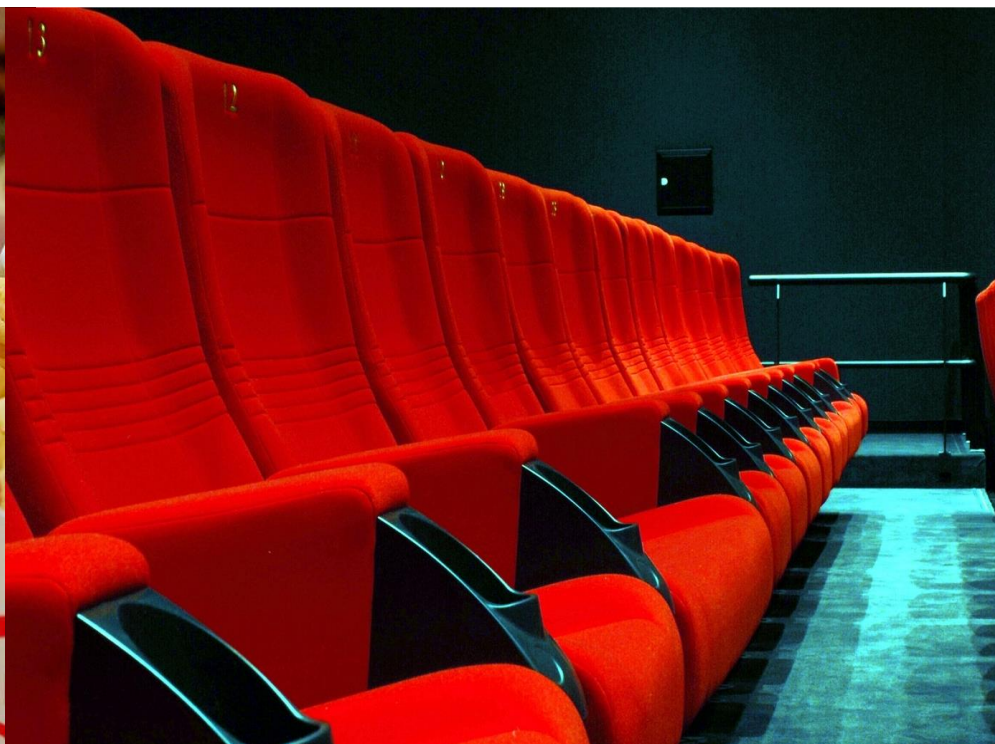


De Bioscoop

in beeld

Jaargang: 2017



‘De Bioscoop in beeld’ is een gratis publicatie van Van Spronsen & Partners horeca-advies

**VAN SPRONSEN
& PARTNERS**
horeca - advies

Bioscopen en filmtheaters

Nederland telt 153 bioscopen en 39 filmtheaters. In grafiek 1 is te zien dat de branche zich aan het herstellen is van een dip tussen 2006 - 2008. Momenteel hebben de bioscopen en filmtheaters gezamenlijk circa 143.000 stoelen en bieden zij in 871 zalen hun films aan. De gemiddelde bioscoop beschikt over 4,5 zalen en 165 stoelen per zaal. Ten opzichte van 2008 (Publicatie 'De Bioscoop in Beeld', 2008) is het gemiddelde aanbod aan zalen gelijk gebleven maar zijn deze wel kleiner (2008: 4.5 zalen, 180 stoelen per zaal). Pathé Arena is de grootste bioscoop in ons land met 14 zalen en 3.211 stoelen.

Omzet en recettes

De recette in bioscopen bedroeg in 2016 € 287,6 miljoen, hiervan kwam 40% uit top 20 films, de zogenaamde kaskrakers. Omgerekend naar bioscoopstoel komt dit neer op bijna € 2.015,- per stoel. In 2005 was dit nog € 1.320,- per stoel. Sinds 2005 zijn de totale opbrengsten meer dan verdubbeld, toen werd er € 135,2 miljoen omgezet. Ondanks het lagere aantal bioscopen in 2006 - 2008, zijn de recettes en bezoekersaantallen altijd blijven stijgen. Dit geldt ook voor de gemiddelde ticketprijs van een avondje bioscoop. Waar in 2005 nog € 6,56 betaald moest worden voor een kaartje, was de consument in 2016 gemiddeld € 8,42 kwijt.

