

Filmtheaterbezoekers Uitgelicht

Een uitgebreide profielbeschrijving van filmtheaterbezoekers in Nederland aan de hand van gegevens van het Centraal Bureau voor de Statistiek



Een onderzoek in opdracht van de Nederlandse Vereniging van Filmdistributeurs en de Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten.

Utrecht, april 2012

Inhoud

Management Summary	2
Inleiding	5
Onderzoeksgegevens CBS.....	5
Onderzoeksgegevens Experian.....	6
Steekproef AVO	6
Steekproef Experian	7
Puntschattingen.....	7
Afronding	7
Grafieken en tabellen	7
Opbouw	7
I. Groepen filmtheaterbezoekers in Nederland	8
II. Achtergrond filmtheaterbezoekers	9
a. Iets meer vrouwelijke dan mannelijke bezoekers	9
b. Voornamelijk personen van middelbare leeftijd in filmtheaters.....	9
c. Filmtheaterbezoek populair in steden	11
d. Relatief veel allochtonen in filmtheaters	13
e. Type huishouden	14
f. Vergelijking commerciële bioscoopbezoeker met filmtheaterbezoeker.....	14
g. Filmtheaterbezoekers door de jaren heen	15
III. Vrijtijdsbesteding	17
a. Hoge cultuurparticipatie	18
b. CJP, Museumkaart en CKV/KCV	20
c. Culturele interesse ouders	21
d. Filmtheaterbezoeker hecht belang aan overheidssubsidies	22
e. Internet is belangrijkste informatiebron.....	22
IV. Samenvatting profielschets op basis van AVO-gegevens	24
V. Profiel filmtheaterbezoekers op basis van Experian	26
Samenvatting.....	27
Literatuurlijst.....	28
Gebruikte literatuur.....	28
Aanbevolen literatuur.....	28
Bijlage 1 Profielomschrijvingen Experian	29
COLOFON	31

Management Summary

In dit onderzoek worden verschillende achtergrondkenmerken van filmtheaterbezoekers belicht. Dit profiel van de gemiddelde filmtheaterbezoeker is gebaseerd op twee verschillende enquêtes: het Aanvullend Voorzieningengebruik Onderzoek (AVO) van het CBS en een marktonderzoek van onderzoeksbureau Experian. In deze *management summary* worden de belangrijkste resultaten van beide enquêtes weergegeven.

Aanvullend Voorzieningengebruik Onderzoek

- De laatste jaren vertoont de verkoop van filmtheaterkaartjes een stijging. Het aandeel filmtheaterkaartjes van de totale verkoop van bioscooptickets bleef vanaf 2008 stabiel (ongeveer 6,3%).
- Nederland kende in 2007 ongeveer 1,5 miljoen filmtheaterbezoekers (dit is ongeveer 10% van de Nederlandse bevolking van 6 jaar en ouder). Deze groep kan worden opgesplitst in incidentele bezoekers die één tot drie keer per jaar naar een filmtheater gaan (1.060.242 personen; 7% van de bevolking) en frequente bezoekers die vier keer of vaker een filmtheater bezoeken (436.930 personen; 3% van de bevolking).
- De groep incidentele bezoekers is in de loop der jaren gestegen, terwijl het aantal frequente bezoekers en niet-bezoekers daalde. Er zijn dus steeds meer personen die een filmtheater bezoeken, maar de personen die naar het filmtheater gaan, doen dit minder vaak.
- 54% van de vrouwen en 46% van de mannen gaat minstens één keer per jaar naar een filmtheater. Aangezien vrouwen ook vaker dan mannen gaan, kopen ze de meeste filmtheatertickets.
- Procentueel gezien gaan er meer jongeren van 16-29 jaar naar het filmtheater dan andere leeftijdscategorieën (namelijk ongeveer 15%).
- Absoluut gezien neemt de groep 40-54-jarigen de grootste plek in met maar liefst 384.000 bezoekers per jaar. Relatief gezien gaat het hier slechts om 10% van alle 40-54-jarigen.
- De groepen 55-64-jarigen en 65-plussers hebben procentueel gezien de meeste frequente bezoekers.
- Het filmtheaterbereik van West-Nederland en de vier grote steden (Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht) is het grootst. 53% van alle filmtheaterbezoekers komt uit deze regio's.
- Filmtheaterbezoek is dus voornamelijk populair onder stedelingen.
- Er zijn procentueel evenveel Nederlandse, niet-westerse allochtonen en westerse allochtonen die incidenteel een filmtheater bezoeken.
- Er zijn relatief meer frequente filmtheaterbezoekers onder westerse allochtonen dan onder andere bevolkingsgroepen.
- Gehuwde stellen (met en zonder kinderen) gaan minder naar het filmtheater dan ongehuwde stellen (met en zonder kinderen) en éénpersoonshuishoudens.
- De gemiddelde leeftijd van filmtheaterbezoekers is gestegen: in 1999 was de gemiddelde leeftijd 34 jaar, in 2007 was dit 40 jaar.
- In 1999 was de helft van de bezoekers man (en de andere helft vrouw), tegen 46% mannelijke bezoekers in 2007.
- Het aantal bezoekers was tussen 1999 en 2007 het meest explosief gestegen in de categorieën zeer stedelijke woongemeente en niet stedelijke woongemeente.
- De filmtheaterbezoeker is cultureel geïnteresseerd. Hij neemt vaak deel aan zowel actieve als passieve kunstuitingen.

