



BIOSCOOP **MONITOR**  
20**20**

## Bioscoopmonitor 2020

*Een onderzoek in opdracht van Filmdistributeurs Nederland (FDN)  
en de Nederlandse Vereniging van Bioscopen en Filmtheaters (NVBF)*



Uitgevoerd door NVPI



Amsterdam, augustus 2021

Koen de Groot

## Inhoud

Samenvatting.....	3
RESULTATEN – BEREIK, BEZOEKFREQUENTIE EN MARKTAANDELEN.....	5
Bezoek bioscopen en filmtheaters 2020.....	6
Intentie tot bezoek tijdens de coronacrisis.....	9
Resultaten naar leeftijdsgroep.....	11
Resultaten naar geslacht.....	14
Resultaten naar mate van stedelijkheid.....	17
Resultaten naar type huishouden.....	18
Resultaten naar inkomen.....	19
Resultaten naar opleidingsniveau.....	21
Resultaten naar belangrijkste dagelijkse bezigheid.....	23
Resultaten naar sociale klasse.....	24
Hoofdpijnen.....	26
RESULTATEN – FILMTHEATERBEZOEKERS.....	27
Bezoek filmtheaters 2020.....	28
Resultaten naar leeftijdsgroep.....	29
Resultaten naar geslacht.....	31
Profiel filmtheaterbezoeker.....	32
Hoofdpijnen.....	32
RESULTATEN – BEZOEKERS VAN NEDERLANDSE FILMS.....	33
Bezoek Nederlandse films 2020.....	34
Resultaten naar leeftijdsgroep.....	35
Resultaten naar geslacht.....	37
Profiel bezoeker Nederlandse films.....	38
Hoofdpijnen.....	38
BIJLAGEN.....	39
Begrippendefinities.....	40
Onderzoeksopzet en methodologie.....	41

# Samenvatting

## Bioscoop- en filmtheaterbezoek in 2020

### De impact van de coronacrisis

Nederlandse bioscopen en filmtheaters werden in 2020 hard geraakt door de coronacrisis. Niet alleen waren ze meer dan 15 weken gesloten, na de heropening in juni mochten ze maar een beperkt aantal bezoekers toelaten en veel films werden uitgesteld of verplaatst naar Video on demand (VOD). Dit resulteerde in 56% minder bezoek dan in 2019, de grootste daling sinds de Tweede Wereldoorlog. Er werden in totaal 16,8 miljoen tickets verkocht ten opzichte van 38,0 miljoen tickets in 2019. De daling in bezoek was het grootst onder (commerciële) bioscopen waardoor het marktaandeel van filmtheaters licht steeg, maar desondanks werden ook zij hard geraakt. De daling in het bezoek aan Nederlandse films was minder groot. In totaal werden er 3,6 miljoen tickets verkocht voor Nederlandse films, 20% minder dan in 2019. Hierdoor steeg het marktaandeel van Nederlandse films van 12% in 2019 naar 22% in 2020.

## De bezoeker: trends en ontwikkelingen

### Bereik bijna gehalveerd

In 2020 bezocht 37% van alle Nederlanders van 6 jaar en ouder minstens één keer een bioscoop of filmtheater (het bereik). Dit komt neer op 6,1 miljoen unieke bezoekers. Gemiddeld genomen ging men 1,2 keer naar de bioscoop en/of het filmtheater (de bezoekfrequentie). Dat is fors lager dan in de afgelopen jaren waarin het bereik altijd boven de 60% lag en de bezoekfrequentie boven de 2,6.

### Zorgen om de veiligheid

De meerderheid van de Nederlanders (63%) heeft in 2020 dus geen bioscoop of filmtheater bezocht. De redenen daarvoor liepen uiteen. Van deze niet-bezoekers gaven vier op de tien (39%) aan dat ze geen bioscoop of filmtheater bezocht hadden omdat ze zich er vanwege het coronavirus niet veilig voelden. Een vergelijkbaar aandeel (36%) had simpelweg niet nagedacht over een bezoek en een kwart (25%) gaf aan nu meer films thuis te kijken. Over een toekomstig bioscoopbezoek werd onder Nederlanders verschillend gedacht, maar alsnog zeiden zes op de tien (61%) weer net zo vaak of zelfs vaker naar de bioscoop te gaan als deze weer volledig geopend zijn. Dat aandeel komt overeen met het bereik van bioscopen en filmtheaters in een normaal jaar.

### Bioscopen en filmtheaters in 2020 minder populair onder kinderen, jongvolwassen en gezinnen

Net als in eerdere jaren was het bereik en de bezoekfrequentie van bioscopen en filmtheaters in 2020 het hoogst onder kinderen en jongvolwassenen. Opvallend is dat juist onder deze jonge leeftijdsgroepen het bereik en de bezoekfrequentie het meest daalde in 2020. Een mogelijke verklaring hiervoor was de afwezigheid van veel grote Amerikaanse producties (waaronder potentiële blockbusters), een categorie films die met name onder jonge leeftijdsgroepen erg populair is.

Ouderen, en dan met name 65-plussers, vormen een kwetsbare groep in relatie tot het coronavirus. Het is daarom opmerkelijk dat hun bereik en bezoekfrequentie minder hard daalde dan onder de jonge leeftijdsgroepen. Door dit resultaat steeg hun marktaandeel ook. Bij andere achtergrondkenmerken waren ook opvallende ontwikkelingen zichtbaar. Zo was er een sterkere daling te zien in het bereik en de bezoekfrequentie bij huishoudens met kinderen dan bij huishoudens zonder kinderen.

### **Bioscopen en filmtheaters blijven populairder bij vrouwen**

Ten opzichte van 2019 zakte het bereik en de bezoekfrequentie zowel bij mannen als bij vrouwen, maar de verhoudingen bleven grotendeels gelijk, wat betekent dat een bioscoopbezoek in 2020 nog steeds iets populairder was bij vrouwen dan bij mannen.

### **Marktaandeel filmtheaterbezoekers van 65+ niet verder gegroeid**

In 2020 bezocht 8% van de Nederlanders minstens éénmaal een filmtheater. Dat staat gelijk aan ruim 1,3 miljoen unieke bezoekers. In 2019 lag het bereik nog op 14%. De kenmerken van de filmtheaterbezoeker weken in 2020 verder weinig af in vergelijking tot voorgaande jaren. Ten opzichte van het totale bioscooppubliek gingen filmtheaterbezoekers vaker naar de film, waren ze gemiddeld ouder en vaker hoger opgeleid. In de laatste jaren werden filmtheaters steeds populairder onder 65-plussers, waardoor hun marktaandeel steeg. In 2020 lijkt deze trend (voorlopig) te zijn gestopt.

### **Nederlandse films in 2020 populairder onder ouderen en mannen**

Van de Nederlanders bezocht 14% in 2020 een Nederlandse film ten opzichte van 19% in 2019. Dat zijn ruim 2,2 miljoen unieke bezoekers. Anders dan in voorgaande jaren was het bereik vooral hoog in het eerste kwartaal in het jaar. Ook viel op dat de gemiddelde leeftijd van bezoekers aan Nederlandse films hoger was dan in 2019 (41 versus 37 jaar) en het publiek relatief meer uit mannen bestond.

## **De Bioscoopmonitor**

### **Werkwijze**

In opdracht van de Nederlandse Vereniging van Bioscopen en Filmtheaters (NVBF) en Filmdistributeurs Nederland (FDN) brengt NVPI met de Bioscoopmonitor jaarlijks het bezoek van Nederlanders aan bioscopen en filmtheaters in kaart. Hiervoor zijn elk kwartaal metingen verricht in panels van CentERdata, een onderzoeksinstituut dat is gelieerd aan de Universiteit van Tilburg. Dit onderzoek werd tot 2019 verricht door Filmonderzoek Nederland.

# BEREIK, BEZOEKFREQUENTIE EN MARTKAANDELEN

---

DEMOGRAFISCHE ONTWIKKELINGEN  
VAN HET BIOSCOOPPUBLIEK



## Bezoek bioscopen en filmtheaters 2020

De coronacrisis heeft veel impact gehad op Nederlandse bioscopen en filmtheaters in 2020. Het jaar begon aanvankelijk nog zeer sterk, maar sinds het begin van de crisis in maart 2020 ging het hard achteruit. Ten opzichte van 2019 daalde zowel het bezoek als de recette met 56%<sup>1</sup>. Dat is de grootste daling sinds de Tweede Wereldoorlog<sup>2</sup>. Uiteraard hadden de gedwongen sluitingen door de lockdowns veel invloed op deze daling. In totaal waren Nederlandse bioscopen en filmtheaters in 2020 meer dan 15 weken gesloten voor publiek.

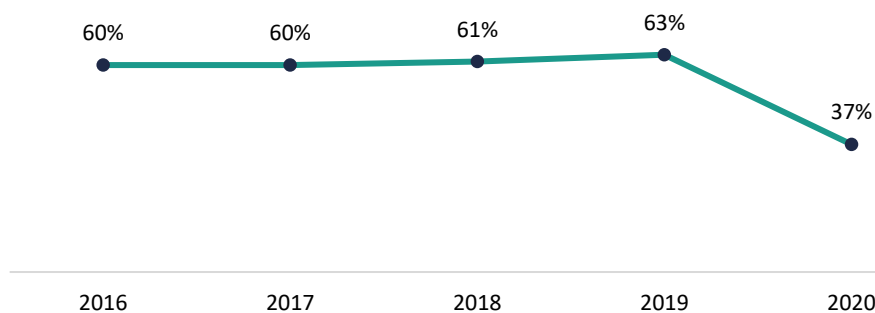
**Tabel 1.** Bezoek en bezoekfrequentie volgens FDN/NVBF

	2019	2020
Aantal bezoeken (mln.)	38,0	16,8
Recette (mln. €)	347,6	151,6
Bevolking (mln.)	17,4	17,5
Bezoekfrequentie per inwoner	2,2	1,0
Gemiddelde ticketprijs	€ 9,14	€ 9,04

### Bereik bioscopen en filmtheaters

De omstandigheden hadden ook grote invloed op het bereik van bioscopen en filmtheaters. Sinds 2016 bezocht meer dan 60% van Nederlanders minimaal één keer per jaar een bioscoop of filmtheater. Dat staat gelijk aan minimaal 10,0 miljoen unieke bezoekers. In 2020 zakte dat bereik naar 37%, een significante daling<sup>3</sup> van 26% ten opzichte van 2019. Het aantal unieke bezoekers kwam daarmee uit op 6,1 miljoen. Het waren met name de (commerciële) bioscopen die minder bezoekers kregen in 2020.

### Ontwikkeling bereik



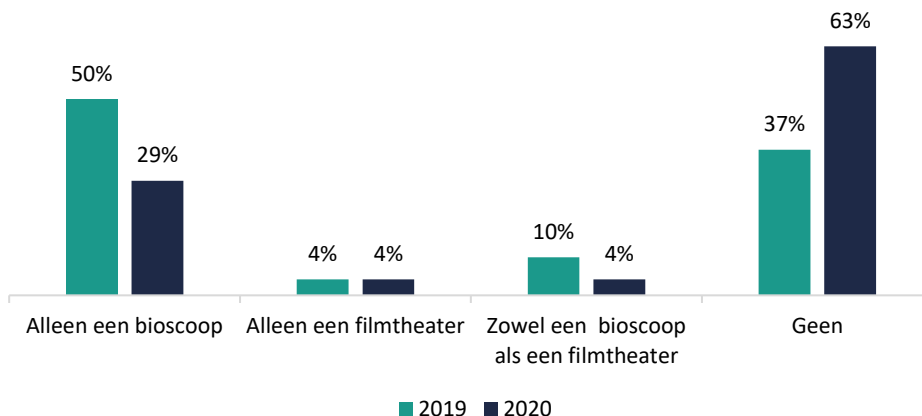
**Figuur 1.** Ontwikkeling bereik afgelopen vijf jaar (leeftijd 6+).

<sup>1</sup> Jaarverslag 2020, NVBF, Amsterdam.

<sup>2</sup> Jaarverslagen 1946-2020, NVBF, Amsterdam.

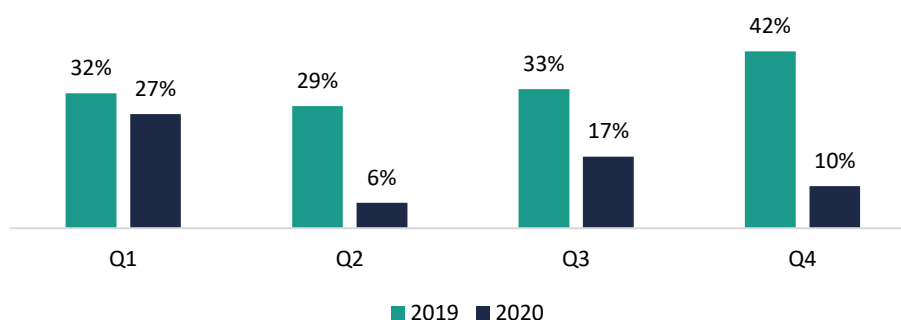
<sup>3</sup> Er wordt gesproken van een (significante) stijging of een daling bij een betrouwbaarheidsniveau van 95%. Lees hier meer over de onderzoeksopzet en methodologie, beschreven in de bijlagen.

## Bezoek naar type vertoner



Figuur 2. Type bioscoop bezocht (leeftijd 6+).

## Bereik per kwartaal



Figuur 3. Bereik per kwartaal (leeftijd 6+).

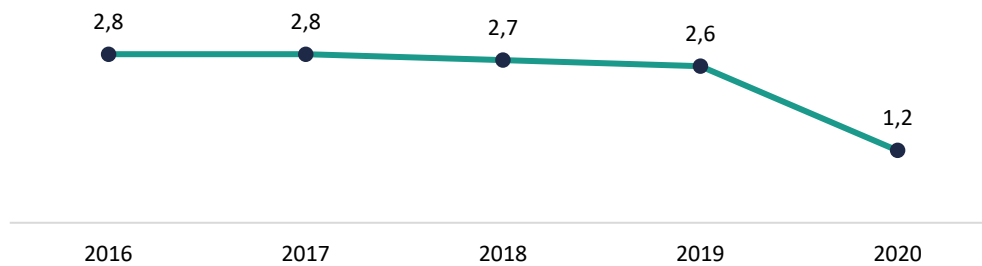
### Gemiddelde frequentie bioscoop- en filmtheaterbezoek

De bezoekfrequentie wordt in algemene termen van de NVBF berekend door het aantal verkochte tickets te delen door het totaal aantal inwoners in Nederland. De bezoekfrequentie per inwoner kwam hiermee voor 2020 uit op 1,0 bezoeken per jaar, meer dan een halvering ten opzichte van 2019 (toen 2,2 bezoeken). In werkelijkheid zal de gemiddelde bezoekfrequentie hoger uitvallen aangezien een deel van de Nederlandse bevolking (baby's en peuters, gedetineerden, kwetsbare ouderen etc.) niet naar een bioscoop gaat of kan gaan. Om deze reden wordt de bezoekfrequentie in dit onderzoek gebaseerd op marktonderzoek. Na ieder kwartaal is gevraagd hoe vaak men naar de bioscoop is geweest. Uit de resultaten bleek dat Nederlanders van zes jaar en ouder gemiddeld 1,2 keer naar een bioscoop of filmtheater zijn geweest in 2020, een groot verschil ten opzichte van 2019 toen men gemiddeld 2,6 keer ging.



