



# BIOSCOOP **MONITOR** 2019



## Bioscoopmonitor 2019

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

Amsterdam, juni 2020

Joost Kamer  
Koen de Groot

## Inhoud

Samenvatting.....	3
RESULTATEN – BEREIK, BEZOEKFREQUENTIE EN MARKTAANDELEN.....	5
Bezoek bioscopen en filmtheaters 2019.....	6
Resultaten naar leeftijdsgroep.....	9
Resultaten naar geslacht.....	12
Resultaten naar mate van stedelijkheid.....	15
Resultaten naar type huishouden.....	16
Resultaten naar inkomen.....	18
Resultaten naar opleidingsniveau.....	20
Resultaten naar belangrijkste dagelijkse bezigheid.....	21
Resultaten naar sociale klasse.....	23
Hoofdpijnen.....	24
RESULTATEN – FILMTHEATERBEZOEKERS.....	25
Bezoek filmtheaters 2019.....	26
Resultaten naar leeftijdsgroep.....	27
Resultaten naar geslacht.....	29
Profiel filmtheaterbezoeker.....	30
Hoofdpijnen.....	30
RESULTATEN – BEZOEKERS VAN NEDERLANDSE FILMS.....	31
Bezoek Nederlandse films 2019.....	32
Resultaten naar leeftijdsgroep.....	33
Resultaten naar geslacht.....	34
Profiel bezoeker Nederlandse films.....	35
Hoofdpijnen.....	36
BIJLAGEN.....	37
Begrippendefinities.....	38
Onderzoeksopzet en methodologie.....	39

# Samenvatting

## De Bioscoopmonitor

### Kwartaalmetingen

In opdracht van de Nederlandse Vereniging van Bioscopen en Filmtheaters (NVBF) en Filmdistributeurs Nederland (FDN) brengt Filmonderzoek Nederland met de Bioscoopmonitor jaarlijks het bezoek van Nederlanders aan bioscopen en filmtheaters 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 2019

### Recordaantal bezoekers in 2019

2019 was in veel opzichten een zeer succesvol bioscoopjaar. Bioscopen en filmtheaters wisten samen 38,0 miljoen tickets te verkopen. Dat is niet alleen een forse stijging ten opzichte van 2018 (+6,4%), maar ook het beste resultaat sinds 1964. Deze grote stijging in bezoek was zowel bij bioscopen als filmtheaters zichtbaar, wat maakt dat de marktaandeelen zo goed als gelijk bleven. Ook het bezoek aan Nederlandse films zat in 2019 flink in de lift. In totaal werden er 4,5 miljoen tickets verkocht voor Nederlandse films, 12,5% meer dan in 2018. Gezien het succes van de totale markt bleef het marktaandeel ook hier op een vergelijkbaar niveau liggen als in 2018.

## De bezoeker: trends en ontwikkelingen

### Bereik stijgt op de langere termijn

In 2019 bezocht 63% van alle Nederlanders van 6 jaar en ouder minstens één keer een bioscoop of filmtheater (het bereik). Dit komt neer op 10,2 miljoen unieke bezoekers. Gemiddeld genomen ging men 2,6 keer naar de bioscoop en/of het filmtheater (de bezoekfrequentie). Ten opzichte van 2018 is er over het algemeen weinig veranderd in dit gedrag. Op de langere termijn is er wel een trend zichtbaar: sinds 2015 is het bereik met 8% gestegen.

### Bioscopen en filmtheaters waren in 2019 populair onder kinderen en gezinnen

Qua leeftijd van de bioscoopbezoeker waren er in 2019 geen grote veranderingen: wederom waren het bereik en de bezoekfrequentie van 16-29-jarigen het hoogst. Wat wel opvalt is de relatieve populariteit van een bioscoopbezoek onder gezinnen: zo steeg zowel het bereik als de bezoekfrequentie van 6-11-jarigen. Dat resultaat komt ook naar voren in de verschillen tussen typen huishouden; in 2019 steeg het marktaandeel van gezinnen met 5%.

### Op de langere termijn stijgt het bereik onder vrouwen, maar niet onder mannen

Ten opzichte van 2018 veranderde er weinig in het bereik en de bezoekfrequentie van vrouwen en mannen: in 2019 lag het bereik onder vrouwen wederom hoger. Op de langere termijn is er wel een ontwikkeling zichtbaar: zo steeg het bereik onder vrouwen in de afgelopen vijf jaar naar 69% (+10%). Onder mannen bleef het bereik stabiel (57%). Op basis van andere kenmerken, zoals mate van

stedelijkheid en inkomen, verschilde het bioscooppubliek weinig in vergelijking met de voorgaande vijf jaren.

#### Marktaandeel 65-plussers blijft toenemen onder filmtheaterpubliek

In 2019 bezocht 14% van de Nederlanders ouder dan 6 jaar minstens éénmaal een filmtheater, een vergelijkbaar aandeel als in 2018 (13%). Dat staat gelijk aan ruim 2,2 miljoen unieke bezoekers. De kenmerken van de filmtheaterbezoeker weken in 2019 weinig af in vergelijking tot voorgaande jaren. Ten opzichte van het totale bioscooppubliek gaan filmtheaterbezoekers vaker naar de film, is hun bezoek gelijkmatiger verdeeld over het jaar en zijn ze vaker hoogopgeleid en ouder. De groep filmtheaterbezoekers is, wat marktaandelen betreft, wel in ontwikkeling: in vergelijking met 2015 nam het marktaandeel van 65-plussers met 16% toe naar 38%. Dit gaat met name ten koste van 40-54-jarigen, wiens marktaandeel in dezelfde periode halveerde.

#### Bereik Nederlandse films stabiel gebleven

Ondanks een groter aantal uitgebrachte titels en een sterke stijging in bezoek, bleef het bereik van Nederlandse films stabiel: in 2019 bezocht 19% van alle Nederlanders (6+) een film van eigen bodem. Dat zijn ruim 3,0 miljoen unieke bezoekers. Ook de bezoekfrequentie verschilde nauwelijks met die van 2018. Hoewel het marktaandeel onder mannen iets toenam in 2019, bleven Nederlandse films beduidend populairder onder vrouwen.

# BEREIK, BEZOEKSFREQUENTIE EN MARTKAANDELEN

---

DEMOGRAFISCHE ONTWIKKELINGEN  
VAN HET BIOSCOOPPUBLIEK



## Bezoek bioscopen en filmtheaters 2019

In 2019 is een recordaantal van 38,0 miljoen tickets<sup>1</sup> verkocht door Nederlandse bioscopen en filmtheaters. Niet sinds 1964 bezochten zoveel mensen een bioscoop of filmtheater. Ten opzichte van 2018 steeg het aantal verkochte kaarten met 6,4%. Met 11,3% steeg de recette nog harder. Dit hangt deels samen met de gemiddelde ticketprijs, die met € 0,39 groeide naar € 9,14. Naast de gemiddelde ticketprijs nam ook de gemiddelde bezoeksfrequentie per hoofd van de bevolking in 2019 licht toe.

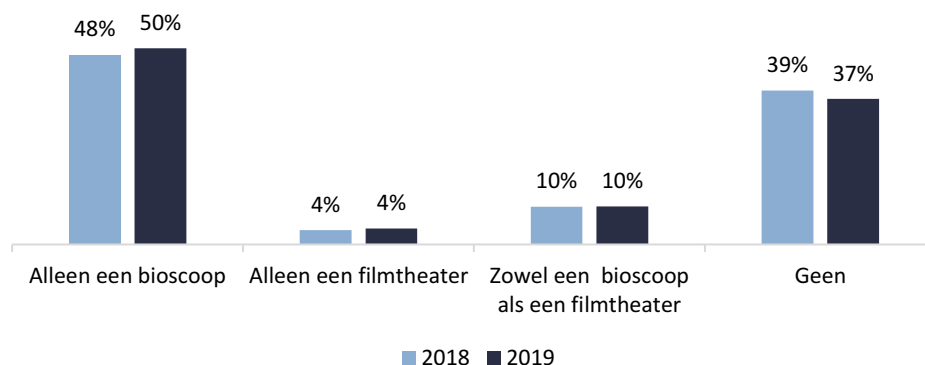
**Tabel 1.** Bezoek en bezoeksfrequentie 2018 en 2019 volgens de gegevens van de NVBF.

	2018	2019
Aantal bezoeken (mln.)	35,7	38,0
Recette (mln. €)	312,3	347,6
Bevolking (mln.)	17,3	17,4
Bezoeksfrequentie per inwoner	2,1	2,2
Gemiddelde ticketprijs	€ 8,75	€ 9,14

### Bereik bioscopen en filmtheaters

Bijna twee derde van alle Nederlanders (63%) bezocht in 2019 minstens eenmaal een bioscoop of filmtheater. Dit staat gelijk aan ruim 10,2 miljoen unieke bezoekers. Ondanks de grote stijging in bezoek is het bereik ten opzichte van 2018 (61%) niet significant gestegen. Op de lange termijn is echter wel een stijgende trend te zien: sinds 2015 (56%) nam het bereik toe met 8%. Tussen 2015 en 2016 ontwikkelde het bereik zich het sterkst (+4%). Evenals in 2018 lag het bereik in 2019 het hoogst in het laatste kwartaal (42%), gevolgd door het derde kwartaal (33%).

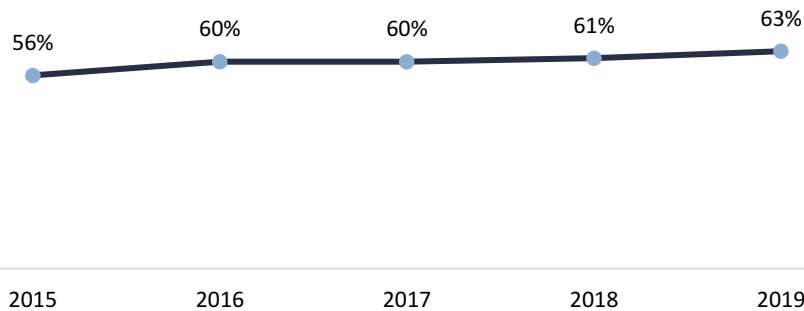
### Bezoek naar type vertoner



**Figuur 1.** Type bioscoop bezocht (leeftijd 6+).

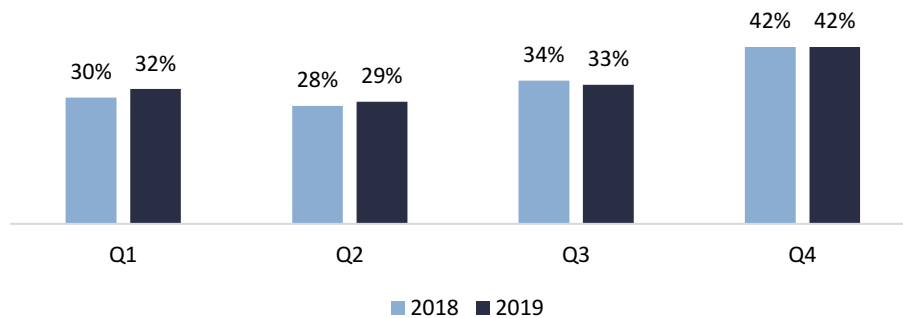
<sup>1</sup> Jaarverslag 2019, Nederlandse Vereniging van Bioscopen en Filmtheaters, Amsterdam.

## Ontwikkeling bereik



Figuur 2. Ontwikkeling bereik afgelopen vijf jaar (leeftijd 6+).

## Bereik per kwartaal



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

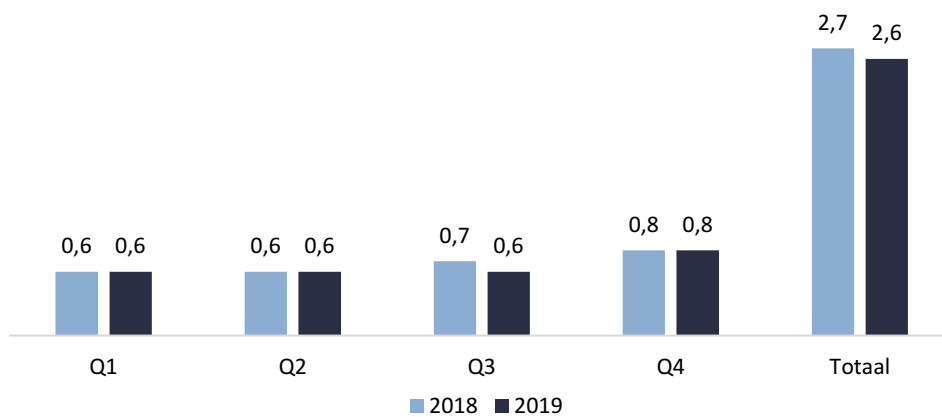
## Gemiddelde frequentie bioscoop- en filmtheaterbezoek

In algemene termen van de NVBF wordt de bezoekenfrequentie berekend door het aantal verkochte tickets te delen door het totaal aantal inwoners in Nederland. De bezoekenfrequentie per inwoner komt hiermee voor 2019 uit op 2,2 bezoeken per jaar. In werkelijkheid zal de gemiddelde bezoekenfrequentie 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. Uit het onderzoek voor deze Bioscoopmonitor blijkt dat de gemiddelde bezoekenfrequentie van Nederlanders van zes jaar en ouder in 2019 2,6 was. Daarmee is de gemiddelde bezoekenfrequentie ten opzichte van 2018 (2,7) vrijwel gelijk gebleven. Op de lange termijn lijkt de bezoekenfrequentie te fluctueren tussen de 2,4 en 2,8.



