genomen) 15% van de totale productiekosten. |
| - <i>Distribution overhead:</i> | Film distributeurs nemen gewoonlijk 30% van de cinema huur-opbrengsten. |
| - <i>Marketing overhead:</i> | Om dit bedrag te bepalen nemen filmstudio's gewoonlijk 10% van de advertentiekosten. |

Bovenstaande is zelfs in de accountancy sector van Hollywood behoorlijk omstreden. Genoemde cijfers worden soms direct overgenomen, terwijl deze schattingen betrekking hebben op echte hoge kosten. Samengevat; deze methode is niet geschikt om de juiste kosten weer te geven. Er zijn zelfs diverse berichtgevingen dat Hollywood Accounting maar ongeveer 5% van alle films rendabel acht. Zelfs blockbuster films zoals *The Wolverine* (2013), *Mission Impossible III* (2006), of *Forrest Gump* (1994) gaan de boeken van accounting in met een zogenaamd verlies. Dit terwijl de films het uitzonderlijk goed hebben gedaan bij de boxoffice (en wel degelijk winstgevend zijn geweest). De werkmethode van Hollywood Accounting is dan ook moeilijk te bevatten. De boeken die hierover geschreven zijn, tonen expliciet tonen hoe cijfers gemanipuleerd worden. Een klassiek voorbeeld dat vaak toe wordt gepast is het proces van Art Buchwald en producer Alain Bernheim tegen Paramount Pictures; *The Buchwald Case*. Buchwald stelde dat Paramount zich niet aan het contract heeft gehouden met betrekking tot Eddy Murphy's film *Coming to America* (1988). Filmstudio Paramount had in deze zaak een verklaring afgegeven over de film -die wereldwijd bijna \$ 300 miljoen heeft opgebracht- maar zogenaamd geen nettowinst had bereikt. Buchwald zou benadeeld zijn bij de winstverdeling. De eerste uitspraak van de rechter vond plaats in januari 1990, die daadwerkelijk contractbreuk heeft bevonden op de optie van Art Buchwald in de overeenkomst met Paramount. De rechter van California achtte de formule voor nettowinst zelfs 'gewetenloos' en 'ongeloofwaardig'. De winst-deelnameformule die destijds leidraad was voor Paramount (tevens gelijkwaardig aan de nettowinstformules van alle belangrijke studio's in de filmwereld), werd gekarakteriseerd als '*een verraderlijk apparaat die door studio's gebruikt worden om hun controle te vereeuwigen en een economisch systeem in Hollywood te creëren*'. Het hof stelde vast dat Paramount's *overhead-kosten* van 15% en *negative costs* van 10% niet in verhouding stond met de kosten. Daarnaast werden sommige aspecten van rente-berekening, waaronder de verrekening van de bruto-inkomsten tegen de distributievergoeding (in plaats van *negative costs*) en het gebruikte *interest rate* (rentevoet) schandalig bevonden. Tegen het besluit van de Rechtbank werd beroep aangetekend, maar partijen hebben onderling een eigen regeling getroffen. Ondanks de rechterlijke uitspraak concluderen experts dat *The Buchwald Case* geen aanmoediging is voor andere gegadigden, die schadevergoeding eisen bij de studio/distributeurs (aangezien de kosten van een dergelijk rechtszaak tot minimaal \$ 2 miljoen oploopt).