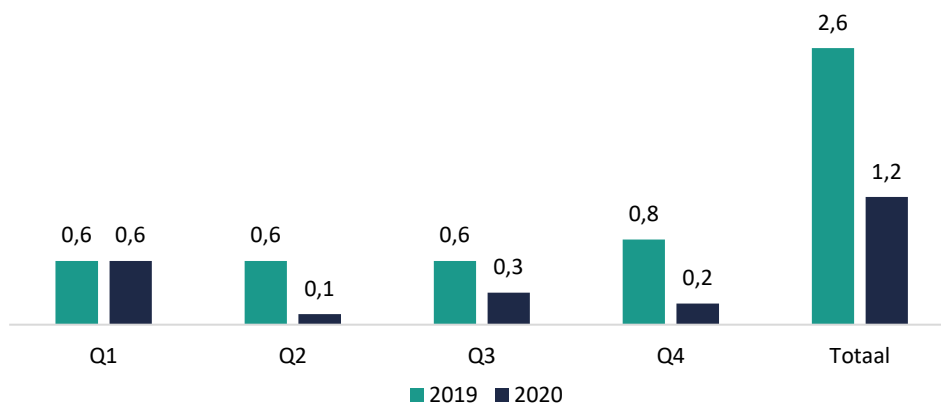
Deze daling in de bezoekfrequentie had ook tot gevolg dat het aandeel incidentele bezoekers (die 1-4 keer per jaar gaan) steeg van 80% naar 90%. Dat ging ten koste van het aandeel regelmatige (5-11 keer per jaar) en frequente bezoekers (maandelijks of vaker).

### Ontwikkeling bezoekfrequentie



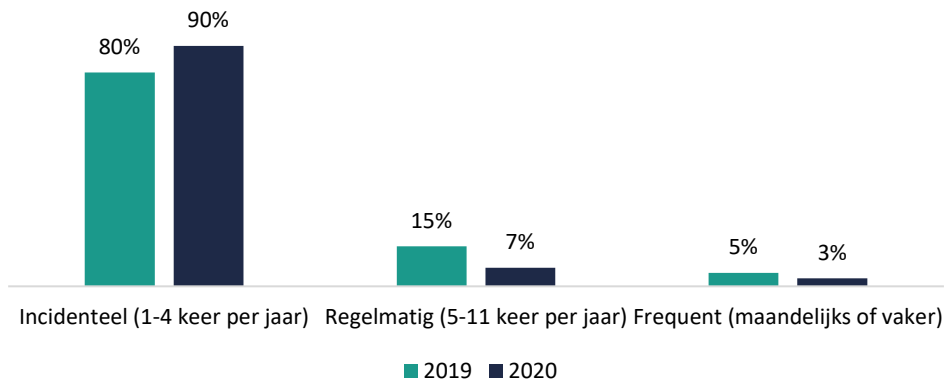
**Figuur 4.** Ontwikkeling bezoekfrequentie afgelopen vijf jaar (leeftijd 6+).

### Bezoekfrequentie per kwartaal



**Figuur 5.** Gemiddelde bezoekfrequentie per kwartaal (leeftijd 6+).

## Verdeling incidentele, regelmatige en frequente bezoekers



Figuur 6. Bezoekers gecategoriseerd naar bezoekfrequentie (leeftijd 6+).

### Intentie tot bezoek tijdens de coronacrisis

Zogezegd was er in 2020 een flinke daling te zien in het bereik en de bezoekfrequentie van Nederlandse bioscopen en filmtheaters. Uiteraard heeft de coronacrisis daar op meerdere manieren een grote rol in gespeeld. Een bioscoopbezoek was niet mogelijk gedurende ruim 15 weken van het jaar en op de momenten dat de bioscopen wel open waren, golden er verschillende maatregelen om verspreiding van het coronavirus te voorkomen. Zo moesten huishoudens anderhalve meter afstand van elkaar houden. Dat betekende ook dat de capaciteit van bioscoopzalen niet volledig benut konden worden. Daar kwam bij dat een groot aantal films (met name afkomstig uit de Verenigde Staten) niet meer uitkwam in 2020. Deze films werden uitgesteld naar 2021 of direct beschikbaar gesteld op Video on demand (VOD). Naast deze ontwikkelingen kunnen er ook nog andere redenen zijn geweest waarom een groot deel van de Nederlanders (de zogenaamde niet-bezoekers) besloot om in 2020 niet naar de bioscoop te gaan. Daarom is hierover een vraag opgenomen in het onderzoek.

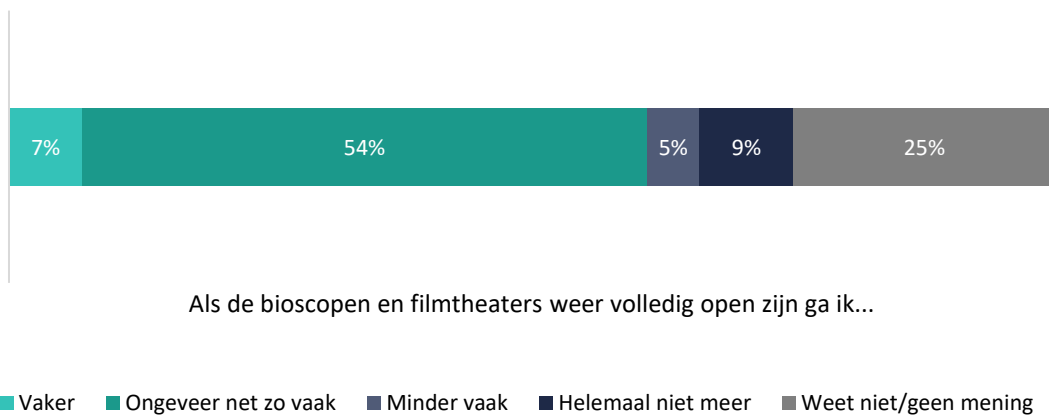
Uit de resultaten bleek dat voor een groot deel van de niet-bezoekers het gevoel van veiligheid een belangrijke rol speelde. Vier op de tien niet-bezoekers (39%) gaf namelijk aan geen bioscoop of filmtheater te hebben bezocht omdat ze er vanwege het coronavirus niet veilig voelden. Daarnaast had 36% van de niet-bezoekers er simpelweg niet bij stilgestaan om een bezoekje te brengen. Een kwart (25%) besloot meer films thuis te kijken.

**Tabel 2. Reden om niet naar de bioscoop te gaan in 2020 (leeftijd 16+)**  
**(Top 10 meest genoemd, meerdere antwoorden mogelijk)**

Wat zijn de voornaamste redenen dat u niet naar de bioscoop bent geweest in 2020?	
Door het coronavirus voel ik me niet veilig in een bioscoop	39%
Ik heb er niet bij stil gestaan om naar de bioscoop te gaan	36%
Ik kijk nu meer films thuis	25%
Er draaien geen (nieuwe) films die mij aanspreken	20%
Ik heb er geen tijd voor gehad	15%
Ik vind het niet leuk om in een vrijwel lege zaal naar een film te kijken	9%
De bioscoopkaartjes zijn te duur	8%
Ik wist niet dat de bioscopen alweer open waren	4%
Het was te mooi weer	4%
Je mag geen eten en drinken meer kopen in de bioscoop	3%

Ook is gevraagd hoe men denkt over een bioscoopbezoek na de coronacrisis. De meerderheid (61%) van de Nederlanders (16+) gaf aan dat ze weer net zo vaak of zelfs vaker naar de film willen gaan als de bioscoop weer volledig open is. Dat aandeel mensen komt overeen met wat het bereik is van bioscopen en filmtheaters in een normaal jaar. Een klein deel (14%) zou dan minder vaak of helemaal niet meer gaan. Een kwart zei het voorlopig nog niet te weten.

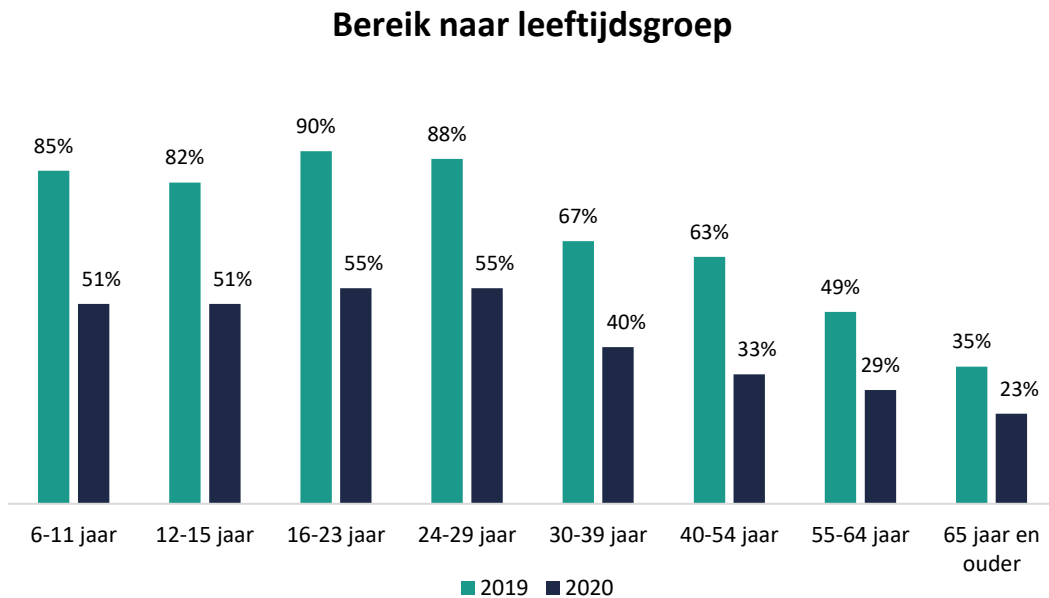
### Bezoekintentie bij volledige heropening



**Figuur 7.** Bezoekintentie bij volledige heropening onder Nederlanders (leeftijd 16+).

## Resultaten naar leeftijdsgroep

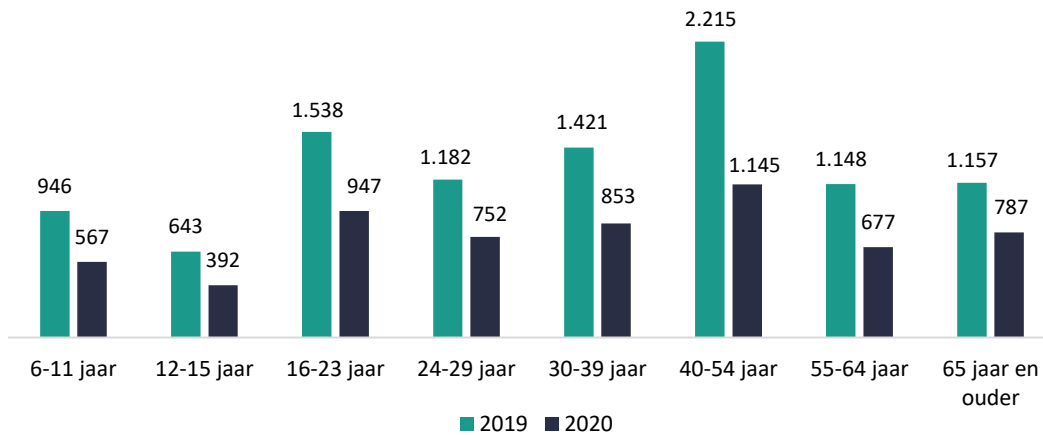
Net als in voorgaande jaren lag het bereik in 2020 het hoogst onder kinderen en jongvolwassenen (6-29 jaar). Opvallend is dat juist onder deze leeftijdsgroepen het bereik sterk daalde. Onder oudere leeftijdsgroepen, en dan met name 65-plussers, was deze daling veel minder sterk.



**Figuur 8.** Bereik bioscopen en filmtheaters naar leeftijdsgroep.

Als het bereik gerelateerd wordt aan de bevolkingsomvang, blijkt dat 40-54-jarigen, net als eerdere jaren, de grootste groep unieke bezoekers vormde in 2020. Dat is geen opvallend resultaat gezien het grote aandeel van deze groep (21%) binnen de totale bevolking. Ook geen opvallend resultaat is dat de gemiddelde leeftijd van een filmtheaterbezoeker (55 jaar) in 2020 nog steeds veel hoger was dan dat van een bezoeker van een (commerciële) bioscoop (35 jaar).

## Aantal unieke bezoekers naar leeftijdsgroep



**Figuur 9.** Aantal unieke bezoekers (x 1.000) naar leeftijdsgroep.

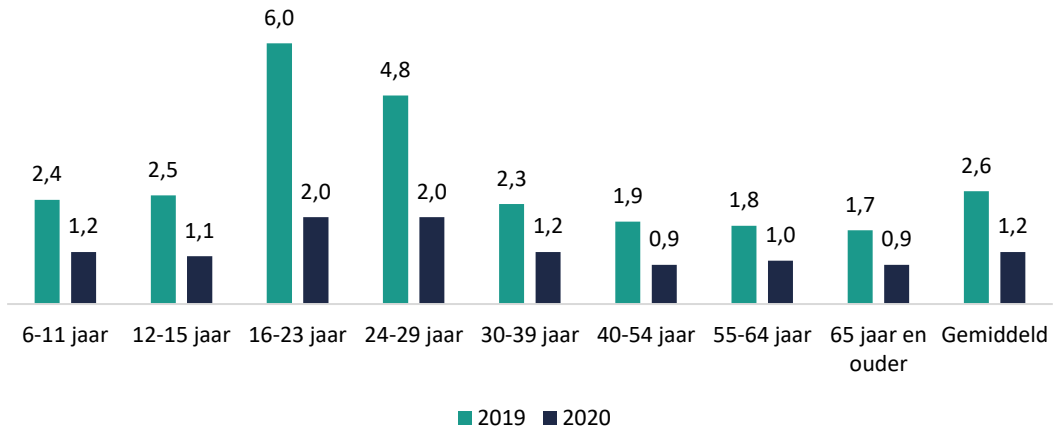
**Tabel 3.** Gemiddelde leeftijd per type bezoeker (leeftijd 6+).

Type bezoeker	2019	2020
Bezoekt alleen bioscopen	35 jaar	35 jaar
Bezoekt alleen filmtheaters	55 jaar	55 jaar
Bezoekt zowel bioscopen als filmtheaters	42 jaar	42 jaar
Heeft geen bioscoop of filmtheater bezocht	55 jaar	48 jaar

Als het gaat om de bezoekfrequentie waren het in 2020, net als in voorgaande jaren, de 16-23 en 24-29-jarigen die het vaakst naar een bioscoop of filmtheater gingen. Net zoals het geval was bij het bereik, is ook bij de bezoekfrequentie juist de grootste daling te zien onder deze jongere leeftijdsgroepen. Met name onder 16-23-jarigen daalde de bezoekfrequentie flink. Waar deze jongeren in 2019 nog gemiddeld 6 keer per jaar naar de bioscoop gingen, was dat in 2020 nog maar 2 keer. De daling had ook een duidelijk effect op de marktaandelen per leeftijdsgroep. Het aandeel van 16-23-jarigen daalde namelijk aanzienlijk, terwijl het marktaandeel van 65-plussers juist steeg.