- Ook het relatief hoge percentage filmtheaterbezoekers onder houders van een Cultureel Jongeren Paspoort en een Museumkaart suggereert dat de filmtheaterbezoeker cultureel actief is.
- De filmtheaterbezoeker hecht veel belang aan overheidssubsidie voor de kunstensector.
- Het internet is de informatiebron die door filmtheaterbezoekers het meest wordt aangewend om iets te weten te komen over films.
- De mate waarin de ouders cultureel actief zijn, heeft invloed op het filmtheaterbezoek van de respondent.
- In onderstaande Tabel 1 en Tabel 2 wordt het profiel van de filmtheaterbezoeker samengevat:

Tabel 1 Overzichtstabel van een aantal achtergrondkenmerken van niet-bezoekers, incidentele filmtheaterbezoekers en frequente filmtheaterbezoekers (inclusief bevolkingsomvang).

	Niet-bezoekers	Incidentele filmtheaterbezoekers	Frequente filmtheaterbezoekers
Absolute aantal (in 2007)	13.192.059	1.060.242	436.930
% van de bevolking	90%	7%	3%
Leeftijd	6-15-jarigen en 65-plussers	16-23 jaar, 30-39 jaar	24-29 jaar, 40-54 jaar en 55-64 jaar
Landsdeel	Zuid-Nederland	Oost- en West-Nederland, vier grote steden.	Vier grote steden
Etniciteit	Nederlanders en niet-westerse allochtonen gaan het minst	Relatief evenveel Nederlanders, westerse en niet-westerse allochtonen	Westerse allochtonen gaan relatief vaker

Tabel 2 Overzichtstabel van een aantal achtergrondkenmerken van niet-bezoekers en filmtheaterbezoekers.

	Niet-bezoekers	Filmtheaterbezoekers
% van de bevolking	90%	10%
Stedelijkheid	Matig tot weinig stedelijk	Sterk tot zeer sterk stedelijk
Huishouden	Gehuwde stellen met en zonder kinderen	Eénpersoonshuishoudens, ongehuwde stellen met en zonder kinderen.
Receptieve cultuurdeelname	Mindere mate dan filmtheaterbezoekers	Commerciële bioscoop, musea en popconcerten
Actieve cultuurdeelname	Mindere mate dan filmtheaterbezoekers	Tekenen, schilderen, grafisch werk

- In onderstaande Tabel 3 worden de belangrijkste achtergrondkenmerken van filmtheaterbezoekers vergeleken met commerciële bioscoopbezoekers.

Tabel 3 Overzichtstabel van de verschillen tussen commerciële bioscoopbezoekers en filmtheaterbezoekers.