Coming to America, één van de top tien films uit het jaar 1988, is volgens Paramount een *money loser*. Door de toepassing van standaard boekhoudkundige praktijken uit de industrie kwam de film –uit het rapport van Paramount- eind '89 op een verlies van \$ 18 miljoen. Paramount's bevindingen dat de film geen winst heeft gemaakt, was een tegenvaller voor iedereen wiens vergoeding kan worden gekoppeld aan het bedrijfsresultaat. De studio claimde dat er geen opzet was in de boekhouding, en de methode zou al meer dan een decennia lang toegepast worden. Met *Fatal Attraction* (1987), een andere film van Paramount, zeggen studio executives dat *producers* Stanley Jaffe en Sherry Lansing \$ 20 miljoen uit de bruto participatie kregen. Het salaris van acteur Michael Douglas was echter \$ 9 miljoen, en regisseur Adrian Lyne nam \$ 5,5 miljoen mee naar huis (Bron: The New York Times). *The Buchwald Case* is een voorbeeld dat er geen *gross-participation deal* wordt gemaakt met *below-the-talent crew*. Zij krijgen voor hun werkzaamheden namelijk een vooraf bepaald salaris, of hoogstens een percentage van de *net-profits*. Maar zoals de boekhouding bepaald bestaat er blijkbaar geen netto-winst (zelfs niet uit kas-kraakers). *Coming to America's* box office resultaat van \$ 288 miljoen is inclusief de wereldwijde inkomsten en verkoop van de rechten op home video, kabel en broadcast television. Nadat bioscoop-eigenaren en anderen hun aandeel verdeeld kregen, bleef Paramount met tenminste \$ 125 miljoen over (volgens gerechtelijke documenten ingediend door de studio). De *negative costs*, de kosten om de film te produceren en te ontwikkelen, kwam uit op een bedrag van \$ 58,5 miljoen. Dit bedrag is inclusief *actual development*, productie- en post-productiekosten, én inclusief de betalingen aan de bruto-winst deelnemers; \$ 10 miljoen aan Eddie Murphy en \$ 1 miljoen aan de regisseur, John Landis. De *negative costs* van de productie omvatte eveneens een *overhead fee* van \$ 8 miljoen; ongeveer 15 procent van de productiekosten voor gebruik van installaties en personeel. Het is een standaard regeling uit de industrie om een dergelijk *fee* te berekenen, hoewel executives zeggen dat er meestal veel meer berekend wordt dan het werkelijke aandeel. Daarnaast nam Paramount een *fee* van \$ 42 miljoen, ofwel meer dan 30 procent van de *rentals*, voor de distributie via haar netwerk van verkoopkantoren.

Ook dit is een standaardregeling in Hollywood, en de belangrijkste bron van inkomsten. Vervolgens heeft Paramount *Coming to America* voor ongeveer \$ 36 miljoen aan distributiekosten berekend. Dit bedrag is inclusief *advertisings*-kosten van \$ 15,7 miljoen voor de Verenigde Staten, \$ 8,3 miljoen voor in het buitenland, en de totale kosten van de prints en

wereld-wijde verzending. Tenslotte werd de productie een belang van \$ 6,4 miljoen aangeslagen, hoofdzakelijk een financiële vergoeding ten behoeve van een lening (rente/interest). Het resultaat; een verlies. Paramount had een berekening gemaakt van de totale kosten van de film; het salaris van Eddie Murphy en John Landis, de distributie-vergoeding en rente/interest kwam uit op een bedrag van \$ 143 miljoen.

Onder deze constructie is er een verlies gemaakt van \$ 18 miljoen, terwijl de belangrijkste cast er enorm aan heeft verdiend. Ondanks dat *Coming to America* jarenlang een blijvende stroom van inkomsten had, laat de film onder dit systeem nooit een netto-winst zien.

Per film hebben diverse mensen mogelijk aanspraak op een participatie uit de opbrengst, variërend per contract. Filmstudio's nemen een groep gespecialiseerde vakmensen in dienst (advocaten, accountants) om te verzekeren dat de verdeling in het voordeel van de studio uitpakt. Dit is de inkomensconstructie van '*pro forma*', vertaald als 'in de vorm van'.

Onderzoekers komen tot de conclusie dat *Pro Forma* constructies een verdraaid beeld geven van het financiële plaatje. Inkomsten worden aangepast zodat de studio op papier er veel beter voor staat dan in de werkelijkheid. Dit kan bijvoorbeeld bij een toekomstige overname van een filmdistributieketen, waarbij de winst plots opgeteld wordt in de jaar-rekening, en de verliezen buiten de boeken worden gehouden. *Studio executives* ontvangen op dezelfde boekhoudkundige methode hoge salarissen, jaarlijkse bonus'en en aandeelopties. Een studio topman heeft eens \$ 140 miljoen ontvangen voor slechts 11 maanden op de loonlijst te hebben gestaan. Deze accountingschandalen zijn een veel voorkomende praktijk in het bedrijfsleven. De zes grotere filmstudio's – Disney, Viacom, Fox, Time Warner, NBC Universal en Sony – ook bekend als *The Big Six*, hebben allen flexibele accountings-maatregelen toegepast om bepaalde uitgaven uit te sluiten. Rente, waardevermindering en belastingen van de investering zijn buiten de boeken gehouden of enorm aangepast.