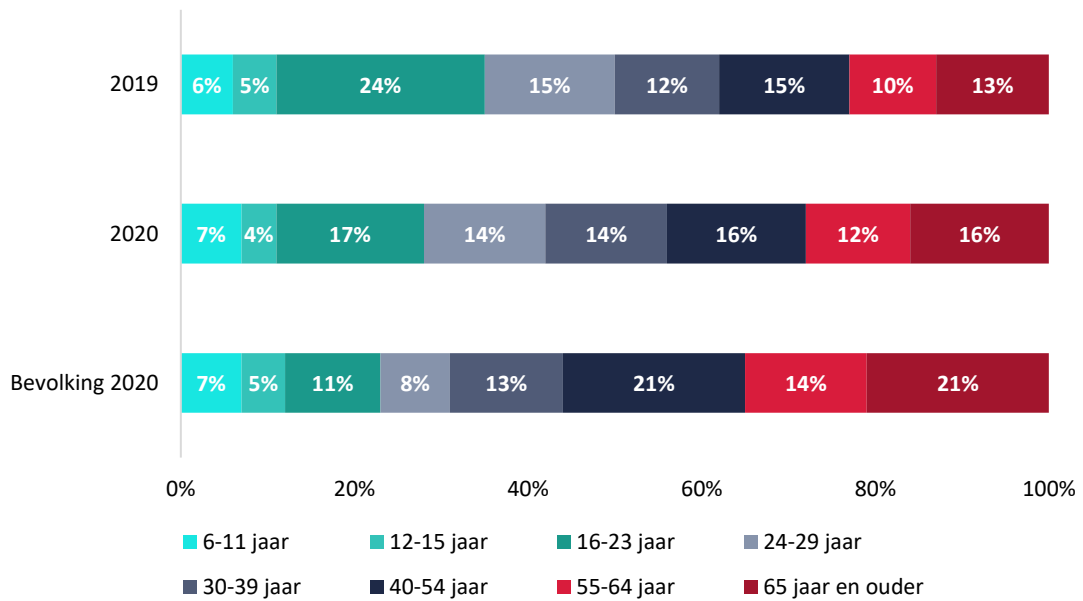
Een mogelijke reden dat het bereik en de bezoekfrequentie met name onder de jonge leeftijdsgroepen hard daalde was de afwezigheid van veel grote Amerikaanse producties (waaronder potentiële blockbusters) tijdens de coronacrisis. Deze categorie films zijn vooral onder jonge leeftijdsgroepen erg populair.

## Bezoekfrequentie naar leeftijdsgroep



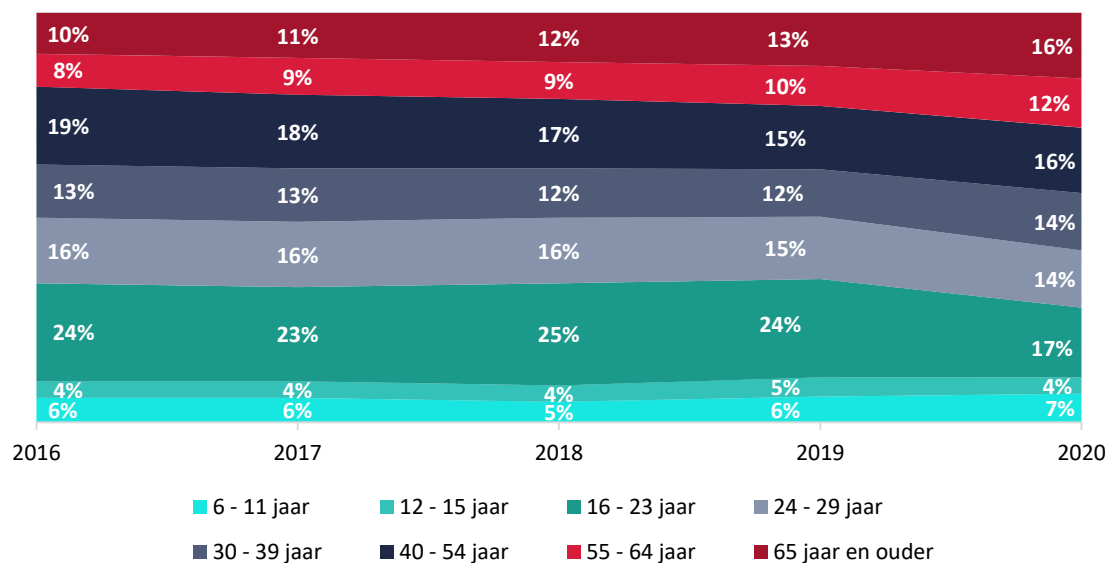
Figuur 10. Gemiddelde bezoekfrequentie naar leeftijdsgroep.

## Marktaandeel naar leeftijdsgroep



Figuur 11. Aandeel in de Nederlandse bevolking en marktaandeel naar leeftijdsgroep.

## Ontwikkeling marktaandeel naar leeftijdsgroep

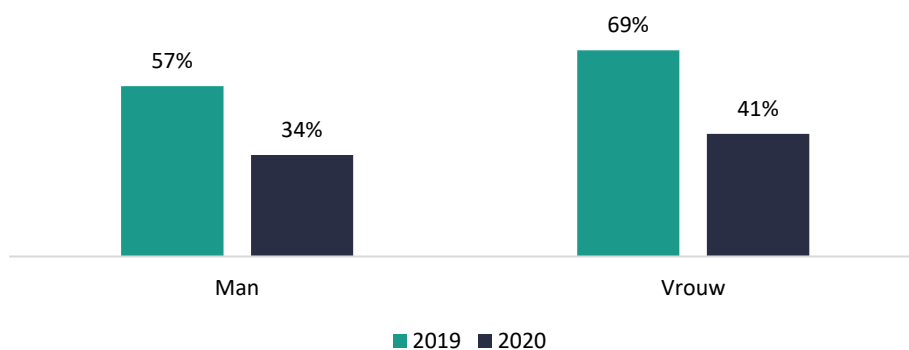


**Figuur 12.** Ontwikkeling marktaandeel naar leeftijdsgroep vanaf 2016.

## Resultaten naar geslacht

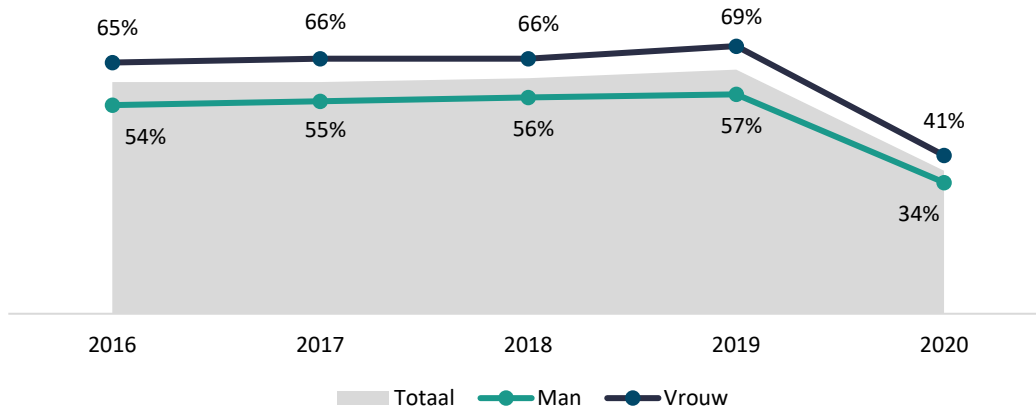
Over het algemeen is een bioscoopbezoek net iets populairder onder vrouwen dan onder mannen. Die trend zag ook in 2020 geen verandering. Uiteraard was er bij beide geslachten een grote daling te zien in het bereik en de bezoekfrequentie, maar de verhouding tussen beide bleef dus grotendeels gelijk.

### Bereik naar geslacht



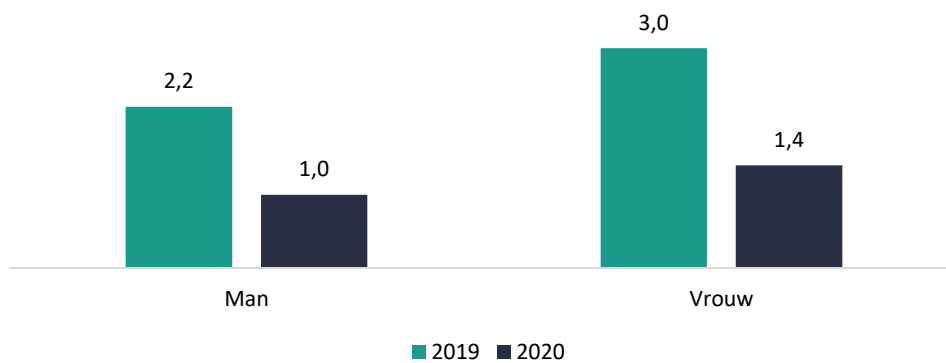
**Figuur 13.** Bereik bioscopen en filmtheaters onder mannen en vrouwen (leeftijd 6+).

## Ontwikkeling bereik naar geslacht



**Figuur 14.** Bereik bioscopen en filmtheaters onder mannen en vrouwen (leeftijd 6+).

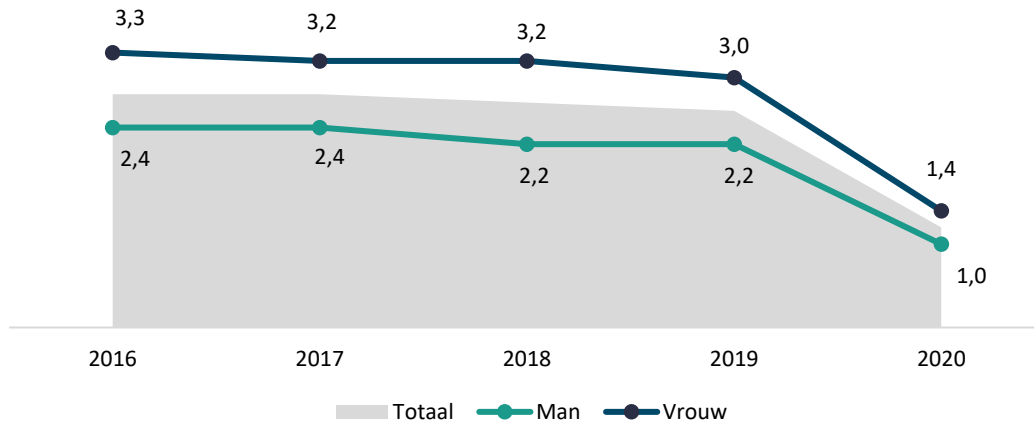
## Bezoekfrequentie naar geslacht



**Figuur 15.** Gemiddelde bezoekfrequentie onder mannen en vrouwen (leeftijd 6+).

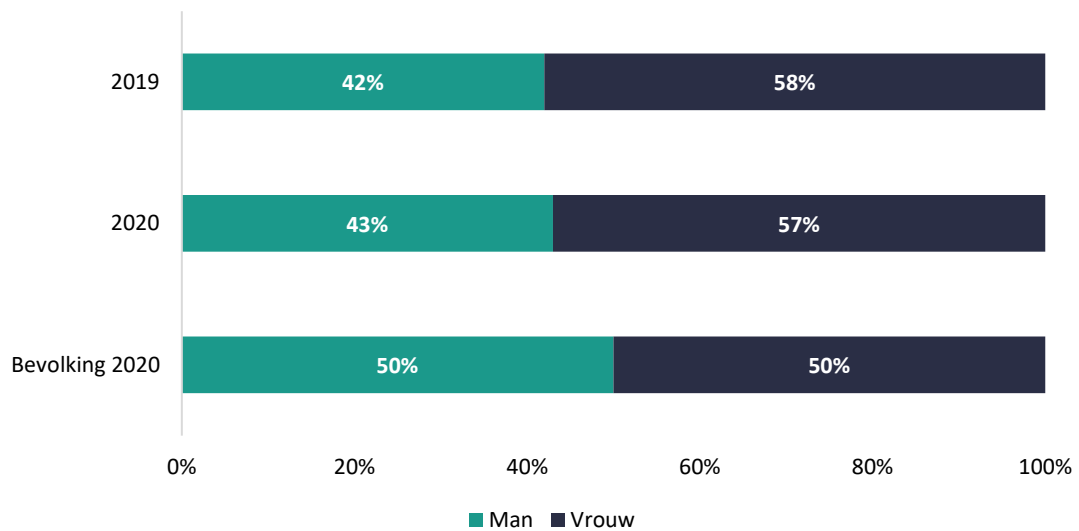


## Ontwikkeling bezoekfrequentie naar geslacht



**Figuur 16.** Gemiddelde bezoekfrequentie onder mannen en vrouwen (leeftijd 6+).

## Marktaandelen per geslacht

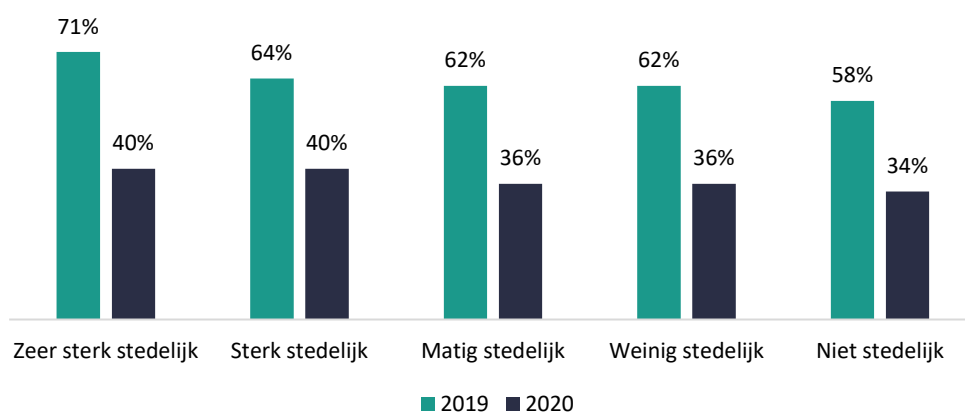


**Figuur 17.** Aandeel in de bevolking en marktaandeel onder mannen en vrouwen (leeftijd 6+).

## Resultaten naar mate van stedelijkheid

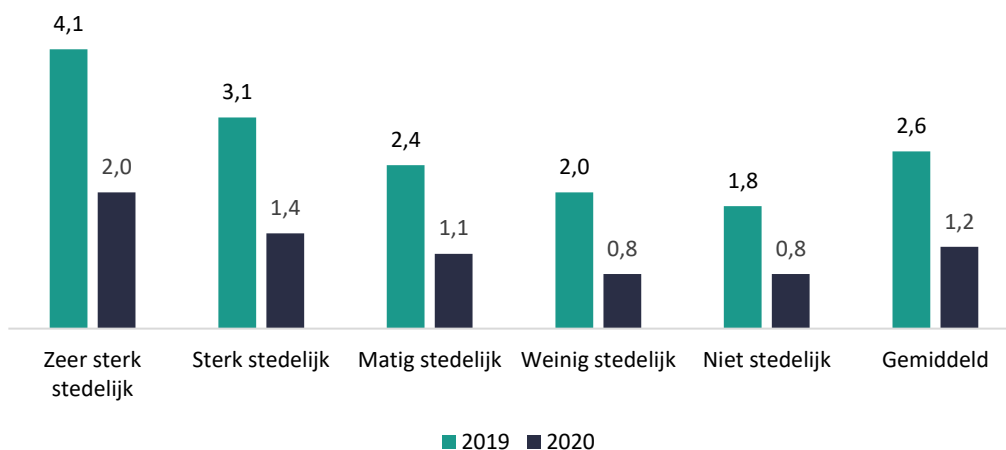
In de relatie tussen stedelijkheid en het bereik van bioscopen gold in de afgelopen jaren over het algemeen de regel: hoe stedelijker het gebied, hoe hoger het bereik. In 2020 zakte dat bereik overall fors, maar opvallend genoeg het meeste in de zeer sterk stedelijke gebieden. Ook de bezoekfrequentie daalde hard, maar de verhouding bleef hier wel grotendeels gelijk, wat wil zeggen dat mensen uit zeer sterk stedelijke gebieden nog steeds het meest naar een bioscoop of filmtheater gingen.

