

**portret** > Steven Hirsch is een van de grootste jongens in de porno-industrie. Zijn bedrijf Vivid Entertainment heeft de porno uit de achterkamertjes en in de Virgin Megastore gekregen. “De meeste mensen in deze industrie willen snel geld zien. Ik had een zakelijker visie.”

TEKST JEROEN SCHUITEN FOTOGRAFIE TIMOTHY GREENFIELD-SANDERS

# PORNOBAAS

“*t*wenty dollars with my panties on, forty dollars all nude.” Op zakelijke toon probeert een uitdagende negentienjarige blondine mij tot een *lapdance* te verleiden. De Spearment Rhino, een chique stripclub in Los Angeles, zit afgeladen vol. De schaars geklede bediening voorziet een luidruchtig publiek van frisdank of koffie. Geen drank, want *all nude* betekent in Amerika nog altijd *no alcohol*.

Dan betreedt onder luid gejoel Kira Kener op hoge doorzichtige hakken en gehuld in een minuscule bikini het podium en wringt haar lichaam om een gouden danspaal. De rondborstige Kener is een ster uit de pornofilms van Vivid Entertainment, een status waarmee ze op het podium met gemak ‘een paar duizend dollar’ bij elkaar danst. Elke smeekbede uit het publiek voor een *lapdance* lacht zij dan ook geroutineerd van zich af.

De ochtend erna rijd ik door de uitgestrekte San Fernando Valley. Links en rechts fantasie-loze industrieterreinen; ontelbare showrooms vol auto’s, fastfoodketens en onopvallende pakhuizen. Niets wijst er op dat in de achterafstraten van deze monotone omgeving een bruisende industrie opereert. Maar bijnamen als ‘San Pornando Valley’ en ‘Sillicon Valley’ verraden het al: hier schuilen de makers van seksvideo’s, internetsites, telefoonseks en ouderwetse vieze blaadjes.

In de Valley werden vorig jaar elfduizend films geproduceerd, ruim twintig keer zoveel als een heuvel verderop in Hollywood. Volgens het vak-

blad *Adult Video News* (AVN) is de porno-industrie in Amerika dit jaar goed voor een omzet van tien tot veertien miljard dollar. Vergelijkbaar met de inkomsten uit de professionele football, basketbal en honkbalcompetities. Gezamenlijk wel te verstaan.

Mijn plaats van bestemming is een bruin bakstenen kantoortje aan Califa Street, dat onderdak biedt aan Vivid Entertainment. De alom geparkeerde Mercedesen suggereren dat de economische recessie hier geruisloos voorbij trekt. Toch doet de armoedige entree niet vermoeden dat hier de grootste naam in de porno-industrie huist. Twee versleten vitrines vol slanke gouden engeltjes – de Oscars van de porno-industrie – sieren de muur achter twee verveelde telefonistes. Vivid’s eigenaar en oprichter Steven Hirsch verontschuldigt zich. Hij verhuist binnenkort richting een nette naburige vallei. Jawel, Hollywood.

