



Stichting Filmonderzoek

---

# Bioscoopmonitor

2017



**Stichting Filmonderzoek**

---

**Bioscoopmonitor 2017**

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

Amsterdam, maart 2018

# Inhoud

Samenvatting.....	3
RESULTATEN – BEREIK, BEZOEKFREQUENTIE EN MARKTAANDELEN.....	6
Bezoek Nederlandse bioscopen en filmtheaters 2017.....	7
Resultaten per leeftijdscategorie.....	9
Resultaten per geslacht.....	14
Resultaten per stedelijkheid.....	16
Resultaten per type huishouden.....	18
Resultaten per inkomen.....	19
Resultaten per opleidingsniveau.....	21
Resultaten per belangrijkste dagelijkse bezigheid.....	22
Resultaten per sociale klasse.....	24
Hoofdpijnen.....	25
RESULTATEN – FILMTHEATERBEZOEKERS.....	27
Bezoek filmtheaters 2017.....	28
Resultaten per leeftijdscategorie.....	29
Resultaten per geslacht.....	30
Profiel filmtheaterbezoeker.....	31
Hoofdpijnen.....	31
RESULTATEN – BEZOEKERS VAN NEDERLANDSE FILMS.....	32
Bezoek Nederlandse films 2017.....	33
Resultaten per provincie.....	34
Resultaten per leeftijdscategorie.....	34
Resultaten per geslacht.....	36
Profiel bezoeker Nederlandse films.....	37
Hoofdpijnen.....	37
BIJLAGEN.....	39
Bijlage 1    Begrippendefinities.....	40
Bijlage 2    Over Stichting Filmonderzoek.....	41
Bijlage 3    Onderzoeksopzet en methodologie.....	42
Bijlage 4    Bepaling sociale klasse.....	46
COLOFON.....	47

## Samenvatting

### De Bioscoopmonitor

#### Kwartaalmetingen

In opdracht van de Nederlandse Vereniging van Bioscopen en Filmtheaters (NVBF) en Filmdistributeurs Nederland (FDN), brengt Stichting Filmonderzoek met de Bioscoopmonitor jaarlijks het bioscoopbezoek van Nederlanders in kaart. Hiervoor worden elk kwartaal metingen verricht in panels van CentERdata, een onderzoeksinstituut dat is gelieerd aan de Universiteit van Tilburg.

### Bioscoop- en filmtheaterbezoek in 2017

#### Bezoek aan bioscopen, filmtheaters en Nederlandse films

Het bezoek aan de Nederlandse bioscopen en filmtheaters is in 2017 wederom gestegen, met dit jaar een stijging van 34,2 miljoen verkochte bioscooptickets in 2016 naar 36 miljoen in 2017 (+5,3%). Het aantal verkochte tickets in filmtheaters steeg in 2017 met 3,6% naar 2,9 miljoen. Het marktaandeel van de filmtheaters bleef hiermee 8% van het totale bioscoop- en filmtheaterbezoek. Na een sterke daling in 2016 is het bezoek aan Nederlandse films in 2017 met 4,2% gestegen, van 4,2 naar 4,3 miljoen verkochte bioscooptickets. Hiermee is het marktaandeel van Nederlandse films 12% gebleven - gelijk aan 2016.

### De bioscoopbezoeker: trends en ontwikkelingen

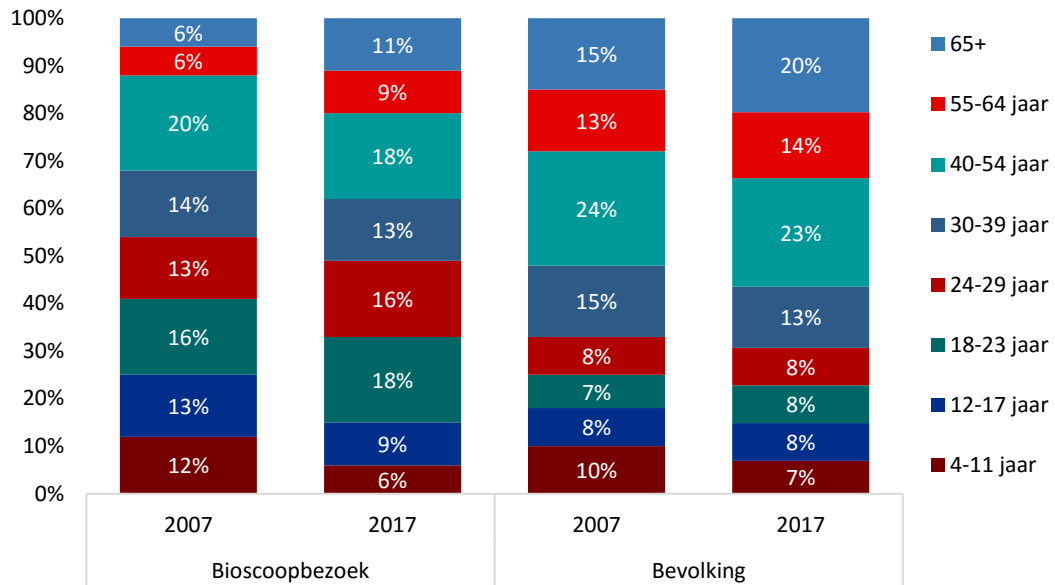
#### De bioscoopbezoeker

60% van de Nederlanders van 6 jaar en ouder heeft in 2017 minstens één keer een bioscoop of filmtheater bezocht (*het bereik*). Dit zijn ruim 9,7 miljoen unieke bioscoop- en filmtheaterbezoekers. Nederlanders van 6 jaar en ouder bezochten in 2017 de bioscoop of het filmtheater gemiddeld 2,8 keer (*de bezoekfrequentie*). Het bioscooppubliek bestond in 2017 vooral uit vrouwen, 16- tot en met 23-jarigen, samenwonenden met kinderen, Nederlanders binnen de hoge inkomensgroep, inwoners van (zeer) sterk stedelijke gebieden, hoogopgeleiden, studenten en scholieren en mensen die werken in loondienst.

#### 2007-2017: Groter marktaandeel 55-plussers

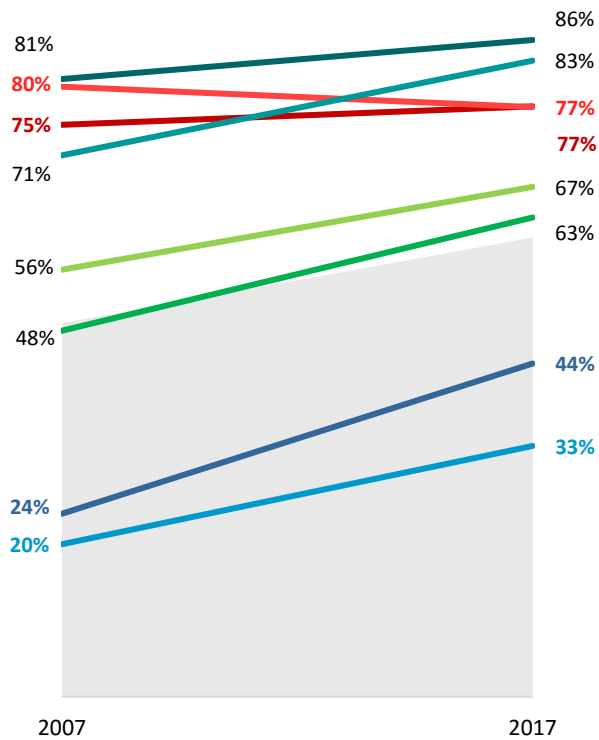
Hoewel het bereik en de bezoekfrequentie van 55-plussers nog altijd lager zijn dan die van andere leeftijdsgroepen, is het marktaandeel van 55-plussers sinds 2007 gestegen van 12% naar 20%. Deze groei heeft deels te maken met een stijging in het bereik en de bezoekfrequentie en deels met de vergrijzing van de Nederlandse bevolking – het aandeel 55-plussers in de bevolking is gestegen van 28% in 2007 naar 34% in 2017. Tegelijkertijd is het groeiend marktaandeel van 55-plussers ten koste gegaan van de marktaandelen van kinderen en tieners. Het aandeel van 4- tot en met 17-jarigen in het bioscoopbezoek is namelijk gedaald van 25% in 2007 naar 15% in 2017. Terwijl hun aandeel in de bevolking veel minder sterk is gedaald, namelijk van 18% naar 15%. Het bereik en de bezoekfrequenties van de 4- tot en met 17-jarigen zijn in 10 jaar tijd dan ook niet of nauwelijks gestegen, in tegenstelling tot alle andere leeftijdsgroepen.

## Aandelen bioscoopbezoek en Nederlandse bevolking



### Bereik

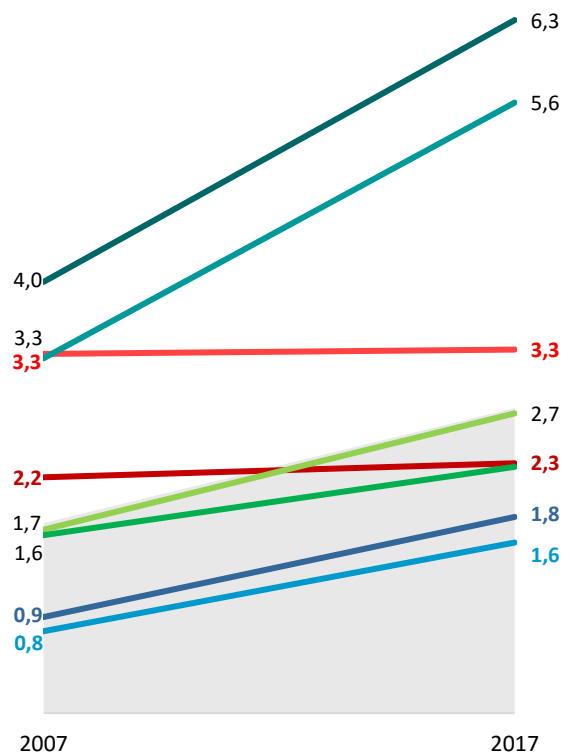
(Percentage Nederlanders)



■ Totaal   
 ■ 4-11 jaar   
 ■ 12-17 jaar  
■ 18-23 jaar   
 ■ 24-29 jaar   
 ■ 30-39 jaar  
■ 40-54 jaar   
 ■ 55-64 jaar   
 ■ 65+

### Bezoekfrequentie

(Aantal bezoeken per Nederlander)



■ Totaal   
 ■ 4-11 jaar   
 ■ 12-17 jaar  
■ 18-23 jaar   
 ■ 24-29 jaar   
 ■ 30-39 jaar  
■ 40-54 jaar   
 ■ 55-64 jaar   
 ■ 65+

### Bezoekers van filmtheaters

14% van de Nederlanders bezocht in 2017 een filmtheater of een arthouse. Dit zijn bijna 2,2 miljoen unieke filmtheaterbezoekers. Filmtheaterbezoekers bestaan voornamelijk uit 40-plussers, vrouwen, hoogopgeleiden en Nederlanders die behoren tot de hoogste sociale klasse. Filmtheaterbezoekers zijn daarnaast frequentere bezoekers dan bioscoopbezoekers over het algemeen; meer dan een kwart van de filmtheaterbezoekers bestond in 2017 uit regelmatige tot frequente bezoekers.

### Bezoekers van Nederlandse films

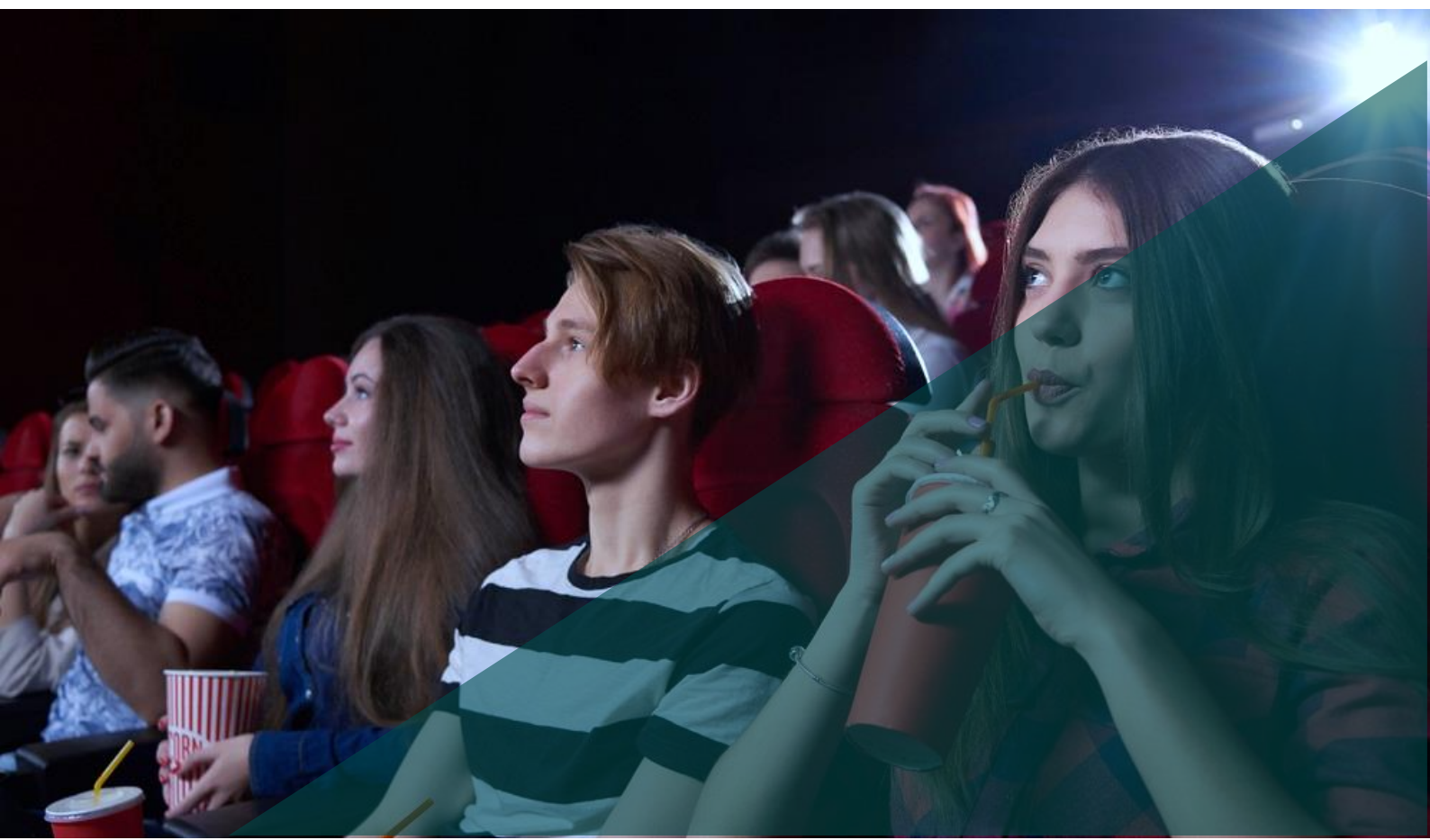
In 2017 bezocht 20% van de Nederlanders minstens eenmaal een Nederlandse film in een bioscoop of filmtheater. Dit staat gelijk aan 3,2 miljoen unieke bezoekers. Nederlandse films hebben in 2017 met name meer kinderen en tieners (6 tot en met 15 jaar) getrokken. Een mogelijke verklaring hiervoor is het succes van een aantal individuele titels zoals DIKKERTJE DAP, DUMMIE DE MUMMIE 3 en MISFIT. Ook in Zeeland was het bezoek aan Nederlandse films beduidend hoger dan in 2016. Dit zou verklaard kunnen worden door de regionaal georiënteerde romantische komedie WEG VAN JOU; in Zeeland de best bezochte film van 2017. Verder zijn bezoekers van Nederlandse films afkomstig uit alle lagen van de Nederlandse bevolking. Zo bereiken Nederlandse films zowel laag-, midden- als hoogopgeleiden, inwoners van niet tot sterk stedelijke woongemeenten en Nederlanders uit vrijwel elke sociale klasse en inkomensgroep.



Despicable Me 3 (Universal Pictures)

## RESULTATEN – BEREIK, BEZOEKFREQUENTIE EN MARKTAANDELEN

*Demografische ontwikkelingen van het bioscooppubliek*



## Bezoek Nederlandse bioscopen en filmtheaters 2017

In 2017 hebben Nederlandse bioscopen en filmtheaters 36 miljoen kaartjes verkocht. Dit is 5,3% meer ten opzichte van de ticketverkoop in 2016 (34,2 miljoen bezoeken). Hiermee is 2017 het tiende achtereenvolgende jaar dat een stijging laat zien in het bioscoopbezoek. Ook de gemiddelde bezoekfrequentie per hoofd van de bevolking is weer licht gestegen, namelijk van 2,0 bezoeken in 2016 naar 2,1 in 2017.