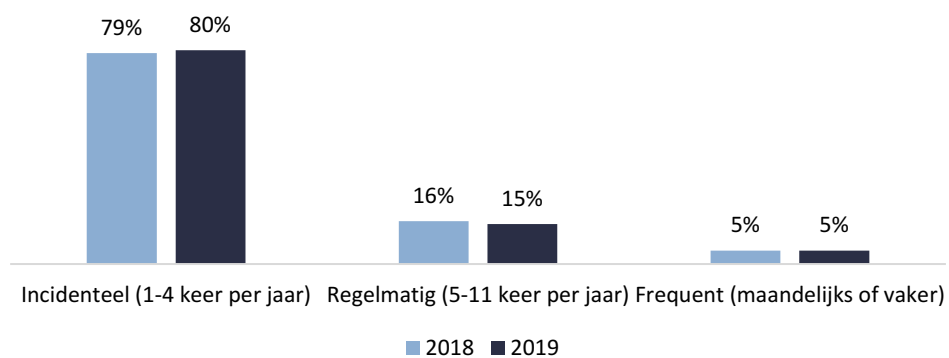
In de verdeling van incidentele, regelmatige en frequente bezoekers is er in 2019 weinig veranderd ten opzichte van 2018. Verreweg de grootste groep bezoekers (80%) ging in 2019 incidenteel (tussen de één en vier keer) naar de bioscoop. Over het algemeen is de groep frequente bezoekers hoger opgeleid, vaker filmtheaterbezoeker en vaker afkomstig uit (zeer) sterk stedelijke gebieden dan incidentele en regelmatige bezoekers.

### Bezoekfrequentie per kwartaal



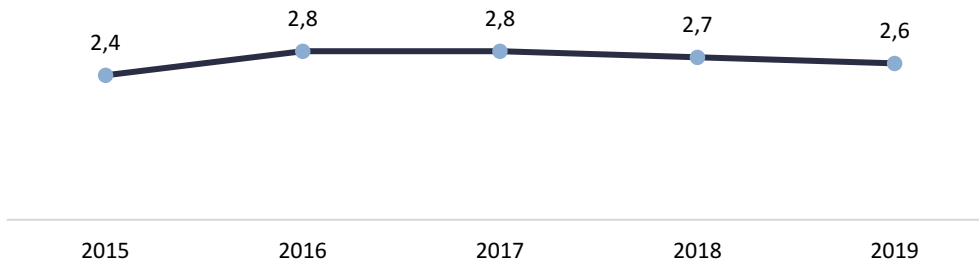
**Figuur 4.** Gemiddelde bezoekfrequentie per kwartaal (leeftijd 6+).

### Verdeling incidentele, regelmatige en frequente bezoekers



**Figuur 5.** Bezoekers gecategoriseerd naar bezoekfrequentie (leeftijd 6+).

## Ontwikkeling bezoekfrequentie

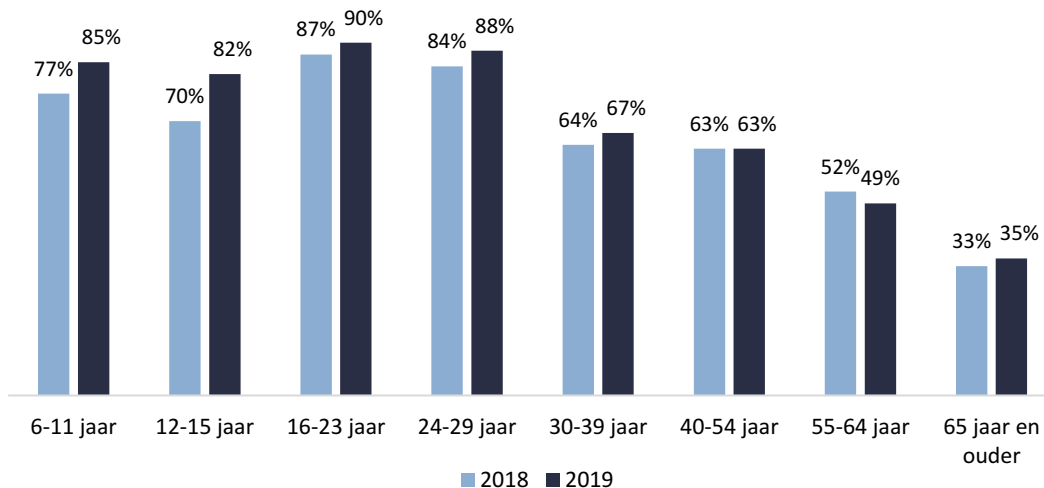


**Figuur 6.** Ontwikkeling bezoekfrequentie afgelopen vijf jaar (leeftijd 6+).

## Resultaten naar leeftijdsgroep

In 2019 lag het bereik van bioscopen en filmtheaters wederom het hoogst onder 16-23- en 24-29-jarigen: respectievelijk 90% en 88% van deze (jong)volwassenen bezocht minstens één keer een bioscoop of filmtheater. Ten opzichte van 2018 zijn er geen verschuivingen te zien in het bereik onder de verschillende leeftijdsgroepen. De uitzondering hierop zijn kinderen tussen 6 en 11 jaar: onder deze groep steeg het bereik significant met 8%. Op de langere termijn (vanaf 2015) is het bereik onder de verschillende leeftijdsgroepen grotendeels gelijk gebleven.

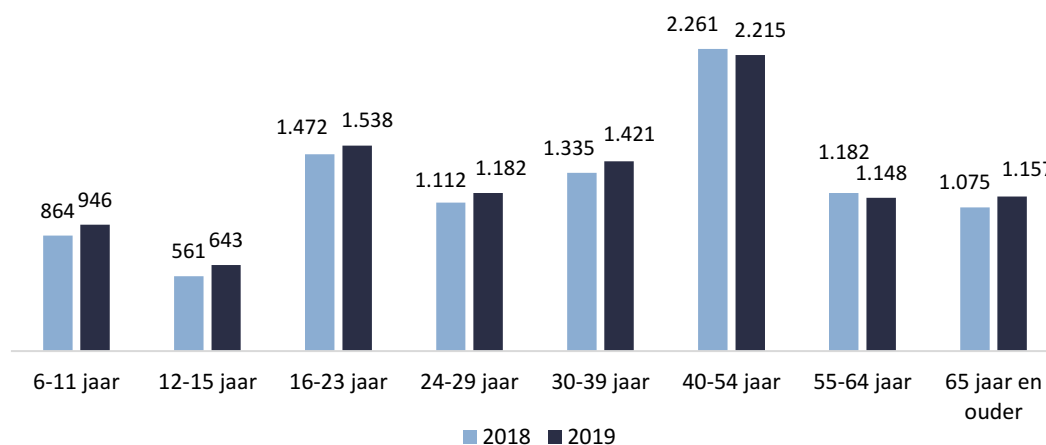
## Bereik naar leeftijdsgroep



**Figuur 7.** Bereik bioscopen en filmtheaters naar leeftijdsgroep.

Als we het bereik vervolgens relateren aan de bevolkingsomvang, blijken 40-54-jarigen, evenals in 2018, de grootste groep unieke bezoekers te vormen. Dat is geen opvallend resultaat gezien het grote aandeel van deze groep (22%) binnen de totale bevolking.

### Aantal unieke bezoekers naar leeftijdsgroep



**Figuur 8.** Aantal unieke bezoekers (x 1.000) naar leeftijdsgroep.

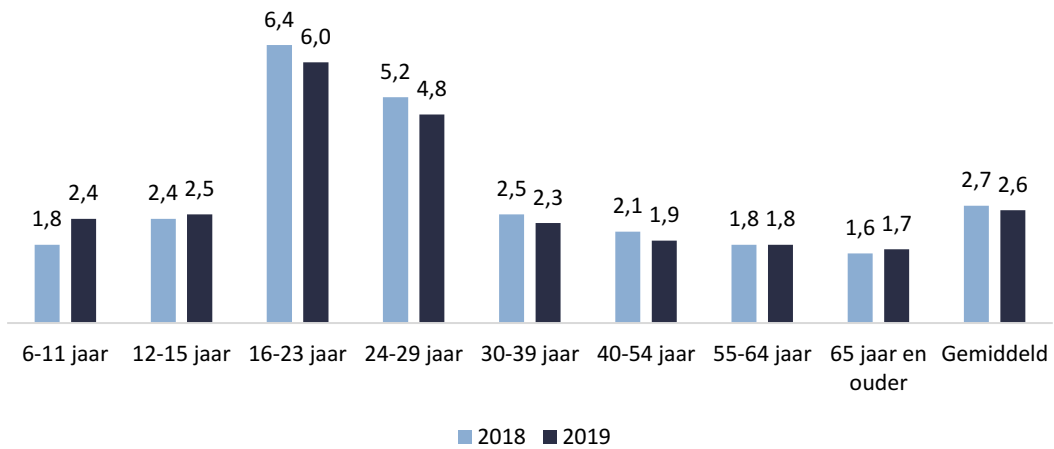
**Tabel 2.** Gemiddelde leeftijd per type bezoeker (leeftijd 6+).

Type bezoeker	2018	2019
Bezoekt alleen bioscopen	36 jaar	35 jaar
Bezoekt alleen filmtheaters	59 jaar	55 jaar
Bezoekt zowel bioscopen als filmtheaters	41 jaar	42 jaar
Heeft geen bioscoop of filmtheater bezocht	53 jaar	55 jaar

Ten opzichte van 2018 zijn er wat betreft de bezoekfrequentie geen grote verschuivingen zichtbaar onder de verschillende leeftijdsgroepen. Wederom bezochten 16-23 en 24-29-jarigen verreweg het vaakst naar een bioscoop of filmtheater. Hoewel de frequentie onder beide groepen iets afnam, blijven zij oververtegenwoordigd binnen de totale groep bezoekers. Gemiddeld genomen nam de bezoekfrequentie van 6-11-jarigen licht toe. Toch zijn er qua marktaandelen geen grote verschuivingen zichtbaar ten opzichte van 2018. Op de langere termijn<sup>2</sup> lijkt het aandeel bioscoopbezoekers van 65 jaar en ouder licht toe te nemen (zie figuur 11). Dat gaat men name ten koste van de groep 40-54-jarigen.

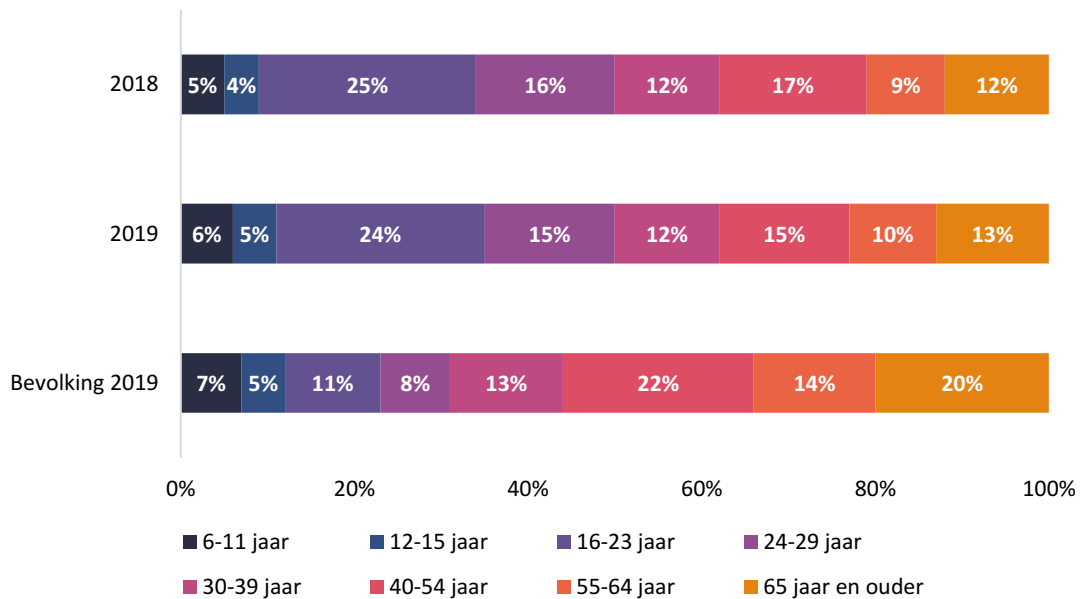
<sup>2</sup> Vanaf 2016 is er een nieuwe meetmethode gehanteerd ter verbetering van de respons onder 16-29-jarigen. Deze kwaliteitsimpuls komt ten goede van de betrouwbaarheid van de resultaten. Echter, doordat deze methode dermate afwijkt van de meetmethode tot 2016 worden de resultaten van deze eerdere metingen achterwege gelaten.

## Bezoekfrequentie naar leeftijdsgroep



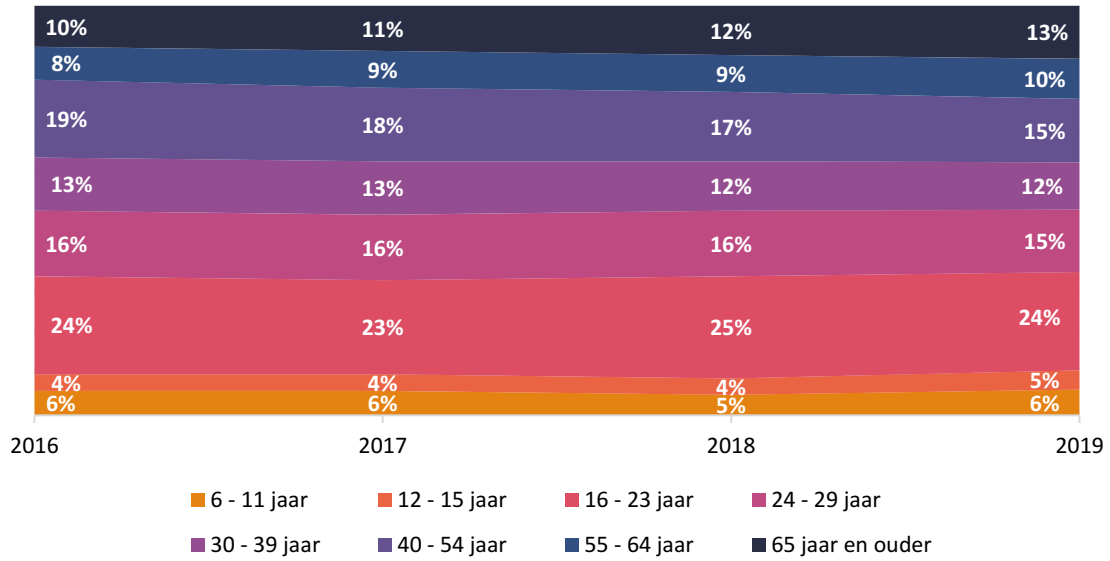
Figuur 9. Gemiddelde bezoekfrequentie naar leeftijdsgroep.