### Bereik naar mate van stedelijkheid



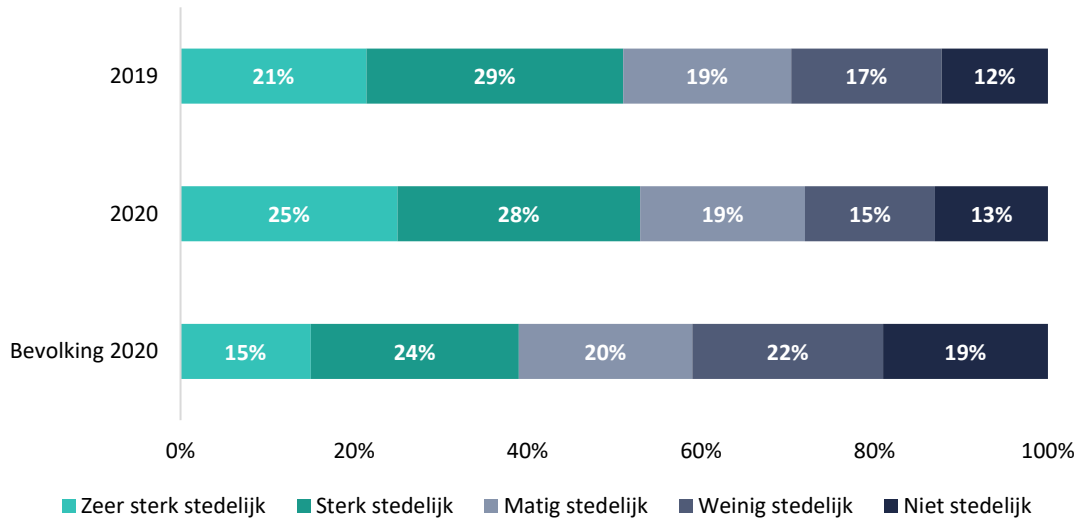
**Figuur 18.** Bereik naar mate van stedelijkheid van de regio (leeftijd 6+).

### Bezoekfrequentie naar mate van stedelijkheid



**Figuur 19.** Gemiddelde bezoekfrequentie naar mate van stedelijkheid van een regio (leeftijd 6+).

## Marktaandeel naar mate van stedelijkheid

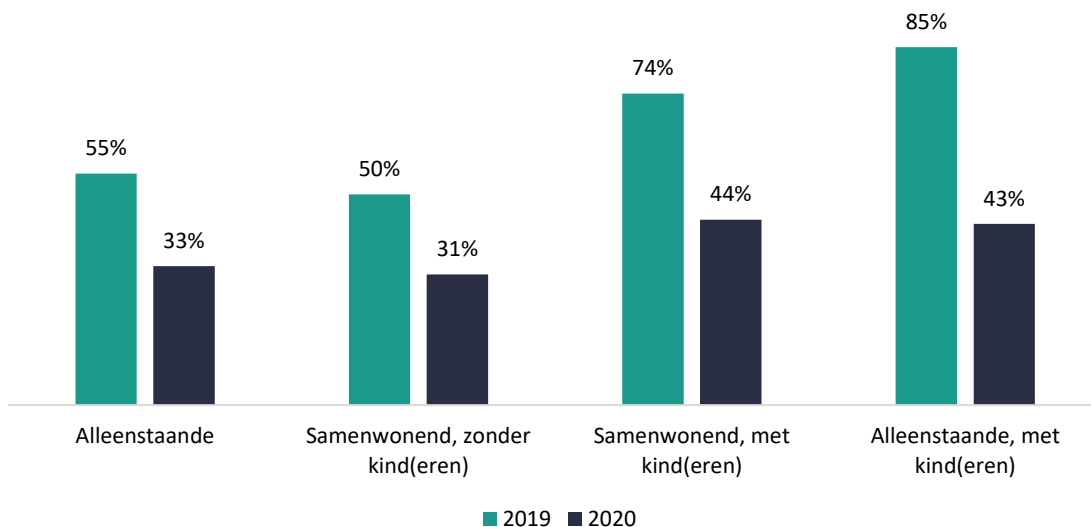


**Figuur 20.** Aandeel in de bevolking en marktaandeel naar mate van stedelijkheid (leeftijd 6+).

## Resultaten naar type huishouden

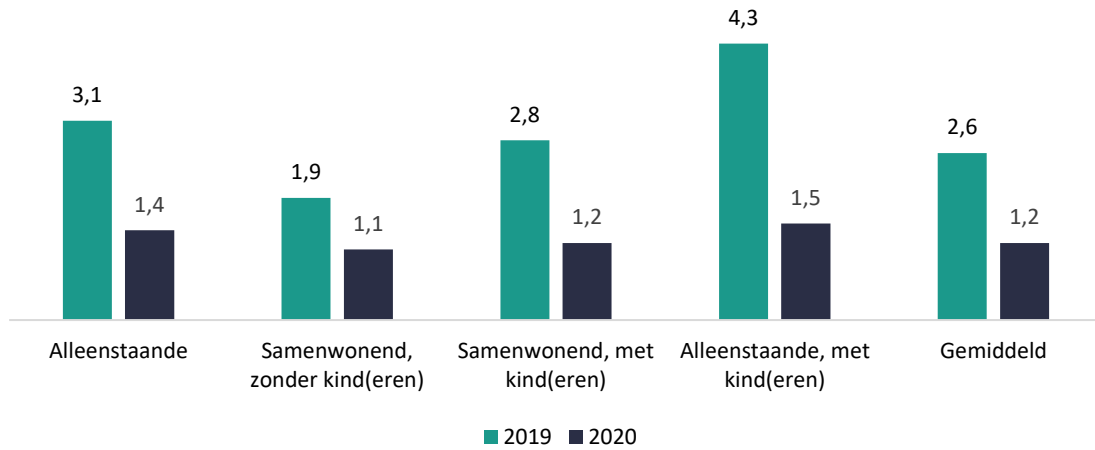
Als gekeken wordt naar het bereik in relatie tot het type huishouden, valt op dat met name gezinnen en alleenstaanden met kinderen minder vaak naar een bioscoop of filmtheater gingen in 2020. Uiteraard daalde het bereik ook onder huishoudens zonder kinderen, maar dat was wel in mindere mate. Ook de bezoekfrequentie daalde het hardst onder huishoudens met kinderen. Dat betekent ook dat hun marktaandeel in 2020 afnam ten gunste van huishoudens zonder kinderen.

## Bereik naar type huishouden



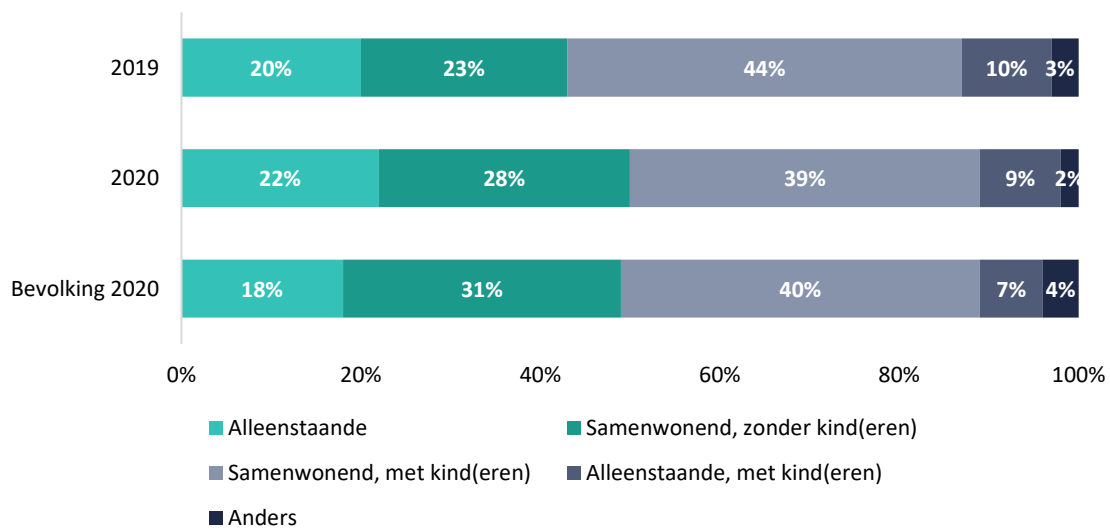
**Figuur 21.** Bereik naar type huishouden (leeftijd 6+).

## Bezoekfrequentie naar type huishouden



**Figuur 22.** Gemiddelde bezoekfrequentie naar type huishouden (leeftijd 6+).

## Marktaandeel naar type huishouden



**Figuur 23.** Aandeel in de bevolking en marktaandeel naar type huishouden (leeftijd 6+).

## Resultaten naar inkomen

Mensen uit de hoogste inkomensgroep (vanaf netto €2600,- per maand) werden in 2020 wederom het best bereikt. Opvallend is dat het bereik in 2020 het minst gedaald lijkt te zijn onder de laagste

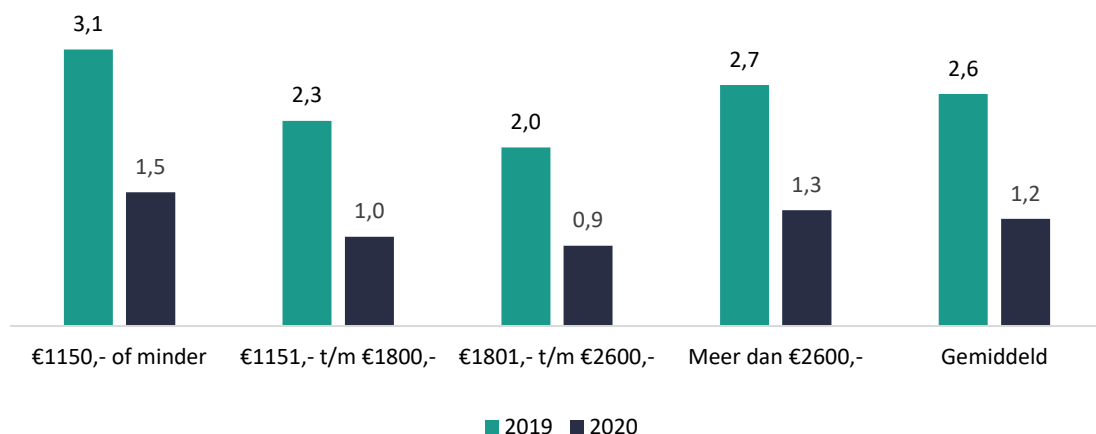
inkomensgroep (€ 1150,- of minder), al kan dat niet met zekerheid gezegd worden<sup>4</sup>. Het bereik van deze groep lag in 2020 zelfs bijna op een gelijk niveau met de hoogste inkomensgroep. Qua bezoekfrequentie zijn er minder verschillen te zien tussen de inkomensgroepen. Bij allen werd de bioscoop in 2020 ongeveer de helft minder vaak bezocht dan in 2019.

### Bereik naar maandinkomen huishouden



**Figuur 24.** Bereik naar netto maandinkomen van het huishouden (leeftijd 6+).

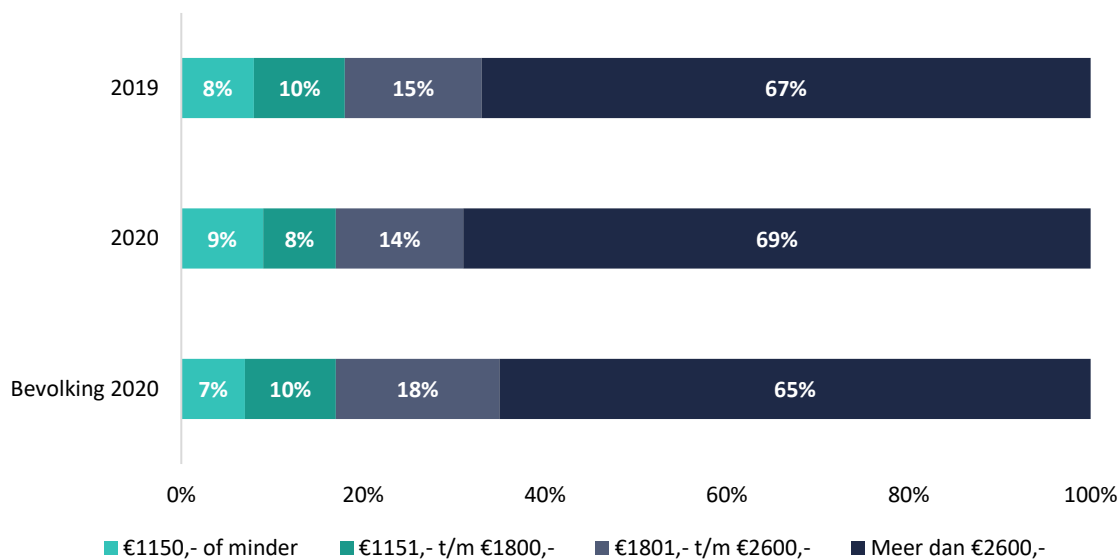
### Bezoekfrequentie naar maandinkomen huishouden



**Figuur 25.** Gemiddelde bezoekfrequentie naar netto maandinkomen van het huishouden (leeftijd 6+).

<sup>4</sup> Het verschil is significant met een betrouwbaarheidsniveau van 90%. Zie ook de onderzoeksopzet en methodologie in de bijlagen.

