

Marktcijfers FDN 2019

Sterk bioscoopjaar 2019 zorgt voor bestendige groei bioscoopbezoek

2019 was een bijzonder sterk bioscoopjaar met meer dan 38 miljoen bezoekers, een stijging van 6,5% in vergelijking met 2018. Opvallend was de succesvolle zomer waarin, ondanks het mooie weer, veel mensen de bioscoop bezochten. De film die veruit het meeste bezoek trok was *The Lion King*, met meer dan 3 miljoen bezoekers. Daarmee was dit de best bezochte film in Nederland sinds *Titanic* (1998). Andere films met meer dan een miljoen bezoekers waren *Avengers: Endgame*, *Joker* en *Frozen 2*. *Penzoa: The Final Chapter* was de best bezochte Nederlandse film van 2019.

De totale omzet uit de kaartverkoop kwam in 2019 uit op 347.528.319 euro, een groei van 11,3% in vergelijking met 2018. Het exact aantal bezoeken is uitgekomen op 38.018.390. De gemiddelde ticketprijs steeg naar 9,14 euro, een verhoging van 4,5% ten opzichte van 2018. Deze verhoging werd veroorzaakt door een hoger btw-tarief en de meerprijs die voor de sterk groeiende premium bioscoopervaringen wordt gevraagd. Het gemiddeld aantal bezoeken per hoofd van de bevolking steeg van 2,1 naar 2,2.

Na een succesvol 2019 zal naar verwachting 2020 een spannend jaar worden voor de sector vanwege concurrerende events als EK Voetbal en de Olympische Spelen. In ieder geval verschijnen er weer een groot aantal aantrekkelijke releases, waaronder de nieuwe James Bond film "*No Time To Die*".

De cijfers werden op 7 januari 2020 bekendgemaakt tijdens de traditionele nieuwjaarsreceptie van Filmdistributeurs Nederland (FDN) en de Nederlandse Vereniging van Bioscopen en Filmtheaters (NVBF) in Pathé Tuschinski in Amsterdam.

Investeringsen

De bestendige groei is toe te schrijven aan exploitanten en distributeurs die blijven investeren om verdere groei van het aantal bezoekers mogelijk te maken, onder andere door de introductie van nieuwe technieken en (marketing) concepten, renovaties en nieuwbouw. Het afgelopen jaar zijn er een flink aantal zalen geopend met 4DX/ MX4D (o.a. bewegende stoelen, weersimulaties en geuren) en ScreenX (scenes van de film worden uitgebreid met zijwand projectie). Daarnaast blijven de bioscopen investeren in zitcomfort; met o.a. DeLuxe- en VIP-stoelen, in beeld en geluid, in nieuwe (shop)concepten zoals op het gebied van horeca en d.m.v. digital marketing (gepersonaliseerde marketing van films en het gebruik van influencers). De beleving en de toegankelijkheid van bioscopen en filmtheaters hebben daarmee een enorme innovatie ondergaan. In 2019 zijn er vijf nieuwe bioscopen/ filmtheaters bijgekomen. Er werden 16 extra zalen geopend. Het totale stoelenaantal nam, mede door investeringen in nieuwe stoelen met meer ruimte per stoel, af met circa 1.000 stoelen ten opzichte van 2018.

Nederlandse film

Het aantal bezoeken aan de Nederlandse film ontwikkelde zich positief met een stijging van 11,8%. Het marktaandeel bleef vrijwel gelijk met 11,7%. In totaal werden er in 2019 circa 4,5 miljoen bezoeken geregistreerd voor een Nederlandse film in de bioscoop of het filmtheater. De top drie

bestond uit *Penosa: The Final Chapter* (404.703 bezoeken), *Verliefd op Cuba* (401.241 bezoeken) en *F*ck de Liefde* (346.834 bezoeken). Allen door Stichting Abraham Tuschinski Fonds ondersteunde films.

Toespraak Winnie Sorgdrager

De voorzitter van de NVBF, Winnie Sorgdrager, sprak over dat er geen twijfel is over de toekomst van de sector en verheugd te zijn over de mooie stijging van het bezoek in 2019. In deze individualistische maatschappij zoeken mensen manieren om samen te komen met anderen, zoals in de bioscoop en filmtheater. Daar wordt de filmervaring gedeeld en biedt dit de mogelijkheid tot verdieping door met elkaar in gesprek te gaan.

Mevrouw Sorgdrager benadrukte verder dat de sector verrast was door de recente brief van de ministers van OCW en Onderwijs en Media, dat er een idee is om tot een investeringsverplichting voor de exploitanten te komen om het Nederlands product te ondersteunen en dat het in 2018 afgesloten btw convenant daarmee komt te vervallen. De sector ondersteunt de Nederlandse film al vele jaren, heeft de investering in Nederlands product in 2018 sterk verhoogd en zal zich hierover dan ook de komende tijd beraden.

Verder is een belangrijke wijziging dit jaar ingegaan en wel die van de Kijkwijzer. De Kijkwijzerclassificaties worden uitgebreid met twee nieuwe leeftijden, 14 en 18 jaar. Zij worden toegevoegd aan de huidige Kijkwijzer leeftijden, 6, 9, 12 en 16 jaar. Over het algemeen zal deze wijziging de handhaving van de Kijkwijzer leeftijden voor de bioscoopbedrijven gemakkelijker maken. Het biedt meer ruimte om met het filmaanbod de juiste doelgroepen bij jongeren te bereiken. "Toegankelijkheid" is daarnaast een belangrijk thema voor de sector. Na de introductie in 2018 van een app voor blinden en slechtzienden is er het afgelopen jaar een nieuwe app beschikbaar gekomen voor doven en slechthorenden via de Stichting Audiovisuele Toegankelijkheid. 2020 zal een spannend jaar worden, maar de Nederlandse bioscoop- en filmtheatercultuur staat er goed voor en wij zien komend jaar dan ook met vertrouwen tegemoet.

Markt & cijfers

In de toelichting bij de jaarcijfers stond Hajo Binsbergen, voorzitter van FDN, stil bij belangrijke thema's en trends. Onder andere de verdere toename van zowel het totale aantal uitgebrachte films als het aantal uitgebrachte Nederlandse films, het sterk toegenomen marktaandeel van Disney, de verdere groei van Premium Large Formats, de groei van het bezoek aan de Nederlandse film, het onderwerp "windows" en het tegengaan van downloaden uit illegale bron. Wederom opvallend was de grote stijging van het bezoek aan filmtheaters. Met 8,1% is dat een sterkere groei ten opzichte van het totale landelijk bezoek.

We kunnen terugblikken op een sterk bioscoopjaar, waarbij de markt verder is gegroeid dankzij investeringen in de breedte en een schitterend filmaanbod.