## Marktaandeel naar leeftijdsgroep



Figuur 10. Aandeel in de Nederlandse bevolking en marktaandeel naar leeftijdsgroep.

## Ontwikkeling marktaandeel naar leeftijdsgroep

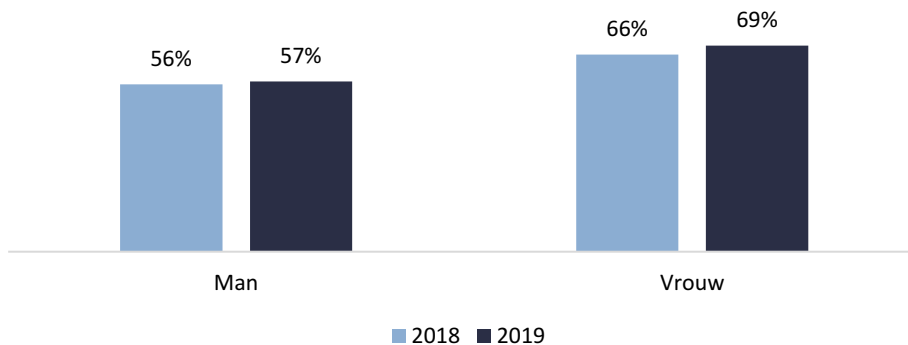


**Figuur 11.** Ontwikkeling marktaandeel naar leeftijdsgroep vanaf 2016.

## Resultaten naar geslacht

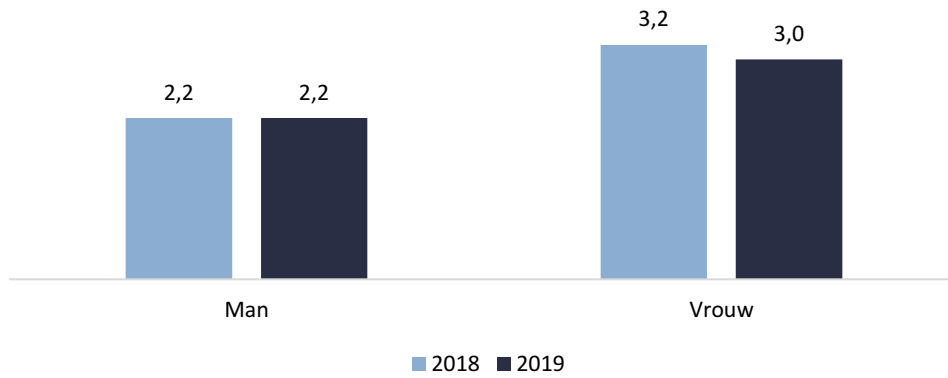
Zowel het bereik als de gemiddelde bezoeksfrequentie van mannen en vrouwen bleef in 2019 constant ten opzichte van 2018. Over de afgelopen vijf jaar is er, wat het bereik onder vrouwen betreft, echter wel een ontwikkeling te zien: dit nam significant toe. Onder mannen vond er in diezelfde periode geen significante verandering plaats. De gemiddelde bezoeksfrequentie fluctueert over de jaren heen. Ook daar blijven mannen achter op vrouwen.

## Bereik naar geslacht



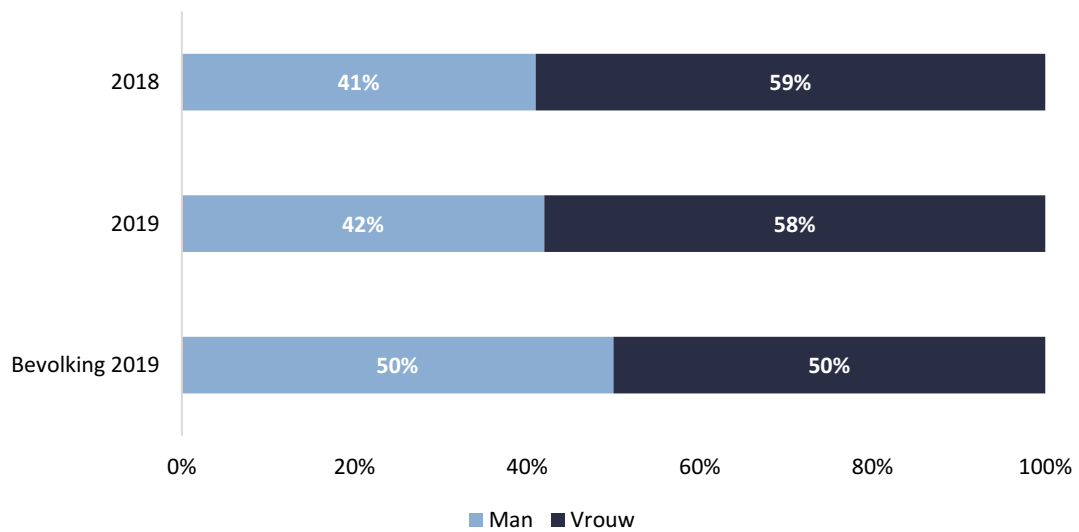
**Figuur 12.** Bereik bioscopen en filmtheaters onder mannen en vrouwen (leeftijd 6+).

### Bezoekfrequentie naar geslacht



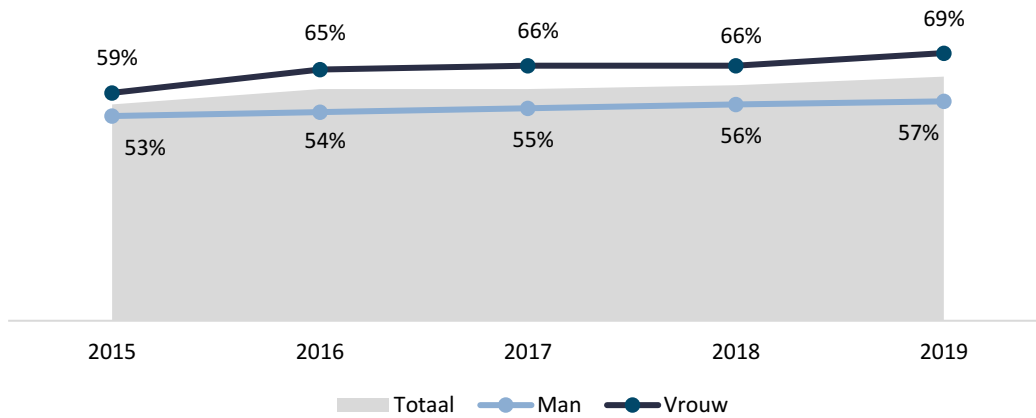
**Figuur 13.** Gemiddelde bezoekfrequentie onder mannen en vrouwen (leeftijd 6+).

### Marktaandelen per geslacht



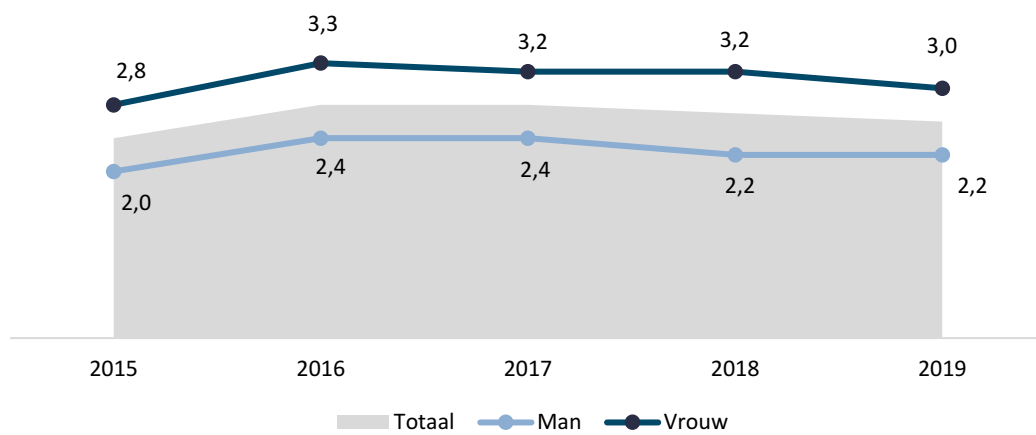
**Figuur 14.** Aandeel in de bevolking en marktaandeel onder mannen en vrouwen (leeftijd 6+).

## Ontwikkeling bereik naar geslacht



**Figuur 15.** Bereik bioscopen en filmtheaters onder mannen en vrouwen (leeftijd 6+).

## Ontwikkeling bezoekfrequentie naar geslacht

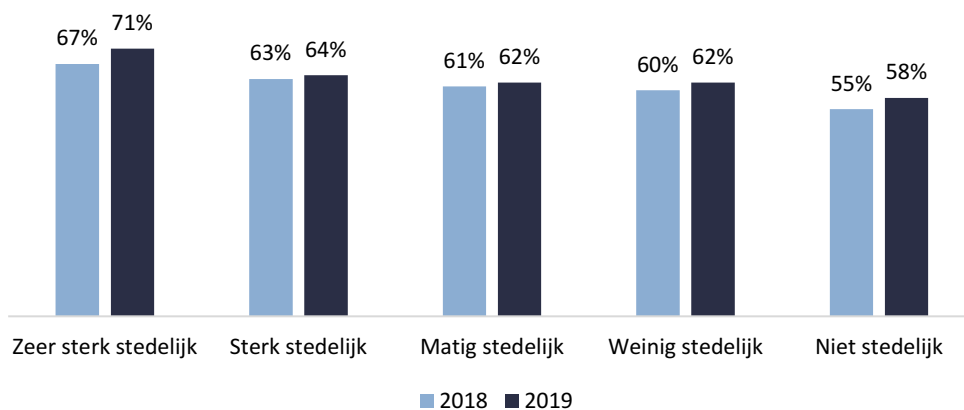


**Figuur 16.** Gemiddelde bezoekfrequentie onder mannen en vrouwen (leeftijd 6+).

## Resultaten naar mate van stedelijkheid

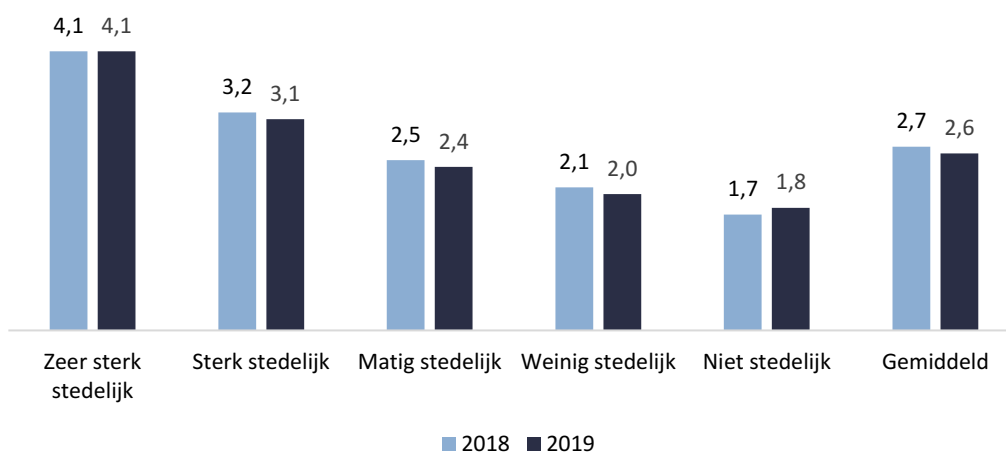
Wanneer het gaat over de relatie tussen stedelijkheid en het bereik van bioscopen gold ook in 2019 dezelfde regel: hoe stedelijker het gebied, hoe hoger het bereik. Datzelfde gold voor de bezoekfrequentie: mensen uit stedelijke gebieden gingen vaker naar de bioscoop dan mensen uit landelijke gebieden. Ten opzichte van 2018 zijn er geen significante verschillen aan te wijzen. Ook op de langere termijn zijn er geen verschuivingen te zien.

### Bereik naar mate van stedelijkheid



Figuur 17. Bereik naar mate van stedelijkheid van de regio (leeftijd 6+).