**Tabel 1.** Bezoek en bezoekfrequentie 2016 en 2017 volgens gegevens NVBF.

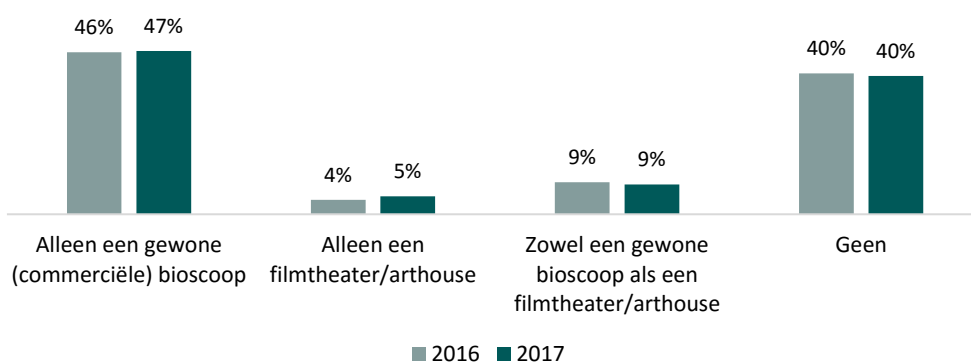
<b>Gegevens NVBF<sup>1</sup></b>		
	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Aantal bezoeken (mln.)	34,2	36,0
Recette (mln. €)	287,7	301,9
Bevolking (mln.)	17,1	17,2
Bezoekfrequentie per inwoner	2,0	2,1

### Bereik bioscopen en filmtheaters

Het percentage Nederlanders van zes jaar en ouder dat minstens eenmaal een bioscoop of filmtheater heeft bezocht, was in 2017 - net als in 2016 - 60%. Dit staat gelijk aan ruim 9,7 miljoen bioscoopbezoekers van zes jaar en ouder in 2017. Waar in voorgaande jaren het bereik vaak het hoogst was in het eerste en vierde kwartaal, ligt het bereik in de vier kwartalen van 2017 dichter bij elkaar (zie figuur 2).

### Type bioscoop bezocht

(percentage Nederlanders)



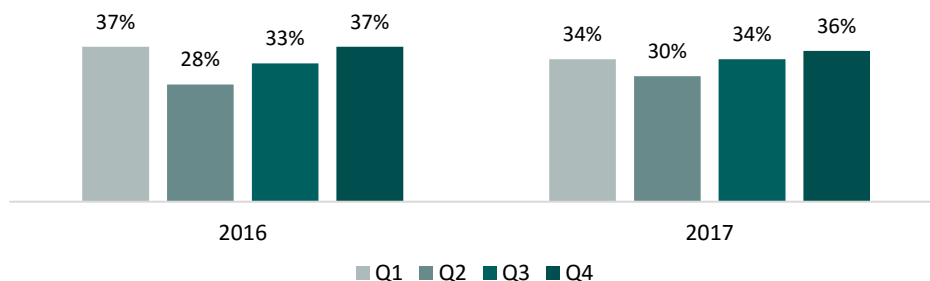
**Figuur 1.** Type bioscoop bezocht in 2016 en 2017 (leeftijd 6+).

<sup>1</sup> Jaarverslag 2017, Nederlandse Vereniging van Bioscopen en Filmtheaters, Amsterdam.



## Bereik per kwartaal

(percentage Nederlanders)



Figuur 2. Bereik per kwartaal in 2016 en 2017 (leeftijd 6+).

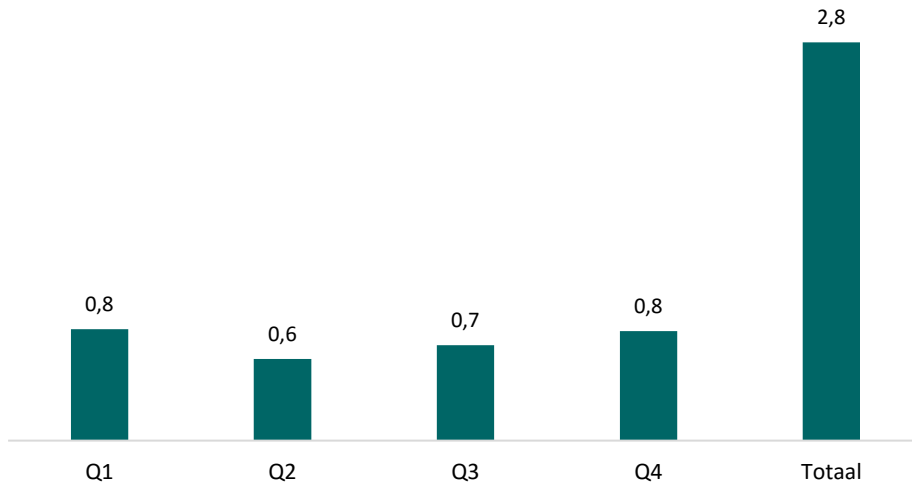
### Gemiddelde frequentie bioscoop- en filmtheaterbezoek

De bezoekfrequentie volgens de NVBF wordt berekend door het aantal verkochte tickets te delen door het totaal aantal inwoners in Nederland. De bezoekfrequentie per hoofd van de bevolking komt hiermee uit op 2,1 bezoeken per jaar. In werkelijkheid zal de gemiddelde bezoekfrequentie hoger uitvallen aangezien baby's, gedetineerden, et cetera, niet naar een bioscoop kunnen gaan. Wanneer het festival- en eventbezoek bij het aantal bezoeken wordt opgeteld en het aantal baby's en kleine kinderen, gedetineerden, gedementeerde inwoners en langdurige ziekenhuispatiënten van het aantal inwoners wordt afgetrokken, is de gemiddelde bezoekfrequentie circa 2,4. Uit het onderzoek voor deze bioscoopmonitor blijkt dat de gemiddelde bezoekfrequentie van Nederlanders van zes jaar en ouder in 2017 2,8 was. Het verschil tussen de gemiddelde bezoekfrequentie binnen de *steekproef* en binnen de *totale populatie* is te wijten aan de neiging van respondenten om hun bioscoopbezoek te overschatten. Omdat de mate van overschatting voor elke respondent nagenoeg gelijk zal zijn, mag aangenomen worden dat dit niets afdoet aan het berekende marktaandeel per doelgroep. Op basis van het bereik en de gemiddelde bezoekfrequentie binnen de *steekproef* is berekend dat de gemiddelde bezoekfrequentie van *bioscoopbezoekers* 4,6 keer per jaar is.

De bezoekfrequentie is in 2017 gelijk gebleven aan de bezoekfrequentie in 2016, namelijk 2,8 keer. Evenals het bereik lag de gemiddelde bezoekfrequentie in de vier kwartalen dicht bij elkaar. Het bioscooppubliek bestond evenals voorgaande jaren voor het overgrote deel uit incidentele bezoekers. Relatief gezien is de groep frequente bezoekers hoger opgeleid, vaker filmtheaterbezoeker, en vaker afkomstig uit (zeer) sterk stedelijke gebieden dan de groepen incidentele of regelmatige bezoekers. Op het gebied van de andere demografische kenmerken zijn geen significante verschillen gevonden.

## Bezoekfrequentie per kwartaal

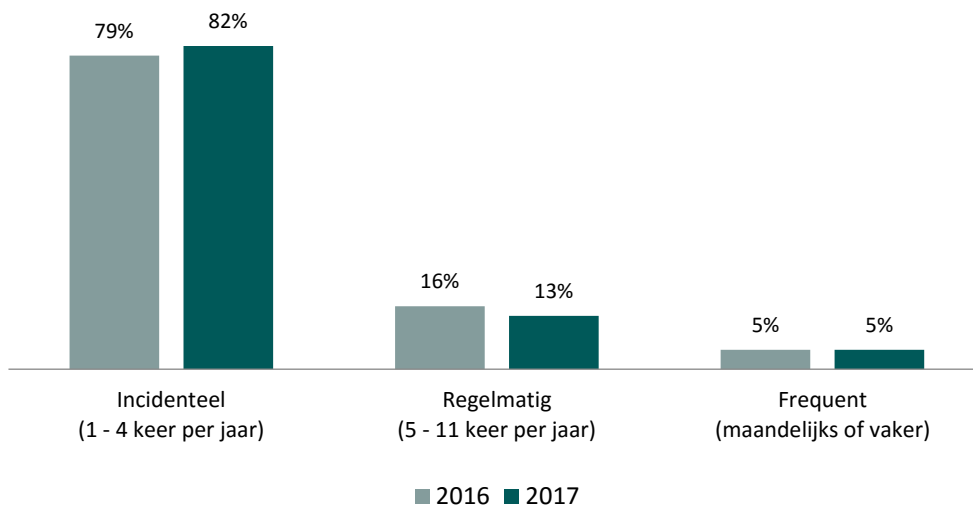
(Aantal bezoeken per Nederlander)



**Figuur 3.** Gemiddelde bezoekfrequentie per kwartaal in 2017 (leeftijd 6+).

## Bezoekfrequentie bioscoopbezoekers

(Percentage bioscoopbezoekers)



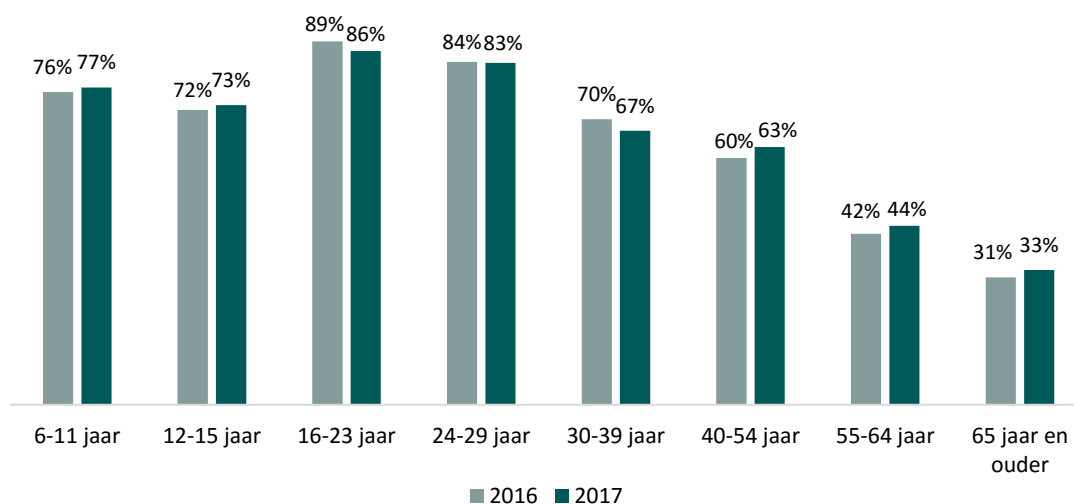
**Figuur 4.** Bioscoopbezoekers gecategoriseerd op basis van bezoekfrequentie in 2016 en 2017 (leeftijd 6+).

## Resultaten per leeftijdscategorie

Al jaren zijn jongeren in de leeftijd van 16 tot en met 23 jaar en 24 tot en met 29 jaar de best bereikte doelgroepen. Ook in 2017 is dit het geval. In termen van absolute aantallen bioscoopbezoekers waren de meeste bioscoopbezoekers, evenals voorgaande jaren, afkomstig uit de leeftijdscategorie 40 tot en met 54 jaar. Dit is te verklaren door het grote aandeel van 40- tot en met 54-jarigen binnen de bevolking. De gemiddelde leeftijd van de verschillende typen bioscoopbezoekers is ongeveer gelijk gebleven aan 2016 (tabel 2).

## Bereik per leeftijdscategorie

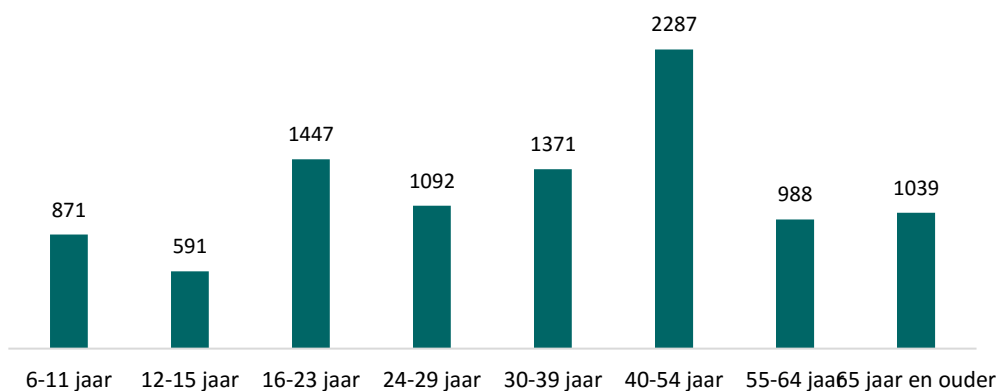
(Percentage Nederlanders)



**Figuur 5.** Bereik Nederlandse bioscopen en filmtheaters per leeftijdscategorie in 2016 en 2017.

## Aantal bioscoopbezoekers per leeftijdscategorie

(x1000)



**Figuur 6.** Aantal bioscoopbezoekers in absolute aantallen (x 1000) per leeftijdscategorie in 2017.

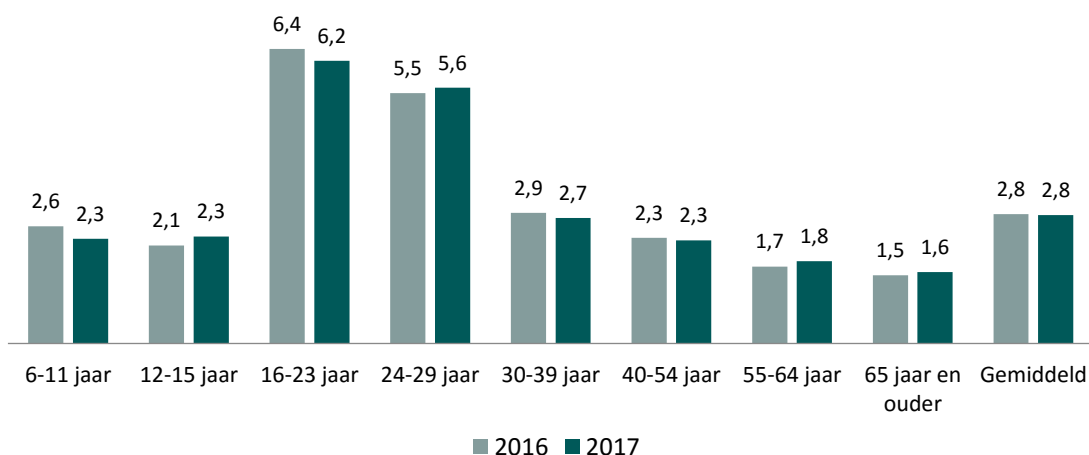
**Tabel 2.** Gemiddelde leeftijd per type bioscoopbezoeker 2016 en 2017 (leeftijd 6+)

Gemiddelde leeftijd per type bioscoopbezoeker		
Type bioscoopbezoeker	2016	2017
Bezoekt alleen commerciële bioscopen	34	34
Bezoekt alleen filmtheaters	57	55
Bezoekt zowel commerciële bioscopen als filmtheaters	40	42
Heeft in 2016/2017 geen bioscoop of filmtheater bezocht	53	53

De 16- tot en met 23-jarigen bezochten evenals voorgaande jaren veruit het meest frequent een bioscoop of filmtheater. Van alle verkochte bioscoopkaartjes in 2017 namen de 16- tot en met 23-jarigen het grootste aandeel voor hun rekening, namelijk 23%.