## Marktaandeel naar inkomen huishouden

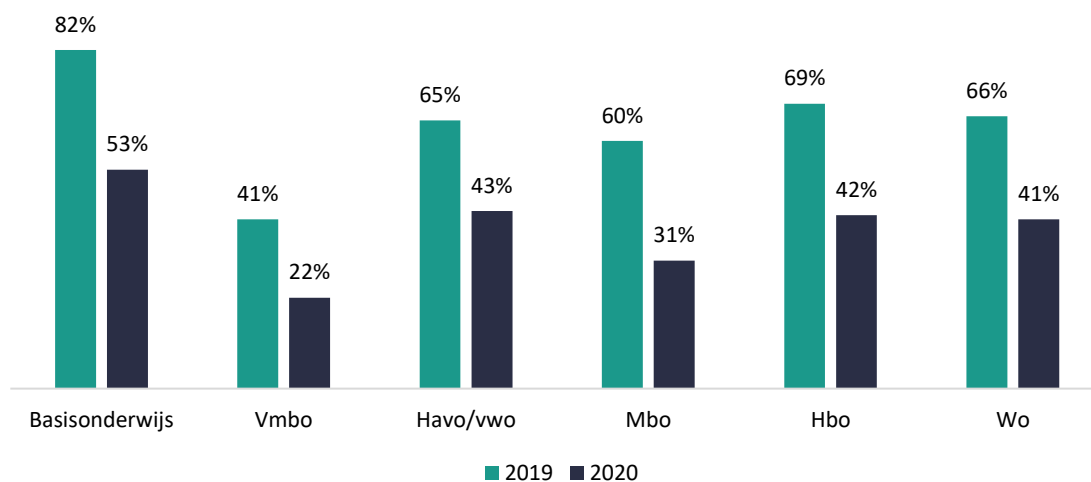


**Figuur 26.** Aandeel in bevolking en marktaandeel naar netto maandinkomen van het huishouden (leeftijd 6+).

## Resultaten naar opleidingsniveau

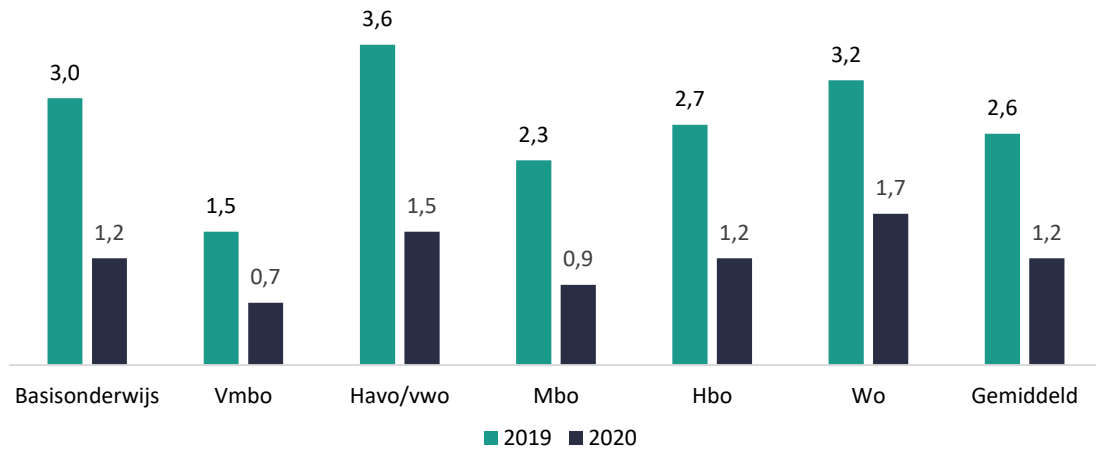
Net als eerdere jaren lag het bereik in 2020 het hoogst onder het opleidingsniveau basisonderwijs en het laagst onder het Vmbo. Echter, ten opzichte van 2019 daalde het bereik in 2020 wel het hardst onder het basisonderwijs, samen met het Mbo. Onder het Vmbo was de daling juist het kleinst. De bezoekfrequentie daalde onder alle opleidingsniveau aanzienlijk, maar het minst hard onder Wo. Dat is ook terug te zien in de marktaandelen, die stegen onder het Wo.

## Bereik naar opleidingsniveau



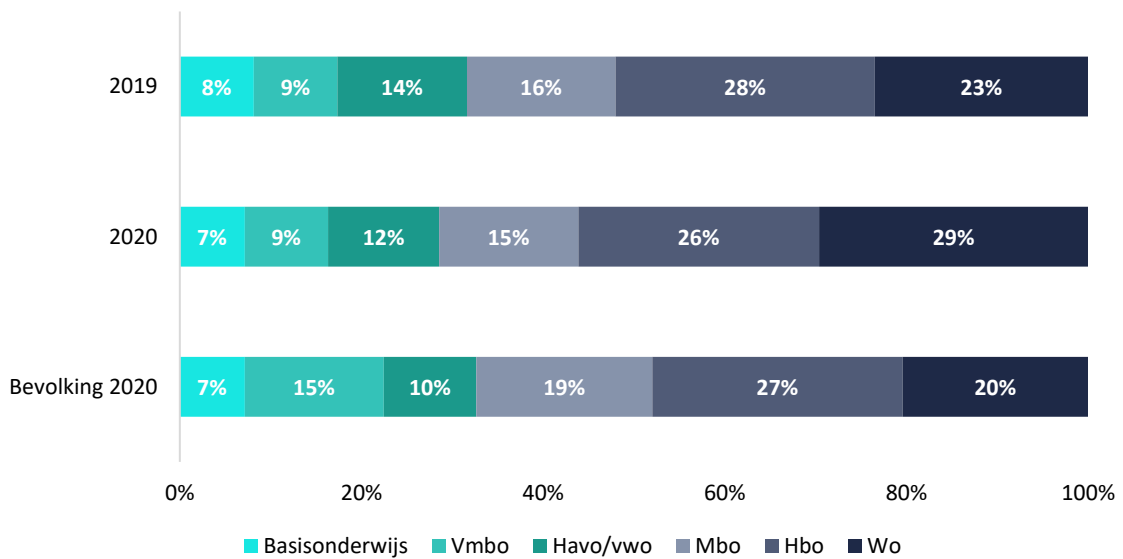
**Figuur 27.** Bereik naar opleidingsniveau (leeftijd 6+).

## Bezoekfrequentie naar opleidingsniveau



**Figuur 28.** Gemiddelde bezoekfrequentie naar opleidingsniveau (leeftijd 6+).

## Marktaandeel naar opleidingsniveau

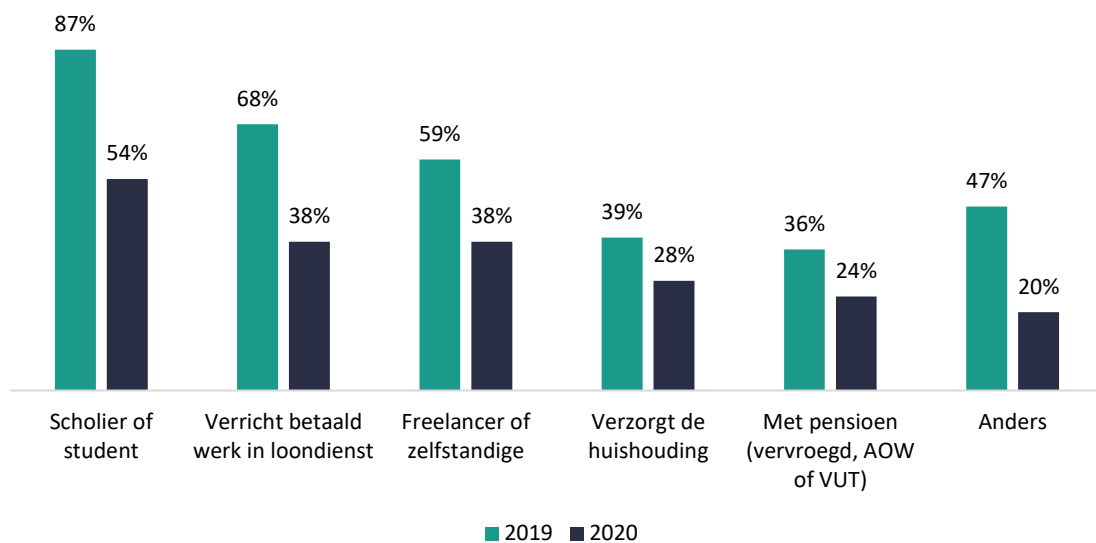


**Figuur 29.** Aandeel in de bevolking en marktaandeel naar opleidingsniveau (leeftijd 6+).

## Resultaten naar belangrijkste dagelijkse bezigheid

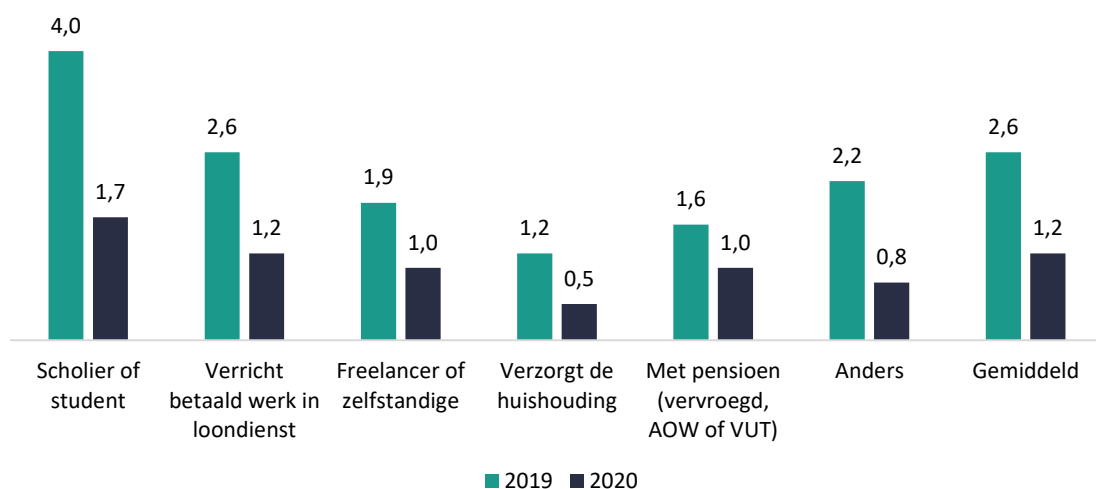
In de relatie tot het bereik en dagelijkse bezigheid is heel goed te zien dat het bereik in 2020 het meest daalde onder scholieren en studenten, terwijl het bereik onder andere groepen zoals gepensioneerden minder hard daalde. In de bezoekfrequentie zijn de verschillen vergelijkbaar. Vooral scholieren en studenten en scholieren gingen minder vaak naar de bioscoop, bij gepensioneerden was de daling in frequentie minder groot. Dat is ook goed terug te zien in de marktaandeelen. Dat is een enigszins opvallend resultaat gezien gepensioneerden een grotere risicogroep vormen in relatie tot corona.

### Bereik naar belangrijkste dagelijkse bezigheid



**Figuur 30.** Bereik naar belangrijkste dagelijkse bezigheid (leeftijd 6+).

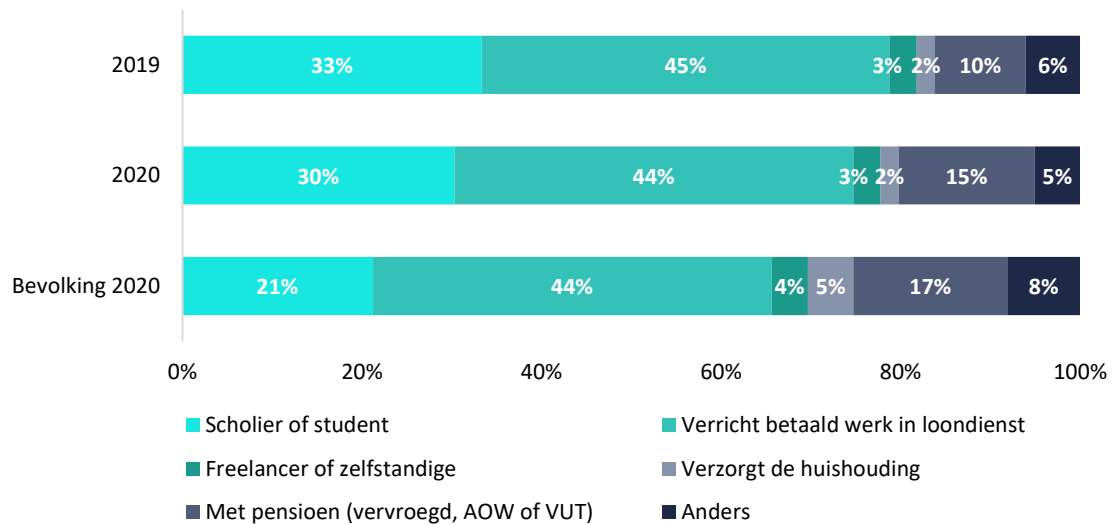
### Bezoekfrequentie naar belangrijkste dagelijkse bezigheid



**Figuur 31.** Gemiddelde bezoekfrequentie naar belangrijkste dagelijkse bezigheid (leeftijd 6+).



## Marktaandeel naar belangrijkste dagelijkse bezigheid

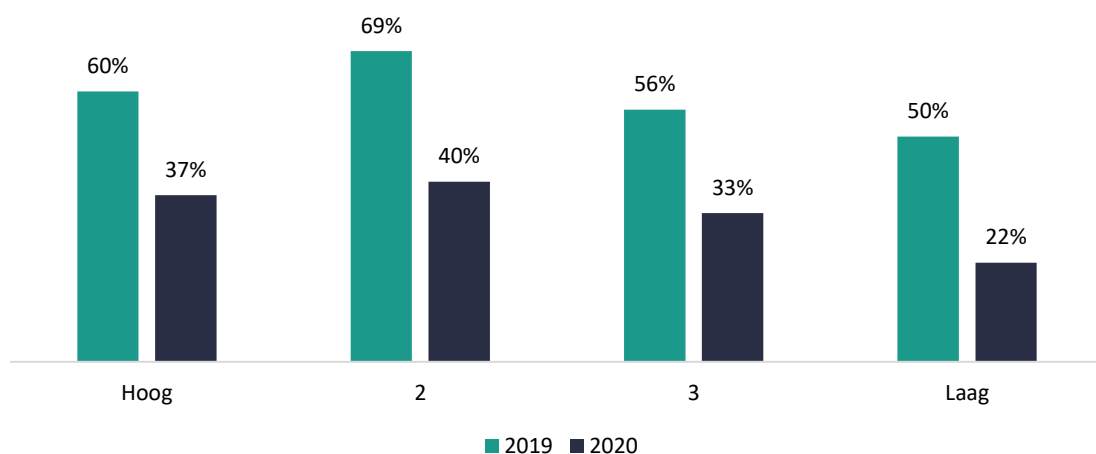


**Figuur 32.** Aandeel in de bevolking en marktaandeel naar belangrijkste dagelijkse bezigheid (leeftijd 6+).

## Resultaten naar sociale klasse

Op basis van sociale klasse<sup>5</sup> zijn er geen hele grote verschillen te zien in de ontwikkeling van het bereik en de bezoekfrequentie behalve dat ze onder alle klassen flink gedaald zijn.