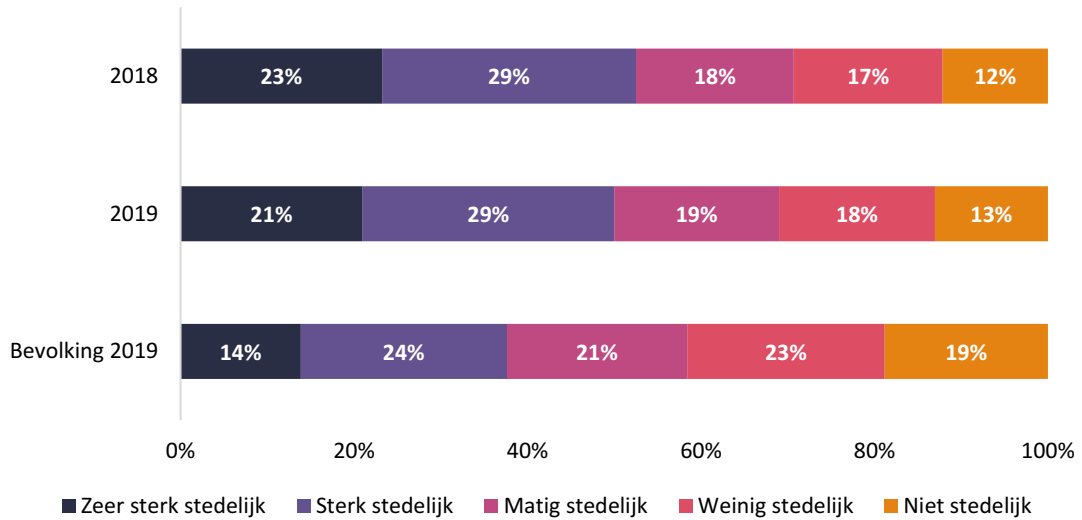
### Bezoekfrequentie naar mate van stedelijkheid



Figuur 18. Gemiddelde bezoekfrequentie naar mate van stedelijkheid van een regio (leeftijd 6+).



## Marktaandeel naar mate van stedelijkheid

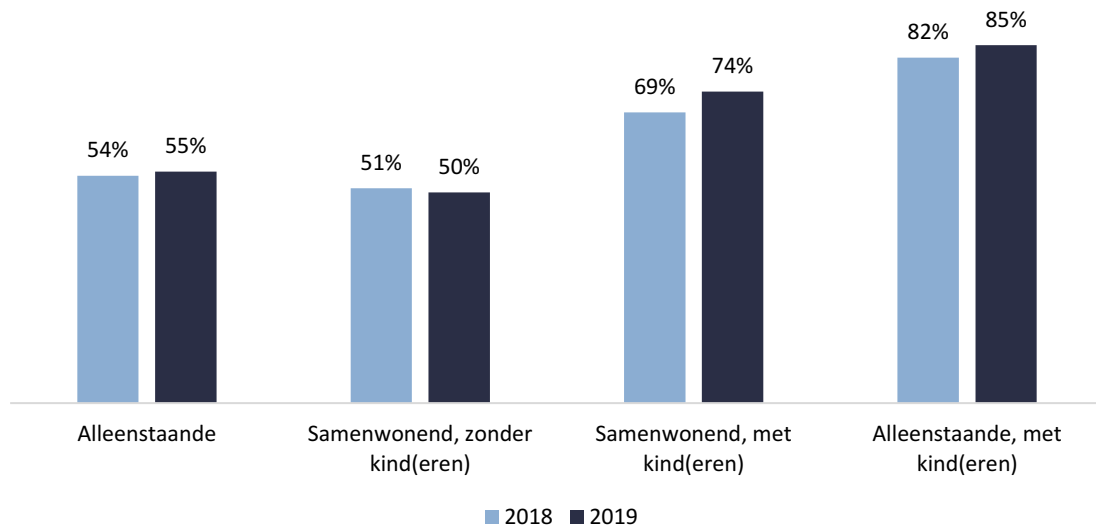


**Figuur 19.** Aandeel in de bevolking en marktaandeel naar mate van stedelijkheid (leeftijd 6+).

## Resultaten naar type huishouden

Eerder beschreven we al dat het aandeel 6-11-jarigen dat in 2019 een bioscoop of filmtheater bezocht is gestegen ten opzichte van 2018. Dit resultaat zien we terug wanneer we kijken naar verschillen in het bereik per type huishouden: in vergelijking met 2018 ging in 2019 bijna drie kwart (74%) van alle gezinnen (samenwonenden met kinderen) minstens één keer naar de bioscoop.

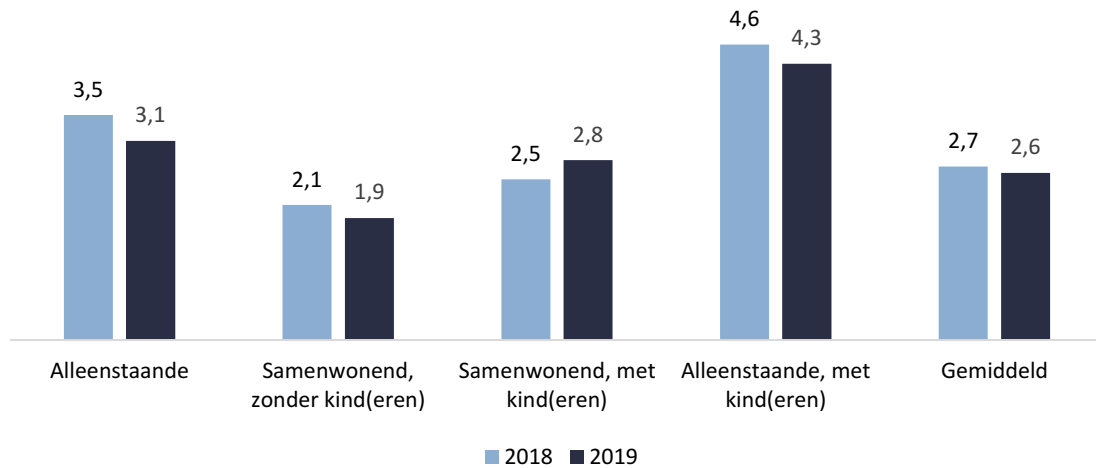
## Bereik naar type huishouden



**Figuur 20.** Bereik naar type huishouden (leeftijd 6+).

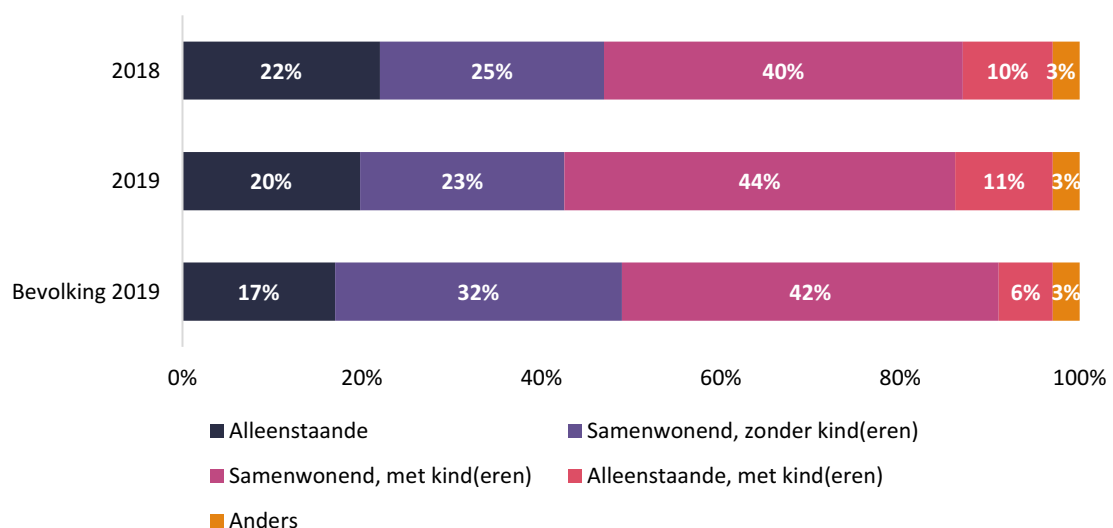
Naast het bereik steeg ook de gemiddelde bezoeksfrequentie van deze groep (van 2,5 naar 2,8). Logischerwijs vertalen deze ontwikkelingen zich ook naar een groter marktaandeel: inmiddels bestaat het Nederlandse bioscooppublik voor 55% uit gezinnen. De laatste vijf jaar zijn er geen grote verschuivingen zichtbaar tussen de verschillende typen huishouden.

### Bezoekfrequentie naar type huishouden



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

### Marktaandeel naar type huishouden



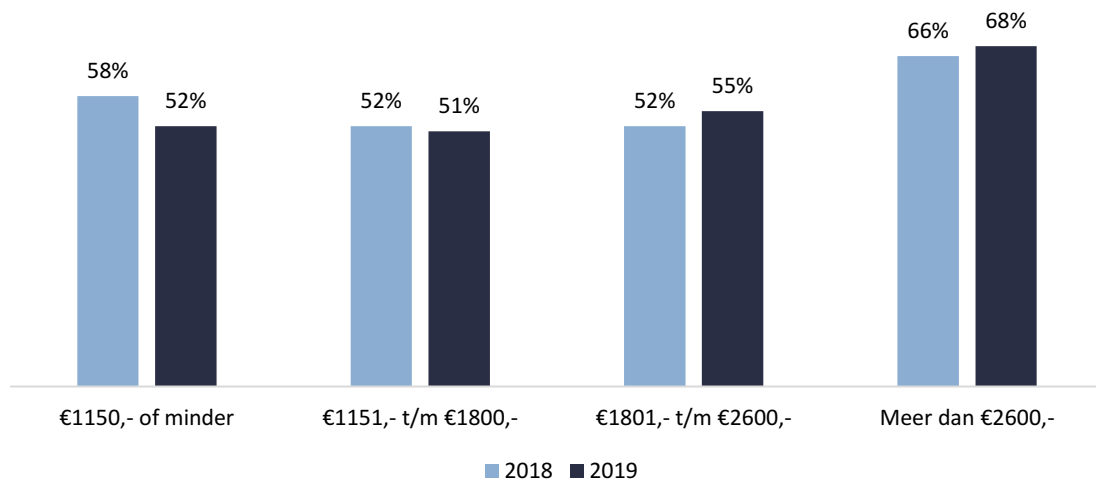
**Figuur 22.** Aandeel in de bevolking en marktaandeel naar type huishouden (leeftijd 6+).

## Resultaten naar inkomen

---

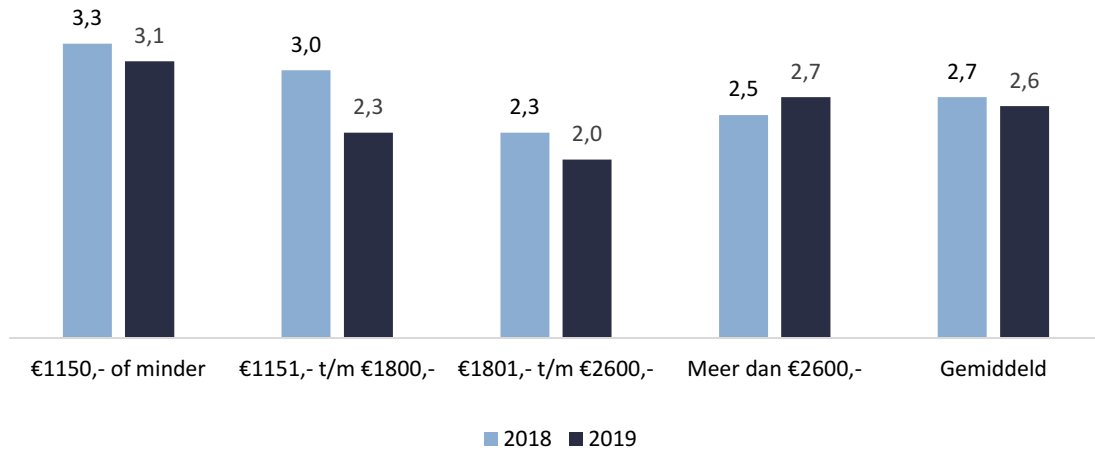
Net als in 2018 werden mensen uit de hoogste inkomensgroep (vanaf netto €2600,- per maand) in 2019 het best bereikt. Ten opzichte van 2018 is hun marktaandeel ook gestegen. Ondanks de stijging van de gemiddelde ticketprijs (van € 8,75 naar € 9,14) is er geen daling te zien onder de groep met het laagste inkomen (€ 1150,- of minder). Deze groep bestaat voornamelijk uit scholieren en studenten. De bezoekfrequentie is onder deze groep wel iets gedaald. Onder de hogere-inkomensgroep is deze juist gestegen. Kijkend naar de afgelopen vijf jaar zijn er geen grote verschuivingen zichtbaar tussen de verschillende inkomensgroepen.

### Bereik naar maandinkomen huishouden



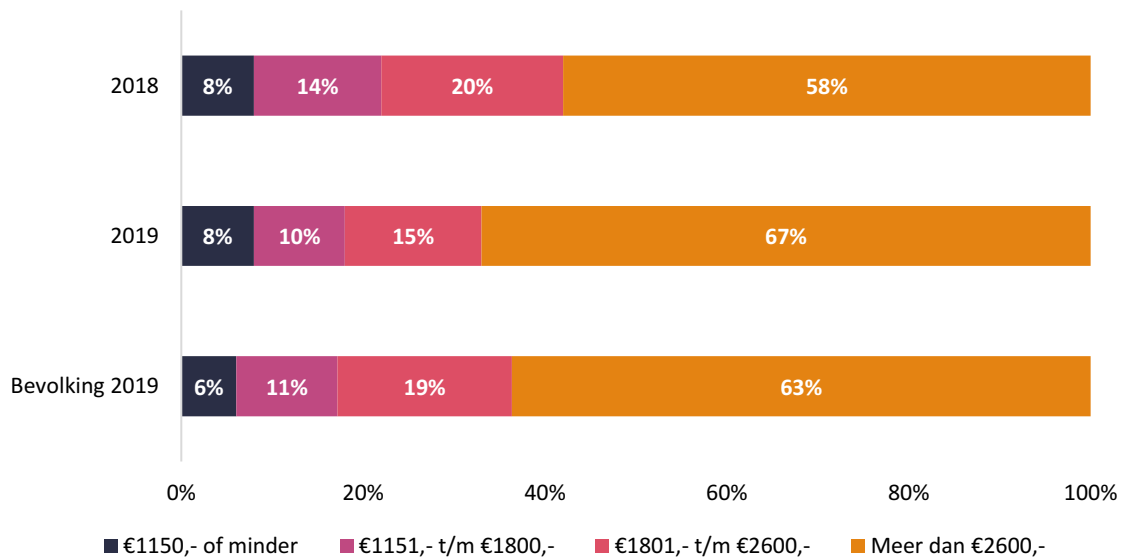
**Figuur 23.** Bereik naar netto maandinkomen van het huishouden (leeftijd 6+).