## Bezoekfrequentie per leeftijdscategorie

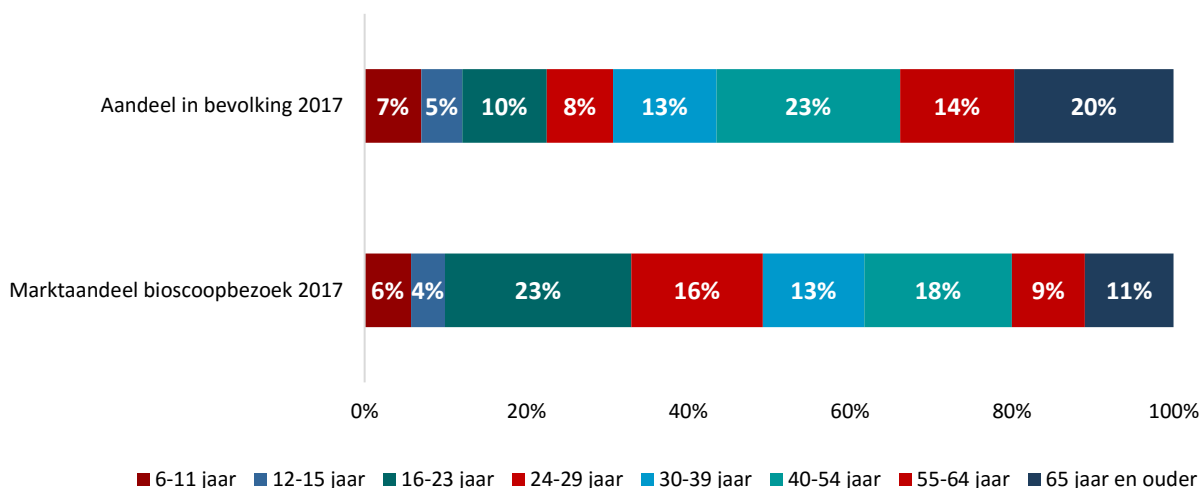
(aantal bezoeken per Nederlander)



**Figuur 7.** Gemiddelde bezoekfrequentie per leeftijdscategorie in 2016 en 2017.

## Marktaandelen per leeftijdscategorie

(Percentage bevolking en totaal bioscoopbezoek)



**Figuur 8.** Aandeel in Nederlandse bevolking en bioscoopbezoek per leeftijdscategorie 2017.

## Ontwikkeling bioscoopbezoek 2007-2017 per leeftijdscategorie

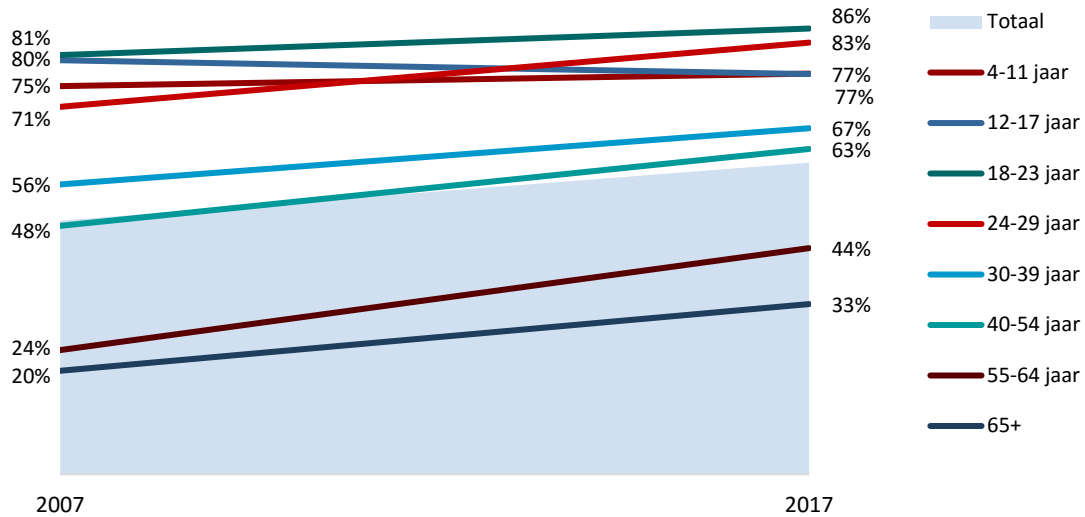
Wanneer wordt gekeken naar de ontwikkeling van het bioscoopbezoek per leeftijdscategorie in de afgelopen 10 jaar, is te zien dat - met uitzondering van de 12- tot en met 17-jarigen<sup>2</sup> - zowel het bereik als de bezoekfrequentie bij alle leeftijdsgroepen is gestegen. De stijging onder de 4- tot en met 11-jarigen is echter zeer klein. De sterkste stijging in bereik is te zien onder de 55- tot en met 64-jarigen. De bezoekfrequentie onder deze leeftijdsgroep is verdubbeld ten opzichte van 10 jaar geleden. De sterkste stijging in bezoekfrequentie is te vinden bij de 18- tot en met 29-jarigen. Wat betreft marktaandelen is het aandeel in bezoeken van 55-plussers gestegen, ten koste van het

<sup>2</sup> In 2007 werden andere leeftijdsindelingen gehanteerd voor de kinderen- en jongerengroepen. Om een goede vergelijking te kunnen maken met 2007, zijn de leeftijdsgroepen voor deze analyse aangepast naar de destijds gehanteerde leeftijdsgroepen.

aandeel van kinderen in de leeftijd 4 tot en met 17 jaar. Dezelfde verschuiving is te zien in de verdeling van leeftijdsgroepen binnen de Nederlandse bevolking, echter in mindere mate.

### Ontwikkeling bereik per leeftijdscategorie\*

(Percentage Nederlanders)

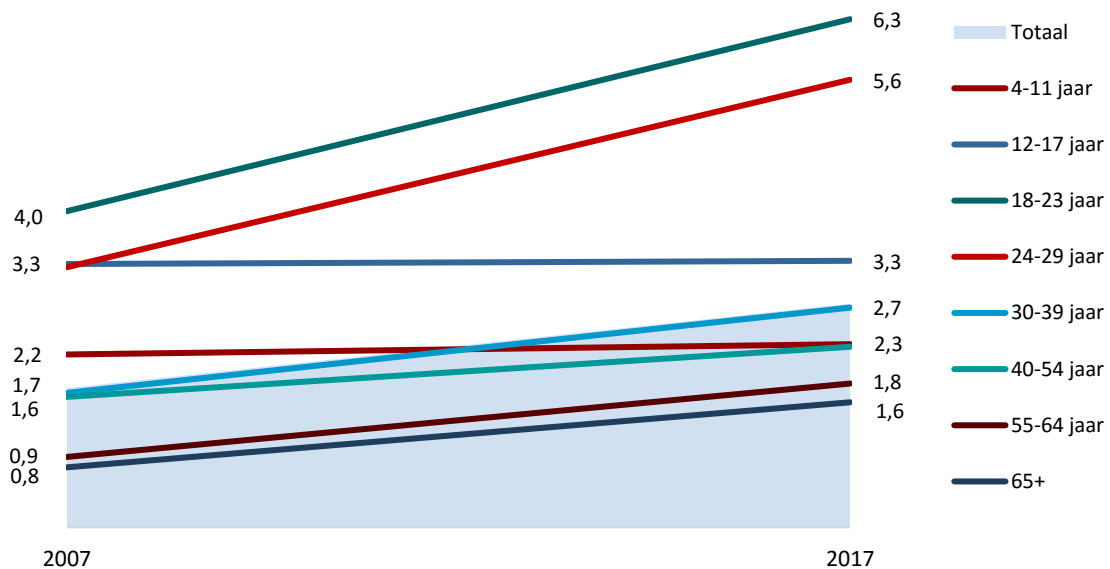


**Figuur 9.** Bereik van bioscopen en filmtheaters per leeftijdscategorie in 2007 (4+) en 2017 (6+).

\*Let op: Voor deze vergelijking zijn de leeftijdscategorieën gehanteerd zoals in 2007.

### Ontwikkeling bezoekfrequentie per leeftijdscategorie\*

(Aantal bezoeken per Nederlander)

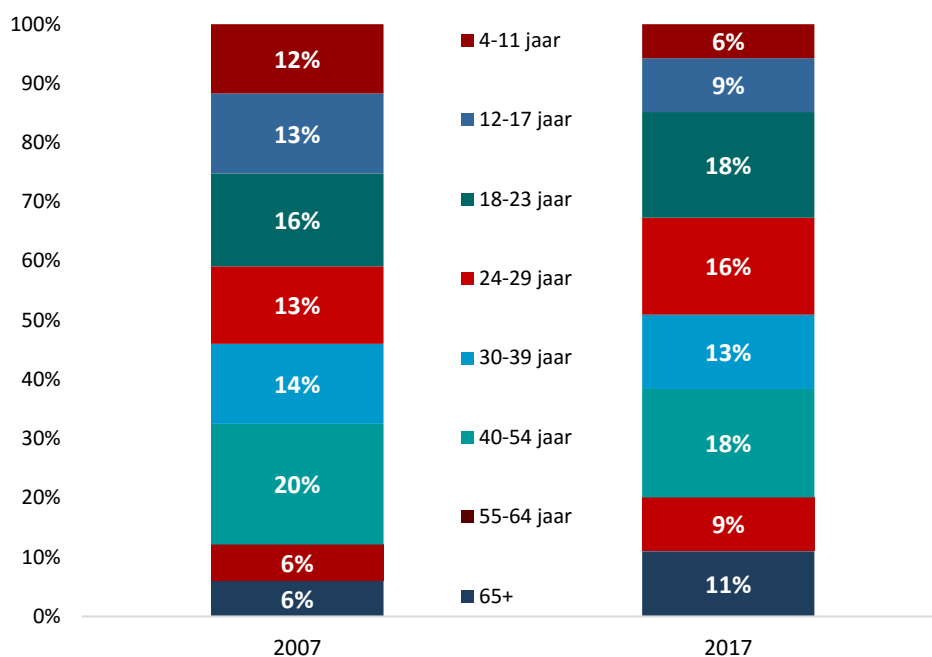


**Figuur 10.** Gemiddelde bezoekfrequentie per leeftijdscategorie in 2007 (4+) en 2017 (6+).

\*Let op: Voor deze vergelijking zijn de leeftijdscategorieën gehanteerd zoals in 2007.

## Ontwikkeling marktaandeel per leeftijdscategorie\*

(Percentage van totaal bioscoopbezoek)

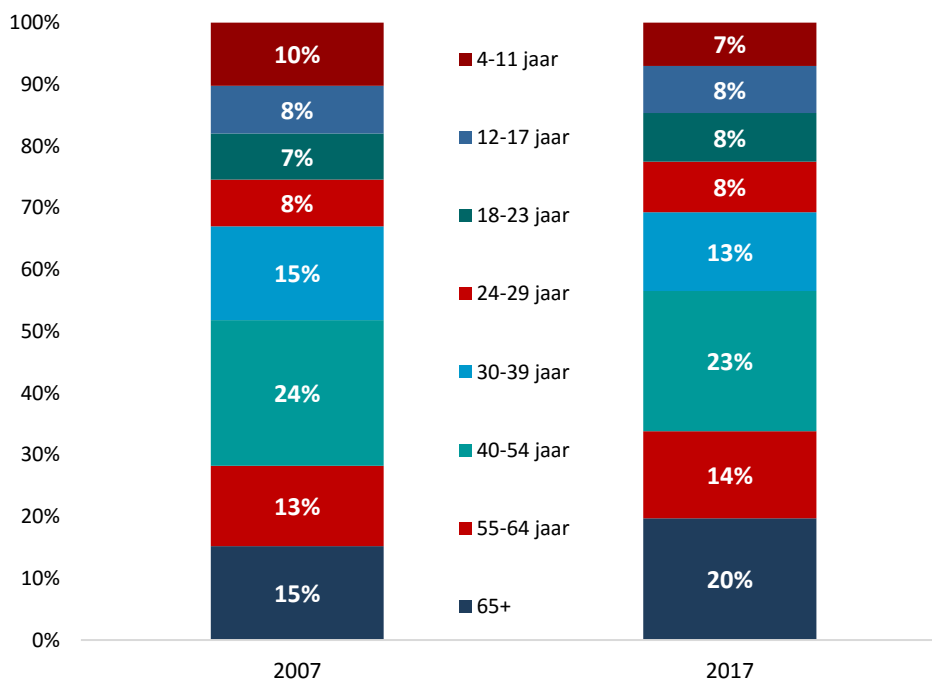


**Figuur 11.** Marktaandeel in het bioscoopbezoek per leeftijdscategorie in 2007 (4+) en 2017 (6+).

\*Let op: Voor deze vergelijking zijn de leeftijdscategorieën gehanteerd zoals in 2007.

## Ontwikkeling aandeel in de bevolking per leeftijdscategorie\*

(Percentage van totale bevolking)

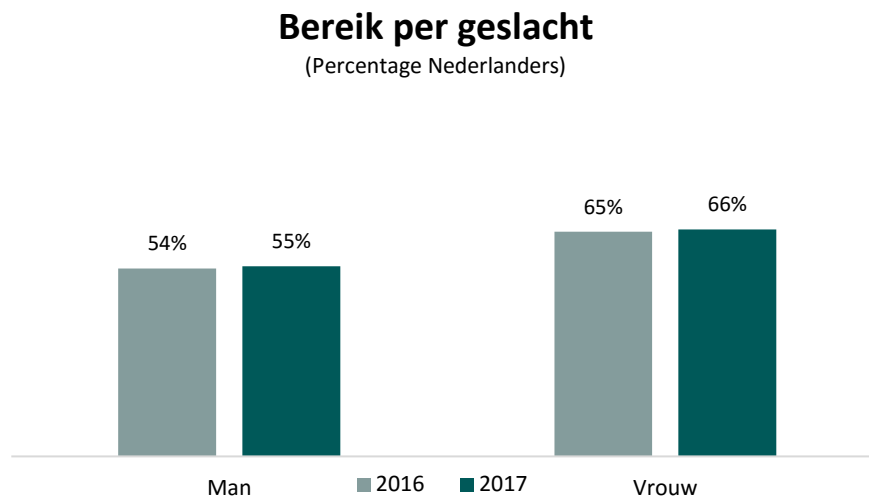


**Figuur 12.** Aandelen in de Nederlandse bevolking per leeftijdscategorie 2007 en 2017.

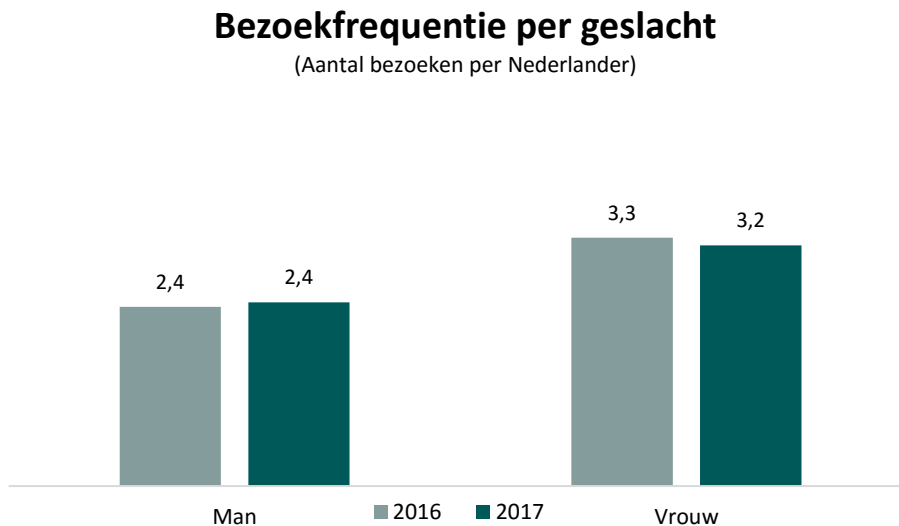
\*Let op: Voor deze vergelijking zijn de leeftijdscategorieën gehanteerd zoals in 2007.

## Resultaten per geslacht

Het bereik en de gemiddelde bezoekfrequentie bij mannen en vrouwen zijn in 2017 vrijwel gelijk gebleven aan 2016. Wanneer de ontwikkeling van het bioscoopbezoek per geslacht over de afgelopen tien jaar wordt bekeken, blijkt dat het bereik en de bezoekfrequentie bij beide geslachten zijn gestegen. Waar bij mannen echter sprake is van een geleidelijke stijging, hebben het bereik en de bezoekfrequentie bij vrouwen ten opzichte van 2007 een sterkere stijging doorgemaakt. Deze stijging is wellicht deels te verklaren door drukbezochte Ladies Nights en populaire filmtitels gericht op vrouwen zoals GOOISCHE VROUWEN, SOOF en FIFTY SHADES. Ook het marktaandeel van vrouwen is ten opzichte van 2007 gestegen, terwijl de verdeling in de bevolking vrijwel gelijk is gebleven.



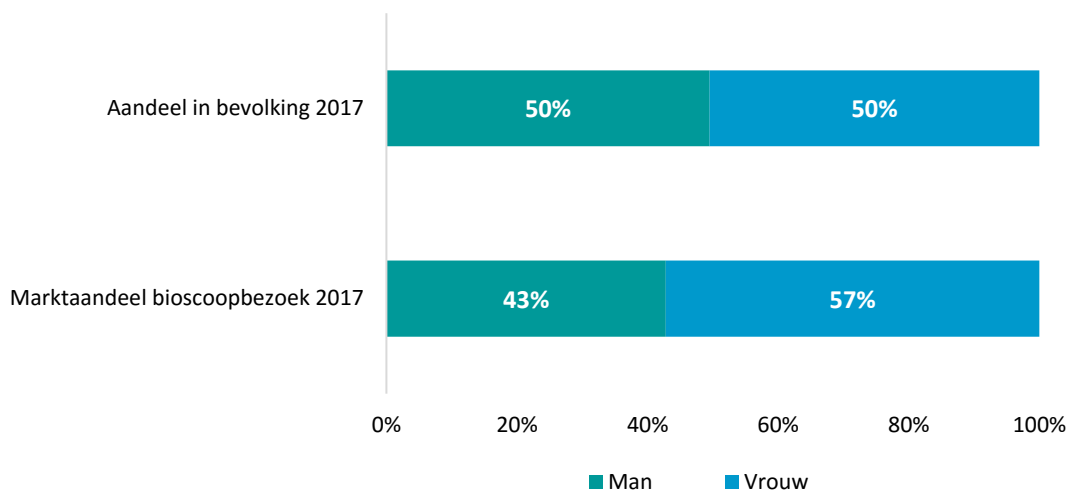
**Figuur 13.** Bereik Nederlandse bioscopen en filmtheaters per geslacht in 2016 en 2017 (leeftijd 6+).