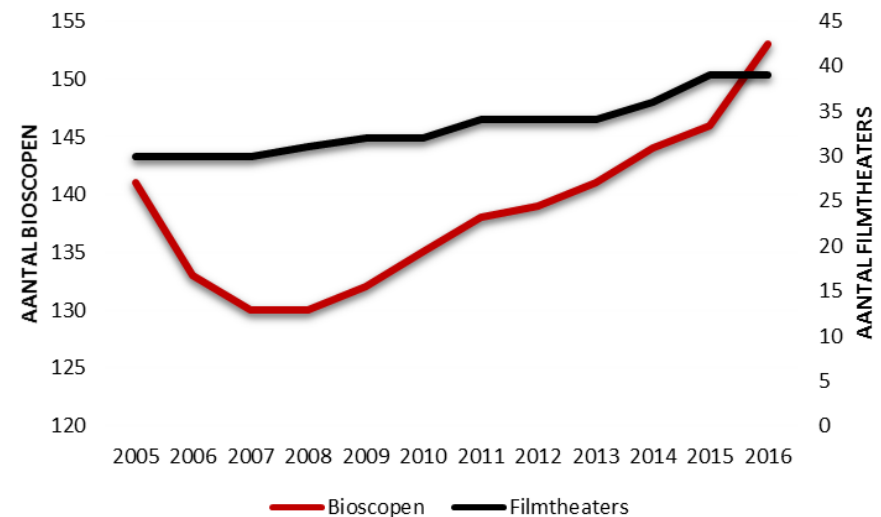
Bron: NVBF-NVF, 2015, 2016

Filmtheaters

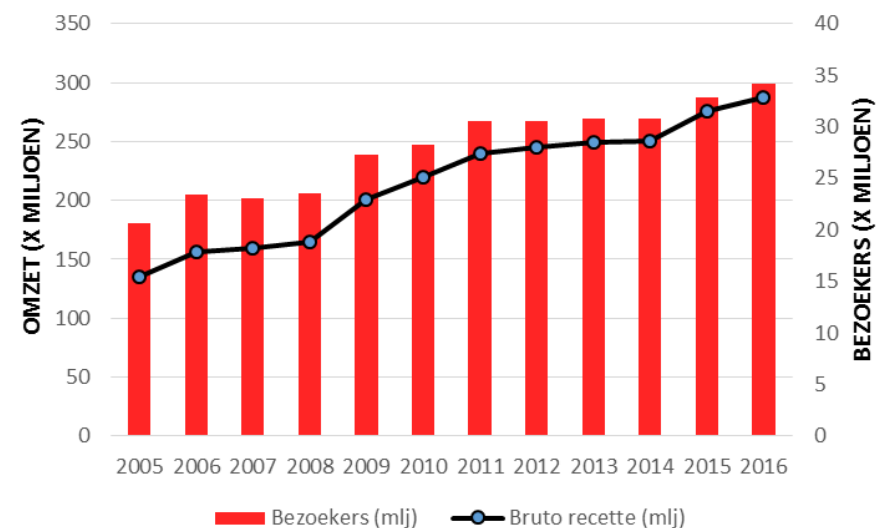
Onder filmtheaters verstaan we de theaters die een vast weekprogramma hebben. Hier worden voornamelijk films gedraaid die buiten het commerciële aanbod vallen. In Nederland waren er in 2015 39 filmtheaters met een vast weekprogramma die gezamenlijk circa 10.000 stoelen hebben. Een gemiddeld filmtheater heeft 2,9 zalen en 90 stoelen per zaal.

De filmtheaters beschikken over een marktaandeel van ongeveer 8,2% en ontvingen 2.7 miljoen bezoekers in 2015. In vergelijking met 2007 (5.2%) en 2002 (4.4%) is hier een forse stijging te zien. Bezoekers zijn voornamelijk 40-plussers die behoren tot een hogere sociale klasse, veelal hoog opgeleide vrouwen.