## Bezoekfrequentie naar maandinkomen huishouden



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

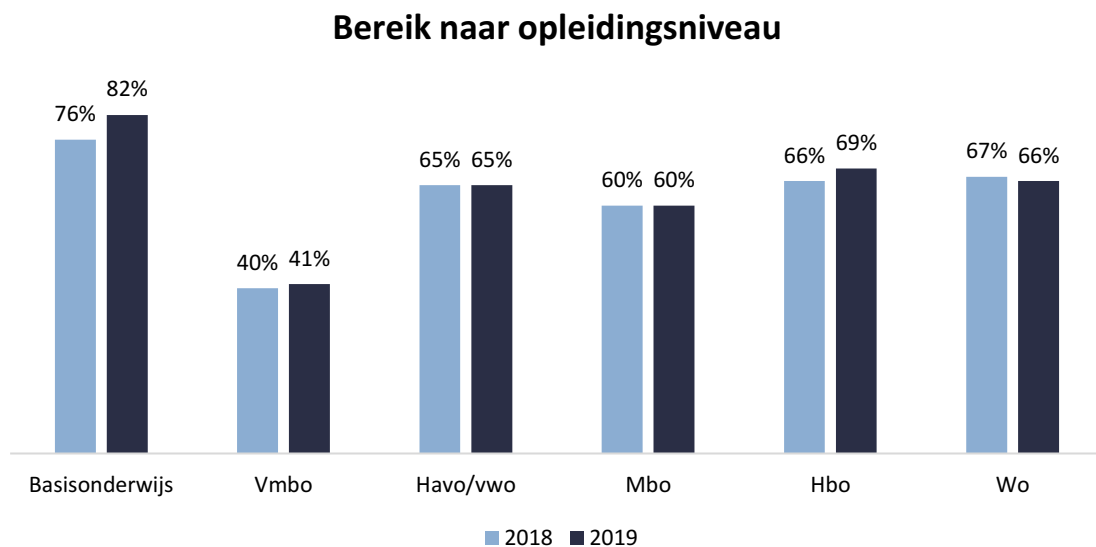
## Marktaandeel naar inkomen huishouden



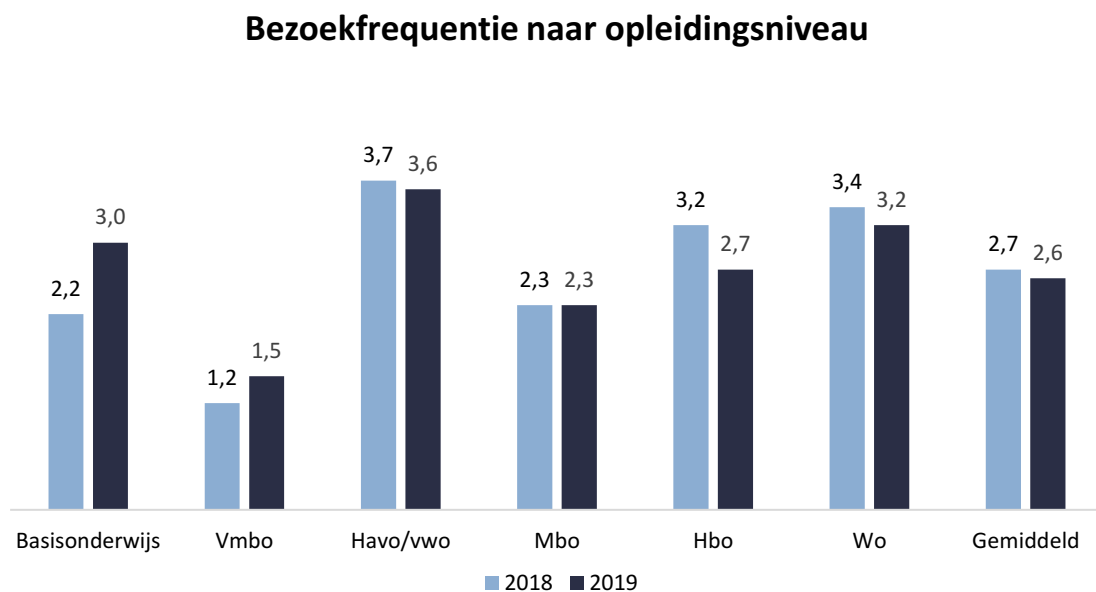
**Figuur 25.** Aandeel in de bevolking en marktaandeel naar netto maandinkomen van het huishouden (leeftijd 6+).

## Resultaten naar opleidingsniveau

Het bereik onder alle opleidingsniveaus bleef in 2019 stabiel: er zijn geen significante verschillen te zien ten opzichte van 2018. Net als voorgaande jaren lag het bereik onder mensen met een vmbo-diploma een stuk lager dan onder andere opleidingsniveaus. In de gemiddelde bezoeksfrequentie is wel een duidelijke ontwikkeling zichtbaar: de frequentie onder het basisonderwijs steeg van 2,2 naar 3,0. Ook op de langere termijn lijkt de bioscoop onder dit opleidingsniveau steeds populairder te worden: van alle opleidingsniveaus steeg het bereik onder het basisonderwijs de afgelopen vijf jaar namelijk het hardst.

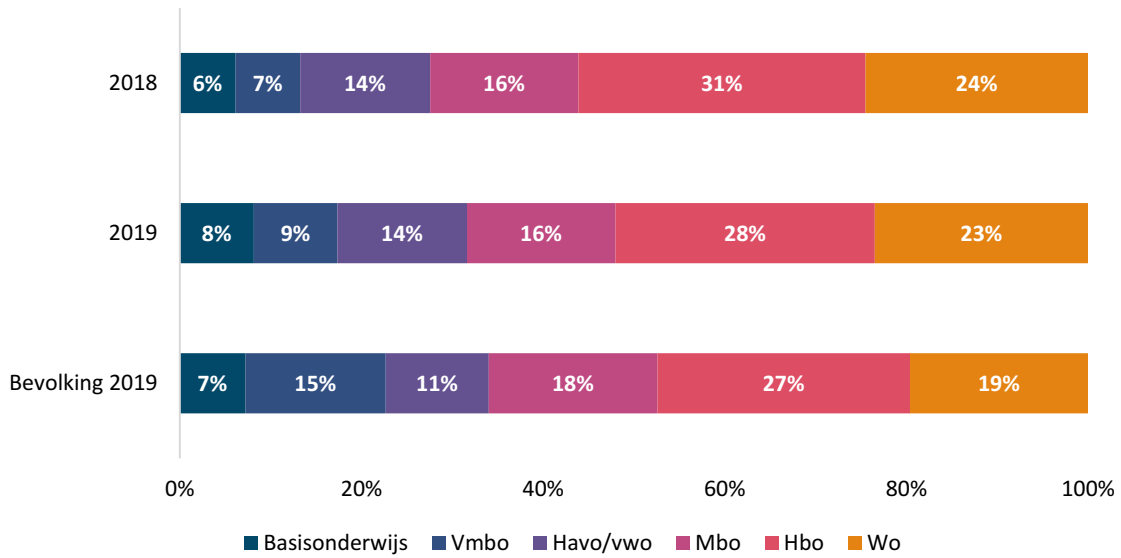


Figuur 26. Bereik naar opleidingsniveau (leeftijd 6+).



Figuur 27. Gemiddelde bezoeksfrequentie naar opleidingsniveau (leeftijd 6+).

## Marktaandeel naar opleidingsniveau

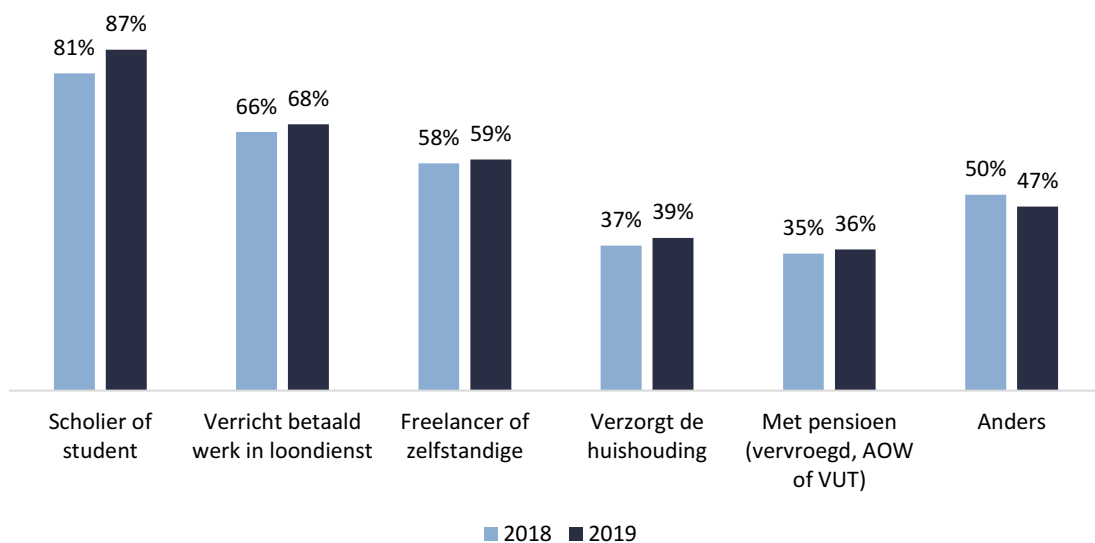


**Figuur 28.** Aandeel in de bevolking en marktaandeel naar opleidingsniveau (leeftijd 6+).

## Resultaten naar belangrijkste dagelijkse bezigheid

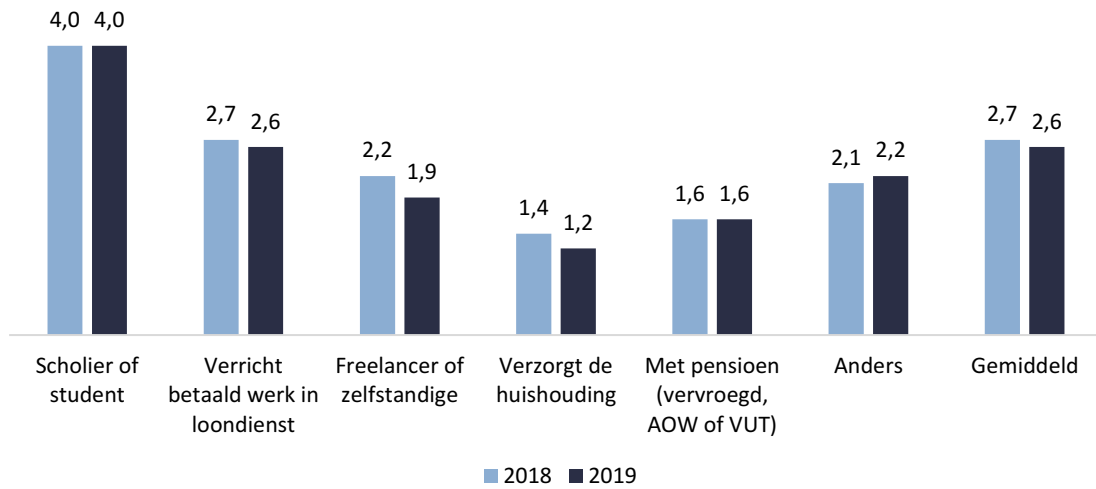
In 2019 bleven zowel het bereik, de bezoekfrequentie als de marktaandelen vrijwel gelijk als het gaat om de belangrijkste dagelijkse bezigheid in vergelijking met 2018. Alleen scholieren en studenten wisten in 2019 vaker de bioscoop te vinden. Ook in de afgelopen vijf jaar steeg het bereik onder scholieren en studenten harder (+12%) dan onder andere vormen van dagelijkse bezigheden.

## Bereik naar belangrijkste dagelijkse bezigheid



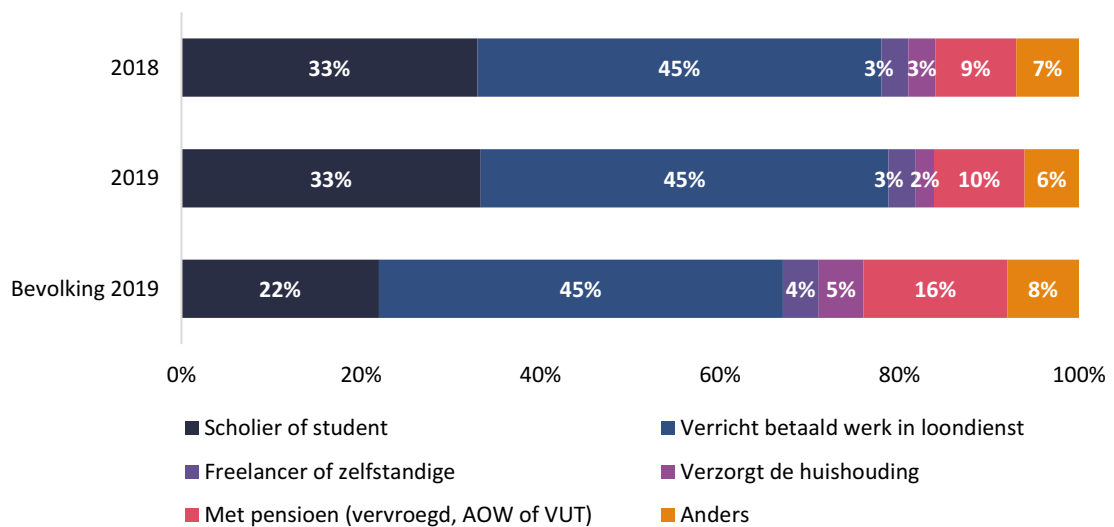
**Figuur 29.** Bereik naar belangrijkste dagelijkse bezigheid (leeftijd 6+).