Miljoenen dollars zijn toegevoegd om de boekwaarde hoger uit te laten komen. In 2002, bijvoorbeeld, werd media-conglomeraat Time Warner gedwongen een verlies van \$ 54 miljoen dollar te herkennen.

De fictieve boekhouding van Hollywood Accounting is een reeks van trucs om de meeste films niet winstgevend te laten lijken. Voor iedere film wordt namelijk een aparte '*shell*' opgezet; dit is een bedrijf met als enig doel om geld te verliezen. De studio geeft de *shell* het productiebudget en

gaat vervolgens akkoord om de marketing en aanverwante kosten te betalen. Beide bedragen tonen (meestal) de werkelijke contante uitgaven aan, en zijn te kwalificeren als bedrijfskosten. Daarna komt het creatieve gedeelte: de studio rekent haar bedrijf (de *shell*) een serie van vergoedingen aan. Veel van deze vergoedingen zijn juist geen werkelijke directe kosten, maar in feite een enorme last op de winst- en verliesrekening (van de *shell*). In plaats van het delen van de winst met de belangrijkste deelnemers, zorgt de studio er op deze manier voor dat zij alle winst blijft ontvangen. Lang nadat de film als winstgevend kan worden beschouwd, wordt dit onder normale boekhoudkundige regels verwerkt. Dit is met een voorbeeld als volgt uit te leggen; een filmstudio financieert een film met een budget van \$100 miljoen. Hiervoor wordt speciaal een bedrijf opgezet, *AMovieCo Inc.* Dit bedrijf ontvangt van de studio het productiebudget van \$ 100 miljoen. De studio besteedt dan nog eens \$ 50 miljoen aan marketing en omschrijft dit als bedrijfskosten. Zelfs bij de veronderstelling dat hier echt geld wordt geïnvesteerd, is *AMovieCo* nu genooddaakt om \$ 150 miljoen dollar te genereren zodat zij break-even kan draaien. Maar de studio die *AMovieCo* volledig onder controle heeft betaald een ‘distributievergoeding’ van \$ 250 miljoen. Deze overeenkomst houdt in dat de studio het recht heeft op de distributie van de film (hiervoor wordt ongeveer 30% *fee* ingehouden). Nu er wél werkelijk geld is uitgegeven aan de verdeling van de film, wordt het getal bijna volledig fictief én veel hoger dan de werkelijke kosten gemaakt. De distributievergoeding, in dit geval, is namelijk gewoon een bedrag voor in de boekhouding (een vergoeding die uiteindelijk aan henzelf wordt afgedragen). En het zijn niet alleen kosten die als distributievergoedingen genoteerd worden, maar een scala aan extra kosten. De studio gaat bijvoorbeeld zelfs interest/rente berekenen op dit bedrag, terwijl zij dit aan haarzelf uitgeleend heeft. In plaats van *AMovieCo*’s breakeven point van \$ 150 miljoen, moet het bedrijf door de distributievergoeding nu minstens \$ 400 miljoen omzet halen voordat belanghebbenden ook maar één cent van de winst zien.

Op de volgende pagina(s) staan deelnemersoverzichten gepubliceerd van respectievelijk de films *Ransom* (1998) en *Sudden Impact* (1983). Nadat de film *Ransom* \$ 309,492,681 miljoen via de wereldwijde box-office binnenhaalde, claimde Disney’s distributie-keten dat zij een verlies had van \$ 100 miljoen dollar. *Preferred participants* Mel Gibson, regisseur Ron Howard en *producer* Brian Grazer zijn een specifieke overeenkomst aangegaan. De onderhandeling hield in dat zij recht hadden op een bruto

percentage van al het geld dat via het *openingsweekend* binnenkwam. De film opende met een bedrag van \$ 34,216,088.