Bron: NVBF-NVF, 2015, 2016



Grafiek 1: ontwikkeling aantal bioscopen en theaters



Grafiek 2: ontwikkeling aantal bezoekers en recettes

	Bezetting	Bez. per stoel
Haarlem	143%	522
Rotterdam	109%	397
Amsterdam	101%	370
Breda	99%	360
Den Haag	93%	339
Zwolle	82%	300
Tilburg	79%	289
Eindhoven	72%	263
Amersfoort	72%	261
Arnhem	68%	250
Groningen	60%	219
Zoetermeer	58%	212
Leiden	58%	211
Enschede	56%	205
Utrecht	49%	180
Almere	47%	172
Den Bosch	41%	150
Maastricht	37%	134
Nijmegen	30%	110
Apeldoorn	21%	75

Provincies

Met de dichtheid wordt gekeken naar het aantal stoelen of zalen per 10.000 inwoners. Hier is te zien dat er in Limburg en Utrecht de meeste stoelen per inwoner zijn. In de G4 ligt dit aantal nog hoger (128 stoelen per 10.000 inwoners). Zuid-Holland, Gelderland, Drenthe en Friesland hebben de laagste stoeldichtheid. In theorie is hier de meeste ruimte voor uitbreiding.

20 grootste steden

Van de 20 grootste steden in Nederland draaiden de Haarlemse bioscopen en filmtheaters in 2015 het best. Zij hadden een gemiddelde dagelijkse bezetting van 143%. Ook in Rotterdam (109%) en Amsterdam (101%) lag de bezetting boven de 100%.

De G20 is verder goed voor ruim de helft van het totaal aantal stoelen in Nederland (circa 75.000), dit verklaart ook het feit dat in 2015 60% van het totaal aantal bioscoopbezoeken in één van deze steden was. 19,9 miljoen mensen bezochten een film in een stad uit de G20. In recettes komt dit uit op € 2.101,= per stoel (landelijk gemiddelde: € 2.015,=).

Bron: NVBF-NVF, 2015

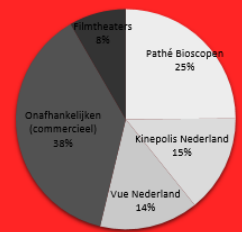
Provincie	Bioscopen	Doeken	Stoelen	Doek-dichtheid	Stoel-dichtheid
G4	25	158	29.994	0,68	128
Limburg	13	67	11.849	0,60	106
Utrecht	14	69	13.334	0,54	105
Zeeland	4	17	3.508	0,45	92
Flevoland	4	16	3.604	0,40	89
Noord-Holland	31	147	24.666	0,53	89
Groningen	4	28	5.154	0,48	88
Noord-Brabant	22	113	19.869	0,45	80
Overijssel	10	47	8.079	0,41	71
Zuid-Holland	24	125	23.295	0,35	64
Gelderland	18	80	13.036	0,39	64
Drenthe	4	21	3.053	0,43	62
Friesland	5	26	3.546	0,40	55
Totaal NL	153	756	132.993	0,45	78

Doek- en stoeldichtheid per 10.000 inwoners (bron: NVBF, 2016)

Bioscoop ketens

Van de drie grote ketens (Pathé, Vue Bioscopen en Kinopolis) is Pathé de grootste in zowel het aantal vestigingen als het aantal stoelen. Zij hebben een marktaandeel van 25%. Samen hebben deze ketens meer dan de helft van aantal beschikbare stoelen in handen. Pathé opereert in alle drie de grote steden terwijl de overige ketens voornamelijk in de middelgrote steden zijn gevestigd. De grote drie hebben gemiddeld 6,8 zalen en 195 stoelen per zaal.

Marktaandeel in stoelen



Bron: NVBF-NVF, 2015, 2016



Wie zien we vaak in de bioscoop?

Uit onderzoek van Stichting Filmonderzoek blijkt dat er twee groepen zijn die veel in de bioscoop terug te vinden zijn. Dit zijn de leeftijdscategorieën 16 tot 23 en 40 tot 54 jaar.