## Drugsvrij

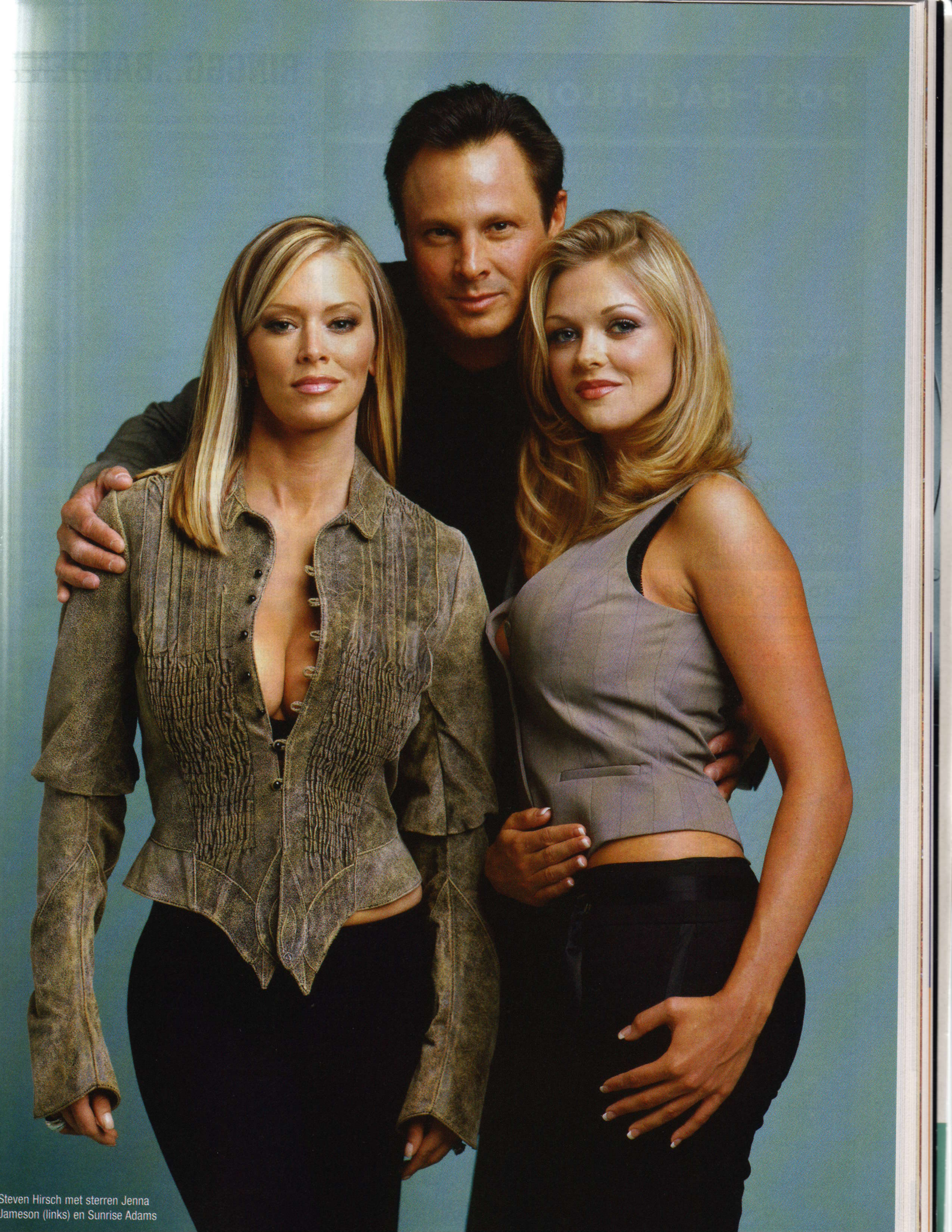
Steven Hirsch heeft het voorkomen van de stereotype Californische man die zijn tijd verdeelt tussen de sportschool en het strand. Zoals zo vele bazen in de amusementsindustrie gaat hij gekleed in jeans en T-shirt. Zijn raamloze kantoor heeft zwarte muren en de laatste technologische snuffjes beheersen zijn bureau. In de hoek staat een ijshockeystick en Hirsch speelt het gehele gesprek met een mini-honkbalknuppel.

Vanuit zijn bureaustoel heeft Hirsch zicht op een foto waarop vijf Amerikaanse presidenten

poseren, Ronald Reagan in het midden. Alle handtekeningen staan er onder. Tot mijn verbazing maak ik kennis met een geschiedenisfa-naat, een verzamelaar van fossielen, presidentiële foto’s en handtekeningen. Ik zit tegenover de trotse bezitter van een haarlok van George Washington, een doodsmasker van Abraham Lincoln en drie originele documenten uit het jaar dat Amerika zijn onafhankelijkheid uitriep. En achter zijn rug prijken in een glazen kast... nog meer pornotrofeeën.