	Commerciële bioscoopbezoeker	Filmtheaterbezoeker
% van de bevolking	55%	10%
Frequentie	63% incidenteel 37% frequent	70% incidenteel 30% frequent
Geslacht	Ongeveer gelijk	Meer vrouwen dan mannen
Gemiddelde leeftijd	33 jaar	40 jaar
Landsdeel	Verspreid over het hele land	Voornamelijk West-Nederland en in de 4 grote steden
Etniciteit	Westerse en niet-westerse allochtonen gaan procentueel gezien frequenter dan Nederlanders	Alleen westerse allochtonen gaan frequenter dan Nederlanders
Type huishouden	Veel gehuwde stellen, éénouderhuishoudens, ongehuwde stellen met en zonder kinderen	Eénpersoonshuishoudens, ongehuwde stellen met en zonder kinderen

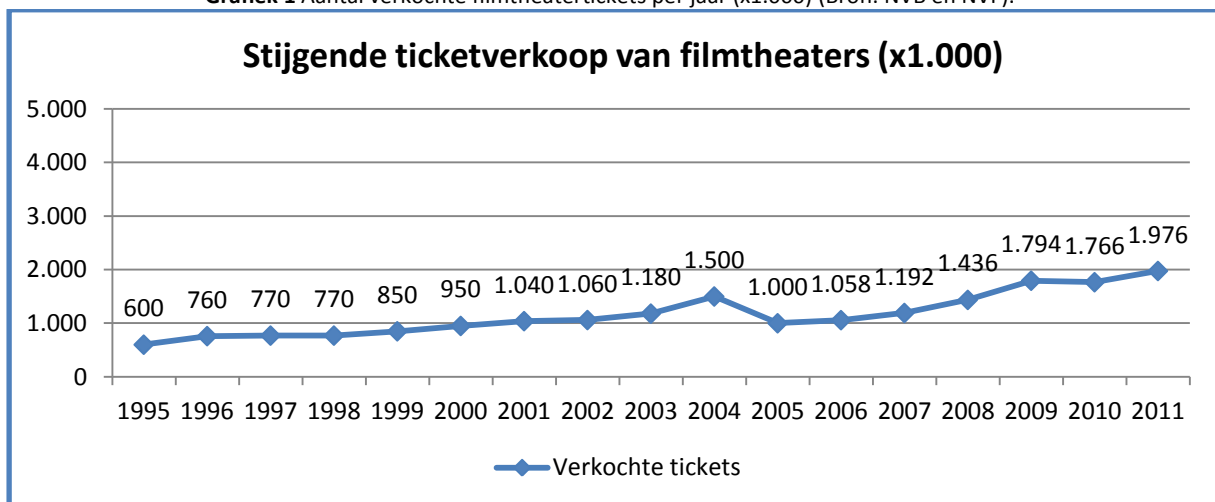
Onderzoeksbureau Experian

De marktprofielen van Experian geven een algemeen beeld van verschillende groepen filmtheaterbezoekers. Een eerste groep filmtheaterbezoekers is de groep carrièrebewuste jongeren (17% van de Nederlandse bevolking) die leven, werken, wonen, uitgaan en genieten in de grote steden. Ook de jongeren met een lagere opleiding en een minder succesvolle carrière in het vooruitzicht zijn vaker dan gemiddeld te vinden in een filmtheater (dit is 10% van de Nederlandse bevolking). Daarnaast komen de welgestelde personen van middelbare leeftijd (45+) graag in filmtheaters; ze zijn hoogopgeleid en leiden een luxe leven. Zij vormen 10% van de Nederlandse bevolking. Mensen die het niet zo breed hebben, wonen in sociale huurwoningen en een laag opleidingsniveau hebben, zijn niet zo gauw te vinden in een filmtheater, evenals de gezinnen wonend op het platteland.

Inleiding

De laatste jaren vertoont de verkoop van filmtheaterkaartjes net als de verkoop van commerciële bioscooptickets een stijging. Het aantal verkochte filmtheaterkaartjes in 2011 was bijna 2 miljoen. In onderstaande Grafiek 1 zijn de aantallen verkochte kaartjes vanaf 1995 opgenomen, op basis van jaarcijfers van de Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten en de Nederlandse Vereniging van Filmdistributeurs. Het marktaandeel van de verkochte filmtheaterkaartjes ten opzichte van het totaal aantal verkochte bioscoopkaartjes is van 3,2% in 1995 langzaam opgelopen tot 6,5% in 2011. Vanaf 2008 is het marktaandeel redelijk stabiel (om en nabij 6,3%).¹

Grafiek 1 Aantal verkochte filmtheatertickets per jaar (x1.000) (Bron: NVB en NVF).



