

Valt het doek voor de bioscoop?

21-04-2015 10:06

Sinds 2008 is het totaal aantal bioscoop bezoekers met maar liefst ruim 30% gestegen. [Vorig jaar stabiliseerde het aantal bezoekers](#) echter voor het eerst, terwijl het aanbod (en dus de concurrentie) fors toeneemt. Zijn de gouden jaren van de sector voorbij? In de BrancheBarometer Bioscopen publiceerde de Rabobank de laatste



ontwikkelingen in de sector.

Voor 2015 zal de vraag licht stijgen nu de economie weer verder aantrekt en de consument voorzichtig meer gaat besteden. Ook in 2014 hebben de bioscopen een goed jaar gekend met bijna 31 miljoen bezoekers en een totale recette van 250 miljoen euro. Deze cijfers zijn echter gelijk aan die van 2013; voor het eerst in jaren groeide het aantal bezoekers niet. Dit komt met name door het 'slechte' voorjaar en dito zomer - te lekker weer en het WK voetbal als extra concurrent. Het stagneren van de groei lijkt dus vooralsnog een incident en sterk door het weer beïnvloed. **Opgaande markt en groeiend aanbod** Bioscopen zitten in een opgaande markt, waarvan het succes te verklaren is doordat de bioscoop een relatief goedkoop avondje uit is; gemiddeld betalen we iets meer dan acht euro voor een kaartje. Een laag bedrag vergeleken met soortgelijke vormen van entertainment. Tegelijkertijd spelen nieuwe bioscopen uitstekend in op de behoefte bij de consument aan meer beleving, kwaliteit en service. Maar het succes heeft ook een keerzijde; het aanbod neemt structureel toe. In zeven jaar tijd is het aantal aanbieders met ruim 13,5% gestegen. Deze nieuwe bioscopen nemen ook in grootte toe: zowel het aantal zalen als stoelen groeide met 22%. De toenemende concurrentie in combinatie met een prijskritische consument, leidt sinds 2012 tot dalende bestedingen per stoel (-3%) en overall tot een gematigd positief sentiment in de branche. **Verzadiging van de markt met blijvende prijsdruk dreigt** Voor de langere termijn is de prognose neutraal. Bioscopen spelen als geen ander in op de hybride consument die continu op zoek is naar of een goedkoop avondje uit, of naar een avondje uit met een bijzondere beleving. Door het fors toegenomen bioscopenaanbod en de toenemende concurrentie van 'gratis' online alternatieven blijven we kritisch: verzadiging van de markt met blijvende prijsdruk dreigt. **Trends** • Full-service concepten met onder andere bediening in de zaal; • Ketenvorming en schaalgrootte; • Toenemende innovatie zoals 'second screen applicatie'; • Vertonen van alternatieve content, zoals live concerten, opera's, et cetera; • Creatieve samenwerkingsverbanden tussen bioscoop en horeca, zoals [De Hallen in Amsterdam](#) en de JT Bioscoop bij Van der Valk in Hoorn **Kansen en bedreigingen** • Agressief uitbreidingsbeleid van de drie grote spelers in de markt : Pathé, JT Bioscopen, Kinopolis; • Opkomst 'video on demand' voor thuis en alternatieven zoals PopcornTime; • Vestigingsmogelijkheden van concurrenten; • Verkorting van de tijd tussen bioscoopvertoning en uitbrengen via alternatieve kanalen. Meer informatie: www.rabobank.nl