Marktaandeel

De 40-54 jarigen hebben het grootste marktaandeel. Eén van de redenen hiervoor is het feit dat deze groep ook sterk vertegenwoordigd is in de samenleving (22% van de bevolking). Zij zijn verantwoordelijk voor bijna een kwart van de verkochte tickets. De jongeren (16-23 jarigen) volgen met een marktaandeel van 20%.

Bezoekfrequentie

De leeftijdsgroep 16 tot 23 jaar heeft de hoogste bezoekfrequentie, zij gaan gemiddeld 4,7 keer per jaar naar de bioscoop. Dit ligt ruim boven het gemiddelde van 2,4 keer per jaar. Senioren hebben de laagste bezoekfrequentie (1 tot 2 keer per jaar).

Bron: Bioscoopmonitor, 2015

Leeftijdsgroep	Marktaandeel
6 tot 11 jaar	7%
12 tot 15 jaar	6%
16 tot 23 jaar	20%
24 tot 29 jaar	9%
30 tot 39 jaar	13%
40 tot 54 jaar	24%
55 tot 64 jaar	12%
65 jaar ouder	10%



Bron: Bioscoopmonitor, 2015

Motieven

Nu men thuis ook de grootste tv-schermen en het beste geluid tot de beschikking heeft, zullen bioscopen moeten blijven innoveren om een bioscoopbezoek zo aantrekkelijk mogelijk te houden. De consument is veeleisender en wilt verrast worden tijdens een avond uit.

De motieven om een bioscoop te bezoeken zijn logischerwijs ter ontspanning, als uitje of als gezellig activiteit met familie/vrienden. Andere motieven zoals 'om iets nieuws te leren' of 'om zichzelf te ontwikkelen' scoren alleen hoog bij filmtheaterbezoekers en 65-plussers.

Motieven om niet te gaan

Van de groep die niet naar de bioscoop gaat geeft 74% aan dat ze films evengoed thuis kunnen kijken. Daarnaast kost het teveel tijd (44%), vindt men de tickets te duur (41%) en vindt men de kosten om bij de bioscoop te komen te hoog (37%).

Vaak geziene gast in de bioscoop:

Bron: Bioscoopmonitor, 2015



40 – 54 jaar

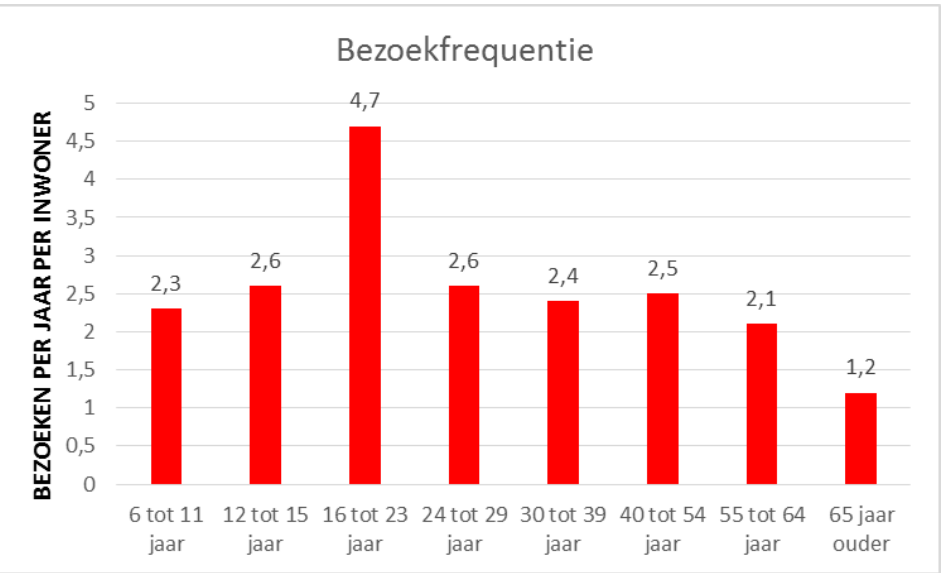
In loondienst

Samenwonend, met (kind)eren

Behoort vaker tot hogere sociale klasse

Inkomen hoger dan € 2.600,-

Stedelijk gebied



Grafiek 3: gemiddelde bezoekfrequentie

Horeca bij bioscopen

Self Service

De grotere bioscoopketens zoals Pathé, VUE en Kinopolis kiezen er steeds meer voor om een selfservice systeem te implementeren voor de gasten. Het scheiden van de kaartverkoop en de horeca resulteert in kortere wachttijden, hogere klanttevredenheid en stijgende inkomsten.