Opvallend genoeg is er nog weinig marktonderzoek verricht naar het publiek van filmtheaters. Dit onderzoek probeert daar verandering in te brengen. Door verschillende achtergrondvariabelen van de filmtheaterbezoekers te analyseren, wordt inzicht verkregen in de samenstelling van het filmtheaterpubliek op basis van onder andere demografische kenmerken. Daarnaast worden de interesses en vrijetijdsbestedingen van deze groep uitgelicht.

Onderzoeksgegevens CBS

Voor deze profielschets van filmtheaterbezoekers worden gegevens van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) gebruikt. Deze gegevens zijn voor de *Bioscoopmonitor 2010/2011* ook gebruikt om de achtergrond van bioscoopbezoekers uit te lichten.² Normaliter hebben organisaties alleen beschikking over de officieel gepubliceerde statistieken van het CBS. Aan Stichting Filmonderzoek is echter toestemming verleend om eigen analyses uit te voeren op de onderzoeksgegevens van het CBS. Het belangrijkste onderzoeksbestand dat Stichting Filmonderzoek gebruikt om deze zogeheten secundaire analyses uit te voeren, is afkomstig van het Aanvullend Voorzieningengebruik Onderzoek (AVO). Dit grootschalige bevolkingsonderzoek vindt om de vier jaar plaats. Het meest recente onderzoek stamt uit eind 2007. Toen zijn tienduizend Nederlanders ouder dan zes jaar uitgebreid bevraagd over allerlei dagelijkse zaken, zoals sport- en cultuurparticipatie. Het grote voordeel is dat aan dit onderzoek veel mensen hebben meegewerkt. Daarnaast is de non-respons laag en is het onderzoeksbe-

¹ Bron: verschillende jaarverslagen van de NVB en NVF.

² Stichting Filmonderzoek, *Bioscoopmonitor 2010/2011: Hoofdstuk IV – Bioscoopbezoekers Uitgelicht* (Utrecht: Stichting Filmonderzoek, 2011), 28-51.

stand op zeer ingenieuze wijze gewogen. De onderzoeksresultaten zijn hiermee zowel op huishoudniveau als ook op persoonsniveau representatief voor heel Nederland (ouder dan zes jaar). Bij het invullen van de vragenlijsten werd erop vertrouwd dat de respondent zelf in kon schatten of hij wel of niet een filmtheater heeft bezocht.³

Hoewel de onderzoeksbestanden uit 2007 stammen (en niet recenter te verkrijgen zijn), geven ze een actueel inzicht in de verhoudingen tussen verschillende groepen filmtheaterbezoekers. De absolute aantallen en relatieve percentages zijn indicaties van de samenstelling van het filmtheaterpubliek, die ook voor filmtheaters in 2012 nuttige informatie bevatten.

Onderzoeksgegevens Experian

Naast de onderzoeksbestanden van het CBS wordt een onderzoek van Experian gebruikt.⁴ Het onderzoeksbureau Experian combineert demografische, psychologische en lifestyle kenmerken van bepaalde consumenten en maakt op basis daarvan verschillende bevolkingsprofielen. Ieder profiel is dus gebaseerd op de overeenkomende kenmerken van bepaalde personen in Nederland. Doordat Experian naast demografische kenmerken ook voorspellingsmodellen gebruikt, wordt het inzicht in het consumptieproces van verschillende profielen vergroot. Experian combineert verschillende achtergrondvariabelen in een profiel, zodat een completer beeld van een filmtheaterbezoeker geschetst kan worden dan op basis van de CBS-gegevens. Dit is aan de ene kant een voordeel, maar aan de andere kant is het moeilijk op basis van deze gegevens verschillende achtergrondvariabelen los van elkaar te vergelijken. Dit kan wel op basis van de gegevens van het CBS. De profielen van Experian werpen dus een ander licht op filmtheaterbezoekers en zijn zodoende een waardevolle aanvulling op de gegevens van het CBS.