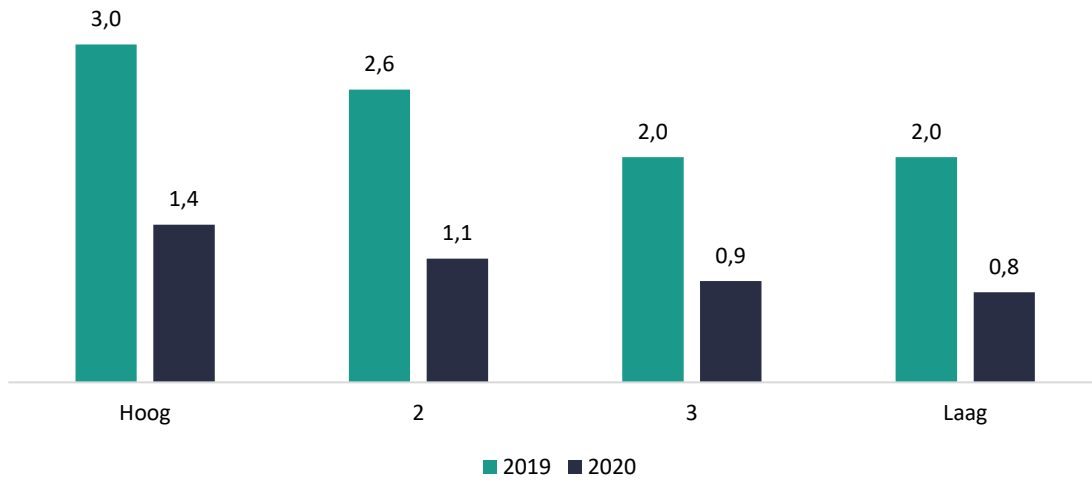
### Bereik naar sociale klasse



**Figuur 33.** Bereik naar sociale klasse (leeftijd 6+).

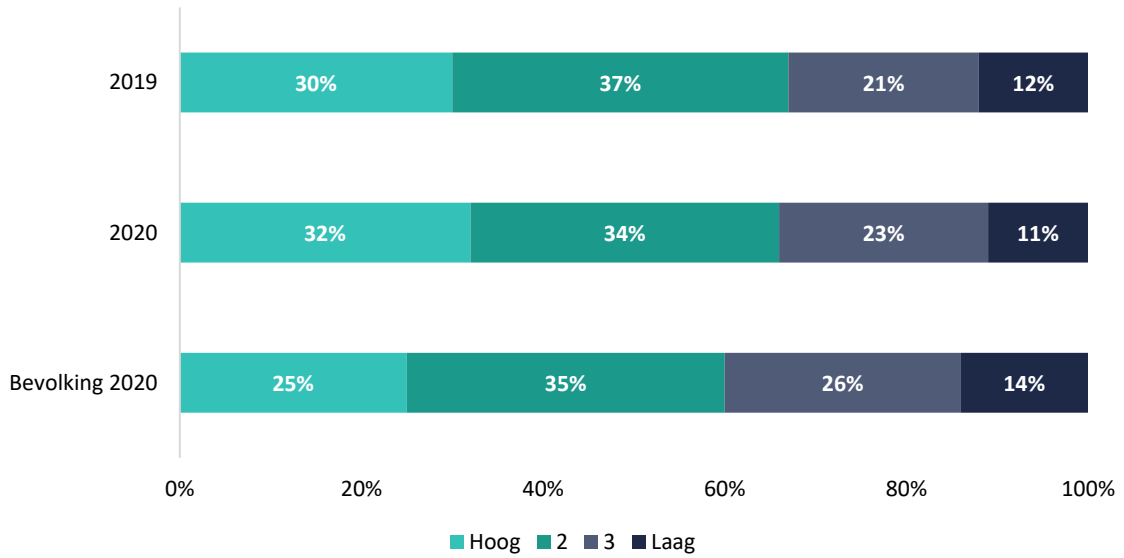
<sup>5</sup> Een onderverdeling van groepen mensen met een vergelijkbare economische positie.

### Bezoekfrequentie naar sociale klasse



**Figuur 34.** Gemiddelde bezoekfrequentie naar sociale klasse (leeftijd 6+).

### Marktaandeel naar sociale klasse



**Figuur 35.** Aandeel in de bevolking en marktaandeel naar sociale klasse (leeftijd 6+).

## Hoofdlijnen

---

- In veel opzichten had de coronacrisis grote invloed op het bioscoopbezoek in 2020. Om verschillende redenen waaronder gedwongen sluitingen, beperkte zaalcapaciteit vanwege de anderhalvemeterregel en een beperkter filmaanbod zakte het bioscoopbezoek met 56%. Maar ook een beperkt gevoel van veiligheid weerhield een aanzienlijk aandeel mensen ervan om een bioscoop of filmtheater te bezoeken.
- Een groot aandeel mensen (61%) is wel weer van plan om weer naar de bioscoop te gaan bij een volledige heropening.
- Het bereik van bioscopen en filmtheaters zakte van 63% in 2019 naar 37% in 2020. Met name (commerciële) bioscopen zagen een grote daling in het bereik ten opzichte van 2019.
- De gemiddelde bezoekfrequentie kwam in 2020 uit op 1,2, meer dan een halvering in vergelijking tot 2019 (toen: 2,6).
- Bioscopen en filmtheaters waren in 2020 wederom het populairst onder 16-23 en 24-29-jarigen, maar hun bereik en bezoekfrequentie liet wel de grootste daling zien in 2020 ten opzichte van andere leeftijdsgroepen. Een mogelijke verklaring hiervoor was de afwezigheid van grote Amerikaanse producties tijdens de coronacrisis.
- Het bereik en de bezoekfrequentie zakte het minst onder 65-plussers, waardoor hun marktaandeel ook groter werd. Een opvallend resultaat gezien ouderen het meest kwetsbaar zijn in relatie tot het coronavirus.
- Bioscopen en filmtheaters bleven ook in 2020 populairder onder vrouwen dan onder mannen, ondanks een sterke daling in bereik en bezoekfrequentie onder zowel mannen als vrouwen.
- Verder viel op dat met name huishoudens met kinderen in 2020 en scholieren en studenten de bioscoop minder bezochten in 2020 ten opzichte van eerdere jaren en dat dat qua stedelijkheid het bereik het sterkst daalde in zeer sterk stedelijke gebieden.

# HET BEZOEK AAN FILMTHEATERS

---

DEMOGRAFISCHE KENMERKEN  
VAN HET FILMTHEATERPUBLIEK



## Bezoek filmtheaters 2020

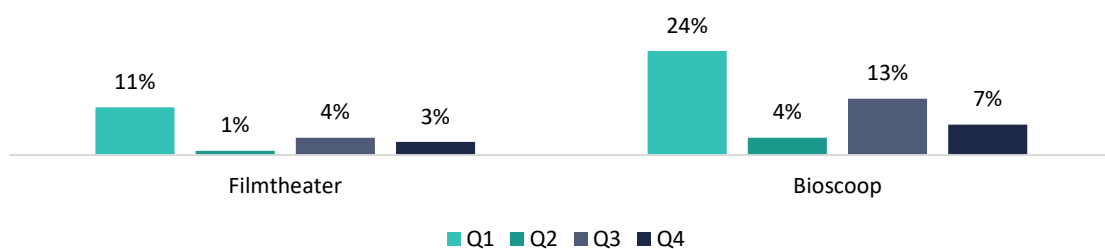
De Nederlandse filmtheaters hadden het in 2020 ook zwaar te verduren. Het aantal verkochte tickets daalde met 44%, de recette met 42%. Die dalingen waren nog wel lager ten opzichte van de totale markt (-56%). Hierdoor steeg het marktaandeel van filmtheaters in 2020 in zowel het bezoek als de recette.

**Tabel 4.** Bezoek en recette filmtheaters volgens FDN/NVBF.

	2019	2020
Aantal bezoeken (mln.)	3,2	1,8
% van totale bezoek	8,5	11
Bruto recette (mln. €)	26,0	15,1
% van totale recette	7,5	10,0

Het bereik van filmtheaters zag uiteraard ook een daling. In 2020 bezocht 8% van de Nederlandse bevolking (leeftijd 6+) minimaal eenmaal een filmtheater. Dit zijn ruim 1,3 miljoen unieke filmtheaterbezoekers. Van deze mensen bezocht een aanzienlijk aandeel ook (commerciële) bioscopen. In 2019 lag het bereik nog op 14%. Filmtheaterbezoekers (leeftijd 16+)<sup>6</sup> waren ook in 2020 over het algemeen frequentere bezoekers dan de totale groep bioscoopbezoekers.

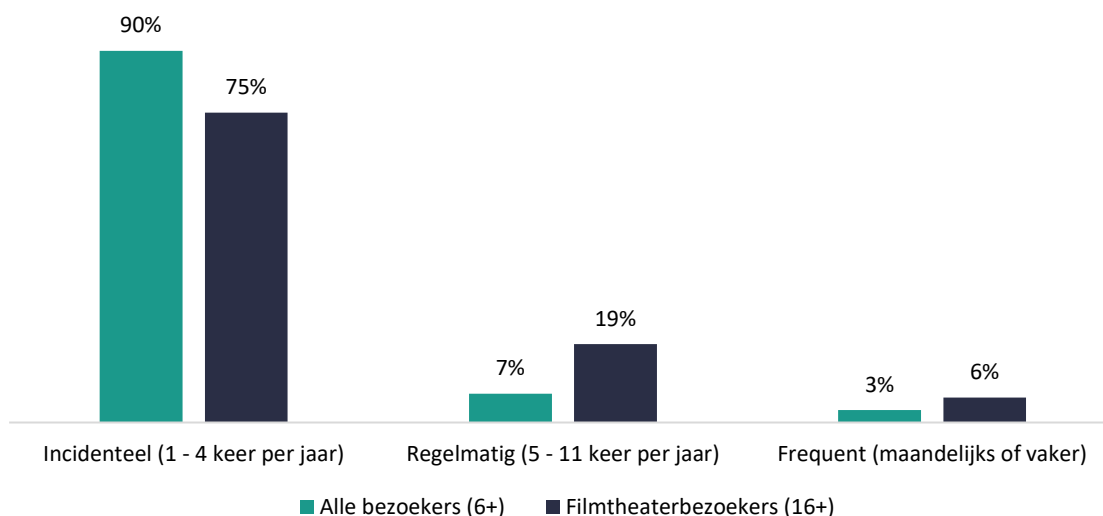
### Bereik per type vertoner



**Figuur 36.** Bereik per kwartaal onderverdeeld naar type vertoner (leeftijd 16+).

<sup>6</sup> Een deel van de vragen over filmtheaterbezoek (waaronder de bezoekfrequentie) zijn niet gesteld aan respondenten jonger dan 16 jaar. Onder elke grafiek staat vermeld of de desbetreffende vraag wel of niet aan hen is voorgelegd.

## Bezoekfrequentie filmtheaterbezoekers versus alle bezoekers



**Figuur 37.** Type bezoeker ingedeeld naar bezoekfrequentie in 2020.

### Resultaten naar leeftijdsgroep

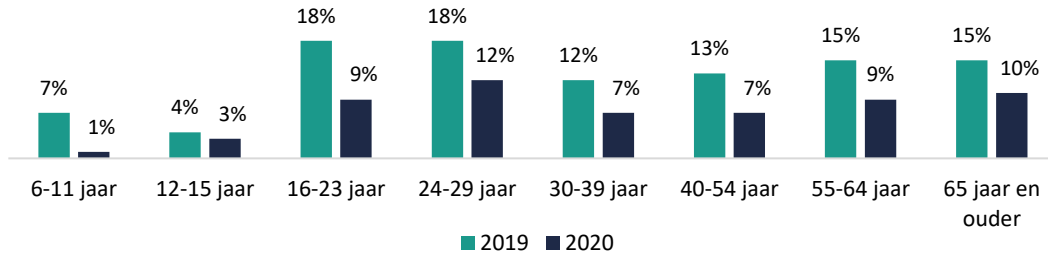
---

Als gekeken wordt naar verschillende leeftijdsgroepen binnen de filmtheaterbezoekers valt een aantal dingen op. Relatief gezien trokken filmtheaters in 2020 aanzienlijk meer 65-plussers dan de totale bioscoopsector. Dat is geen verandering ten opzichte van eerdere jaren. Echter, de stijgende trend van het marktaandeel van 65-plussers uit eerdere jaren zag geen verdere groei in 2020. Uiteraard heeft de coronacrisis een groot aandeel gehad in deze trendbreuk. Kijkend naar het bereik valt op dat onder alle leeftijdsgroepen een daling te zien was in 2020, al kan dit gezien de kleine steekproef niet met zekerheid gezegd worden<sup>7</sup>.

---

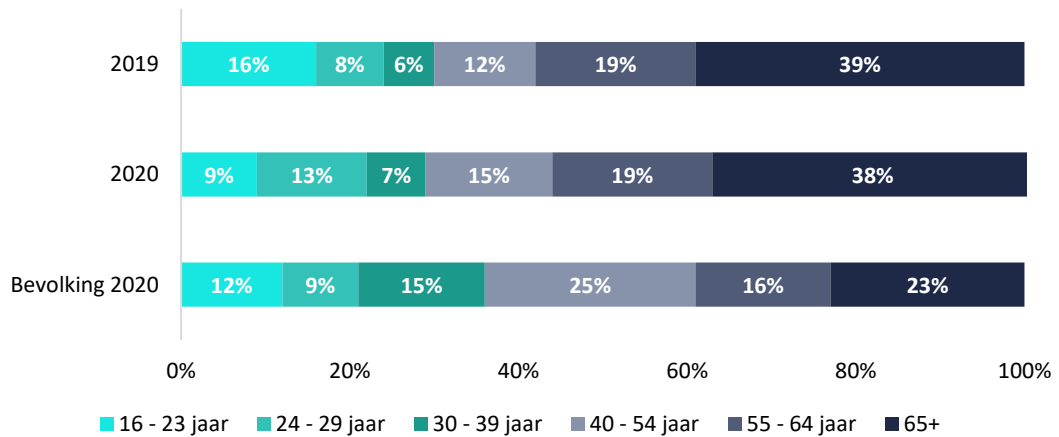
<sup>7</sup> Binnen de groep filmtheaterbezoekers vormen de verschillende leeftijdsgroepen kleine steekproeven, waardoor er niet gesproken kan worden van een significant verschil met een betrouwbaarheidsniveau van 95%. Deze resultaten dienen daarom vooral als indicatie.

## Bereik filmtheaters naar leeftijdsgroep



Figuur 38. Bereik filmtheaters naar leeftijdsgroep (leeftijd 6+).

## Marktaandeel naar leeftijdsgroep

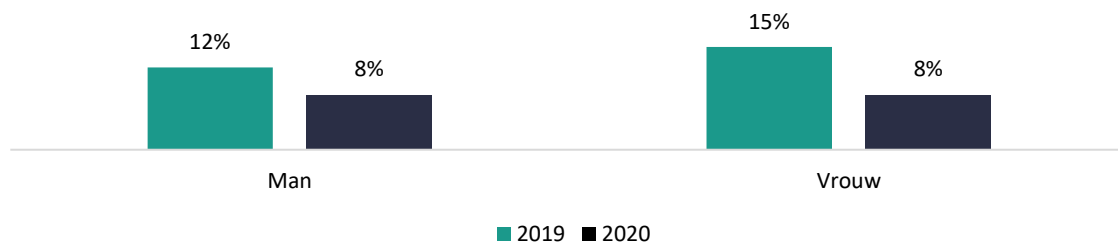


Figuur 39. Aandeel in de bevolking en marktaandeel naar leeftijdsgroep.

## Resultaten naar geslacht

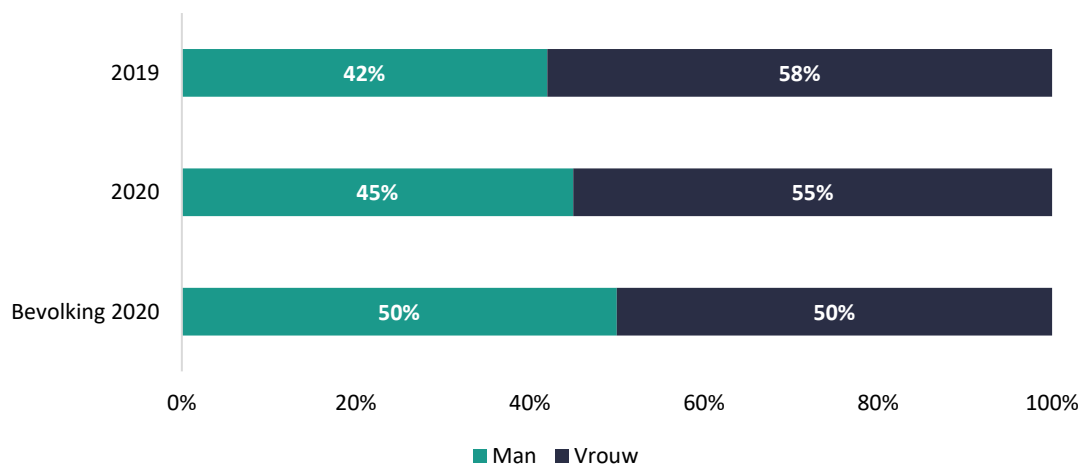
Het bereik van filmtheaters leek in 2020 een sterkere daling te laten zien onder vrouwen dan onder mannen, maar gezien de kleine steekproef kunnen we niet spreken van een significant verschil<sup>8</sup>. Het marktaandeel van mannen steeg in 2020 licht.