Samenwerking restaurants

Het wordt, net als bij theaters, steeds gebruikelijker voor bioscopen om samen te werken met dichtbijgelegen restaurants. Vrijwel alle bioscopen van de grotere ketens hebben dergelijke samenwerkingen. Vaak gaat het om een standaard 2 of 3 gangen-diner of daghap die gasten kunnen nuttigen voorafgaande aan de film. Pathé Rotterdam zet een volgende stap en heeft onlangs Charlie's Rotterdam geopend. Bioscoopbezoekers kunnen hier voor de film een snelle maaltijd nuttigen voor een relatief lage prijs (€ 6,95).



Assortiment verbreding

Er is een ruimere keuze aan producten bij bioscopen. Naast de standaard popcorn, nacho's, M&M's en frisdranken is er ook een ruim aanbod aan snoep, fruit, ijs, bier en wijnen te verkrijgen. Het 'make your own' principe is hierbij populair. Bioscopen werken hierbij samen met leveranciers. Bedrijven als Grolsch (Speciaalbier bij Pathé Arnhem) en Starbucks (19 vestigingen Pathé) zien we dan ook steeds meer terug in bioscopen.



Bediening in de bioscoop zaal

Doordat grotere ketens zich richten op de massa, zijn het de kleinere bioscopen die zich willen onderscheiden door service te bieden. Dit zijn op zichzelf staande bioscopen waar je na een druk op bediening bij je stoel hebt. Voorbeelden zijn Atlantic Harderwijk en de Movie Unlimited bioscopen in Almelo, Kampen en Zevenaar. In Amerika hebben de grotere ketens (AMC Theatres en Cinemark) al meerdere full service 'dine-in' bioscopen die een uitgebreide menukaart aanbieden waar je als bezoekers uit kunnen kiezen.



Nieuwe platforms

Opkomende ontwikkelingen zijn **Netflix** en **Popcorn Time**. Via de online streaming diensten kan er onbeperkt naar films, documentaires en series gekeken worden. De voordelen: zelf bepalen wat, wanneer en hoelang je iets kijkt. Netflix kan alleen gekeken worden door middel van een abonnement met als nadeel dat er voornamelijk oudere series en films aangeboden worden. Popcorn Time daarentegen is wel gratis en biedt nieuwere films en series aan, deze dienst is echter (nog) geen legale service in Nederland.

Pathé heeft sinds 2011 ook een eigen online streaming dienst, namelijk **Pathé Thuis**. Hier kunnen films bekeken worden die kort geleden nog in de bioscoop hebben gedraaid. Aan Pathé Thuis zijn geen abonnementskosten verbonden, de films kunnen per stuk gehuurd of gekocht worden. Hierbij moet meer betaald worden voor een gekochte film dan een gehuurde film.

NETFLIX

Nieuwe doelgroepen

Dankzij de digitalisering hebben de bioscopen de mogelijkheid om een breder scala aan content uit te zenden op hun zalen. Dit biedt kansen voor de bioscopen om nieuwe doelgroepen aan zich te binden. Voorbeelden zijn opera- en theatervoorstellingen waar ouderen op af komen en E-gaming en live-sportevenement waar weer een jongere doelgroep op af komt. Ook de zakelijke markt maakt meer gebruik van de zalen op minder drukke tijdstippen. Dit kan voor bijvoorbeeld congressen of seminars zijn, maar ook voor recepties en bedrijfsfeesten.



The International 2014
(flickr.com/jakobwells)

Digitalisering

In 2012 zijn alle bioscopen overgegaan op het digitaal vertonen van films. Nederlands was als één van de eerste landen ter wereld volledig gedigitaliseerd. In veel opzichten heeft deze overstap een impact gehad. Het personeelsbestand bij bioscopen werd kleiner (zalen kunnen bediend worden vanaf centrale plekken), er kunnen nu meer voorstellingen per zaal gedraaid worden en qua geluid is er meer mogelijk in de zalen. Dolby (bedrijf dat gespecialiseerd is in geluid) is hierin voorloper.