**Figuur 14.** Gemiddelde bezoekfrequentie per geslacht in 2016 en 2017 (leeftijd 6+).

## Marktaandelen per geslacht

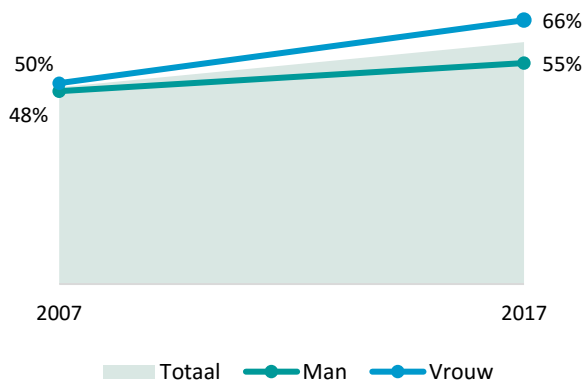
(Percentage bevolking en totaal bioscoopbezoek)



**Figuur 15.** Aandeel in de Nederlandse bevolking en marktaandeel in bioscoopbezoek per geslacht in 2017 (leeftijd 6+).

## Ontwikkeling bereik per geslacht

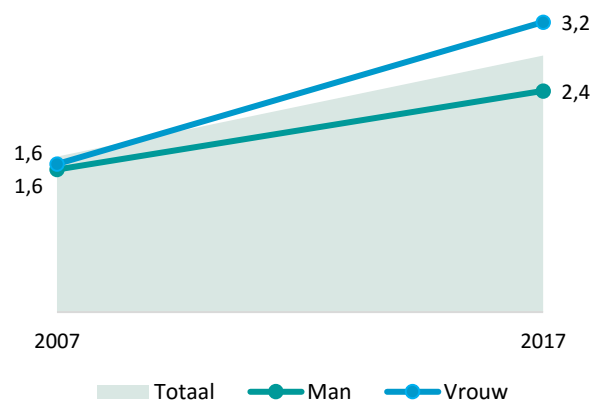
(Percentage Nederlanders)



**Figuur 16.** Bereik Nederlandse bioscopen en filmtheaters per geslacht in 2007 (4+) en 2017 (6+).

## Ontwikkeling bezoekfrequentie per geslacht

(Aantal bezoeken per Nederlander)

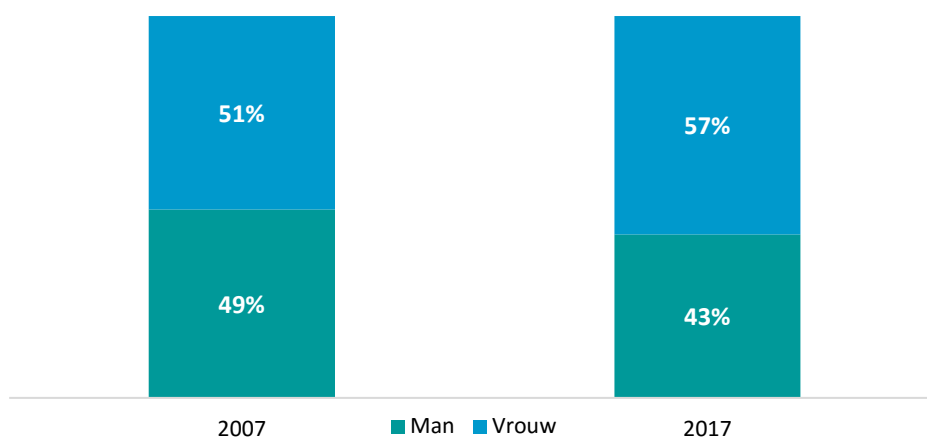


**Figuur 17.** Gemiddelde bezoekfrequentie van mannen en vrouwen in 2007 (4+) en 2017 (6+).



## Ontwikkeling marktaandeel per geslacht

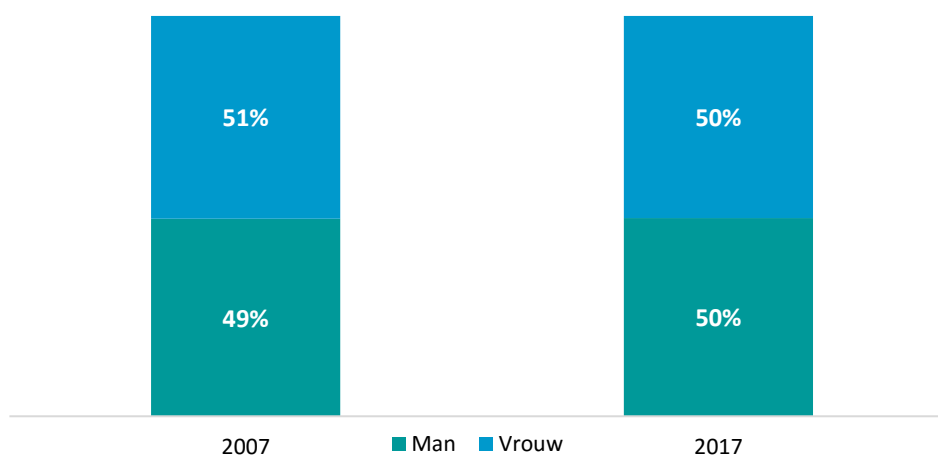
(Percentage van totaal bioscoopbezoek)



**Figuur 18.** Marktaandeel in het bioscoopbezoek van mannen en vrouwen in 2007 en 2017 (leeftijd 6+).

## Ontwikkeling aandeel in bevolking per geslacht

(Percentage van totale bevolking)



**Figuur 19.** Aandelen in de Nederlandse bevolking van mannen en vrouwen in 2007 en 2017.

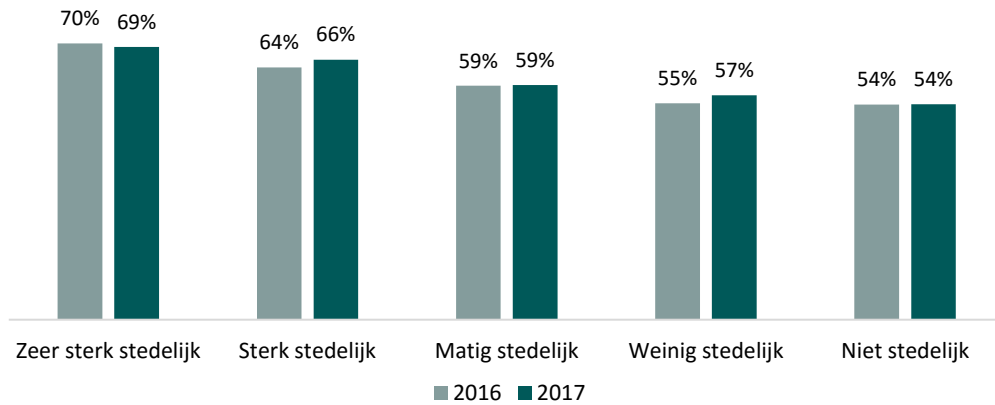
## Resultaten per stedelijkheid

---

In 2017 zien we een vertrouwd beeld: hoe sterker de stedelijkheid van een woongemeente, des te hoger het bereik. Hierin zijn slechts zeer minimale verschillen te ontdekken ten opzichte van 2016. Ook met betrekking tot de gemiddelde bezoekfrequentie zien we een geleidelijke toename naarmate de woongemeente sterker verstedelijkt is.

## Bereik per stedelijkheid woongemeente

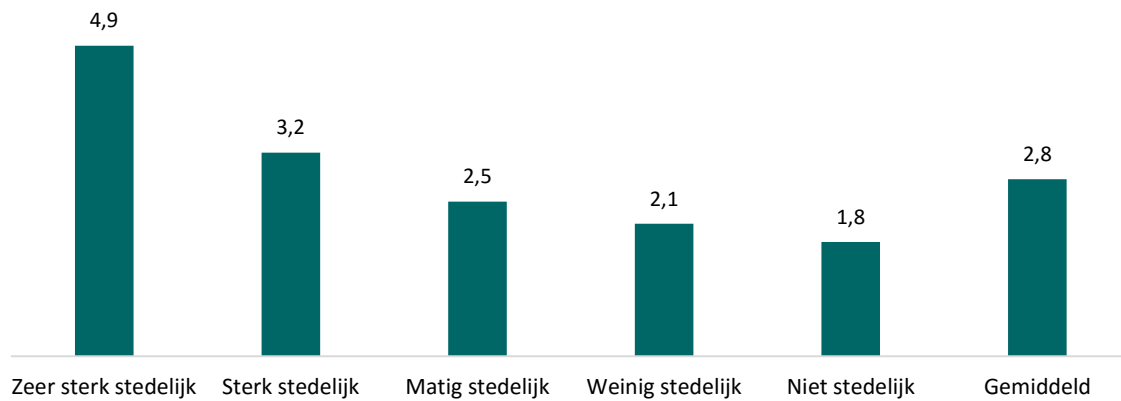
(Percentage Nederlanders)



**Figuur 20.** Bereik Nederlandse bioscopen en filmtheaters per stedelijkheid van de woongemeente in 2016 en 2017 (leeftijd 6+).

## Bezoekfrequentie per stedelijkheid woongemeente

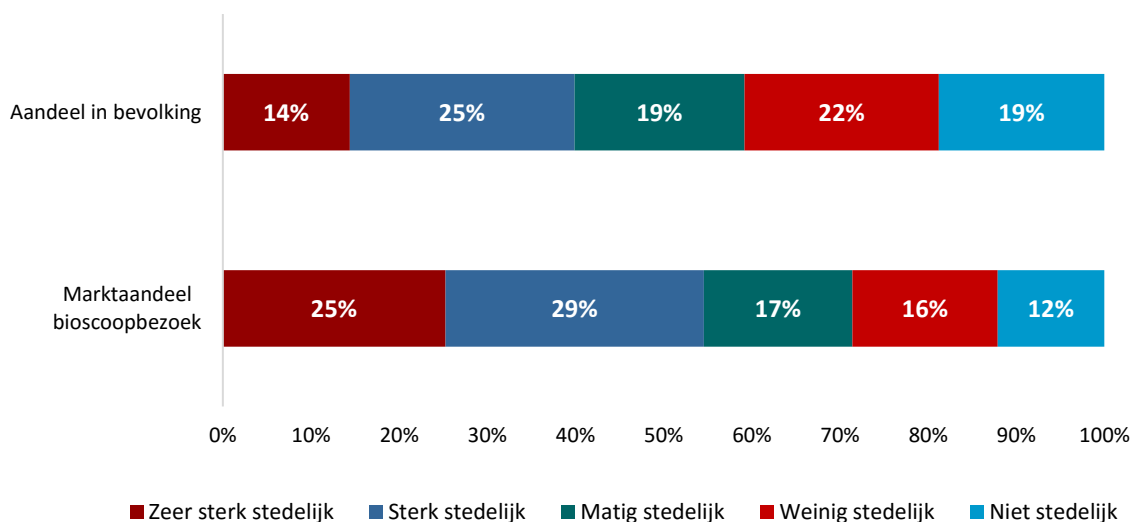
(Aantal bezoeken per Nederlander)



**Figuur 21.** Gemiddelde bezoekfrequentie per stedelijkheid van de woongemeente in 2017 (leeftijd 6+).

## Marktaandeel per stedelijkheid woongemeente

(Percentage steekproef en totaal bioscoopbezoek)



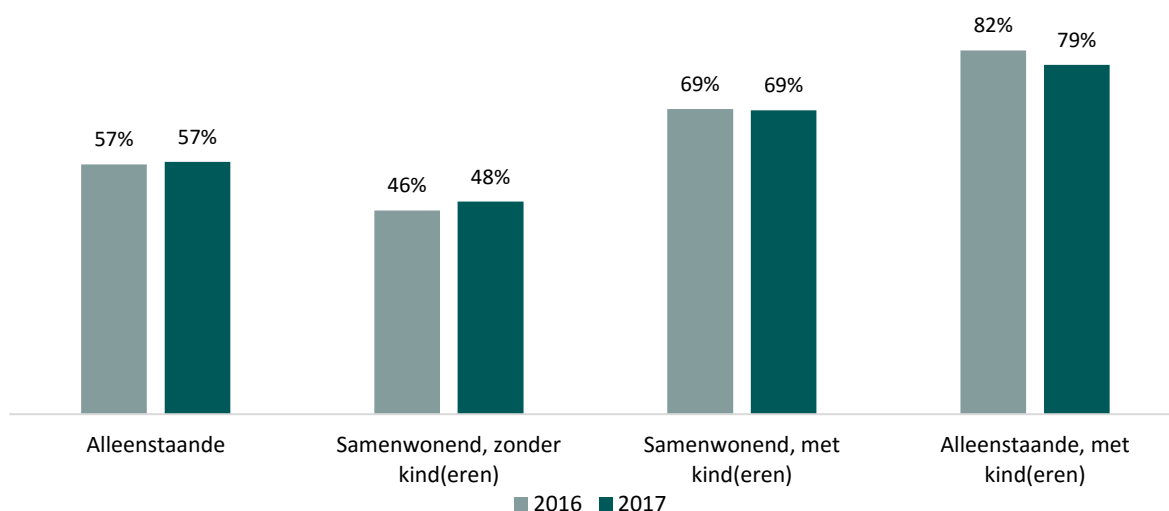
**Figuur 22.** Marktaandeel in bioscoopbezoek en aandeel in Nederlandse bevolking per stedelijkheid van de woongemeente in 2017 (leeftijd 6+).

## Resultaten per type huishouden

Bioscopen en filmtheaters bereikten in 2017 - net als in voorgaande jaren – het best de huishoudens met thuiswonende kind(eren). Zowel het bereik als de gemiddelde bezoekfrequentie zijn van elk type huishouden ongeveer gelijk gebleven aan dat in 2016.

## Bereik per type huishouden

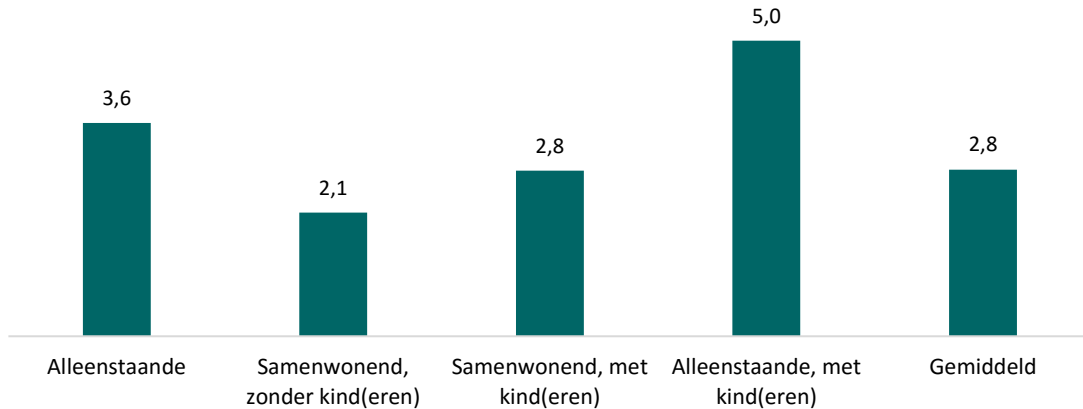
(Percentage Nederlanders)



**Figuur 23.** Bereik Nederlandse bioscopen en filmtheaters per type huishouden in 2016 en 2017 (leeftijd 6+).

## Bezoekfrequentie per type huishouden

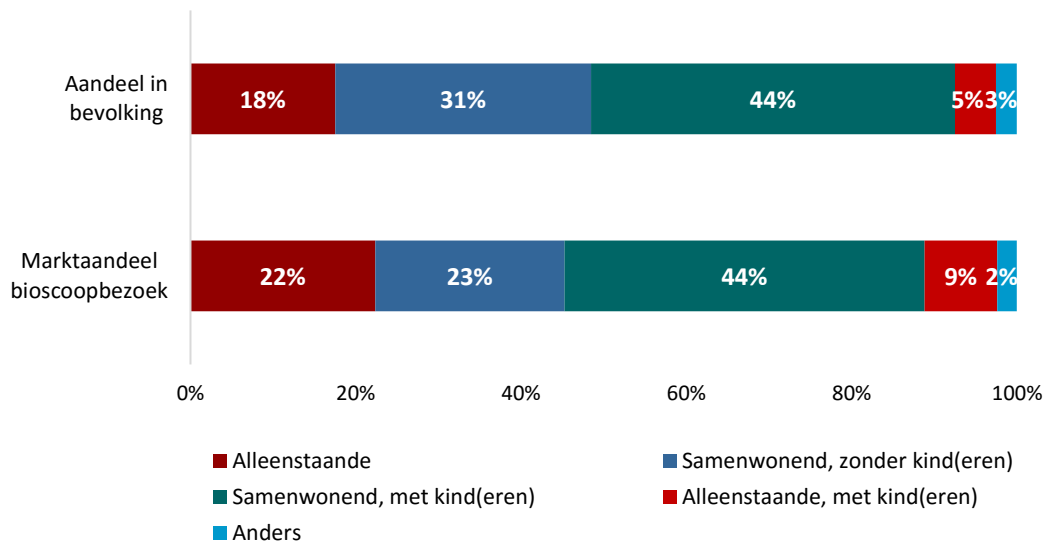
(Aantal bezoeken per Nederlander)



**Figuur 24.** Gemiddelde bezoekfrequentie per type huishouden in 2017 (leeftijd 6+).

## Marktaandeel per type huishouden

(Percentage steekproef en totaal bioscoopbezoek)



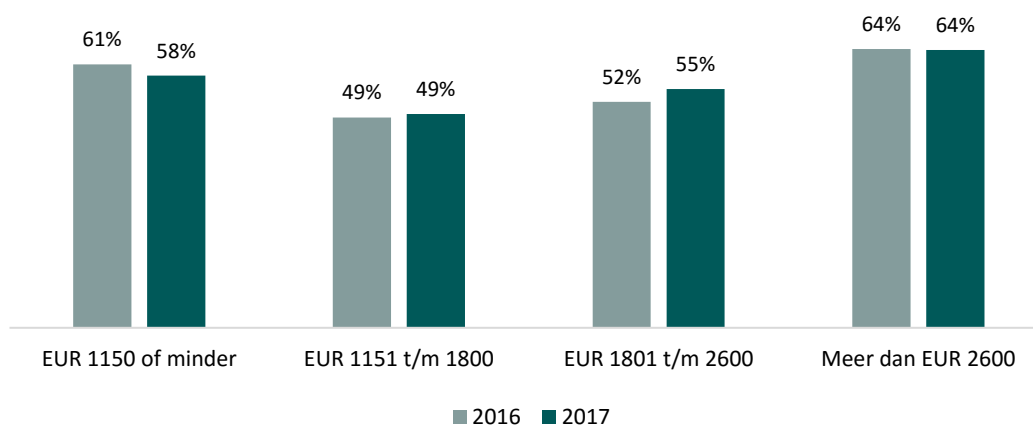
**Figuur 25.** Aandeel in bioscoopbezoek en in de bevolking per type huishouden in 2017 (leeftijd 6+).