Hirsch is geen feestganger als Hugh Hefner van Playboy of een provocateur als Larry Flynt van Hustler. Zijn wilde dagen liggen achter hem. “Toen ik vierentwintig was, lag ik ook met mijn neus in de cocaïne,” geeft Hirsch toe. Maar sinds 1988 is hij drugsvrij en houdt afstand van wat hij ‘de inhoud’ van zijn product noemt. Tegenwoordig is hij verloofd en heeft een dochtertje, en hij kan zich niet herinneren wanneer hij een eigen film van begin tot eind gezien heeft. De laatste seksuele escapades van Jenna Jameson, Vivid’s grootste ster, winden hem niet meer op. Hoe hij er miljoenen mee kan verdienen des te meer. Het idee achter Vivid ontstond begin jaren tachtig. Hirsch’ vader, een voorzichtige pionier in de seksindustrie, zag in dat de videorecorder een nieuwe ‘thuismarkt’ voor pornofilms opende, een markt die niet alleen bevolkt werd door de bioscoopbezoekers in lange regenjassen. Zoon Steven besefte meteen dat de industrie ingrijpend zou veranderen zodra porno de privacy van de huiskamer binnendrong en bedacht >





Steven Hirsch met sterren Jenna Jameson (links) en Sunrise Adams



## Vivid & de porno-industrie

**Omzet** > geschat op 100 miljoen dollar per jaar

**Aantal films per jaar** > 60

Bron: Hirsch

**Aantal film geproduceerd in *The Valley*** > naar schatting 11.000 per jaar

**Geschatte inkomsten uit porno-industrie in the US** > 10-14 miljard dollar

**Wereldwijde inkomsten uit porno-industrie** > naar schatting 56 miljard dollar

Bron: Adult Video News

een provocerende marketingtechniek die de grens tussen pornografie en populaire cultuur zou doen vervagen. Met twee vrienden schraapte hij veertigduizend dollar bij elkaar en Vivid Entertainment was geboren.

De herintroductie van het oude Hollywood-systeem, waarbij sterren met exclusieve contracten aan een filmstudio worden verbonden, bleek voor Vivid de sleutel tot het succes. Hirsch promoot zijn *Vivid Girls* als waren ze Judy Garland's. Nou ja, zo ongeveer.

De door Hirsch ontwikkelde exclusieve *Vivid girl* ontketende een revolutie in de pornowereld. Ginger Lynn was Vivid's eerste ster. Van haar debuut *Ginger* gingen zesduizend video's over de toonbank, een ongekend aantal voor die dagen. Een gekuiste versie verscheen wereldwijd in twaalf talen en zou uiteindelijk zevenhonderdduizend dollar binnenhalen.

Vanaf het begin besteedde Hirsch veel geld aan glamourverpakkingen. Het zou het handelsmerk van Vivid worden; een mooie foto van de actrice zonder seksuele handelingen. Tot vandaag schreeuwen de verpakkingen van de Vivid-video's en -dvd's seks maar zijn tegelijkertijd tam genoeg om in de schappen van muziekwinkels als Tower Records en de Virgin Megastores te belanden. "De meeste mensen in deze industrie willen snel geld zien," legt Hirsch uit. "Maar ik had een zakelijker visie."

Twintig jaar later, op zijn veertigste, is Steven Hirsch een van de belangrijkste pornoproducenten. Wat dat betekent in harde dollars? "Wij maken jaarlijks zestig films. Als je de bladen er op naslaat, zul je zien dat Vivid ongeveer honderd

miljoen omzet draait," aldus een terughoudende Hirsch.

### Coryfee

Het zijn vrouwen als Taylor Haynes, Savanna Samson en Kira Kener die verantwoordelijk zijn voor de vele 'Oscars' achter zijn rug. Hirsch kiest de Vivid-girls persoonlijk uit, bepaalt hun kleding, het formaat van hun borsten en welke seksuele handelingen ze moeten verrichten. Niet onbelangrijk: Vivid behoudt alle rechten over het videomateriaal. Daarvoor betaalt hij zijn sterren jaarlijks tussen de veertig en honderdduizend dollar. Slavernij? Niet als we Tim Connelley, de uitgever van Adult Video News, mogen geloven. "Dankzij haar bekendheid kan een Vivid-girl haar inkomsten al gauw verdrievubbelen met een eigen website en optredens in het danscircuit waar ze tienduizenden dollars per week bijeen kan sprokkelen." Connelley weet waarover hij praat. Deze kortstondige drummer van de Velvet Underground heeft alle baantjes binnen de pornowereld vervuld; acteur, schrijver, producent en nu uitgever van AVN, een glossy waarin elke maand recensies over zo'n vierhonderd nieuw uit te komen pornofilms verschijnen. Hij raakt niet uitgepraat over Jenna Jameson, Vivid's befaamde coryfee. "Zij heeft het

afgelopen jaar vijftien miljoen dollar verdiend. Voor een weekje dansen in een stripclub krijgt ze 25 duizend dollar 'startgeld'."