### Bereik filmtheaters naar leeftijdsgroep



**Figuur 40.** Bereik filmtheaters naar geslacht (leeftijd 6+).

### Marktaandeel naar geslacht



**Figuur 41.** Aandeel in de bevolking en marktaandeel filmtheaters naar geslacht (leeftijd 16+).

<sup>8</sup> Er wordt gesproken van een (significante) stijging of een daling bij een betrouwbaarheidsniveau van 95%. Lees hier meer over de onderzoekopzet en methodologie, beschreven in de bijlagen.



## Profiel filmtheaterbezoeker

---

In vergelijking met eerdere jaren zijn er geen grote veranderingen te zien in het profiel van een filmtheaterbezoeker. Dat betekent dat filmtheaterbezoekers in vergelijking tot alle bioscoopbezoekers gemiddeld ouder zijn (55 versus 35 jaar) en hoger opgeleid. Daarnaast gaan ze frequenter naar de film.

## Hoofdpijnen

---

- Evenals het totale bezoek daalde ook het bezoek aan filmtheaters in 2020, maar wel in minder mate (-44%). Hierdoor steeg het marktaandeel van filmtheaters zowel in bezoek als recette.
- In 2020 bezocht 8% van de Nederlandse bevolking van zes jaar en ouder een filmtheater, wat ruim 1,3 miljoen unieke filmtheaterbezoekers zijn. In 2019 lag dat bereik nog op 14%.
- Over het algemeen zijn bezoekers van filmtheaters vaker hoger opgeleid en ouder dan de totale groep bezoekers. Daarnaast gaan ze relatief gezien vaker naar de film.
- De stijgende trend van het marktaandeel van 65-plussers in de afgelopen jaren zag geen verdere groei in 2020.

# HET BEZOEK AAN NEDERLANDSE FILMS

---

DEMOGRAFISCHE KENMERKEN  
VAN HET PUBLIEK VAN DE  
NEDERLANDSE FILM



## Bezoek Nederlandse films 2020

In 2020 werden er 3,6 miljoen tickets verkocht voor Nederlandse films, een daling van 20% ten opzichte van 2019. Het bezoek aan Nederlandse films begon in het begin van het jaar zeer sterk en ook na de heropening van de bioscopen en filmtheaters in juni waren Nederlandse films populair. Dat veel buitenlandse, en dan met name grote Amerikaanse producties, niet werden uitgebracht in 2020 speelde daarin natuurlijk wel een grote rol. Het totale aanbod aan films was hierdoor kleiner. Later in het jaar zagen ook de Nederlandse films een terugval in bezoek. Daarnaast werden er ook in Nederland over het gehele jaar een stuk minder films uitgebracht dan in 2019. Het marktaandeel in het bezoek van Nederlandse films kwam uiteindelijk op 22% uit, wat velen malen hoger was dan in 2019 (12%).

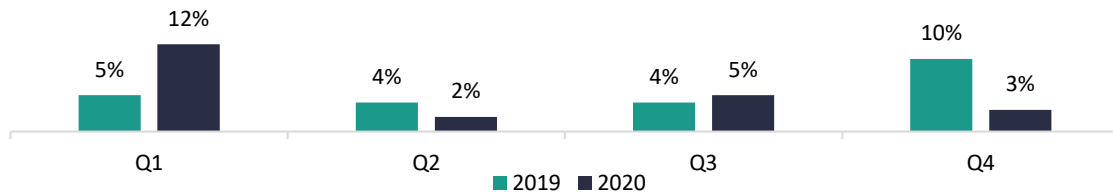
**Tabel 5.** Bezoek en recette Nederlandse films volgens FDN/NVBF.

	2019	2020
Aantal bezoeken (mln.)	4,5	3,6
% van totale bezoek	11,8	21,7
Bruto recette (mln. €)	38,0	31,8
% van totale recette	10,9	21,0
Aantal nieuw uitgebrachte films	75	43
Aantal Gouden films (> 100.000 bezoeken)	14	9
Waarvan aantal Platina films (> 400.000 bezoeken)	2	1
Waarvan aantal Diamanten films (> miljoen bezoeken)	0	0

Het bereik van Nederlandse films kwam in 2020 uit op 14% (leeftijd 6+). Dat betekent dat 2,2 miljoen Nederlanders minstens eenmaal een Nederlandse film in een bioscoop of filmtheater bezochten. Normaliter ligt het bereik van Nederlandse films het hoogst in het vierde kwartaal van het jaar. In 2020 was dat niet geval. In dit jaar bezochten verreweg de meeste mensen (leeftijd 16+<sup>9</sup>) een film in het eerste kwartaal. Zeker geen opvallend resultaat, gezien dit de enige periode was waarin er nog geen sprake was van de coronacrisis. Dat was echter niet de enige reden. Er werd in die periode ook een aantal zeer populaire films vertoond, waaronder DE BEENTJES VAN SINT-HILDEGARD.

<sup>9</sup> Een deel van de vragen over het bezoek aan Nederlandse films (waaronder de bezoekfrequentie) zijn niet gesteld aan respondenten jonger dan 16 jaar. Onder elke grafiek staat vermeld of de desbetreffende vraag wel of niet aan hen is voorgelegd.

## Bereik Nederlandse films

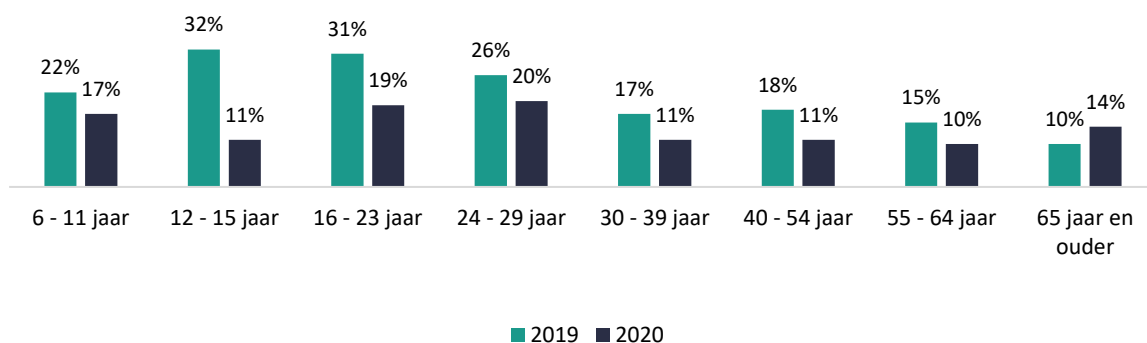


**Figuur 42.** Bereik Nederlandse films per kwartaal (leeftijd 16+).

## Resultaten naar leeftijdsgroep

In vrijwel alle leeftijdsgroepen daalde het bereik van Nederlandse films, maar het meest onder de 12-15 en 16-23-jarigen. In tegenstelling tot alle andere leeftijdsgroepen daalde het bereik onder 65-plussers niet<sup>10</sup>. In absolute aantallen waren het ook de 65-plussers die het meest naar een Nederlandse film gingen in 2020. Dat is tevens is terug te zien in de marktaandelen.

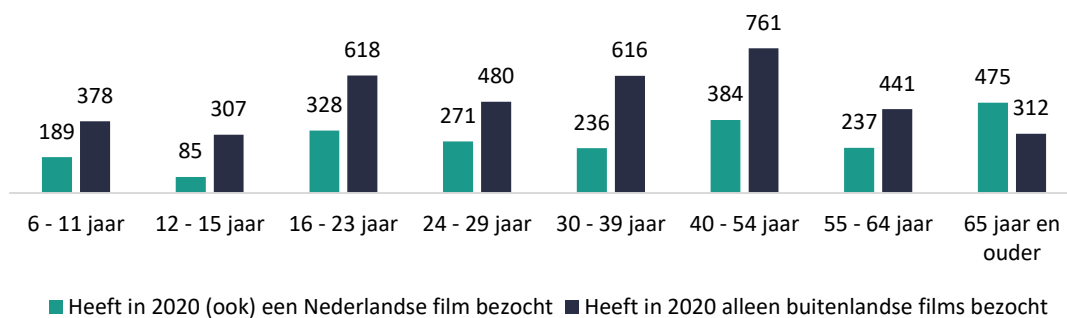
## Bereik Nederlandse films naar leeftijdsgroep



**Figuur 43.** Bereik Nederlandse films per leeftijdsgroep.

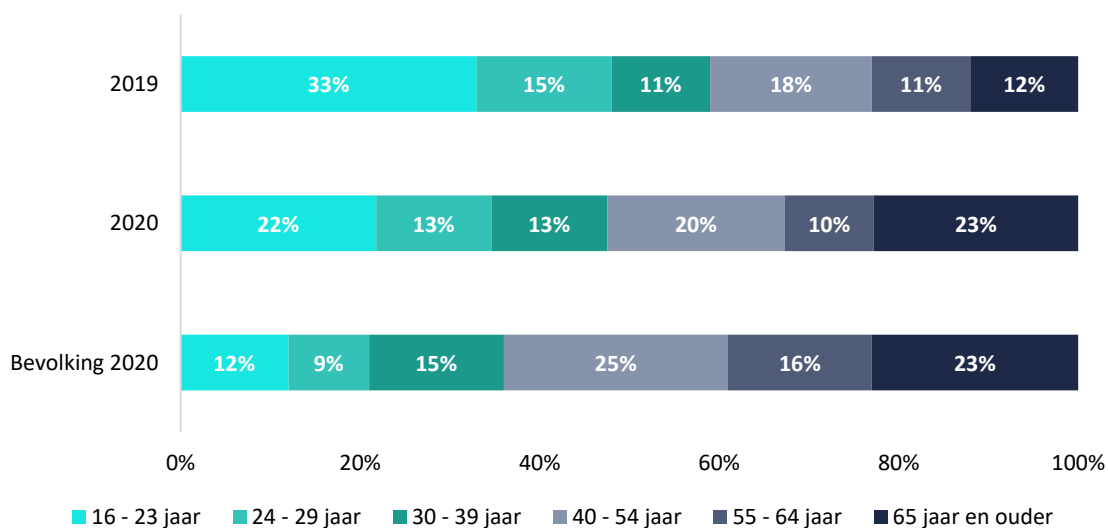
<sup>10</sup> Binnen de groep bezoekers van Nederlandse films vormen de verschillende leeftijdsgroepen kleine steekproeven, waardoor er niet gesproken kan worden van een significant verschil met een betrouwbaarheidsniveau van 95%. Deze resultaten dienen daarom vooral als indicatie.

## Aantal bezoekers Nederlandse films versus bezoekers van alleen buitenlandse films



**Figuur 44.** Aantal bezoekers dat minstens eenmaal een Nederlandse film bezocht en aantal bezoekers dat *alleen* buitenlandse films bezocht, naar leeftijdsgroep.

## Marktaandeel naar leeftijdsgroep

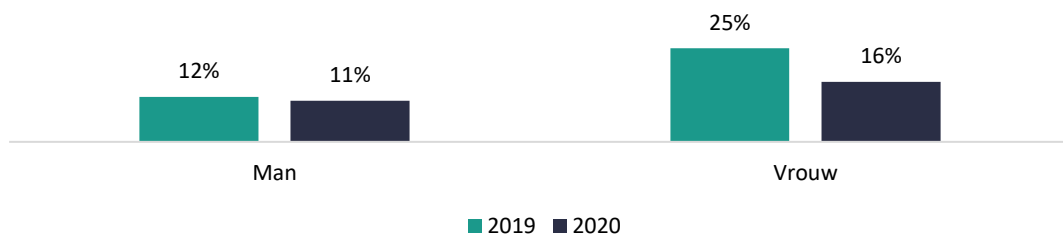


**Figuur 45.** Aandeel in de bevolking en marktaandeel naar geslacht.

## Resultaten naar geslacht

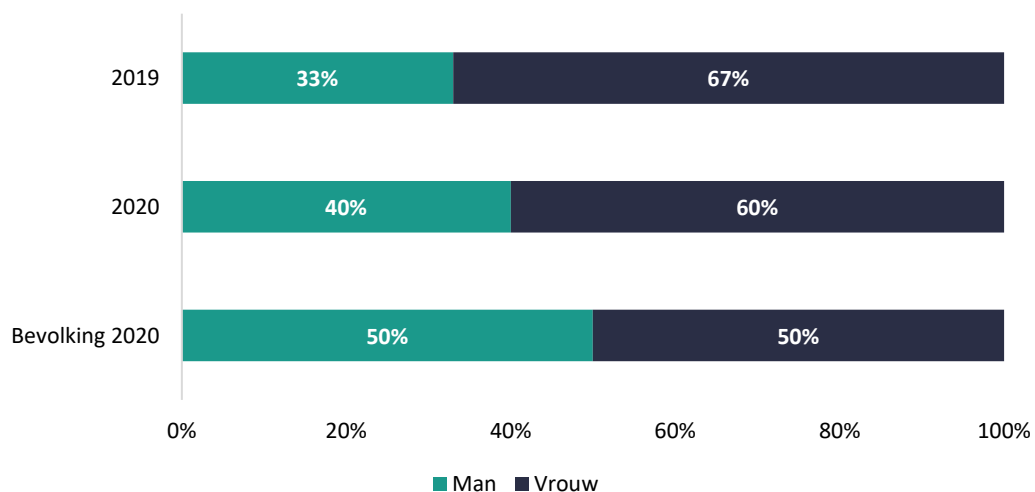
Nederlandse films waren ook in 2020 populairder bij vrouwen dan bij mannen. Echter, ten opzichte van 2019 daalde het bereik van vrouwen wel, dat van mannen bleef op een vergelijkbaar niveau staan. Het marktaandeel van mannen steeg ten opzichte van 2019.

### Bereik Nederlandse films naar geslacht



**Figuur 46.** Bereik Nederlandse films onder mannen en vrouwen (leeftijd 6+).

### Marktaandeel naar geslacht



**Figuur 47.** Aandeel in de bevolking en marktaandeel Nederlandse films onder mannen en vrouwen (leeftijd 16+).

## Profiel bezoeker Nederlandse films

---

Ten opzichte van 2019 was het publiek van Nederlandse films in 2020 iets ouder (41 versus 37 jaar) en bestond het uit relatief meer mannen dan normaal. In vergelijking tot de totale groep bioscoopbezoekers in 2020, waren bezoekers van Nederlandse films iets minder hoogopgeleid en in mindere mate afkomstig uit zeer sterk stedelijke gebieden.

## Hoofdpijnen

---

- Het bezoek aan Nederlandse films daalde van 4,5 miljoen in 2019 naar 3,6 miljoen in 2020. Toch waren Nederlandse films relatief populair o.a. door de afwezigheid van een groot aantal buitenlandse producties. Daardoor steeg het marktaandeel van 12% naar 22%.
- In 2020 bezocht 14% van de Nederlandse bevolking van 6 jaar en ouder minstens één keer een Nederlandse film in een bioscoop of filmtheater. In 2019 was dit 19%.
- In tegenstelling tot eerdere jaren was het bereik vooral hoog aan het begin van het jaar.
- Nederlandse films bleven in 2020 populairder onder vrouwen dan onder mannen, maar het bereik daalde wel onder vrouwen, bij mannen bleef het stabiel.
- Bezoekers aan Nederlandse films in 2020 waren gemiddeld ouder dan in 2019 (41 versus 37 jaar) en bestonden dit keer relatief meer uit mannen.