Virtual Reality

De eerste Virtual Reality bioscoop is inmiddels geopend in Amsterdam en hier zal het niet bij blijven. De verwachting is dat Virtual Reality de komende jaren groter gaat worden.



Flickr.com/SMI Eye Tracking

Alternatieve locaties

Naar de bios gaan kan op veel meer plekken, zo zijn er bioscopen op het water (drijf-in bioscopen), in bubbelbaden (hot tub cinema's), tussen de bergen (Ibiza) en in de bomen (pop-up bioscoop in Parijs). Ook zijn er pop-up cinema's die tijdens de zomer op verschillende plekken verschijnen.



Luxury Launches: Amante Beach Club Cinema

Self service

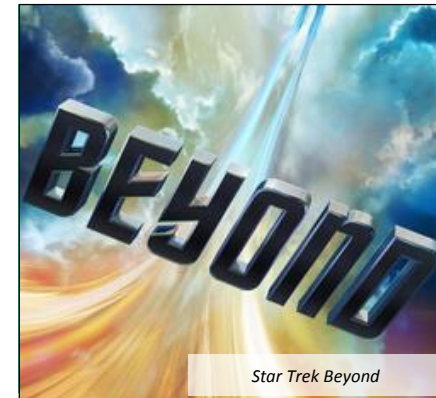
Gasten willen niet meer in de rij staan. Niet voor tickets, niet voor het eten en drinken. Steeds vaker werken bioscopen met online ticketsystemen en self service kiosken voor tickets en self service food & beverage mogelijkheden.



Pathé De Kuip

Oud is nieuw

De afgelopen jaren verschijnen er steeds meer 'oude films' in de bioscopen. Voorbeelden zijn de Disney tekenfilms (o.a. Tarzan, Lion King) die met de nieuwste technieken opnieuw gemaakt worden in 3D. Ook zijn er de afgelopen jaren nieuwe films van Star Wars en Star Trek verschenen.



Star Trek Beyond

Event Cinema

Bioscopen draaien allang niet alleen meer de nieuwste films. Steeds vaker staat er alternatieve content op het programma zoals sportwedstrijden, live concerten, theatervoorstellingen of documentaires. Ook ladies- en gaynights hebben inmiddels hun intrede gemaakt in de bioscopen.

Barco Escape

In juli 2016 kwam Star Trek Beyond Imagination uit in de bioscopen. Bij Euroscop Tilburg kon de film bekeken worden op Barco Escape schermen. Deze projectietechniek is één van de meest geavanceerde van het moment, de kijker wordt het verhaal ingetrokken door de twee extra schermen in een hoek van 45 graden.



Barco Escape

Toekomstvisie

Vergrijzing

De groepen 16-29 jarigen en de 55-plussers zullen de komende jaren in Nederland fors toenemen. Op basis van deze gegevens en de huidige gemiddelde bezoeksfrequentie zal het bioscoopbezoek daardoor de komende vijf jaar met 5% toenemen om vervolgens weer licht te dalen. De 55-plussers zijn hierbij een aantrekkelijke doelgroep, zij hebben veel te besteden, zitten ruim in de tijd en zijn interessant voor het vullen van bijvoorbeeld middagvoorstellingen.