Hirsch heeft de hoogblonde Jameson vorig jaar zijn stal binnengehaald en voor zeven jaar vastgelegd. Ze speelt in de eredivisie van de porno-industrie. Jameson runt haar eigen internetbedrijf, presenteert een lifestyle-programma op televisie, verscheen in een televisieserie over een senator in Washington, had een modereportage in het blad *Vanity Fair* en komt binnenkort uit met haar eigen boek *How to make love like a porn star*.


Porno is 'in' tegenwoordig. Fox komt deze herfst met de televisieserie *Skin* waarin een pornomagnaat een voorname rol speelt. Voormalig pornoster Traci Lords maakte haar debuut op de bestsellerlijst van de *New York Times* met haar autobiografie *Underneath it all*. Binnenkort verschijnt *XXX: 30 portraits of Porn Stars*, een fotoboek van fotograaf Timothy Greenfield-Sanders gelardeerd met essays over porno van acteur John Malkovich.

En porno lijkt net zo 'normaal' te worden als haar publiek. Was Hirsch ooit de vieze buurman van Hollywood, tegenwoordig geeft hij lezingen aan de USC Business School. Het imago is veranderd. "Het idee dat er ergens een vieze man in een kelder zit die jaarlijks dertien miljard dollar aan porno uitgeeft, is verdwenen," glimlacht Connelley. "Er gaat zoveel geld in om, wat betekent dat iedereen er belangstelling voor heeft." Een industrie geobsedeerd met formaten groeit overeenkomstig.

### Porno on demand

Hirsch heeft altijd een goed oog gehad voor de ontwikkelingen binnen de industrie en de wensen van zijn afnemers. Concurrenten als Playboy hielden harde porno aanvankelijk liever op veilige afstand. Christie Hefner, die de leiding bij Playboy van vader Hugh had overgenomen, leende Hirsch in 1997 tien miljoen dollar om het verlieslijdende pornokanaal van Playboy over te nemen. Maar Hefner had Amerika's honger voor harde porno onderschat. Binnen twee jaar tijd breidde Hirsch uit naar drie televisiekanaalen waarbij het aantal kijkers groeide van 7 tot 36 miljoen. Hefner besefte dat ze een fout had gemaakt en kocht de drie kanalen in 2001 terug voor 92 miljoen dollar. Vivid behield een lucratief contract om films voor de kanalen te leveren.

Onlangs heeft Hirsch de distributie van Vivid's video's en dvd's aan Larry Flynt overgedragen. "Er valt niet echt veel geld te verdienen met het inpakken en verzenden van dozen," grapt Hirsch. >



**'Plaatjes en clips over de telefoon wordt een enorme markt'**



## Zij eisen kwaliteit. Vivid biedt prachtige vrouwen die nergens anders te zien zijn. Daardoor zijn wij uniek



zesduizend dollar. Ter vergelijking: de laatste film van Vivid, *The Mousseuse*, kostte tweehonderdduizend dollar. Toch weet Hirsch naar eigen zeggen een rendement van 15 procent te behalen. "Je verknijpt een film steeds opnieuw," legt hij uit. Zo ontstaan soms wel vijftientig producten. "Onze films worden gebruikt voor videocompilaties, clips voor internet, dvd's, *pay-per-view* voor hotels, softcore versies voor kabel en internationale klanten." De toekomst ziet hij zelf verzekerd tegemoet. "Er ontstaan dagelijks zoveel nieuwe mogelijkheden waaraan wij de inhoud van onze films kunnen verkopen."

Marketing speelt een voorname rol. Zijn Vivid-girls zijn net vertrokken voor een toer langs zeventien steden. Ze dansen in stripclubs, treden op met dj's, altijd handtekeningen uitdelend. Vivid heeft net een surfplank geïntroduceerd die voor vierhonderd dollar over de toonbank gaat. "Zo promoot je een kwaliteitsproduct waardoor je films kunt maken van honderdduizend dollar."