Steekproef AVO

Het Aanvullend Voorzieningengebruik Onderzoek van het CBS bestaat uit twee delen: een huishoudvragenlijst, die wordt beantwoord door één persoon uit het huishouden, en een persoonlijke vragenlijst die alle leden uit het huishouden invullen. De steekproef van 2007 bestond uit 11.702 respondenten, waarvan er 10.861 daadwerkelijk hebben meegewerkt aan het onderzoek. Personen die niet reageerden op de uitnodigingen van het CBS (non-respons), werden niet opgenomen in de steekproef, evenals steekproefadressen:

- met onvolledige of onbekende adresinformatie,
- die tot de institutionele bevolking behoren (zoals verzorgingstehuizen en gevangenissen),
- die de afgelopen 12 maanden in een andere CBS-steekproef voorkwamen,
- op de Waddeneilanden,
- in de postcodegebieden 1102, 1103 en 1104 van De Bijlmer.

De respondenten uit deze steekproef zijn geselecteerd op basis van de Gemeentelijke Basisadministratie (GBA). Bij de totstandkoming van de steekproef werd rekening gehouden met de adressen-

³ De richtlijn van de NVB en NVF is dat een filmtheater (in tegenstelling tot een commerciële bioscoop) wordt gesubsidieerd en een non-profit organisatie is. De respondenten in dit onderzoek hebben echter waarschijnlijk op basis van de programmering bepaald wat een filmtheater is, namelijk bioscopen die voornamelijk arthousefilms vertonen. Zodoende werden in dit onderzoek ook commerciële bioscopen die arthousefilms vertonen gerekend tot filmtheaters. Een voorbeeld hiervan is het Louis Hartlooper Complex in Utrecht. Het filmtheaterbezoek in dit onderzoek valt daardoor hoger uit dan de officiële bezoekgegevens van de NVB en NVF.

⁴ Dit onderzoek werd verricht in opdracht van Stichting Filmonderzoek.

dichtheid van gemeenten. Uit een gemeente met een hoge adressendichtheid werden meer respondenten getrokken dan uit een gemeente met een lagere adressendichtheid. De steekproef is representatief voor de Nederlandse bevolking van 6 jaar en ouder. In vier perioden (september, oktober, november en december) werd een groot aantal respondenten persoonlijk aan huis benaderd. Tijdens dit bezoek werd de huishoudvragenlijst face-to-face afgenomen. Vervolgens werd aan alle personen van het huishouden gevraagd of ze een schriftelijke vragenlijst in wilden vullen.

Steekproef Experian

De steekproef van Experian bestond uit 560 respondenten. De steekproef bevatte 40 personen uit ieder profiel van Experian (zie bijlage 1 voor een beknopte beschrijving per profiel). De respondenten werden benaderd via een online onderzoekspanel tijdens de laatste twee weken van 2011. Het onderzoeksbestand is naderhand gewogen op de samenstelling van de Experian-profielen in Nederland.

Puntschattingen

In dit onderzoeksverslag is vanwege de leesbaarheid gekozen om te werken met zogenaamde puntschattingen in plaats van betrouwbaarheidsintervallen. Een voorbeeld: 10% van de respondenten heeft aangegeven in 2011 minstens één keer een filmtheater te hebben bezocht. In werkelijkheid zal dit percentage met 95% betrouwbaarheid liggen tussen 9,3% en 10,7%.

Afronding

De absolute aantallen in de tekst en in de grafieken zijn afgerond op duizenden. Procenten zijn afgerond op eenheden, tenzij het percentage lager is dan 2%. In dat geval wordt het percentage tot één decimaal afgerond.

Grafieken en tabellen

In de meeste grafieken of tabellen staan twee belangrijke typen gegevens vermeld: de absolute aantallen en de percentages. De grafieken zijn in eerste instantie gebaseerd op de absolute aantallen, dus het aantal Nederlanders (leeftijd 6+) waarop een grafiek of een gegevensreeks betrekking heeft. De absolute aantallen zijn daarnaast ook omgerekend naar relatieve percentages. Op deze manier wordt zichtbaar of doelgroepen onderling van elkaar verschillen op een bepaald kenmerk. De relatieve percentages worden tussen haakjes onder het absolute cijfer weergegeven. Af en toe worden alleen de percentages weergegeven, bijvoorbeeld om te zien hoe groot de groep filmtheaterbezoekers binnen een bepaalde categorie is. Wanneer een respondent een vraag niet heeft ingevuld, is deze informatie in de grafieken en tabellen buiten beschouwing gelaten. Totalen kunnen daardoor enigszins afwijken van 100%.