# ONDERZOEKSOPZET EN METHODOLOGIE

---

AANVULLENDE INFORMATIE  
OVER DE UITVOERING VAN  
HET ONDERZOEK





## Begrippendefinities

---

### **Definitie bezoeker**

Om een bezoeker te worden genoemd, dient een respondent in 2020 minstens eenmaal naar een bioscoop of filmtheater te zijn geweest.

### **Definitie van bereik**

Het bereik geeft het percentage Nederlanders aan dat in 2020 minstens eenmaal een bioscoop of filmtheater heeft bezocht. In internationaal mediaonderzoek wordt doorgaans het jaarlijkse percentage gegeven. In 2020 was dit percentage 37% (leeftijd 6+).

### **Definitie van bezoekfrequentie**

Naast het bereik is ook de gemiddelde bezoekfrequentie een belangrijk gegeven. Dit is het aantal bezoeken dat een bepaalde groep voor zijn rekening neemt gedeeld door het totaal aantal personen behorend tot deze groep in de Nederlandse bevolking (bijvoorbeeld vrouwen, 16-23-jarigen of inwoners van zeer sterk stedelijke woongemeenten).

### **Bereik versus bezoekfrequentie**

Bij het bepalen van bereik telt elke bezoeker, ongeacht diens bezoekfrequentie, even zwaar. Er wordt dus geen onderscheid gemaakt tussen Nederlanders die slechts eenmaal per jaar een bioscoop bezoeken en Nederlanders die dit wekelijks doen. Welk begrip het best gebruikt kan worden, is afhankelijk van de gewenste informatie en de context waarin het gebruikt wordt. Wanneer er sprake is van een financieel aspect, kan er het best gewerkt worden met de bezoekfrequentie: dit correspondeert namelijk direct met de recette. In politiek en maatschappelijk opzicht is het bereik het belangrijkste begrip, aangezien hiermee kan worden bekeken hoe groot het gedeelte van de bevolking is dat bereikt wordt met een bepaald(e) product of dienst, in dit geval de bioscoop.

### **Definitie marktaandeel**

Het marktaandeel van Nederlandse bezoekers is het belangrijkste gegeven. Dit betreft het percentage verkochte bioscooptickets dat een bepaalde groep voor zijn rekening neemt ten opzichte van het totaal aantal verkochte tickets. Het marktaandeel van een groep kan worden bepaald door de grootte van deze doelgroep te vermenigvuldigen met diens gemiddelde bezoekfrequentie.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> De marktaandelen per leeftijdscategorie en geslacht zijn berekend op basis van de bevolkingsaantallen. De overige marktaandelen zijn berekend op basis van de grootte van de betreffende groepen binnen de steekproef. Gezien de verdeling van de verscheidene subgroepen binnen de steekproef representatief is voor de verdeling binnen de Nederlandse bevolking, is het aannemelijk dat de berekening van marktaandelen op basis van de populatie tot overeenkomstige resultaten zal leiden.

## Onderzoeksopzet en methodologie

---

### Onderzoeksdoelstelling en probleemstellingen

De bioscoopmonitor geeft inzicht in filmconsumptie en het bezoek van Nederlanders aan bioscopen en filmtheaters. De verkregen inzichten richten zich primair op bereik en bezoekfrequentie. Het doel van het onderzoek is inzicht krijgen in hoe de inwoners van Nederland films consumeren in de bioscoop of het filmtheater. Ten behoeve hiervan worden jaarlijks op meerdere momenten metingen verricht. Deze metingen betreffen zowel de jaarlijks terugkerende metingen per kwartaal naar de gemiddelde bezoekfrequentie als de jaarlijkse meting naar het bereik.

In het onderzoek staan de volgende onderzoeksvragen centraal:

- *Wat was het bereik van Nederlandse bioscopen en filmtheaters in 2020?*
- *Wat was de gemiddelde bezoekfrequentie van Nederlanders van 6 jaar en ouder in 2020?*
- *Wat was het marktaandeel van de verschillende doelgroepen in 2020?*
- *Welke ontwikkelingen zijn er zichtbaar over een periode van 5 jaar?*

Naast de gebruikelijke metingen naar bereik en bezoekfrequentie is ook onderzoek verricht naar het bereik van Nederlandse bioscoopfilms.

### Uitvoerder van het onderzoek

De Bioscoopmonitor werd tot 2020 in opdracht van de Nederlandse Vereniging van Bioscopen en Filmtheaters (NVBF) en Filmdistributeurs Nederland (FDN) ieder jaar uitgevoerd door Filmonderzoek Nederland. Sinds 2020 is deze uitvoerende taak overgenomen door NVPI (de branchevereniging van de entertainmentindustrie).

### Onderzoeksopzet

De kwartaalmetingen en de jaarmeting worden uitgezet in onderzoekspanels van CentERdata. CentERdata is een instituut dat gelieerd is aan de Universiteit van Tilburg en specialiseert zich in toegepast econometrisch en online surveyonderzoek. Het instituut beheert en onderhoudt verschillende onderzoekspanels, waarvan de leden aselect gekozen zijn. Hierdoor is er minder sprake van zelfselectie en zijn de panelen representatief voor de Nederlandse bevolking. NVPI heeft met CentERdata opnieuw een prettige samenwerking gehad. De onderzoeksresultaten zijn waar nodig aangevuld met gegevens van de FDN, NVBF en het CBS.

### Steekproef

Voor de Bioscoopmonitor 2020 is gedurende 2020 direct na ieder kwartaal een meting verricht in het CentERpanel en in een aanvullend deel van het LISS panel (16 tot en met 29-jarigen) van CentERdata. Bij elke meting zijn de panelleden gevraagd of – en zo ja, hoe vaak – zij in het kwartaal ervoor naar een bioscoop en/of filmtheater zijn geweest en of zij een Nederlandse film hebben bezocht. Aan ouders van thuiswonende kinderen tussen 6 en 15 jaar is gevraagd ook voor hun kinderen in te vullen of – en zo ja, hoe vaak – zij het afgelopen kwartaal naar een bioscoop zijn geweest. Aan het eind van het jaar is hen ook gevraagd aan te geven of hun kinderen naar een filmtheater of een Nederlandse film zijn geweest – en zo ja, hoe vaak. De gegevens van de metingen zijn opgenomen in onderstaande tabel.

**Tabel 6.** Overzicht metingen Bioscoopmonitor 2020.

Meting	Datum van meting	Panel	Aantal volledig ingevulde enquêtes
1 <sup>e</sup> kwartaal	Week 15 – 16	CentERpanel	1.940
	13 t/m 28 april	LISS panel*	595
2 <sup>e</sup> kwartaal	Week 29 – 30	CentERpanel	1.822
	6 t/m 28 juli	LISS panel*	647
3 <sup>e</sup> kwartaal	Week 41 – 42	CentERpanel	1.874
	5 t/m 27 oktober	LISS panel*	784
4 <sup>e</sup> kwartaal	Week 1 – 2 (2021)	CentERpanel	1.789
	4 t/m 26 januari (2021)	LISS panel*	758

\* in het LISS panel zijn alleen panelleden van 16 t/m 29 jaar benaderd

### Representativiteit en betrouwbaarheid

Er is veel aandacht voor de representativiteit van de onderzoeksresultaten voor de Nederlandse bevolking. Zo zijn het CentERpanel en het LISS panel waarin de metingen zijn verricht gebaseerd op kans-steekproeven in plaats van zelfselectie. Respondenten kunnen zichzelf dus niet aanmelden. Op basis van postcodes wordt een adressensteekproef getrokken. Indien de gekozen respondenten niet beschikken over een eigen computer met internetaansluiting, wordt door CentERdata een laptop/tablet verstrekt waarmee de vragenlijsten ingevuld kunnen worden. CentERdata monitort aan de hand van populatiecijfers van het CBS continu het panel om een afspiegeling van de Nederlandse bevolking te behouden. De respons binnen het LISS panel ligt net als in het CentERpanel rond de 70% à 80%. Uit dit panel zijn echter enkel de 16 tot en met 29-jarigen benaderd voor een meting en de respons onder deze groep ligt lager dan onder overige leeftijdsgroepen.

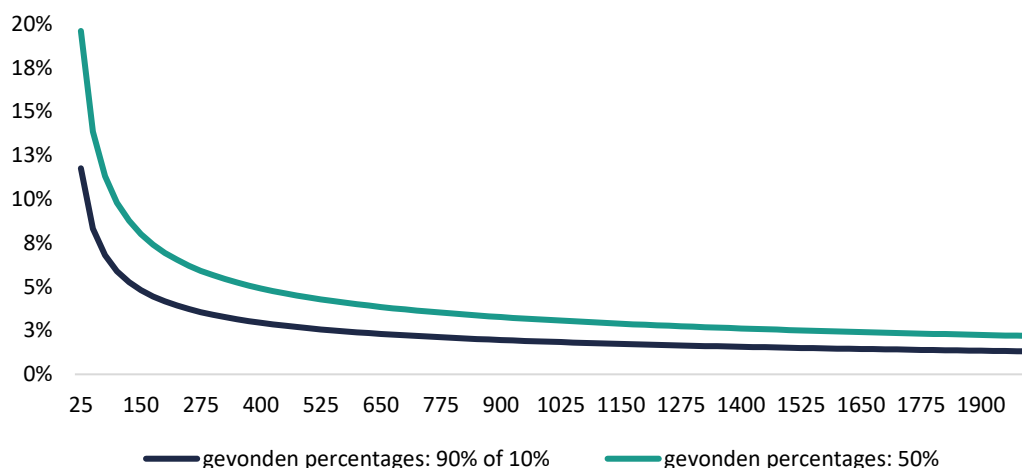
#### *Verschillen CentERpanel en LISS panel*

Het LISS panel is een groter panel dan het CentERpanel. Ook worden respondenten voor het LISS panel, in tegenstelling tot het CentERpanel, uitgenodigd via huisbezoeken, naast benadering via post en telefoon. Omdat LISS panelleden elke maand een enquête kunnen beantwoorden en CentERpanelleden dit elk weekend kunnen doen, verschilt de wervingsperiode. Filmonderzoek Nederland en CentERdata bekijken samen of de metingen in het geheel naar het LISS panel verplaatst kunnen worden.

#### *Betrouwbaarheidsniveau en puntschattingen*

Subgroepen binnen de steekproef geven een schatting weer van de werkelijkheid. Van deze schatting kunnen we aangeven hoe betrouwbaar en nauwkeurig deze is, op basis van de omvang van de subgroep in de steekproef, de gevonden percentages en het betrouwbaarheidsniveau. Binnen marktonderzoek is het gangbaar om een betrouwbaarheidsniveau aan te houden van 95%. Dat wil zeggen dat wanneer het resultaat statistisch significant is, er met 95% zekerheid kan worden gesteld dat het resultaat niet op toeval berust. In onderstaand nomogram is de samenhang tussen de grootte van de subgroep in de steekproef, het betrouwbaarheidsniveau en de gevonden percentages te zien.

## Nomogram



**Figuur 48.** Nomogram; samenhang tussen de grootte van de subgroep in de steekproef, betrouwbaarheidsniveau en gevonden percentages.

In dit onderzoeksrapport is ervoor gekozen om te werken met zogenaamde puntschattingen in plaats van betrouwbaarheidsintervallen. Een voorbeeld: 63% van de respondenten van zes jaar en ouder heeft aangegeven in 2019 een bioscoop te hebben bezocht. Omdat het hier een steekproef betreft, is het onwaarschijnlijk dat het werkelijke percentage Nederlanders van zes jaar en ouder dat in 2019 een bioscoop heeft bezocht exact gelijk is aan 63%. Bij het gebruik van betrouwbaarheidsintervallen zou gesteld kunnen worden dat het percentage ligt tussen de 61% en 65%. Een puntschatting wordt daarentegen uitgedrukt in een enkele waarde; in dit geval 63%.

### Methode ontwikkelingen sinds 2000

Filmonderzoek Nederland voerde sinds 1998 in opdracht van de brancheverenigingen de Bioscoopmonitor uit. Van 1998 tot en met 2002 werd de Bioscoopmonitor uitbesteed bij onderzoeksbureau TNS NIPO. De metingen voor de Bioscoopmonitor werden meegenomen in de wekelijkse metingen van het bureau in een steekproef met respondenten van 4 jaar en ouder. In de onderzoeksresultaten op het gebied van bezoekfrequentie is hierdoor een minder grote sprake van overschatting van de respondenten. Van 2003 tot en met 2007 zijn de metingen verricht door onderzoeksbureau MarketResponse. De metingen werden maandelijks uitgevoerd en de steekproef bevatte eveneens respondenten van 4 jaar en ouder. Sinds 2008 voerde Filmonderzoek Nederland de Bioscoopmonitor geheel zelfstandig uit en is niet langer sprake van een uitbesteding. Hiertoe werd besloten omdat dit de kwaliteit meer ten goede zou komen. In dat eerste jaar zijn de metingen uitgezet in het zelf samengestelde panel MoviePanel met respondenten van 16 jaar en ouder. De resultaten van dat jaar zijn daarom alleen representatief voor bezoekers van bioscopen en filmtheaters, niet voor de gehele Nederlandse bevolking. In 2009 en 2010 zijn metingen verricht in het onderzoekspanel van onderzoeksbureau Toluna, opnieuw in een panel van respondenten van 16 jaar en ouder en ditmaal representatief voor de Nederlandse internetpopulatie. In 2011 is een samenwerking gestart met CentERdata, na een zorgvuldige beoordeling van de representativiteit van verschillende onderzoekspanels. Sinds 2014 worden opnieuw kinderen betrokken bij het onderzoek en zijn de resultaten representatief voor de gehele Nederlandse bevolking van 6 jaar en ouder.

De verschillende onderzoeksbureaus hebben verschillende leeftijdscategorieën gehanteerd, waardoor alleen in hoofdlijnen vergelijkingen gemaakt kunnen worden. Bij de historische vergelijking van onderzoeksgegevens op het gebied van leeftijd en geslacht moet rekening worden gehouden met deze wisseling van onderzoeksbureaus en -panels. De onderzoeksmethode en vraagstellingen zijn door de jaren heen gelijk gebleven.

### **Toekomst**

Sinds 2020 wordt het onderzoek niet langer door Filmonderzoek Nederland uitgevoerd, maar door NVPI. In 2021 is daarnaast een nieuwe samenwerking aangegaan met onderzoeksbureau GfK en zal de bioscoopmonitor qua vorm en inhoud aangepast worden.

## Colofon

**NVPI heeft dit onderzoek uitgevoerd in opdracht van**

Nederlandse Vereniging van Bioscopen en Filmtheaters (NVBF) en Filmdistributeurs Nederland (FDN)



### **Auteur**

Koen de Groot



Hogehilweg 6  
1101 CC Amsterdam  
info@nvpi.nl  
nvpi.nl

*Stills ter beschikking gesteld door distributeurs WW Entertainment, Universal Pictures International Netherlands, September Film Distribution en Warner Bros. Pictures International Holland via Filmdepot, 2021.*

**© 2021, NVPI. Alle rechten voorbehouden. Gebruik van deze publicatie is toegestaan mits de bron duidelijk is vermeld. Wijzigingen voorbehouden. Aan de inhoud kunnen geen rechten worden ontleend.**