## Resultaten per inkomen

Van alle inkomensgroepen werd de hoogste inkomensgroep (€2.600 of meer) wederom het best bereikt, gevolgd door de laagste inkomensgroep (€1.150 of minder). Ondanks dat de prijzen van bioscooptickets in 2017 gelijk zijn gebleven en er over het algemeen meer kortingen werden aangeboden, zijn het bereik en de bezoekfrequentie onder de laagste inkomensgroep licht gedaald. Dit vertaalt zich tevens in een kleiner marktaandeel. De hoogste inkomensgroep nam in 2017 wederom het grootste marktaandeel voor haar rekening, namelijk 57%, mede door het grote aandeel van deze groep binnen de Nederlandse bevolking.

## Bereik per netto maandinkomen huishouden

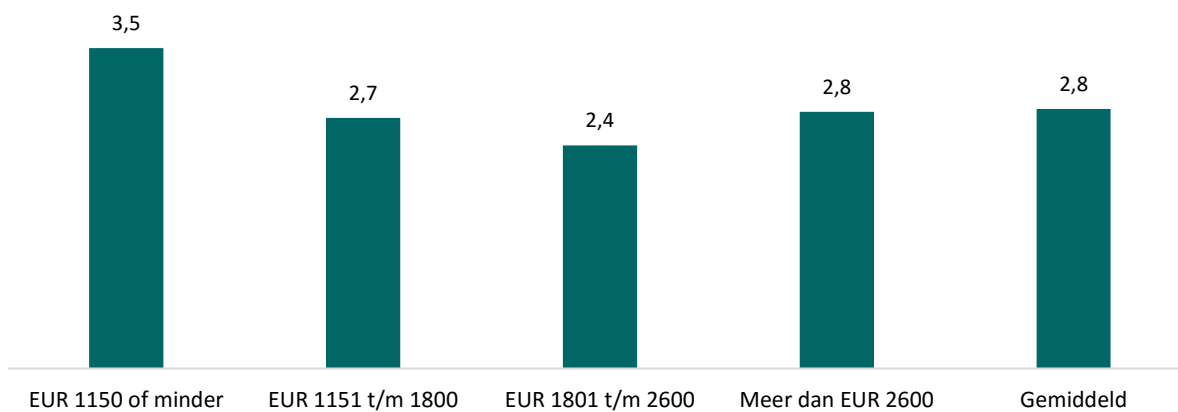
(Percentage Nederlanders)



**Figuur 26.** Bereik Nederlandse bioscopen en filmtheaters per netto maandinkomen van het huishouden in 2017 (leeftijd 6+).

## Bezoekfrequentie per netto maandinkomen huishouden

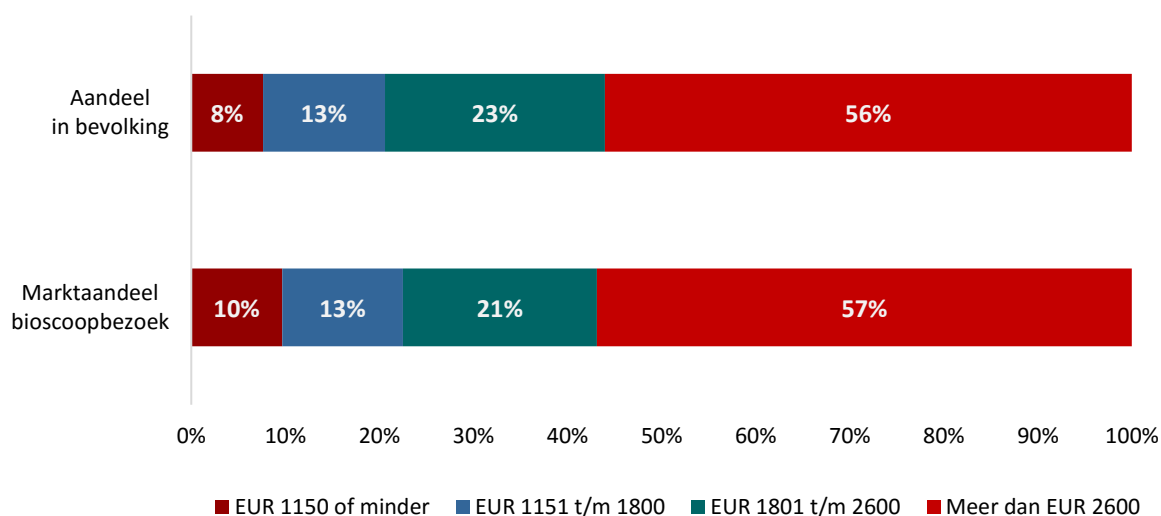
(Aantal bezoeken per Nederlander)



**Figuur 27.** Gemiddelde bezoekfrequentie per netto maandinkomen van het huishouden in 2017 (leeftijd 6+).

## Marktaandeel per netto maandinkomen huishouden

(Percentage steekproef en totaal bioscoopbezoek)



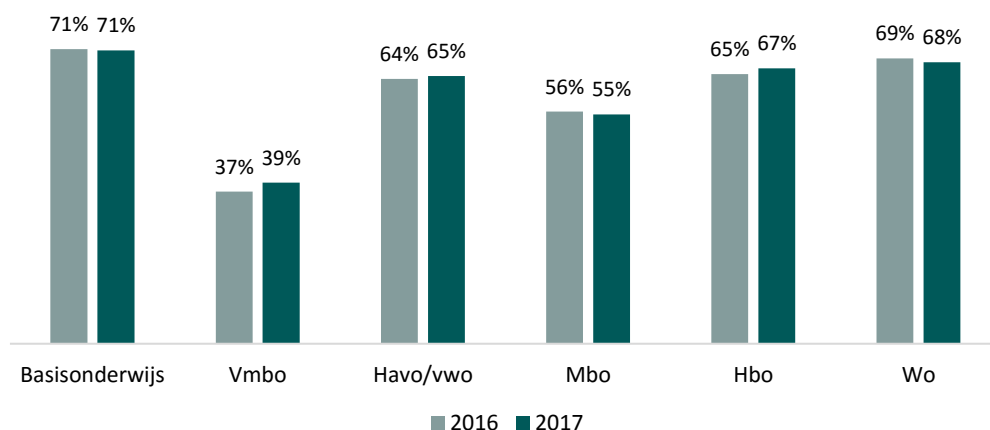
**Figuur 28.** Aandeel in bioscoopbezoek en in Nederlandse bevolking per netto maandinkomen van het huishouden in 2017 (leeftijd 6+).

## Resultaten per opleidingsniveau

Zoals we in voorgaande jaren ook zagen, werden de vmbo'ers door bioscopen en filmtheaters het slechtst bereikt. Ook was hun bezoekfrequentie wederom ver beneden gemiddeld. Verder is bij de havo/vwo'ers een daling te zien van 0,5 bezoeken, maar is het bereik onder de verschillende opleidingsniveaus stabiel gebleven. Traditiegetrouw namen de hoger opgeleiden (hbo en wo) het grootste marktaandeel voor hun rekening.

## Bereik per opleidingsniveau

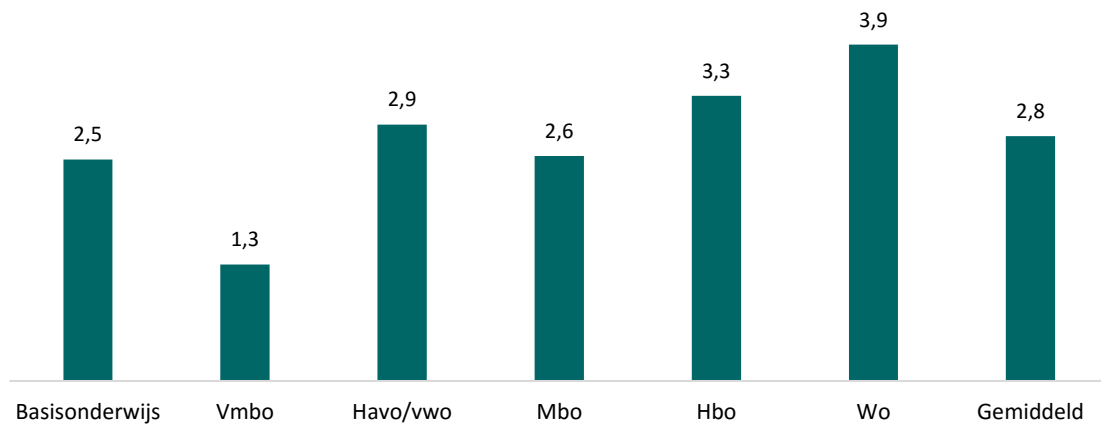
(Percentage Nederlanders)



**Figuur 29.** Bereik Nederlandse bioscopen en filmtheaters per opleidingsniveau in 2016 en 2017 (leeftijd 6+).

## Bezoekfrequentie per opleidingsniveau

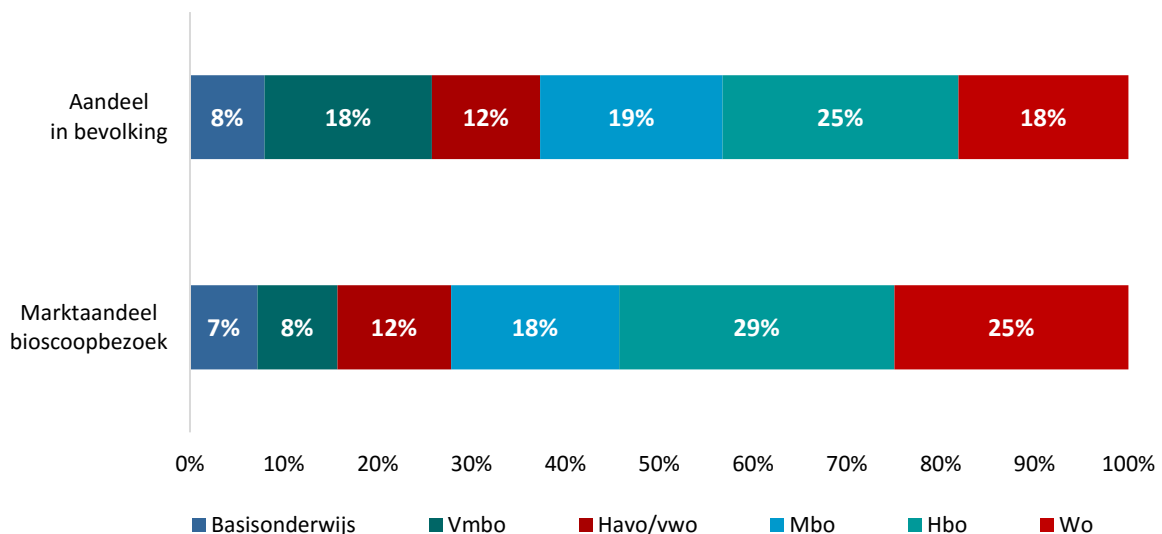
(Aantal bezoeken per Nederlander)



**Figuur 30.** Gemiddelde bezoekfrequentie per opleidingsniveau in 2017 (leeftijd 6+).

## Marktaandeel per opleidingsniveau

(Percentage steekproef en totaal bioscoopbezoek)



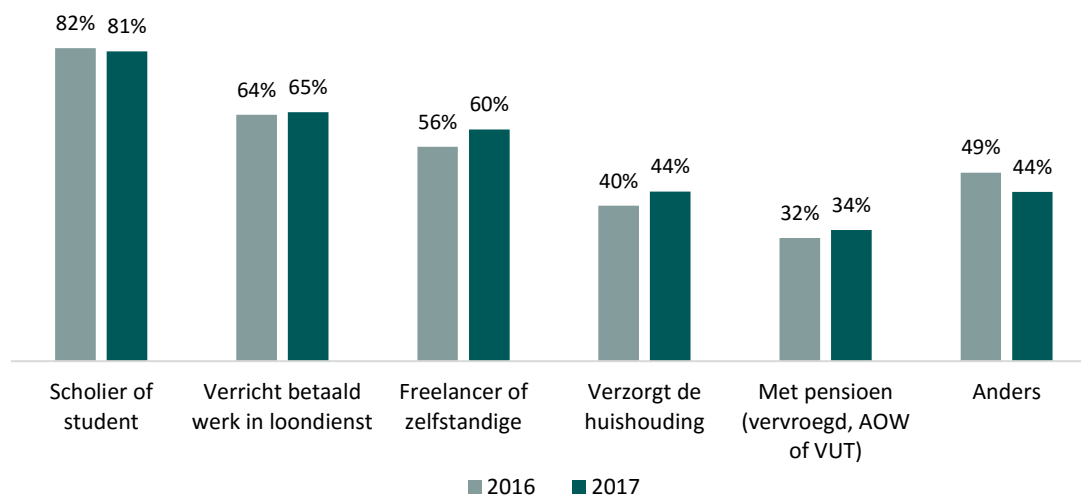
**Figuur 31.** Aandeel in bioscoopbezoek en in de Nederlandse bevolking in 2017 (leeftijd 6+).

## Resultaten per belangrijkste dagelijkse bezigheid

Ten aanzien van de belangrijkste dagelijkse bezigheid, kwamen zowel het bereik als de bezoekfrequenties in 2017 grotendeels overeen met 2016. Hierbij worden scholieren en studenten – net als jongeren – nog altijd het best bereikt. Onder freelancers/zelfstandigen en degenen die het huishouden verzorgen was in 2017 een lichte stijging in het bereik te zien (beiden +4%).

## Bereik per belangrijkste dagelijkse bezigheid

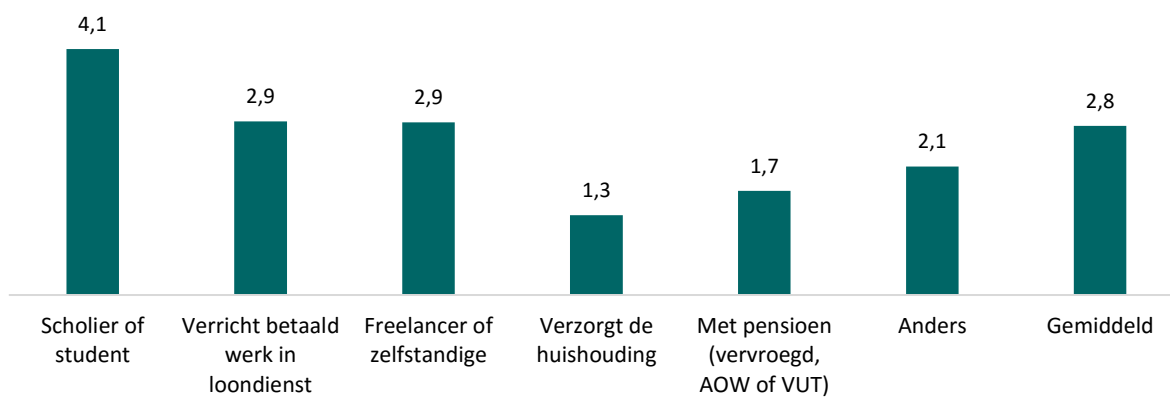
(Percentage Nederlanders)



**Figuur 32.** Bereik Nederlandse bioscopen en filmtheaters per belangrijkste dagelijkse bezigheid in 2016 en 2017 (leeftijd 6+).