Digitalisering

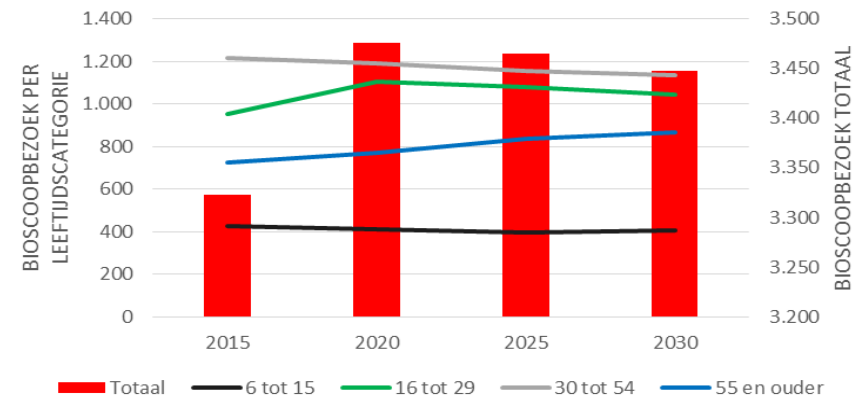
Digitalisering zorgt ervoor dat er een veel breder scala aan content aangeboden kan worden. Nieuwe technieken als 3D, 4D, IMAX en de beste geluidssystemen zien we veelvuldig terug in de bioscoop. Hierdoor kunnen er ook meerdere doelgroepen aangetrokken worden. Het opkomende E-sports en gaming voor de jongere generatie terwijl theatervoorstellingen en opera's weer aantrekkelijker zijn voor ouderen. Digitalisering zorgt er echter ook voor dat men thuis ook relatief goede beeldschermen en geluidsinstallaties tot de beschikking heeft om zo het 'bioscoopgevoel' te evenaren.

Video-On-Demand

Diensten als Netflix zijn in opkomst, deze sluiten meer aan bij het kijkgedrag van de jongere generatie. Deze generatie is gewend om met één druk op de knop te zien wat ze willen zien. Bioscopen zullen hier rekening mee moeten houden. Pathé heeft inmiddels al een eigen VOD platform waar films en series op bekeken kunnen worden.



Bioscoopbezoek x 10.000 (2015 - 2040)



Luxer en intiemer

Doordat nieuwe bioscopen steeds groter worden en zich meer richten op de massa ontstaat er een behoefte bij de consument voor de luxere en intiemere bioscoop. Filmhuizen met kleinere zalen, grotere stoelen en meer service zijn dan ook in opkomst. Films zijn hier vaak gepersonaliseerd en alleen toegankelijk voor members.

Avondje uit

De bioscoopbezoeker wordt veeleisender. Een bezoek moet echt een 'avondje uit' zijn. Gastvrijheid, service en comfort zijn hierdoor belangrijke speerpunten voor de bioscopen. Samenwerkingen met restaurants, zoals in de theaterwereld, kunnen een extra beleving bieden aan de bezoeker.

Branchevervaging

Bioscopen kunnen deze stap ook zelf zetten, 'blurring' zal dan een rol gaan spelen. Pathé opende onlangs al een concept waar bezoekers een snelle, kwalitatieve maaltijd kunnen nuttigen voor een relatief lage prijs terwijl ook het aanbod 'dine-in' bioscopen groeit in Amerika. In London opent aankomend jaar een fine dining bioscoop waar gasten een drie-gangen maaltijd kunnen bestellen.

Even voorstellen... Van Spronsen & Partners horeca-advies

Ruim 30 jaar kunnen horecaondernemers, overheid, bankiers en de pers bij ons terecht voor advies over de horeca- en leisurebranche. Naast horeca-advies verzorgt de Van Spronsen & Partners groep ook horeca-salarisadministratie, horeca - administratie en gastvrije trainingen.

We zijn gespecialiseerd in haalbaarheidsonderzoeken, rendementsverbeteringen, managementondersteuning, conceptontwikkeling, marketing & communicatie en het opstellen van horecavisies en -beleid.

Regelmatig publiceren wij kleine gastvrije gebaren en verschillende blogs van onze adviseurs. Kijk voor alle gepubliceerde brancheonderzoeken en gastvrije gebaren op onze website www.spronsen.com. Kijk ook eens de websites van onze collega's www.salaris-spronsen.nl en www.horeca-administratie.com.



Samengesteld door David Maartense. Voor meer informatie, reacties of vragen over het onderzoek kunt u contact opnemen met David Maartense, Marketing & Communicatie medewerker bij Van Spronsen & Partners horeca-advies, tel. 071 541 88 67 of e-mail: davidmaartense@spronsen.com.



Bent u geïnteresseerd in andere concepten? Wij publiceren conceptkaarten van restaurants, fastfood, casual dining, etc. via onze facebook pagina, Van Spronsen & Partners horeca-advies.