Opbouw

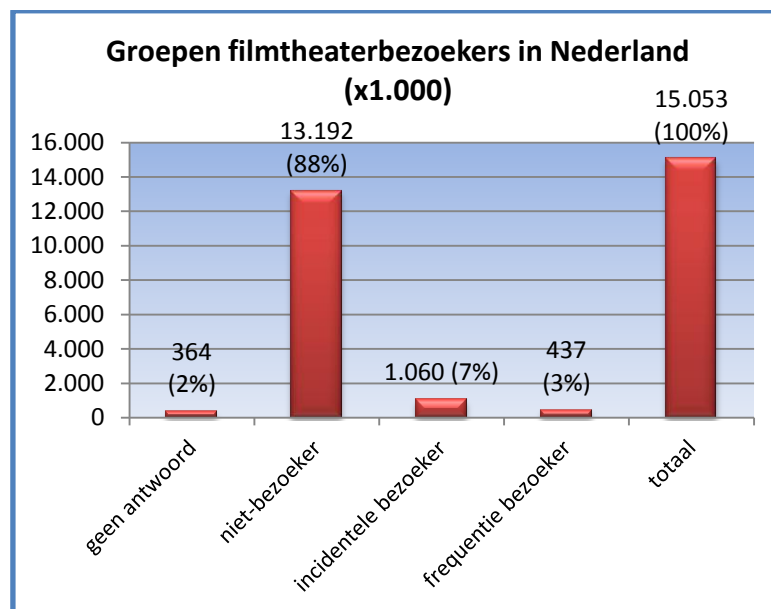
In paragraaf I worden verschillende soorten filmtheaterbezoekers van elkaar gescheiden op basis van de bezoekfrequentie. Vervolgens wordt in paragraaf II onderzocht uit welke personen het filmtheaterbezoek bestaat. Hierbij wordt bijvoorbeeld gekeken naar leeftijd, inkomen, etniciteit en geslacht van filmtheaterbezoekers. In paragraaf III wordt ingegaan op de vrijetijdsbestedingen van filmtheaterbezoekers. Hier worden antwoorden gegeven op vragen als: aan welke cultuuruitingen neemt het filmtheaterpubliek nog meer deel? Welke bronnen gebruikt een bezoeker om informatie over films op te zoeken? Tot slot wordt in paragraaf IV een profielschets van filmtheaterbezoekers gemaakt op basis van onderzoeksgegevens van Experian.

I. Groepen filmtheaterbezoekers in Nederland

Nederland kent ongeveer 1,5 miljoen filmtheaterbezoekers (dit is ongeveer 10% van de totale bevolking).⁵ De grootste groep filmtheaterbezoekers gaat één tot drie keer per jaar naar een filmtheater. Tot deze 'incidentele filmtheaterbezoekers' behoren iets meer dan één miljoen personen (dat is 7% van de Nederlandse bevolking en 70% van alle filmtheaterbezoekers). De overige 30% filmtheaterbezoekers gaat vier keer per jaar of vaker naar een filmtheater. Deze groep 'frequente filmtheaterbezoekers' bestaat uit ongeveer 440.000 personen (dit is 3% van de Nederlandse bevolking).⁶