## Bezoekfrequentie per belangrijkste dagelijkse bezigheid

(Aantal bezoeken per Nederlander)

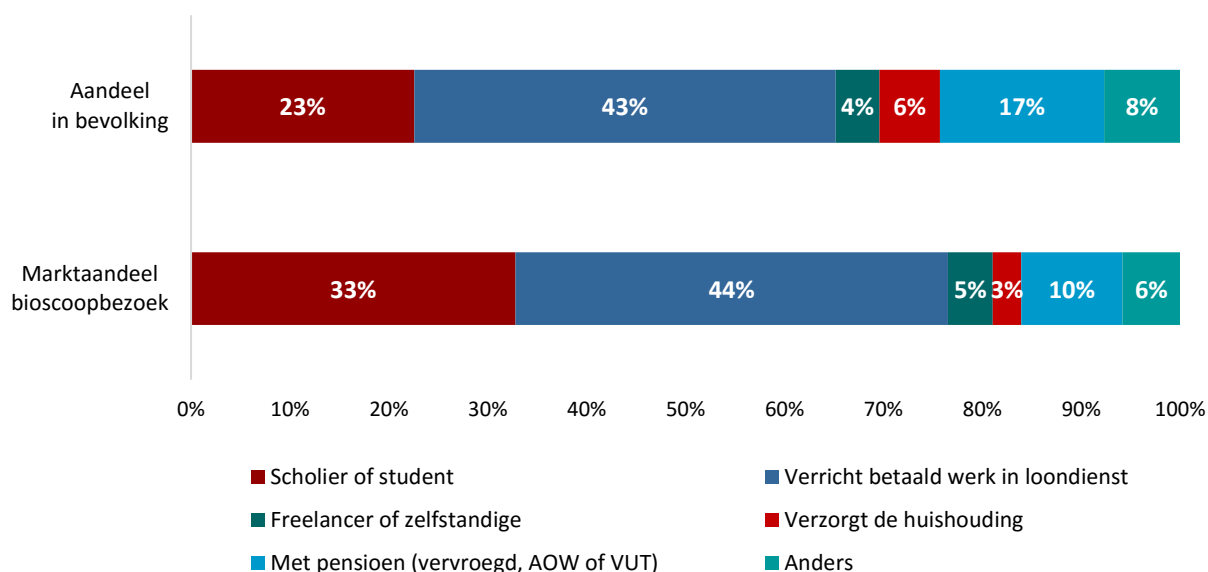


**Figuur 33.** Gemiddelde bezoekfrequentie per belangrijkste dagelijkse bezigheid in 2017 (leeftijd 6+).



## Marktaandeel per belangrijkste dagelijkse bezigheid

(Percentage steekproef en totaal bioscoopbezoek)



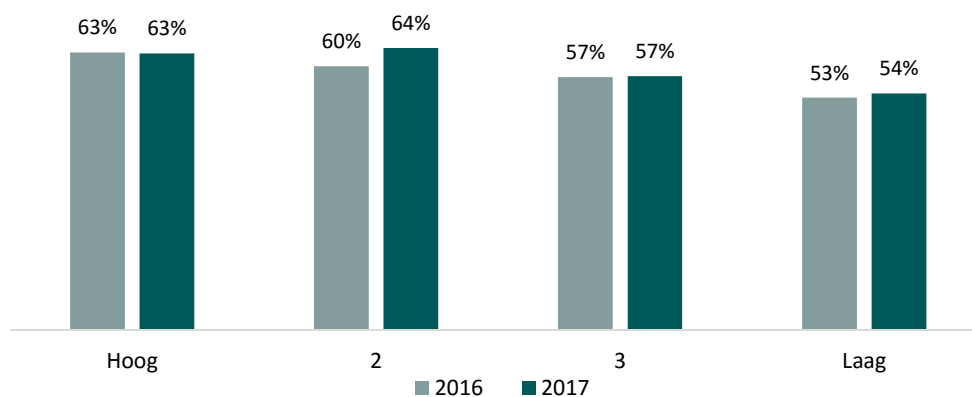
**Figuur 34.** Aandeel in bioscoopbezoek en in de Nederlandse bevolking per belangrijkste dagelijkse bezigheid in 2017 (leeftijd 6+).

## Resultaten per sociale klasse

Bioscopen en filmtheaters bereikten in 2017 de verschillende sociale klassen vrijwel even goed. Ook de verschillende bezoekfrequenties liggen dicht bij elkaar. Wat betreft de marktaandelen is te zien dat de lage sociale klasse een beduidend kleiner aandeel heeft dan de hoge en middenklasse. Dit heeft ermee te maken dat er slechts een klein aantal Nederlanders is dat binnen deze klasse valt.

## Bereik per sociale klasse

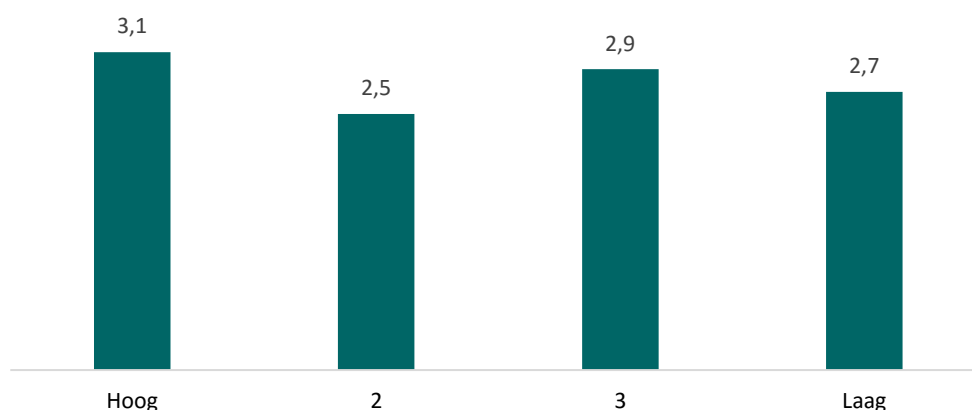
(Percentage Nederlanders)



**Figuur 35.** Bereik Nederlandse bioscopen en filmtheaters per sociale klasse in 2016 en 2017 (leeftijd 6+).

## Bezoekfrequentie per sociale klasse

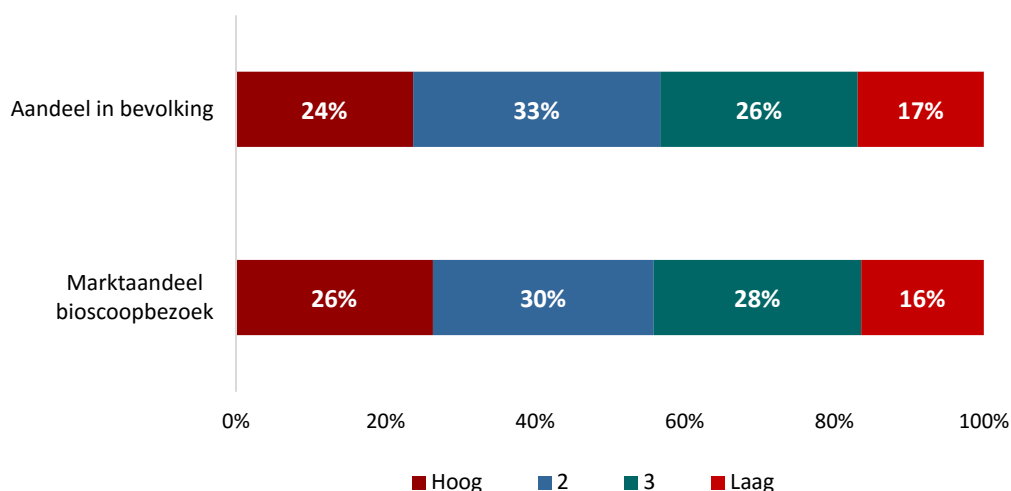
(Aantal bezoeken per Nederlander)



**Figuur 36.** Gemiddelde bezoekfrequentie per sociale klasse in 2017 (leeftijd 6+).

## Marktaandeel per sociale klasse

(Percentage steekproef en totaal bioscoopbezoek)



**Figuur 37.** Aandeel in bioscoopbezoek en in de Nederlandse bevolking per sociale klasse in 2016 (leeftijd 6+).

## Hoofdpijnen

- Het bereik en de bezoekfrequentie zijn in 2017 in grote lijnen stabiel gebleven. Het percentage Nederlanders (leeftijd 6+) dat minstens eenmaal een bioscoop of filmtheater heeft bezocht in 2017 is 60%. Dit staat gelijk aan ruim 9,7 miljoen bioscoopbezoekers van zes jaar of ouder in 2017. De gemiddelde bezoekfrequentie per hoofd van de bevolking was wederom 2,8 keer.
- Het bereik van bioscopen en filmtheaters was in 2017 wederom het hoogst onder 16- tot 23-jarigen.

- Het marktaandeel van 55-plussers in het bioscoopbezoek is sinds 2007 gestegen van 12% naar 20%, ten koste van de 4- tot en met 17-jarigen. Deze verschuiving heeft grotendeels te maken met de vergrijzing van de Nederlandse bevolking.
- Het bereik en de bezoekfrequenties van kinderen en tieners van 4 tot en met 17 jaar zijn in 10 jaar tijd niet of nauwelijks gestegen, in tegenstelling tot alle andere leeftijdsgroepen.
- In 10 jaar tijd zijn het bereik en de bezoekfrequentie van zowel mannen als vrouwen gestegen. Vrouwen hebben echter een beduidend sterkere groei doorgemaakt dan mannen. Vrouwen namen in 2017 dan ook een aanzienlijk groter aandeel voor hun rekening dan mannen. Wellicht kan dit voor een deel worden verklaard door populaire op vrouwen gerichte titels zoals GOOISCHE VROUWEN, SOOF en FIFTY SHADES.
- Het bioscooppubliek bestond in 2017 met name uit vrouwen, 16- tot en met 23-jarigen, samenwonenden met kinderen, Nederlanders binnen de hoge inkomensgroep, inwoners van (zeer) sterk stedelijke gebieden, hoogopgeleiden, studenten en scholieren en mensen die werken in loondienst.



Lion (Entertainment One)

## **RESULTATEN – FILMTHEATERBEZOEKERS**

*Filmtheaterbezoek en demografische kenmerken van het publiek*



## Bezoek filmtheaters 2017

Het bezoek aan filmtheaters is in 2017 licht gestegen ten opzichte van 2016, namelijk van 2,8 miljoen bezoeken naar 2,9 miljoen bezoeken. Het marktaandeel van filmtheaters is in 2017 iets gedaald, van 8,2% in 2016 naar 8,0% in 2017. Dit kan verklaard worden door een sterkere stijging in aantal bezoeken aan commerciële bioscopen in 2017.

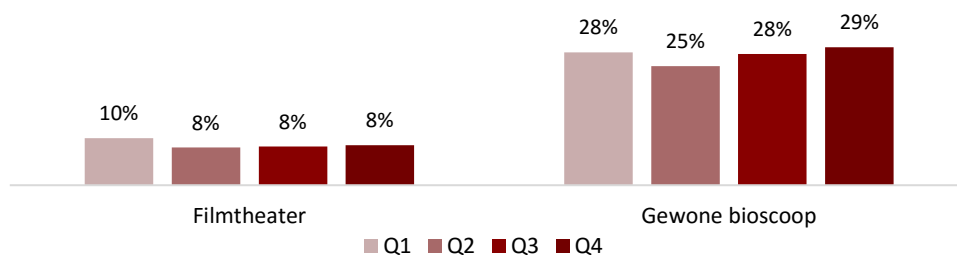
**Tabel 3.** Bezoek en recette filmtheaters 2016 en 2017 volgens gegevens NVBF.

<b>Gegevens NVBF<sup>3</sup></b>		
	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Aantal bezoeken (mln.)	2,8	2,9
% van totale bezoek	8,2	8,0
Bruto recette (mln. €)	21,2	21,8
% van totale recette	7,4	7,2

14% van de Nederlandse bevolking van zes jaar en ouder heeft in 2017 minimaal eenmaal een filmtheater of arthouse bezocht.<sup>4</sup> Dit zijn bijna 2,2 miljoen unieke filmtheaterbezoekers (leeftijd 6+). Hiervan bezocht het merendeel ook (commerciële) bioscopen (zie figuur 1). De gemiddelde frequentie van de Nederlandse bevolking voor filmtheaterbezoek betrof in 2017 0,7 (**leeftijd 16+**). De gemiddelde bezoekfrequentie van de *filmtheaterbezoekers* betrof 5,3 (**leeftijd 16+**). Zoals te zien in figuur 38 zijn filmtheaterbezoekers frequentere bezoekers dan bioscoopbezoekers over het algemeen.

### Bereik per kwartaal (16+)

(Percentage Nederlanders)



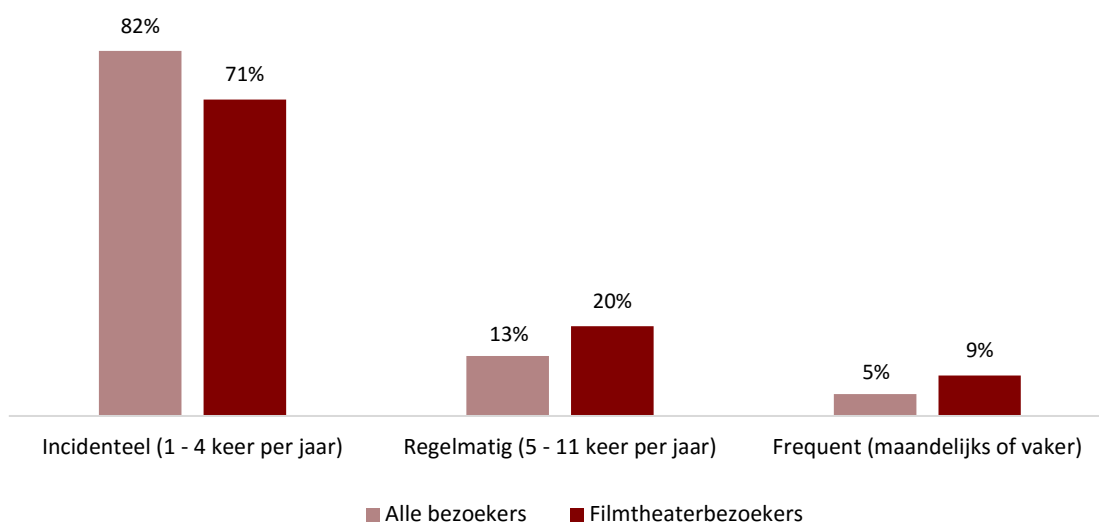
**Figuur 38.** Bereik per kwartaal in 2017 onderverdeeld naar type bioscoop (**leeftijd 16+**).

<sup>3</sup> Jaarverslag 2017.

<sup>4</sup> In dit onderzoek is aan de respondenten niet de definitie van 'filmtheater' gegeven die de NVBF hanteert, omdat dit voor respondenten te verwarrend kan zijn. Respondenten kunnen daarom onder filmtheaters dus ook arthouses verstaan.

## Bezoekers gecategoriseerd naar bezoekfrequentie

(Percentage bioscoopbezoekers)



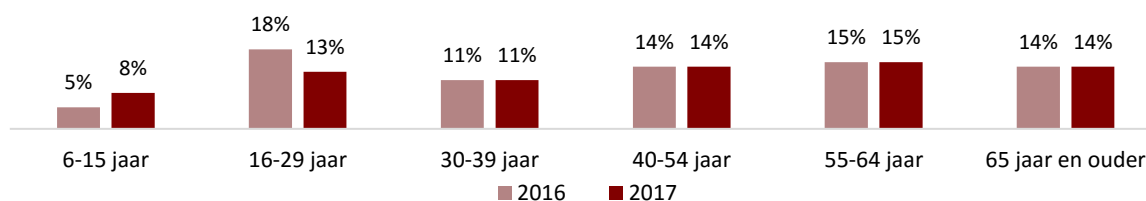
**Figuur 39.** (Filmtheater)bezoekers gecategoriseerd naar bezoekfrequentie in 2017 (leeftijd 6+).

## Resultaten per leeftijdscategorie

Wanneer een vergelijking wordt getrokken met het bezoek aan de totale bioscoopsector, kan worden gesteld dat filmtheaters in verhouding beduidend meer 55-plussers aantrekken. Dit is ook te zien aan de marktaandelen, waar de groepen vanaf 40 jaar de grootste aandelen voor hun rekening nemen. Ten opzichte van 2016 zijn de marktaandelen stabiel gebleven in 2017. Wanneer wordt gekeken naar bereik is er een daling te zien onder de 16- tot en met 29-jarigen, het percentage is daarmee weer op hetzelfde niveau als in 2015. Onder de kinderen is een lichte stijging te zien in bereik ten opzichte van 2016. De respons is echter klein, waardoor eventuele effectieve trendbreuken alleen op lange termijn duidelijk kunnen worden.

## Bereik filmtheaters per leeftijdscategorie

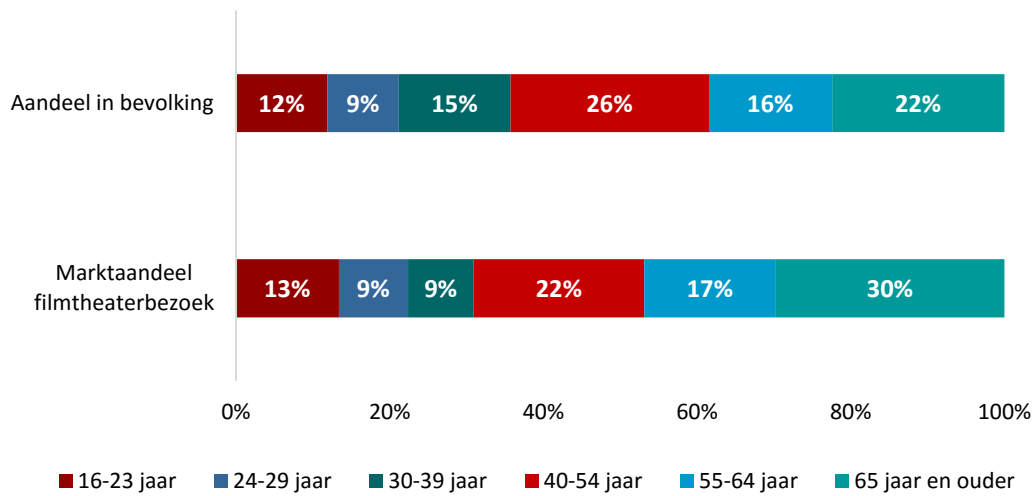
(Percentage Nederlanders)



**Figuur 40.** Bereik Nederlandse filmtheaters per leeftijdsgroep in 2016 en 2017.

## Marktaandeel per leeftijdscategorie

(Percentage bevolking en totaal filmtheaterbezoek)



**Figuur 41.** Aandeel in filmtheaterbezoek en bevolking per leeftijdscategorie in 2017 (leeftijd 16+).  
Let op: respons is klein, waardoor minder representatief.