De minder gegadidgen kregen een netto-winst regeling, maar die zou pas ingaan nadat de studio break-even draait (men kan ervan uitgaan dat zij niets gekregen hebben; *there is no net*). Zoals in onderstaand schema vermeld staat is de box-office hit *Ransom* geëindigd met een *verlies* van \$ 100 miljoen (volgens Disney's Accounting). Terwijl de film voor een wereldwijd inkomen zorgde van \$ 309 miljoen. Disney accountancy heeft destijds een verklaring afgegeven aan de deelnemende netto participanten:

"We are not projecting that you will be paid any profit participations for this picture".

Ransom 1998 – Mel Gibson

(Bron: creative movie accounting)

**Walt Disney Pictures
Participation Statement
End period 31 March 1998****Film Rental**

Domestic Theatrical	\$	71,309,701
Foreign Theatrical	\$	76,275,568
Free Television	\$	0
Pay Television	\$	19,294,767
Home Video	\$	24,255,190
Non-Theatrical*	\$	2,115,767
Other Sources	\$	25,574
Total Film Rental	\$	193,277,567

Less Accounts Receivable	\$	4,690,542-
Total Gross Receipts	\$	188,587,025
Less Distribution Fee's	\$	64,461,741
		[34%]
Net after Distribution Fee	\$	124,125,284

Less Distribution Costs

Advertising & Publicity	\$ 68,690,709
Film prints	\$ 13,005,277
Other Itemized Costs	\$ 14,061,392

Total Distribution costs **\$ 95,757,378** [*total cost to market the film*]**Net Receipts after Distribution**Fee's & costs [*at this point the movie is profitable*] \$ 28,367,906**Less Negative Costs**

Direct Costs	\$ 75,439,225	[<i>Film Production Costs</i>]
Overhead cost 15%	\$ 11,315,884	[<i>Studio Overhead 6% of gross receipts</i>]
Gross Participations	\$ 24,910,342	[<i>Payment to Celebrities Upfront</i>]
Interest	\$ 19,863,536	
Total Negative costs	\$	131,528,987
Nett Profits (Loss)	\$	-101,161,061 Loss

"The participants were accounted to exactly and appropriately according to the deal they negotiated."

Sudden Impact 1983

- Jean Claude van Damme

**Warner Brothers
Participation**

Statement

End Period June 30,

1984

Gross Receipts	% Fee	Cumulative to Date
Domestic		
Theatrical	30	\$ 33,717,751
Non Theatrical	30	\$ 429,963
Foreign		
Theatrical / Non Theatrical	15 / 40	\$ 6,576,145
Video	30 / 40	\$ 921,262
Gross Receipts		\$ 41,645,121
Less: Accounts Receivable		\$ 3,341,190
Reportable Gross Receipts		\$ 38,303,931
Less: Distribution Fee		\$ 11,732,647
Nett Receipts after Distribution Fee		\$ 26,571,284
Expenses		
Prints		\$ 3,336,523
Preprint, Dubbing, Subtitles, Editing etc.		\$ 187,579
Advertising & Publicity		\$ 12,791,325
Taxes, Duties, Customs, Fees		\$ 584,326
Trade Associations		\$ 347,624
Freight, Cartage, Handling, Insurance		\$ 241,635
Miscellaneous, Checking, Collections Costs		\$ 114,236
Guild, Union, Residual Payments		\$ -
Total Expenses		\$ 17,998,622
Net Receipts (Loss) After Distribution		
Fees & Expenses		\$ 8,572,662
Investment and other Deductments		
Negative Costs and/or Advance		\$ 10,980,328
Interest		\$ 1,108,991
Gross Participation		\$ 1,499,571
Names of Deferment to be paid		
Total Investment and other		
Deductions		\$ 13,588,890
Net Receipts (Deficit)		\$ 5,016,228
Un-recouped as of:		
Net Receipts (Deficit)		\$ 5,016,228
Participant (s) Share of Net Receipts		\$ -