## Bezoekfrequentie naar belangrijkste dagelijkse bezigheid



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

## Marktaandeel naar belangrijkste dagelijkse bezigheid

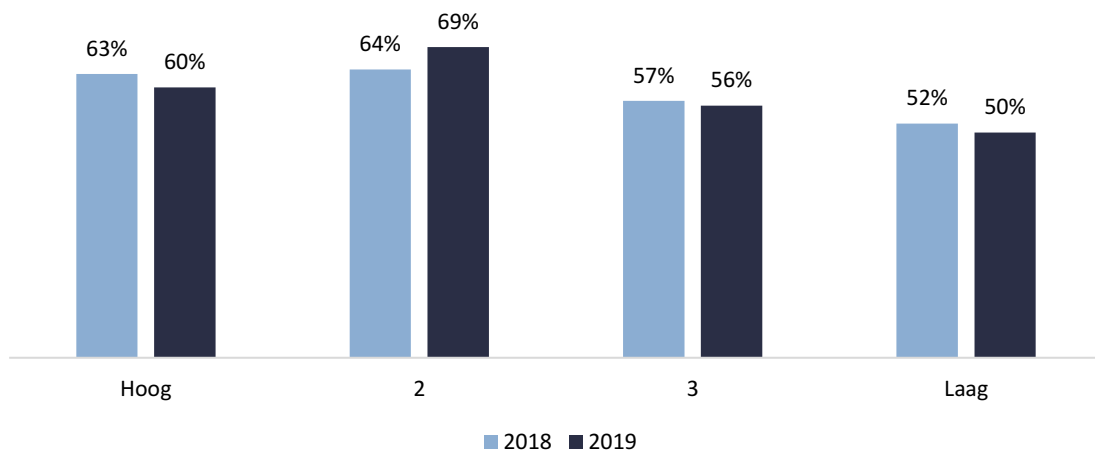


**Figuur 31.** Aandeel in de bevolking en marktaandeel naar belangrijkste dagelijkse bezigheid (leeftijd 6+).

## Resultaten naar sociale klasse

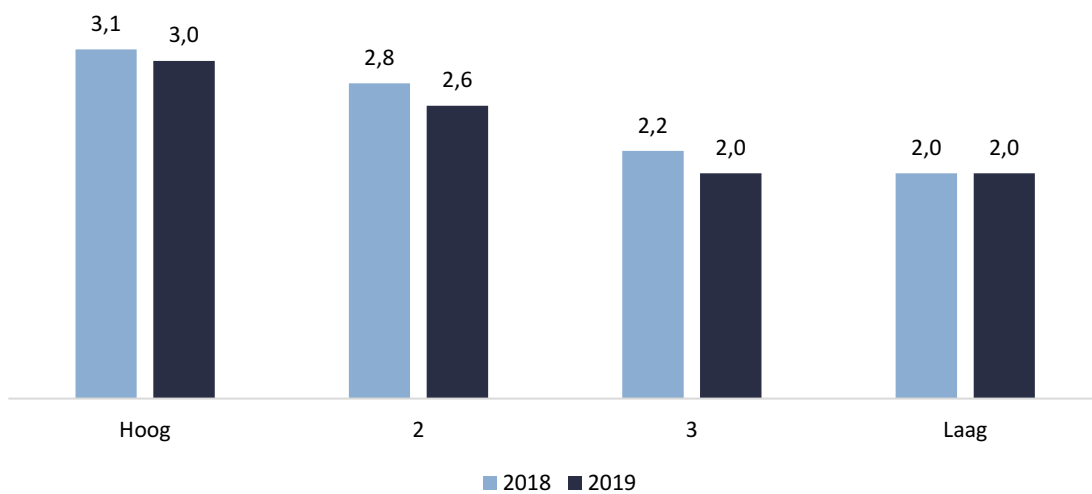
Op basis van sociale klasse zijn er weinig ontwikkelingen te zien als het gaat om het bereik, de bezoekfrequentie en de marktaandeel. In de afgelopen vijf jaar zien wel een verschuiving: zowel het bereik onder de middelhoge (2) en lage sociale klasse nam toe (in beide gevallen met 9%). Het bereik onder de hoge en middellage (3) klasse veranderde daarentegen niet.

### Bereik naar sociale klasse



Figuur 32. Bereik naar sociale klasse (leeftijd 6+).

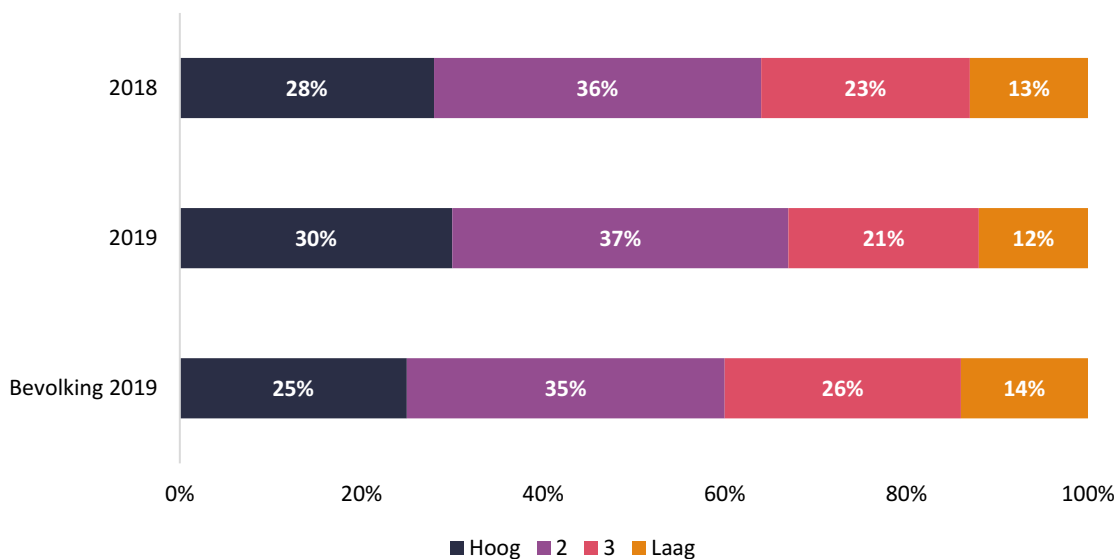
### Bezoekfrequentie naar sociale klasse



Figuur 33. Gemiddelde bezoekfrequentie naar sociale klasse (leeftijd 6+).



## Marktaandeel naar sociale klasse



Figuur 34. Aandeel in de bevolking en marktaandeel naar sociale klasse (leeftijd 6+).

## Hoofdpijnen

- Ondanks een grote stijging in het aantal verkochte bioscooptickets bleef het bereik van bioscopen en filmtheaters in 2019 stabiel. Op de langere termijn is er wel een stijgende trend zichtbaar: lag het bereik in 2015 nog op 56%, inmiddels is dat 63%.
- De gemiddelde bezoeksfrequentie kwam in 2019 uit op 2,6. Dit is vergelijkbaar met de bezoeksfrequentie in 2018 (2,7).
- Bioscopen en filmtheaters waren in 2019 wederom het populairst onder 16-23 en 24-29-jarigen. De gemiddelde bezoeksfrequentie was onder deze groepen ook het hoogst.
- Opvallend is dat er in 2019 een stijging te zien was in het bereik en de bezoeksfrequentie van 6-11-jarigen. Dit kwam ook naar voren bij het type huishouden: het bereik en de bezoeksfrequentie van gezinnen (samenwonenden met kinderen) steeg namelijk ook.
- Bioscopen en filmtheaters bleven ook in 2019 populairder onder vrouwen dan bij mannen. In de afgelopen vijf jaar lijkt dit verschil zelfs groter te worden; zo steeg het bereik onder vrouwen terwijl er bij mannen geen significante verandering zichtbaar was.
- Net als in 2018 bestonden bezoekers in 2019 voor het merendeel uit vrouwen, 16-29-jarigen, samenwonenden en alleenstaanden met kind(eren), Nederlanders met een hoog inkomen, inwoners van (zeer) sterk stedelijke gebieden, hoogopgeleiden, scholieren en studenten en mensen in loondienst.

# HET BEZOEK AAN FILMTHEATERS

---

DEMOGRAFISCHE KENMERKEN  
VAN HET FILMTHEATERPUBLIEK



## Bezoek filmtheaters 2019

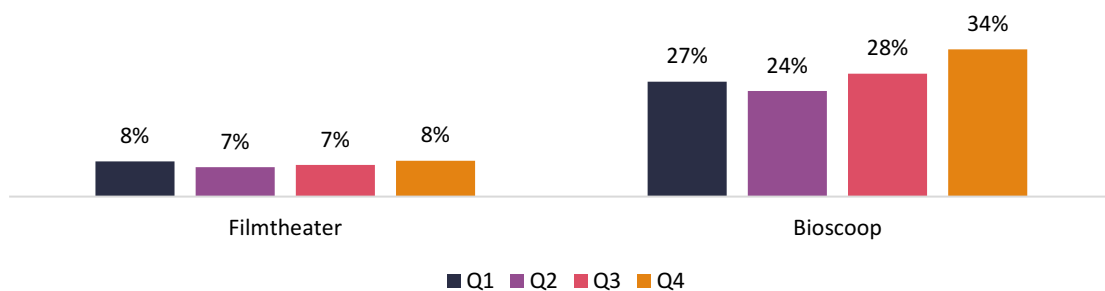
Net als in voorgaande jaren steeg in 2019 het aantal verkochte tickets bij filmtheaters. Het marktaandeel steeg met 0,1% minimaal ten opzichte van 2018 (8,4%). Het marktaandeel qua recette zag relatief gezien een iets grotere stijging (van 0,3%).

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

	2018	2019
Aantal bezoeken (mln.)	3,0	3,2
% van totale bezoek	8,4	8,5
Bruto recette (mln. €)	22,6	26,0
% van totale recette	7,2	7,5

In 2019 bezocht 14% van de Nederlandse bevolking (leeftijd 6+) minimaal eenmaal een filmtheater, een vergelijkbaar aandeel als in 2018 (13%). Dit zijn ruim 2,2 miljoen unieke filmtheaterbezoekers. Van deze mensen bezocht het merendeel ook bioscopen (zie figuur 1, blz. 7). Filmtheaterbezoekers (leeftijd 16+)<sup>3</sup> zijn over het algemeen frequentere bezoekers dan bioscoopbezoekers. Daarnaast laten filmtheaters qua bereik over het jaar een constant beeld zien. Het bereik van bioscopen verschilt doorgaans per kwartaal.

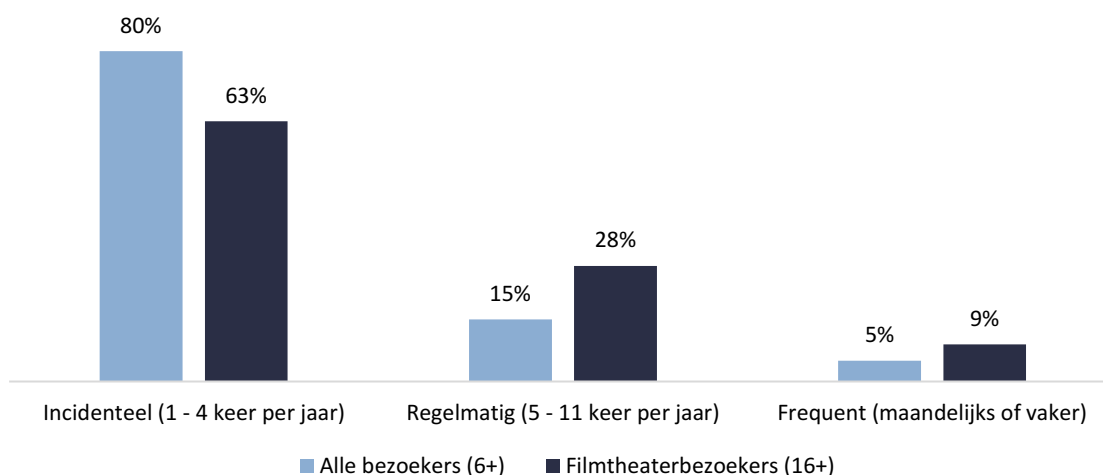
### Bereik per type vertoner



**Figuur 35.** Bereik per kwartaal onderverdeeld naar type vertoner (leeftijd 16+).

<sup>3</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 36.** Type bezoeker ingedeeld naar bezoekfrequentie in 2019.