## Resultaten per geslacht

Het bereik van filmtheaters onder mannen en vrouwen is in 2017 vrijwel gelijk gebleven. Net zoals bij het totale bezoek, maken vrouwen een groter deel uit van het filmtheaterbezoek dan mannen. Ook de marktaandelen van beide geslachten zijn ten opzichte van 2016 is stabiel gebleven.

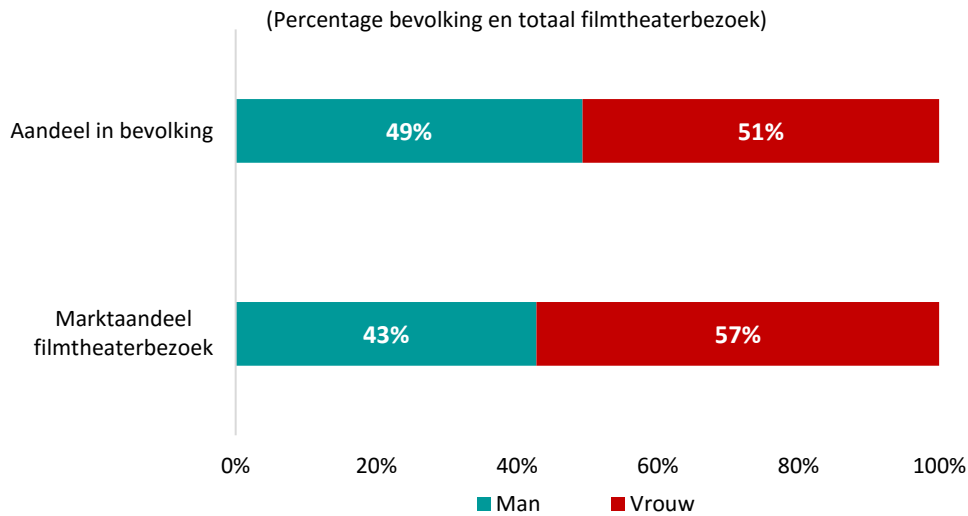
## Bereik filmtheaters per geslacht

(Percentage Nederlanders)



**Figuur 42.** Bereik Nederlandse filmtheaters per geslacht in 2016 en 2017 (leeftijd 6+).

## Marktaandeel per geslacht



**Figuur 43.** Aandeel in filmtheaterbezoek en bevolking per geslacht in 2017 (leeftijd 16+).

## Profiel filmtheaterbezoeker

Naast een hogere leeftijd heeft het gemiddeld filmtheaterpubliek een hoog opleidingsniveau. Het bereik van filmtheaters was in 2017 wederom het hoogst onder wo'ers, gevolgd door havo/vwo'ers en hbo'ers. Zowel commerciële bioscopen als filmtheaters trekken meer hoogopgeleiden dan midden- en laag opgeleiden. Bij filmtheaters is het verschil in bereik tussen de midden- en hoogopgeleiden echter fors groter.<sup>5</sup> Eenzelfde onderscheid is te zien bij sociale klasse; filmtheaters bereiken veruit het best de hoogste sociale klasse, terwijl commerciële bioscopen ongeveer een even groot bereik hebben onder de verschillende sociale klassen.

## Hoofdpijnen

- Gegevens van de NVBF tonen dat het aantal bioscoopbezoeken voor filmtheaters met 2,9 miljoen verkochte bioscooptickets ten opzichte van 2016 licht is gestegen. Door een sterkere stijging in het aantal bezoeken aan commerciële bioscopen is het marktaandeel van de filmtheaters iets gedaald van 8,2% in 2016 naar 8,0% in 2017.
- 14% van de Nederlandse bevolking van zes jaar en ouder heeft in 2017 minimaal eenmaal een filmtheater bezocht. Dit zijn bijna 2,2 miljoen unieke filmtheaterbezoekers (leeftijd 6+).
- Evenals in 2015 en 2016 bestond meer dan een kwart van de filmtheaterbezoekers in 2017 uit regelmatige tot frequente bezoekers.
- Het filmtheaterbezoek bestond in 2017 voornamelijk uit 40-plussers, vrouwen, hoogopgeleiden en Nederlanders die behoren tot de hoogste sociale klasse. Voor commerciële bioscopen geldt dat zij met name jongeren, midden- en hoogopgeleiden en Nederlanders behorend tot de middenklasse en hoge sociale klasse trekken.

<sup>5</sup> Categorieën naar categorisering van het CBS. Onder laag opleidingsniveau vallen basisscholieren en vmbo'ers. Onder midden vallen mbo'ers en havo/vwo'ers. Hoog omvat hbo'ers en wo'ers.





Dikkertje Dap (Independent Films)

## **RESULTATEN – BEZOEKERS VAN NEDERLANDSE FILMS**

*Bezoek aan Nederlandse films en demografische kenmerken van het publiek*



## Bezoek Nederlandse films 2017

**Tabel 4.** Bezoek en recette Nederlandse films 2016 en 2017 volgens gegevens NVBF.

<b>Gegevens NVBF<sup>6</sup></b>		
	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Aantal bezoeken (mln.)	4,2	4,3
% van totale bezoek	12,3	12,0
Bruto recette (mln. €)	32,8	33,4
% van totale recette	11,4	11,1
Aantal nieuw uitgebrachte films	58	58
Aantal Gouden films (> 100.000 bezoeken)	16	16
Waarvan aantal Platina films (> 400.000 bezoeken)	2	0
Waarvan aantal Diamanten films (> miljoen bezoeken)	0	0

Het aandeel van Nederlandse films in het totale bioscoopbezoek in 2017 was 12%. Dit staat gelijk aan circa 4,3 miljoen verkochte bioscooptickets. Dit komt vrijwel overeen met 2016, waarin het marktaandeel van Nederlandse films 12,3% was. In totaal behaalden 16 films de Gouden film status (meer dan 100.000 bezoeken). Evenals in 2016, was *SOOF 2* (release december 2016) de best bezochte Nederlandse film in 2017.

In 2017 hebben, evenals in 2016, 3,2 miljoen Nederlanders minstens eenmaal een Nederlandse film in de bioscoop of het filmtheater bezocht. Het bereik van Nederlandse films onder Nederlanders van 6 jaar en ouder is in 2017 ten opzichte van 2016 vrijwel gelijk gebleven, namelijk 20%. Het bereik van Nederlandse films was in 2017 het hoogst in het eerste en vierde kwartaal.

### Bereik Nederlandse films per kwartaal (16+)

(Percentage Nederlanders)



**Figuur 44.** Bereik Nederlandse films per kwartaal in 2017 (leeftijd 16+).

<sup>6</sup> Jaarverslag 2017.

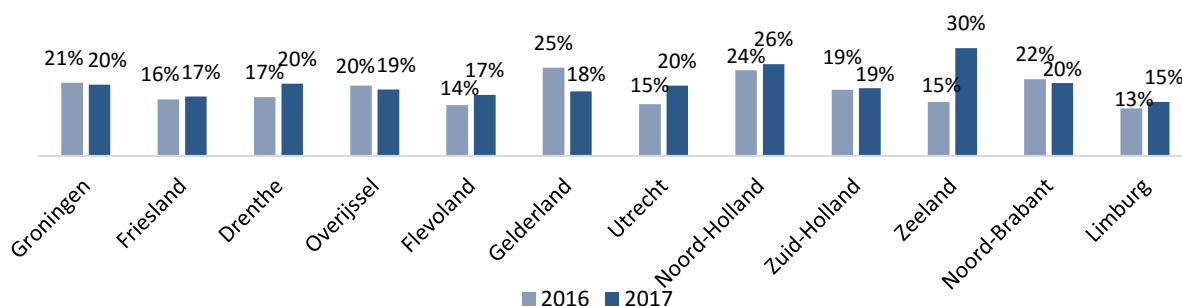
Binnen het bezoek aan Nederlandse films vormen de verschillende leeftijdsgroepen en inwoners per provincie kleine groepen, waardoor de resultaten per provincie en leeftijdsgroep minder representatief kunnen zijn. Een daling of stijging kan daardoor sterker lijken dan in werkelijkheid het geval is. Deze resultaten geven dan ook met name een indicatie van het bereik van Nederlandse films.

## Resultaten per provincie

In 2017 is in Zeeland een uitschieter te zien in het bereik van Nederlandse films ten opzichte van 2016. Dit zou verklaard kunnen worden door de regionaal georiënteerde romantische komedie *WEG VAN JOU*, nationaal de 8<sup>ste</sup> best bezochte Nederlandse film en in Zeeland zelfs dé best bezochte film in 2017. Ook in 2015 werd een hoog bereik waargenomen in Zeeland (52%), wat grotendeels verklaard kon worden door het succes van *MICHIEL DE RUYTER* dat zich voornamelijk afspeelde in Vlissingen. Regionaal georiënteerde films lijken een boost te kunnen geven aan het bereik van Nederlandse films wanneer deze zich in een specifieke provincie afspelen. Hetzelfde fenomeen werd bijvoorbeeld in 2013 gezien in Flevoland, toen *DE NIEUWE WILDERNIS* (een natuurfilm over de Oostvaardersplassen in de provincie Flevoland) werd vertoond.

### Bereik Nederlandse films per provincie

(Percentage Nederlanders)



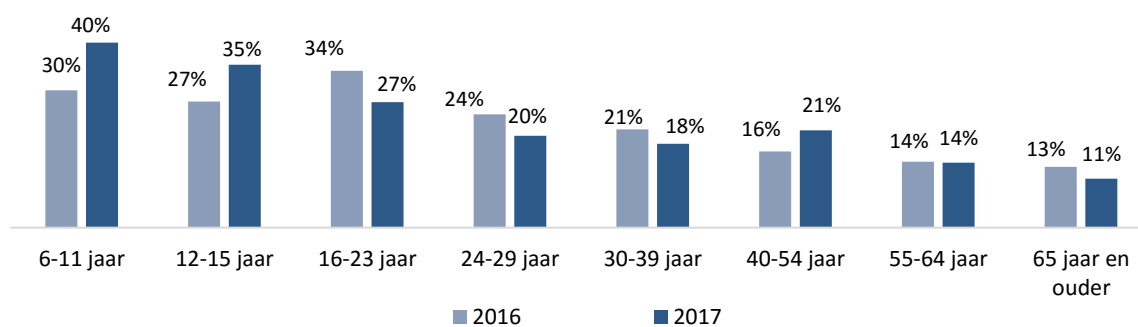
**Figuur 45.** Bereik Nederlandse films per provincie in 2016 en 2017 (leeftijd 6+).

## Resultaten per leeftijdscategorie

In 2017 is het bereik van Nederlandse films voornamelijk gestegen onder de 6- tot en met 15-jarigen en de 40- tot 54-jarigen. De stijging onder kinderen en tieners zou onder meer verklaard kunnen worden door goed bezochte kinderfilms zoals *DIKKERTJE DAP*, *DUMMIE DE MUMMIE 3*, en de tienerfilm *MISFIT*. Onder 16- tot 23-jarigen en 24- tot 29-jarigen is juist een daling in het bereik te zien.

## Bereik Nederlandse films per leeftijdscategorie

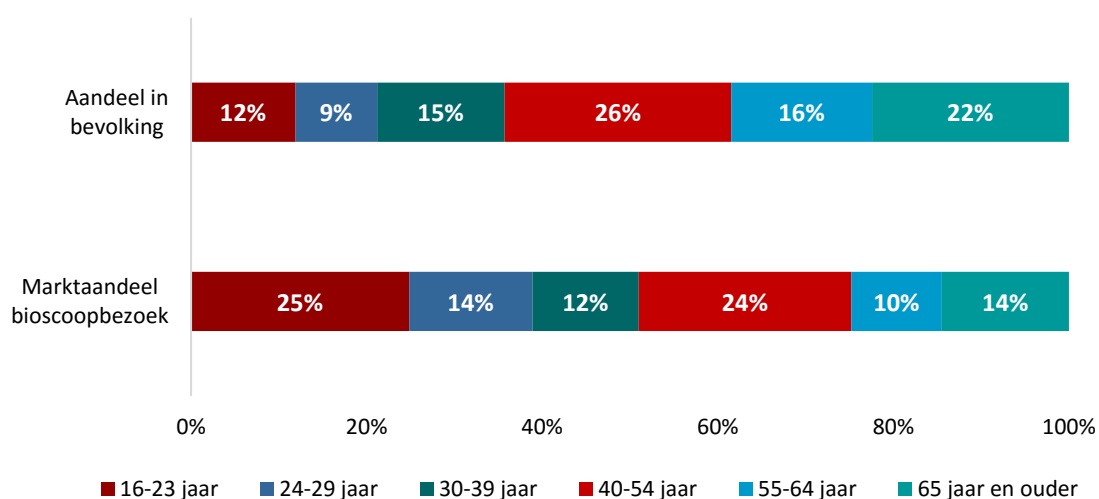
(Percentage Nederlanders)



**Figuur 46.** Bereik Nederlandse films per leeftijdscategorie in 2016 en 2017.

## Marktaandeel per leeftijdscategorie

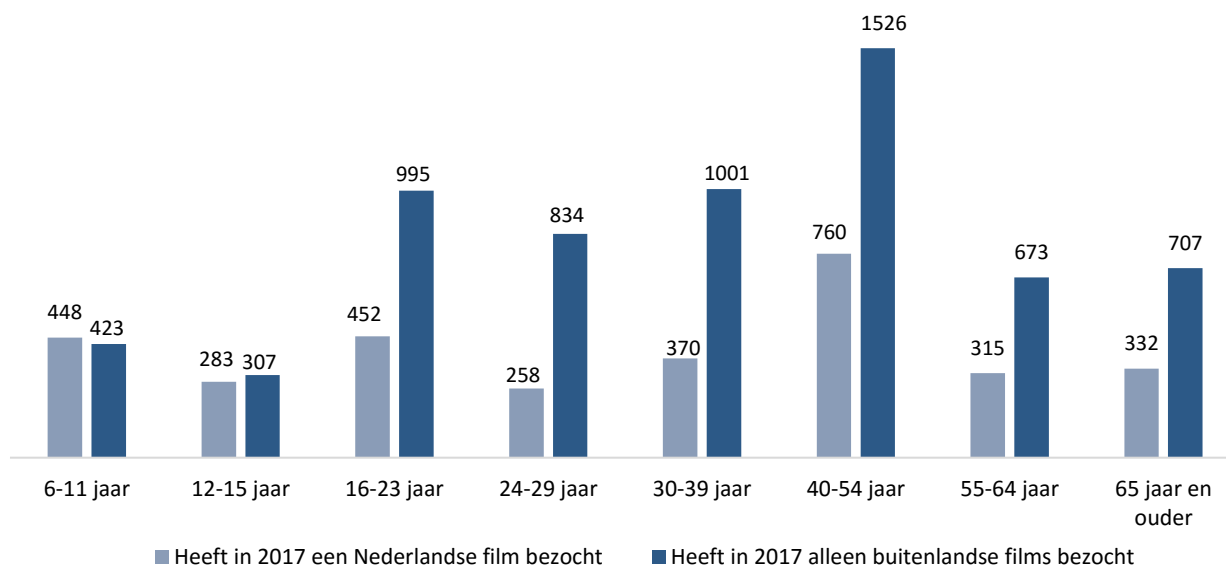
(Percentage bevolking en totaal bezoek Nederlandse films)



**Figuur 47.** Marktaandeel in bioscoopbezoek aan Nederlandse films en aandeel in Nederlandse bevolking per leeftijdscategorie in 2017 (**leeftijd 16+**).

## Aantal bezoekers Nederlandse films per leeftijdscategorie

(x1000)



**Figuur 48.** Aantal bezoekers dat minstens eenmaal een Nederlandse film bezocht in 2017 en aantal bezoekers dat in 2016 *alleen* buitenlandse films bezocht, per leeftijdscategorie.

## Resultaten per geslacht

Evenals voorgaande jaren werden Nederlandse films in 2017 beduidend beter bezocht door vrouwen. Onder beide geslachten is het bereik van Nederlandse films stabiel gebleven ten opzichte van 2016. De bezoekfrequentie onder mannen is licht gedaald, wat resulteert in een iets groter marktaandeel voor vrouwen in 2017 ten opzichte van 2016 (74%).