Hirsch doet zaken met hotelketens als Marriott en Hilton, en kabel- en internetbedrijven als Comcast en AOL TimeWarner. "Zij eisen kwaliteit. Vivid biedt prachtige vrouwen die nergens anders te zien zijn. Daardoor zijn wij uniek," pocht Hirsch. Hij heeft een neus voor hun wensen. "Zij geven de voorkeur aan 'recht op en neer'-porno." In een Vivid film zul je dan ook geen geweldsscènes, drugsgebruik, bondage of seks met minderjarigen aantreffen. Condoomgebruik is verplicht.

### Obstakels

De gouden toekomstvisie van Hirsch kampt met twee obstakels; een gebrekkige kabelinfrastructuur en trage internetverbindingen. Maar de ervaring leert dat de porno-industrie een leidende rol speelt bij de introductie van nieuwe technologie. Zo waren de dvd's van Vivid als eerste interactief waardoor de kijker zelf de gewenste camerahoek kon kiezen. Volgens Hirsch hebben de lonkende inkomsten uit *video on demand* de kabelmaatschappijen al wakkergeschud. Breedbandtechnologie moet het bestellen van Vivid-porno via het net makkelijker maken dan een pizza bestellen. Een nieuwe groep klanten die de genante gang naar de videotheek niet willen ondergaan kan zo aangeboord >

Als prettige bijkomstigheid kon het aantal medewerkers van tweehonderdvijftig naar zestig teruggebracht worden.

Weer een slimme zet van Hirsch dus. Ziet Flynt nog toekomst in de ouderwetse verkoop van videobanden en dvd's, Hirsch heeft al lang zijn kaarten gezet op de voortschrijdende technologie binnen de industrie. "De toekomst ligt bij *video on demand* (vod) en mobiele telefonie. Vivid gaat die twee markten van *content* voorzien," klinkt het resoluut. Hirsch richt zich daarom volledig op de productie van films. De toekomst van mobiele telefonie doet hem enthousiast op zijn stoel heen en weer wippen. Zijn pijlen zijn gericht op Europa, dat met die technologie voorop loopt. "Wij hebben net een paar solide afspraken gemaakt met mobiele aanbieders. Plaatjes en clips over de telefoon wordt een enorme markt."

Kwaliteit is het motto. "Dergelijke bedrijven zijn niet geïnteresseerd in plaatjes uit een goedkoop filmpje. Vivid gaat daar misbruik van maken," hamert Hirsch met zijn honkbalknuppel. De laatste trend in de *Valley* vreest hij dan ook niet; de *Gonzo*-film. Niet veel meer dan een nep straatinterview met een meisje die vervolgens op een kamer gefilmd wordt. Volgens Connelley momenteel goed voor bijna 70 procent van de nieuw uitgekomen films. Kosten:

### Relatiegeschenken

**Dinner DC Cheque**  
Restaurant Dinner Cheque

De hoogst gewaardeerde  
hotel-restaurant-cheque van Nederland!

tel. (078) 676 50 44  
www.dinnercheque.nl

### Managementtraining

**Praktijkgerichte  
Managementtraining?**

**XZellent**  
managementadviesgroep

WWW.XZELLENT.NL 0800 - 444 5 666 (gratis)

### Dupliceren

**CMS Multi Media**

uw partner voor:

- diskettes
- cd-r's, cd-roms en DVD's

maar ook voor:

- reproductie van diskettes, cd's, DVD's en VHS
- bedrijfspresentaties op video, DVD, cd en web
- foto en film producties

CMS Multi Media B.V. verkoop@cms.nl  
Waddinxveen t 0182 610 183 f 0182 610 756  
of bezoek onze website: www.cms.nl

dupliceren, een vak apart...  
al meer dan 20 jaar!!!

### Verlichting

**Meerkleurenlicht  
en meer?**

**3tac.nl**

### Taaltrainingen

Vakgericht de taal van  
uw relaties spreken?

**U KUNT HET BETER  
BIJ ONS LEREN.**

Training op Maat  
Workshops  
Telefoneren  
Groeps cursussen

International  
erkende diploma's

Talen  
Tel. 071 - 589 22 24  
www.commercetalen.nl

**commerce**