### Resultaten naar leeftijdsgroep

---

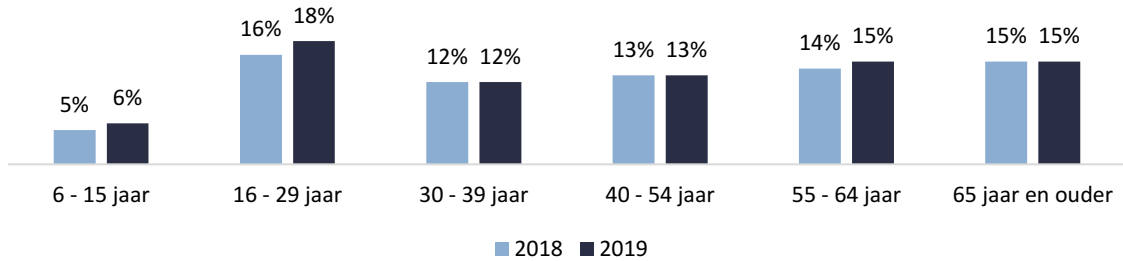
Als gekeken wordt naar verschillende leeftijdsgroepen<sup>4</sup> zijn er geen veranderingen te zien ten opzichte van 2018. Relatief gezien trokken filmtheaters aanzienlijk meer 55-plussers dan de totale bioscoopsector. Ook dat is geen grote verandering ten opzichte van eerdere jaren. In het marktaandeel van 65-plussers is wel een zeer duidelijke trend zichtbaar: op de langere termijn neemt dit steeds meer toe. In de afgelopen vijf jaar steeg het marktaandeel van 22% naar 38%. Deze groei gaat met name ten koste van het marktaandeel van 40-54-jarigen: dat halveerde in dezelfde periode van 24% naar 12%. De groei van het marktaandeel van 65-plussers kan slechts deels verklaard worden door de vergrijzing, aangezien het marktaandeel relatief gezien een stuk sneller steeg dan het aandeel van 65-plussers in de bevolking<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> Binnen de groep filmtheaterbezoekers vormen de verschillende leeftijdsgroepen en opleidingsniveaus kleine steekproefgroepen, waardoor met minder zekerheid gesproken kan worden over de representativiteit. Een daling of stijging kan daardoor sterker lijken dan in werkelijkheid het geval is. Deze resultaten dienen daarom vooral als indicatie.

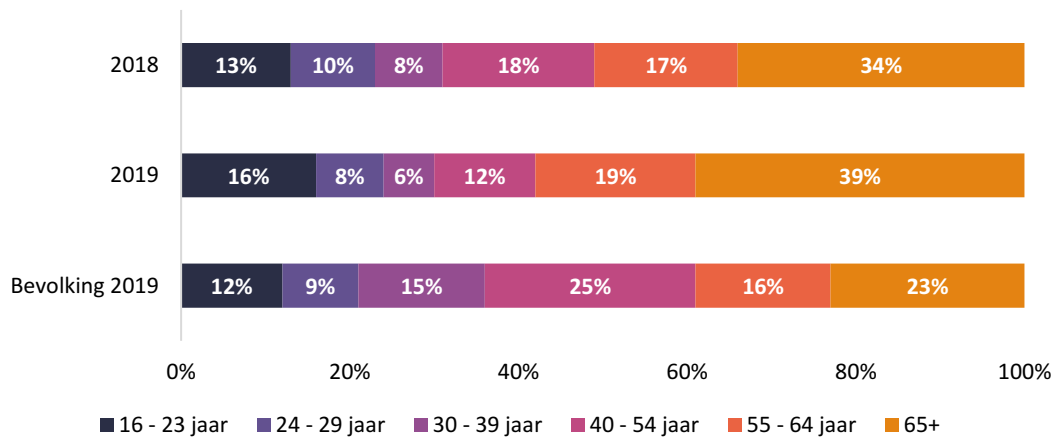
<sup>5</sup> Bron: CBS.

## Bereik filmtheaters naar leeftijdsgroep



Figuur 37. Bereik filmtheaters naar leeftijdsgroep.

## Marktaandeel naar leeftijdsgroep

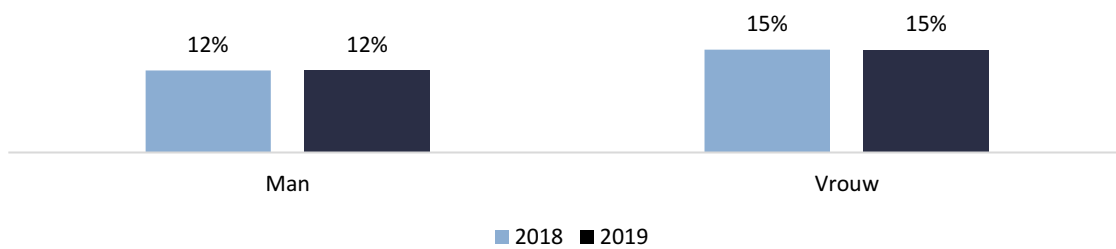


Figuur 38. Aandeel in de bevolking en marktaandeel naar leeftijdsgroep.

## Resultaten naar geslacht

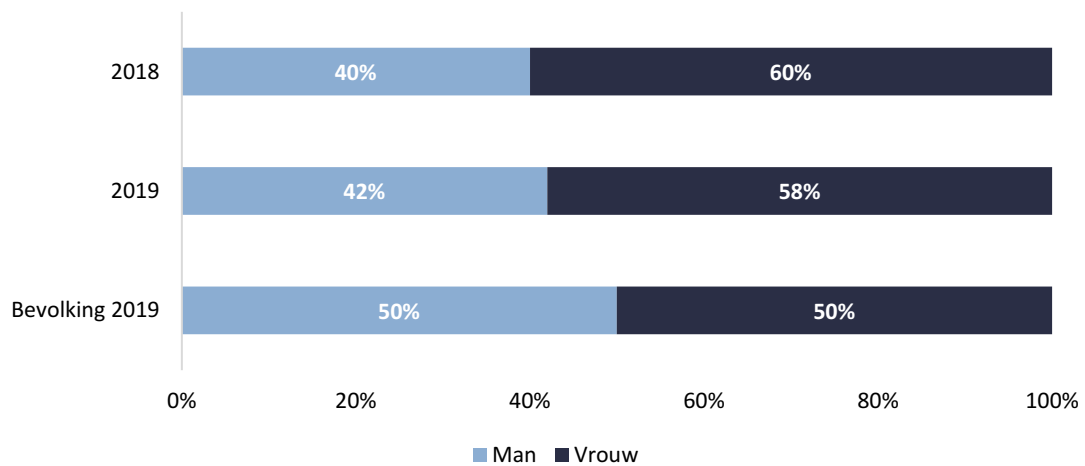
Het bereik van filmtheaters onder mannen en vrouwen bleef in 2019 vrijwel gelijk aan 2018. Ook het marktaandeel laat weinig verschillen zien: het grootste aandeel filmtheaterbezoekers bestond uit vrouwen. In de afgelopen vijf jaar is deze verhouding grotendeels gelijk gebleven.

### Bereik filmtheaters naar leeftijdsgroep



**Figuur 39.** Bereik filmtheaters naar geslacht (leeftijd 6+).

### Marktaandeel naar geslacht



**Figuur 40.** Aandeel in de bevolking en marktaandeel filmtheaters naar geslacht (leeftijd 16+).

## Profiel filmtheaterbezoeker

---

In vergelijking met het bezoek aan de algehele bioscoopsector valt op dat vrouwen ook bij filmtheaterbezoek in de meerderheid zijn (in een nog grotere mate). Daarnaast ligt de gemiddelde leeftijd velen malen hoger (55 jaar versus 37 jaar). Tevens verschillen filmtheaterbezoekers met de totale groep bezoekers wat betreft hun belangrijkste dagelijkse bezigheid, opleidingsniveau en bezoekfrequentie: filmtheaterbezoekers zijn vaker gepensioneerd, vaker hoger opgeleid en gaan vaker naar de film.

## Hoofdlijnen

---

- Evenals het totale bezoek groeide ook het bezoek aan filmtheaters in 2019. Het marktaandeel steeg met 0,1% naar 8,5%. Het marktaandeel van recette groeide met 0,3% relatief gezien iets harder.
- In 2019 bezocht 14% van de Nederlandse bevolking van zes jaar en ouder een filmtheater, wat vergelijkbaar is met 2018 (13%). Dit zijn ruim 2,2 miljoen unieke filmtheaterbezoekers.
- Over het algemeen zijn bezoekers van filmtheaters vaker hoger opgeleid en vaker gepensioneerd dan de totale groep bezoekers. Daarnaast zijn ze ouder en gaan ze relatief gezien vaker naar de film.
- Net als in voorgaande jaren steeg het marktaandeel van 65-plussers ook dit jaar onder het filmtheaterpubliek. Dit gaat met name ten koste van het marktaandeel van 40-54-jarigen.

# HET BEZOEK AAN NEDERLANDSE FILMS

---

DEMOGRAFISCHE KENMERKEN  
VAN HET PUBLIEK VAN DE  
NEDERLANDSE FILM





## Bezoek Nederlandse films 2019

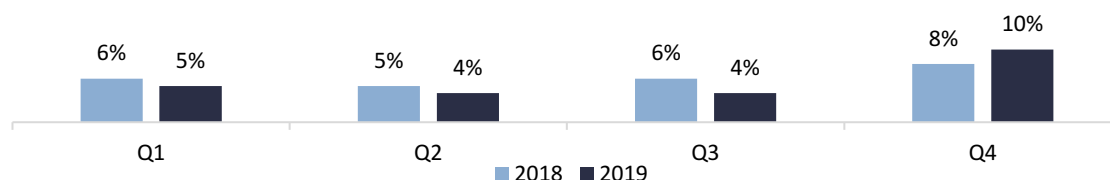
In 2019 werden er 4,5 miljoen tickets verkocht voor Nederlandse films, het hoogste aantal sinds 2015 (6,2 miljoen). Ook de recette maakte een flinke sprong ten opzichte van 2018. Echter, gezien het totale bezoek en recette ook groeiden, is het marktaandeel van Nederlandse films niet veel veranderd. In totaal behaalden veertien films de status van Gouden film (minstens 100.000 bezoeken), waarvan twee films erin slaagden om uit te groeien tot Platina film (minstens 400.000 bezoeken): PENOZA: THE FINAL CHAPTER en VERLIEFD OP CUBA.

Het bereik van Nederlandse films kwam in 2019 uit op 19% (leeftijd 6+). Dat betekent dat 3,0 miljoen Nederlanders minstens eenmaal een Nederlandse film in een bioscoop of filmtheater bezochten. In 2018 lag dit bereik op een vergelijkbaar niveau (18%). Net als in 2018 lag het bereik het hoogst in het vierde kwartaal van het jaar (leeftijd 16+)<sup>6</sup>.

**Tabel 4.** Bezoek en recette Nederlandse films 2018 en 2019 volgens gegevens NVBF.

	2018	2019
Aantal bezoeken (mln.)	4,0	4,5
% van totale bezoek	11,2	11,8
Bruto recette (mln. €)	32,7	38,0
% van totale recette	10,5	10,9
Aantal nieuw uitgebrachte films	66	75
Aantal Gouden films (> 100.000 bezoeken)	15	14
Waarvan aantal Platina films (> 400.000 bezoeken)	2	2
Waarvan aantal Diamanten films (> miljoen bezoeken)	0	0

### Bereik Nederlandse films



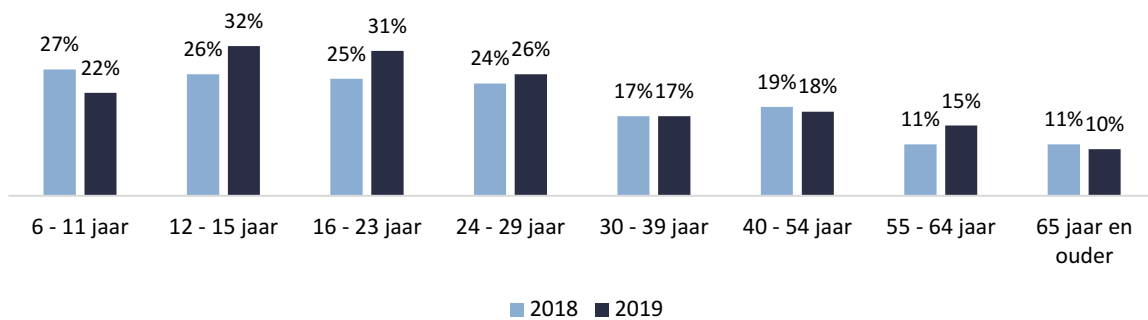
**Figuur 41.** Bereik Nederlandse films per kwartaal (leeftijd 16+).

<sup>6</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.

## Resultaten naar leeftijdsgroep

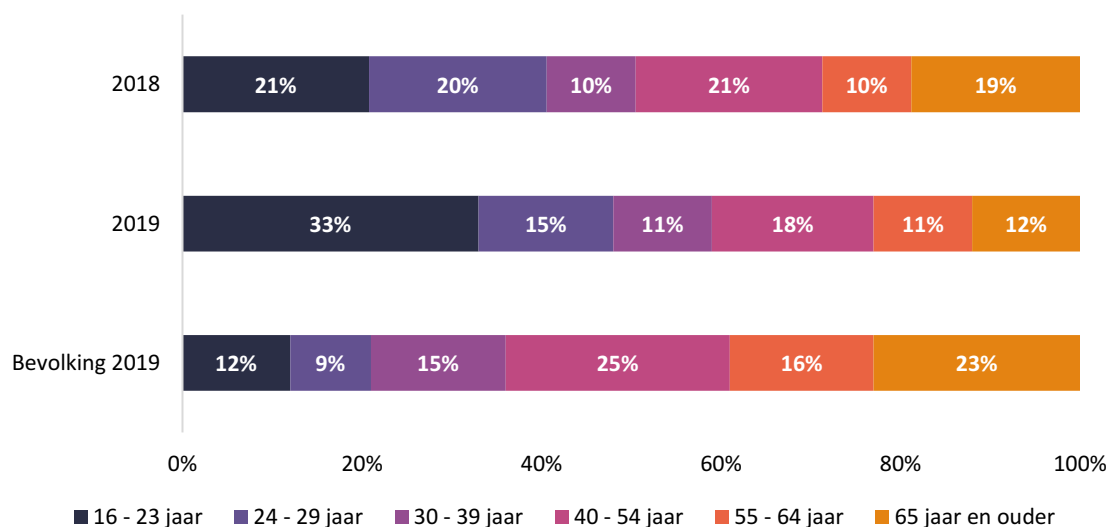
Ten opzichte van 2018 zijn er geen ontwikkelingen te zien in het bereik van Nederlandse films per leeftijdsgroep. Over het algemeen wijkt de verdeling van leeftijdsgroepen niet veel af van het totale bioscooppubliek. In 2019 lag het bereik van Nederlandse films het hoogst onder 12-15 en 16-23-jarigen. In absolute aantallen werden Nederlandse films het meest bezocht door 40-54-jarigen.