## Bereik Nederlandse films per geslacht

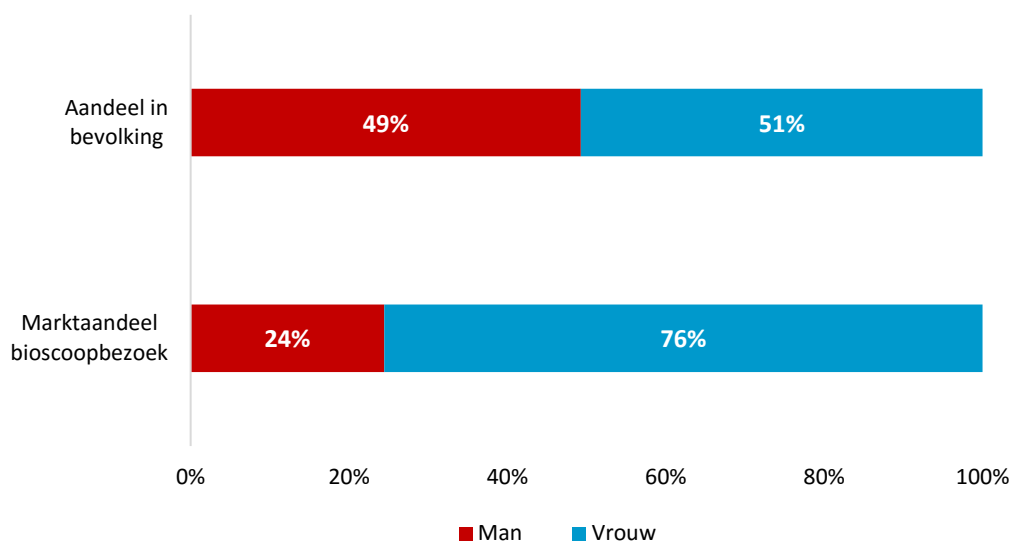
(Percentage Nederlanders)



**Figuur 49.** Bereik Nederlandse films onder mannen en vrouwen in 2016 en 2017 (leeftijd 6+).

## Marktaandeel per geslacht (16+)

(Percentage bevolking en totaal bezoek Nederlandse films)



**Figuur 50.** Marktaandeel in bioscoopbezoek aan Nederlandse films en aandeel in Nederlandse bevolking van mannen en vrouwen in 2016 en 2017 (leeftijd 16+).

### Profiel bezoeker Nederlandse films

---

Bezoekers van Nederlandse films zijn afkomstig uit alle lagen van de Nederlandse bevolking. Hoewel het bereik van Nederlandse films over het algemeen het hoogst is onder basisscholieren, was het bereik in zowel 2016 als 2017 onder de overige opleidingscategorieën vrijwel even hoog. Ook uit de verscheidene sociale klassen, inkomensgroepen en de verschillende typen woongemeenten trekken Nederlandse films vrijwel evenveel mensen.

### Hoofdpijnen

---

- Gegevens van de NVBF tonen dat het bezoek aan Nederlandse films is gestegen van 4,2 bezoeken in 2016 naar 4,3 miljoen bezoeken in 2017. Hoewel het bezoek is gestegen is het aandeel van Nederlandse films in het totale bioscoopbezoek gelijk gebleven, namelijk 12%. Dit komt doordat het bezoek aan buitenlandse films eveneens is gestegen.
- In 2017 zijn evenveel mensen bereikt door Nederlandse films als in 2016; 20% van de Nederlandse bevolking van 6 jaar en ouder heeft in 2017 minstens één keer een Nederlandse film bezocht in de bioscoop.
- Evenals in 2015 en 2016 was het bereik van Nederlandse films in 2017 het hoogst onder vrouwen.
- In 2017 hebben meer kinderen en tieners in de leeftijd van 6 tot en met 15 jaar een Nederlandse film bezocht ten opzichte van 2016. Dit kan onder meer verklaard worden door goed bezochte kinderfilms, zoals DIKKERTJE DAP en DUMMIE DE MUMMIE 3.
- In 2017 hebben meer 40- tot en met 54-jarigen een Nederlandse film bezocht. Zij maakten in 2017 traditiegetrouw een groot deel uit van het bezoek aan Nederlandse films.

- Bezoekers van Nederlandse films zijn afkomstig uit alle lagen van de Nederlandse bevolking. Zo bereiken Nederlandse films zowel laag-, midden- als hoogopgeleiden, inwoners van niet tot sterk stedelijke woongemeenten en Nederlanders uit vrijwel elke sociale klasse en inkomensgroep.



## BIJLAGEN





## Bijlage 1 Begrippendefinities

---

### **Definitie van bereik**

Het bereik geeft het percentage Nederlanders aan dat in 2017 minstens eenmaal een bioscoop of filmtheater heeft bezocht. In internationaal mediaonderzoek wordt doorgaans het jaarlijkse percentage gegeven. In 2017 was dit percentage voor Nederland 60% (leeftijd 6+).

### **Definitie van bezoekfrequentie**

Naast het bereik is ook de gemiddelde bezoekfrequentie een belangrijk gegeven. Dit is het aantal bioscoopbezoeken 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- tot 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; 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 bioscoopbezoekers is het belangrijkste gegeven. Dit betreft het percentage verkochte bioscooptickets dat een bepaalde groep voor zijn rekening neemt 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>7</sup>

### **Definitie bioscoopbezoeker**

De respondent dient om een bioscoopbezoeker te worden genoemd in 2017 minstens eenmaal naar de bioscoop te zijn geweest. Onder bioscoopbezoek valt ook bezoek aan filmtheaters en filmhuizen.

---

<sup>7</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.

## **Bijlage 2 Over Stichting Filmonderzoek**

---

Stichting Filmonderzoek is een onafhankelijk marktonderzoeksbureau met als primaire focus de Nederlandse filmsector. Wij richten ons hierbij op zowel productie, distributie als vertoning. Ons streven is om met onze onderzoeken concrete informatie en desgevraagd advies te leveren, zodat spelers binnen de filmsector weloverwogen beslissingen kunnen maken. Bovendien hopen wij een algemeen inzicht in de filmsector te geven en zodoende de filmindustrie als bedrijfstak te versterken. We delen dan ook graag onze kennis en ervaring. Ons team doet dit onder meer door regelmatig onderzoeksresultaten te presenteren op bijeenkomsten en vergaderingen. Daarnaast leveren we artikelen met diepgaande analyses van de filmsector voor kranten, websites en vakbladen. Ook verzorgen we gastcolleges en geven we advies en begeleiding aan professionals en afstudeerders. Ons bestuur bestaat uit film- en mediadeskundigen en de directeurs van de brancheorganisaties. Mede hierdoor staan wij in direct contact met de bedrijfstak en kunnen we gebruikmaken van de kennis en expertise uit de filmsector.

### **Onderzoeksgebied**

De film- en bioscoopbranche maakt deel uit van een verdichte vrijetijdsindustrie. Omdat de vraag groot is, is de Nederlandse vrijetijdsindustrie sterk ontwikkeld. Consumenten worden steeds veeleisender, en zijn steeds meer op zoek naar 'beleving'. Deze dynamische industrie heeft daardoor te maken met flinke concurrentie, hoge verwachtingen en constante vernieuwing. Ook in de film- en bioscoopsector vinden in hoog tempo technologische ontwikkelingen en innovaties plaats, zoals digitalisering van zowel productie, distributie als vertoning. Wij zien het als onze taak om vakkundig op deze ontwikkelingen in te spelen, door middel van kwalitatief hoogwaardige analyses en evaluaties.

### **Totstandkoming**

Stichting Filmonderzoek kent haar oorsprong in 1993. In dat jaar richtte de Nederlandse Federatie voor de Cinematografie (NFC), op initiatief van J.Ph. Wolff en San Fu Maltha, een semi-autonome onderzoeksafdeling op. Begin 2004 werd Filmonderzoek verzelfstandigd. Hierdoor konden we de continuïteit waarborgen van onderzoek voor de brancheorganisaties. We hebben samengewerkt met de Universiteit Utrecht, de Professional School of the Arts (PSAU), het Nederlands Filmfonds en het ministerie van OC&W. Sinds 2012 voeren we tevens verschillende onderzoeken uit in opdracht van EYE, in samenwerking met de brancheorganisaties NVBF en FDN.

Kijk voor meer informatie op [www.filmonderzoek.nl](http://www.filmonderzoek.nl).

### Onderzoeksdoelstelling en probleemstellingen

Stichting Filmonderzoek voert in opdracht van de Nederlandse Vereniging van Bioscopen en Filmtheaters (NVBF) en Filmdistributeurs Nederland (FDN) jaarlijks onderzoek uit naar de filmconsumptie en het bioscoopbezoek van Nederlanders. 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 door Stichting Filmonderzoek. 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 is het bereik van Nederlandse bioscopen en filmtheaters in 2017?*
- *Wat is de gemiddelde bezoekfrequentie van Nederlanders van 6 jaar en ouder in 2017?*
- *Wat is het marktaandeel van de verschillende doelgroepen in 2017?*
- *Welke ontwikkelingen zijn er zichtbaar in het bioscoopbezoek per leeftijdsgroep en per geslacht na 10 jaar?*

Evenals vorig jaar is naast de gebruikelijke metingen naar bereik en bezoekfrequentie ook onderzoek verricht naar het bereik van Nederlandse bioscoopfilms.

Naast de jaarlijkse rapportage in de vorm van de Bioscoopmonitor wordt elk kwartaal een Dashboard bioscoop- en filmtheaterbezoek samengesteld, waarin gegevens over het bioscoopbezoek (via de NVBF en FDN) en de bioscoopbezoeker (via de kwartaalmetingen) gecombineerd worden. Het dashboard wordt verspreid onder leden van de NVBF en FDN.

Naast de algemene gegevens over bereik en bezoekfrequentie voert Stichting Filmonderzoek ook themaonderzoeken uit in opdracht van de NVBF en FDN, die door het jaar heen worden opgeleverd. Voor meer informatie zie: [www.filmonderzoek.nl](http://www.filmonderzoek.nl).

### Onderzoeksopzet

De kwartaalmetingen en de jaarmeting worden uitgezet in onderzoekspanels van CentERdata. CentERdata is een instituut dat gelieerd is aan Universiteit van Tilburg en dat zich specialiseert in toegepast econometrisch en online surveyonderzoek. Het instituut beheert en onderhoudt verschillende onderzoekspanels, waarvan de leden aselekt gekozen zijn. Hierdoor is er minder sprake van zelfselectie. De onderzoekspanels is representatief voor de Nederlandse bevolking. Met CentERdata heeft Stichting Filmonderzoek opnieuw een prettige en professionele samenwerking gehad.

De onderzoeksresultaten zijn waar nodig aangevuld met gegevens van de NVBF, FDN en het CBS.

### Steekproef

Voor de Bioscoopmonitor 2017 is gedurende 2017 direct na ieder kwartaal een meting verricht in het CentERpanel en een aanvullend deel van het LISS panel (16- tot en met 29-jarigen) van

onderzoeksinstituut CentERdata. Bij elke meting is 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 wordt 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 5. Overzicht metingen Bioscoopmonitor 2017.

Overzicht periodieke metingen 2016					
Meting	Datum van meting	Panel	Aantal panelleden	Aantal volledig ingevulde enquêtes	Responspercentage
Meting 1	Week 13 en 14	CentERpanel	2.651	2.309	87%
	Week 14, 15 en 16	LISS panel*	1.210	569	47%
Meting 2	Week 26 en 27	CentERpanel	2.475	2.055	83%
	Week 27, 28 en 29	LISS panel*	999	456	46%
Meting 3	Week 39 en 40	CentERpanel	2.427	2.082	86%
	Week 40, 41 en 42	LISS panel*	900	509	57%
Meting 4	Week 51 en 52	CentERpanel	2.422	1.902	79%
	Week 1, 2 en 3	LISS panel*	900	531	58%

\* 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 pc 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 representativiteit van de onderzoeksresultaten wordt ook gewaarborgd door gebruik te maken van aselechte steekproeven met een lage non-respons, zoals te zien is in tabel 5 bij de respons binnen het CentERpanel. De respons binnen het LISS panel ligt net als in het CentERpanel rond de 70% à 80%. Echter, alleen de 16- tot en met 29-jarigen uit het LISS panel zijn benaderd voor de meting en de respons onder deze groep ligt lager dan onder overige leeftijdsgroepen.

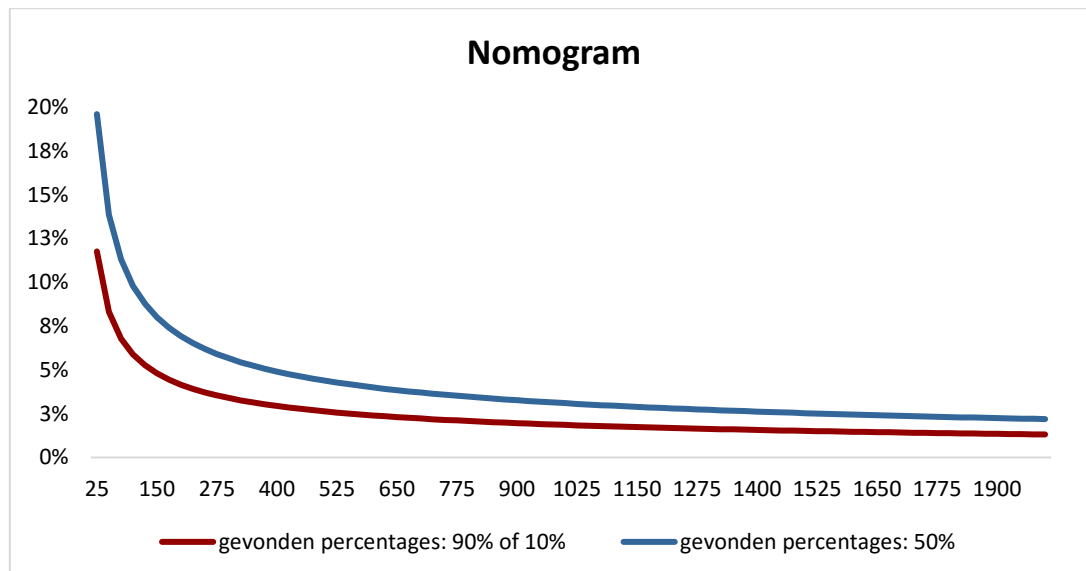
#### *Verschillen CentERpanel en LISS panel*

Het LISS panel is een groter en meer kostbaar 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 CentERpanel-leden dit elk weekend kunnen doen, verschilt de wervingsperiode. Stichting Filmonderzoek 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.



**Figuur 51.** Nomogram; samenhang tussen de grootte van de subgroep in de steekproef, betrouwbaarheidsniveau en gevonden percentages.

In dit onderzoeksverslag is ervoor gekozen om te werken met zogenaamde puntschattingen in plaats van betrouwbaarheidsintervallen. Een voorbeeld: 60% van de respondenten van zes jaar en ouder heeft aangegeven in 2016 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 2016 een bioscoop heeft bezocht exact gelijk is aan 60%. Bij het gebruik van betrouwbaarheidsintervallen zou gesteld kunnen worden dat het percentage ligt tussen de 58% en 62%. Een puntschatting wordt daarentegen uitgedrukt in een enkele waarde; in dit geval 60%.

### **Methode ontwikkelingen sinds 2000**

Stichting Filmonderzoek voert 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 voert Stichting Filmonderzoek 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 dit jaar zijn alleen representatief voor bioscoopbezoekers, 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 onderzoekspanels. De onderzoeksmethode en vraagstellingen zijn door de jaren heen gelijk gebleven.

## Bijlage 4 Bepaling sociale klasse

Tabel 6. Gegevens beroep en hoogst genoten onderwijs hoofdkostwinnaar ter bepaling van de sociale klasse van het huishouden.

Beroep hoofdkostwinnaar	Hoogst genoten onderwijs hoofdkostwinnaar						
	Lager algemeen	Lager beroeps	Mavo	Mbo	Havo/vwo	Hbo	Wo
Eigenaar bedrijf $\geq$ 10 werknemers	C	B2	B1	A	A	A	A
Eigenaar bedrijf $\leq$ 9 werknemers	C	B2	B1	A	A	A	A
Boer/tuinder	C	C	B2	B1	B1	A	A
Vrije beroepen	C	C	B2	B1	A	A	A
Hoger beroeps; leidinggevend	C	C	B2	B1	B1	B1	A
Hoger beroeps; niet-leidinggevend	C	C	B2	B1	B1	B1	A
Middelbaar beroeps; leidinggevend	C	C	B2	B1	B1	B1	A
Middelbaar beroeps; niet-leidinggevend	C	C	B2	B2	B1	B1	A
Elementair en Lager beroepsniveau	C	C	C	C	B2	B2	B1
VUT/pensioen	D	C	B2	B1	B1	A	A
Werkloos/arbeidsongeschikt/bijstandsuitkering	D	C	C	C	C	B2	B1
Student/overig	D	D	D	C	C	B2	B1

Sociale klasse 1: A

Sociale klasse 2: B1

Sociale klasse 3: B2

Sociale klasse 4: C

Sociale klasse 5: D

## COLOFON

Stichting Filmonderzoek heeft dit onderzoek uitgevoerd in opdracht van Nederlandse Vereniging van Bioscopen en Filmtheaters (NVBF) en Filmdistributeurs Nederland (FDN)



## Stichting Filmonderzoek

---

### Stichting Filmonderzoek

Krijn Taconiskade 276

1087 HW Amsterdam

T: 020 4266119

E: [info@filmonderzoek.nl](mailto:info@filmonderzoek.nl)

[www.filmonderzoek.nl](http://www.filmonderzoek.nl)

*Foto's omslag: Fotolia, 2018*

*Stills ter beschikking gesteld door distributeurs Universal Pictures, EntertainmentOne en Independent Films, 2018*

© 2018, SFO. 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.