### Bereik Nederlandse films naar leeftijdsgroep



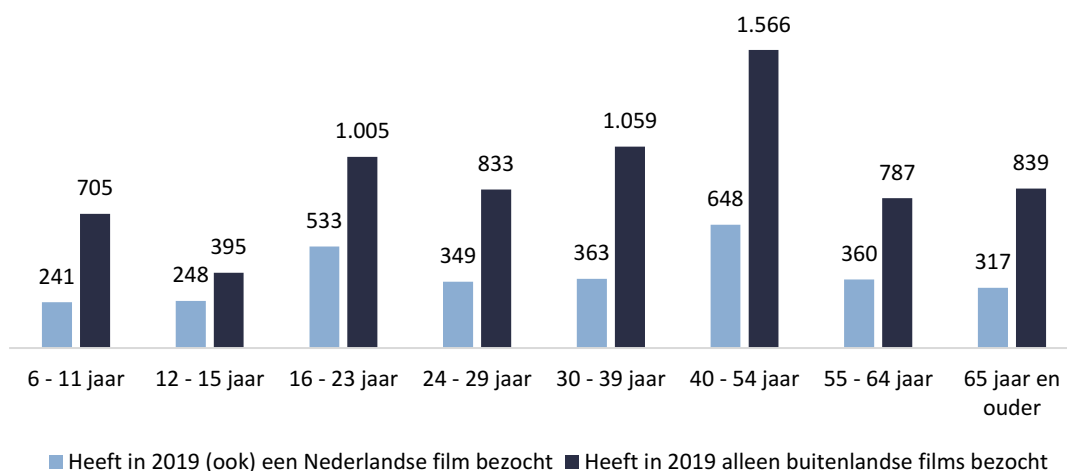
Figuur 42. Bereik Nederlandse films per leeftijdsgroep.

### Marktaandeel naar leeftijdsgroep



Figuur 43. Aandeel in de bevolking en marktaandeel naar geslacht.

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

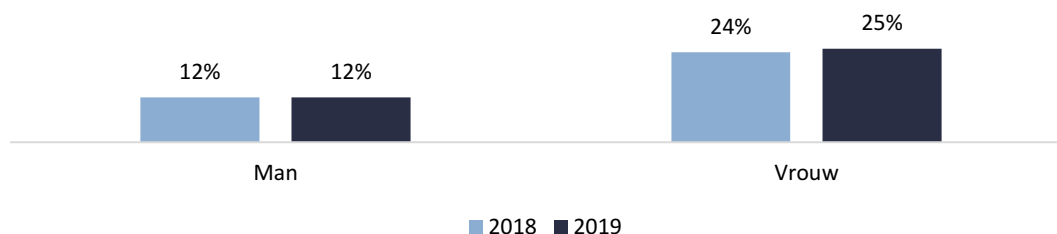


**Figuur 44.** Aantal bezoekers dat minstens eenmaal een Nederlandse film bezocht en aantal bezoekers dat *alleen* buitenlandse films bezocht, naar leeftijdsgroep.

## Resultaten naar geslacht

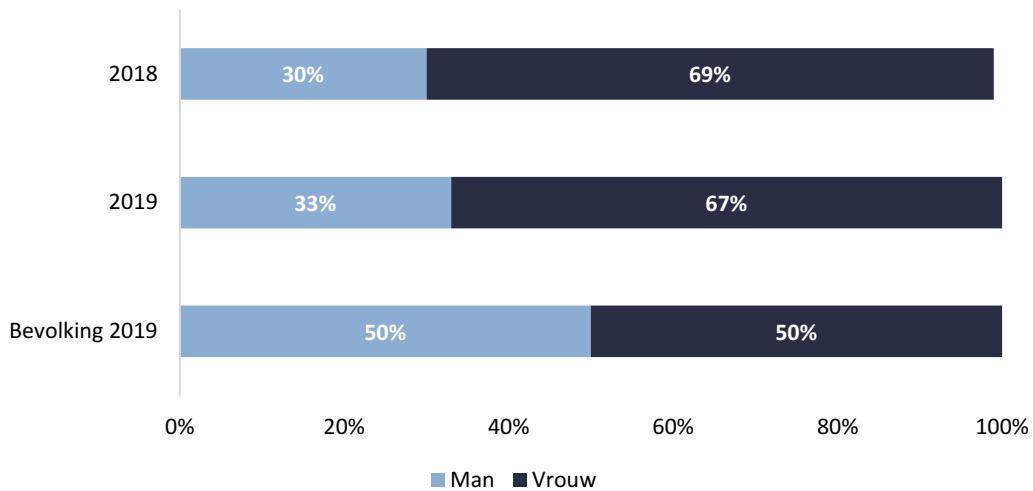
Net als in voorgaande jaren bleef het bereik van Nederlandse films onder mannen in 2019 beduidend achter op dat van vrouwen (respectievelijk 12% en 25%). Er zijn geen ontwikkelingen te zien.

### Bereik Nederlandse films naar geslacht



**Figuur 45.** Bereik Nederlandse films onder mannen en vrouwen (leeftijd 6+).

## Marktaandeel naar geslacht



**Figuur 46.** Aandeel in de bevolking en marktaandeel Nederlandse films onder mannen en vrouwen (leeftijd 16+).

### Profiel bezoeker Nederlandse films

---

Ten opzichte van 2018 verschilt het publiek dat een of meerdere Nederlandse films bezocht nauwelijks. Nederlandse films trekken over het algemeen bezoekers uit alle lagen van de bevolking, die qua demografische kenmerken niet veel afwijken van het totale bioscooppubliek. Er zijn geen duidelijke uitschieters te zien in kenmerken zoals leeftijd, inkomensgroep, belangrijkste dagelijkse bezigheid en sociale klasse. Qua opleidingsniveau is er wel een verschil aan te wijzen: in vergelijking tot het totale bioscooppubliek gingen er relatief gezien minder hoogopgeleide mensen (WO) naar Nederlandse films.

## Hoofdpijnen

---

- Het bezoek aan Nederlandse films steeg van 4,0 miljoen in 2018 naar 4,5 miljoen in 2019. Echter, aangezien het totale bezoek aan bioscopen en filmtheaters ook flink steeg, is het marktaandeel niet veel veranderd.
- In 2019 bezocht 19% van de Nederlandse bevolking van 6 jaar en ouder minstens één keer een Nederlandse film in een bioscoop of filmtheater. Dit is een vergelijkbaar aandeel ten opzichte van 2018 (18%).
- Het bereik van Nederlandse films bleef onder zowel mannen als vrouwen stabiel. Nederlandse films blijven beduidend populairder dan onder vrouwen dan onder mannen.
- In vergelijking met 2018 zijn er in het bereik per leeftijdsgroep geen veranderingen te zien. Het bereik van Nederlandse films was in 2019 het hoogst onder 12-15 en 16-23-jarigen. In absolute aantallen werden Nederlandse films het meest bezocht door 40-54-jarigen.
- Bezoekers aan Nederlandse films wijken qua profiel weinig af ten opzichte van eerdere jaren. Er zijn geen opvallende verschillen te zien in kenmerken als inkomen of belangrijkste dagelijkse bezigheid.

BIJLAGEN

# ONDERZOEKSOPZET EN METHODOLOGIE

---

AANVULLENDE INFORMATIE  
OVER DE UITVOERING VAN  
HET ONDERZOEK



### **Definitie bezoeker**

Om een bezoeker te worden genoemd, dient een respondent in 2019 minstens eenmaal naar een bioscoop of filmtheater te zijn geweest.

### **Definitie van bereik**

Het bereik geeft het percentage Nederlanders aan dat in 2019 minstens eenmaal een bioscoop of filmtheater heeft bezocht. In internationaal mediaonderzoek wordt doorgaans het jaarlijkse percentage gegeven. In 2019 was dit percentage 63% (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>7</sup>

---

<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.

### Onderzoeksdoelstelling en probleemstellingen

Filmonderzoek Nederland voert in opdracht van de Nederlandse Vereniging van Bioscopen en Filmtheaters (NVBF) en Filmdistributeurs Nederland (FDN) jaarlijks onderzoek uit naar de 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 door Filmonderzoek Nederland 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 2019?*
- *Wat was de gemiddelde bezoekfrequentie van Nederlanders van 6 jaar en ouder in 2019?*
- *Wat was het marktaandeel van de verschillende doelgroepen in 2019?*
- *Welke ontwikkelingen zijn er zichtbaar over een periode van 5 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 bezoek (via de NVBF en FDN) en de bezoeker (via de kwartaalmetingen) gecombineerd worden. Het Dashboard wordt verspreid onder leden van de NVBF en FDN.

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

### 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 aselekt gekozen zijn. Hierdoor is er minder sprake van zelfselectie en zijn de panels representatief voor de Nederlandse bevolking. Filmonderzoek Nederland heeft met CentERdata opnieuw een prettige samenwerking gehad.

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



## Steekproef

Voor de Bioscoopmonitor 2019 is gedurende 2019 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 5. Overzicht metingen Bioscoopmonitor 2019.

Overzicht periodieke metingen 2019					
Meting	Datum van meting	Panel	Aantal panelleden	Aantal volledig ingevulde enquêtes	Responspercentage
Meting 1	Week 13 – 14	CentERpanel	2.363	1.940	82%
	1 t/m 16 april	LISS panel*	1.118	484	43%
Meting 2	Week 27 – 28	CentERpanel	2.211	1.822	82%
	1 t/m 16 juli	LISS panel*	1.108	468	42%
Meting 3	Week 41 – 42	CentERpanel	2.192	1.874	85%
	7 t/m 20 oktober	LISS panel*	1.022	425	42%
Meting 4	Week 3 – 4 (2020)	CentERpanel	2.162	1.789	83%
	6 t/m 20 januari (2020)	LISS panel*	1.114	638	57%

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

## Representativiteit en betrouwbaarheid

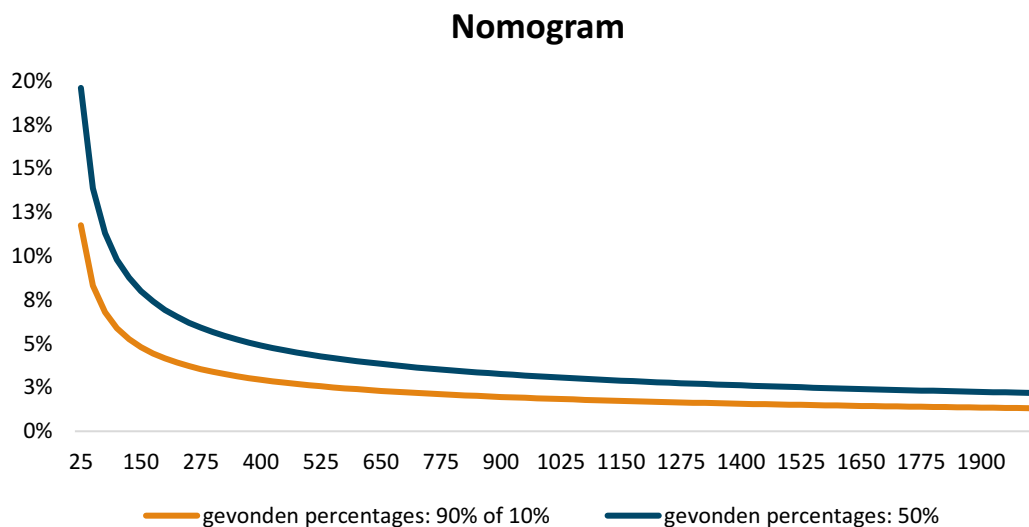
Er is veel aandacht voor de representativiteit van de onderzoeksresultaten voor de Nederlandse bevolking. Zo zijn het CentERpanel en het LISS panel waarin de metingen zijn verricht gebaseerd op kans-steekproeven in plaats van zelfselectie. Respondenten kunnen zichzelf dus niet aanmelden. Op basis van 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 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.



**Figuur 47.** 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 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 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.

## Colofon

**Filmonderzoek Nederland heeft dit onderzoek uitgevoerd in opdracht van**

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



### **Auteurs**

Joost Kamer

Koen de Groot



Krijn Taconiskade 276

1087 HW Amsterdam

info@filmonderzoek.nl

filmonderzoek.nl

*Foto voorblad: Myke Simon, Unsplash*

*Stills ter beschikking gesteld door distributeurs The Walt Disney Company Benelux, WW Entertainment, Dutch FilmWorks en September Film Distribution via Filmdepot, 2020.*

**© 2020, Filmonderzoek Nederland. 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.**