De groep incidentele bezoekers is in de loop der jaren gestegen, terwijl het aantal frequente bezoekers en niet-bezoekers daalde. Er zijn dus steeds meer personen die een filmtheater bezoeken, maar de personen die naar het filmtheater gaan, doen dit minder vaak. Ivon Lussenburg constateerde dit in haar afstudeeronderzoek naar de status van de onafhankelijke film. Ze noemt deze ontwikkeling "een verschuiving van participanten naar passanten."⁷ Hiermee bedoelt ze dat de gemiddelde filmtheaterbezoeker niet meer sterk betrokken is bij het filmtheater en daar zeer frequent een film gaat kijken, maar dat hij af en toe een film ziet die in een filmtheater draait. Een mogelijke verklaring die Lussenburg hiervoor geeft, is het ontstaan van een steeds meer omnivoor kunstpubliek. Dat betekent dat personen niet meer vasthouden aan één soort kunstuiting, maar deelnemen aan verschillende vormen van kunst (zowel 'hoog' als 'laag'). Het filmtheater is zodoende niet meer de plek van een 'harde kern' filmliefhebbers, maar wordt door een gemêleerd publiek bezocht. Het aantal incidentele bezoekers stijgt hierdoor, terwijl het aantal frequente bezoekers daalt. Haar onderzoek is ook gebaseerd op onderzoeksbestanden van het AVO van verschillende jaren.

Grafiek 2 Bezoekfrequentie van filmtheaters in Nederland (x1000). Nederland kent in totaal ongeveer 1,5 miljoen filmtheaterbezoekers.



⁵ De cijfers gelden voor de Nederlandse bevolking vanaf 6 jaar.

⁶ Ongeveer twee procent van de respondenten heeft de vraag niet beantwoord. Deze groep wordt in de grafieken 1 en 2 weergegeven, maar in de rest van de tabellen en grafieken buiten beschouwing gelaten. Totalen kunnen een beetje afwijken door de 2% niet ingevulde vragen.

⁷ Ivon Lussenburg, *De status van de onafhankelijke film: Afstudeeronderzoek Vrijtijds wetenschappen* (Tilburg: Universiteit van Tilburg, 2005), 35.

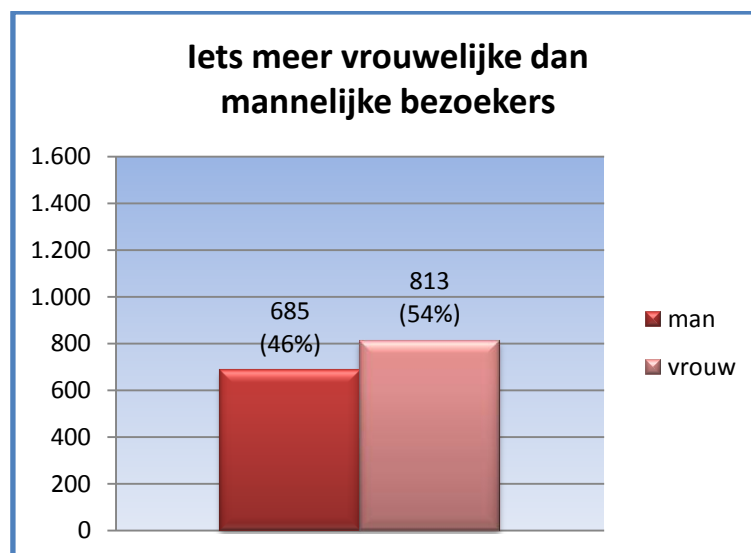
II. Achtergrond filmtheaterbezoekers

In deze paragraaf worden de onderzoeksbestanden van het Aanvullend Voorzieningsgebruik Onderzoek (AVO) uit 2007 gebruikt om de achtergrond van filmtheaterbezoekers te schetsen. Hierbij gaat het over achtergrondvariabelen zoals geslacht, inkomen, woongemeente en huishouden. Doordat het AVO representatief is voor de gehele Nederlandse bevolking van 6 jaar en ouder, is het mogelijk een profiel van de *gemiddelde* filmtheaterbezoeker te schetsen.

a. Iets meer vrouwelijke dan mannelijke bezoekers

Filmtheaters worden in meerderheid bezocht door vrouwen (zie Grafiek 3). 54% van alle bezoekers is vrouw – de overige 46% bestaat uiteraard uit mannelijke bezoekers. Het verschil tussen vrouwen en mannen wordt groter bij de groep frequente filmtheaterbezoekers: 59% van de frequente bezoekers is van het vrouwelijke geslacht. Vrouwen komen vaker terug naar een filmtheater dan mannen. Zij nemen dus een groot deel van de filmtheaterkaartjes voor hun rekening.⁸

Grafiek 3 Bereik filmtheaterbezoek voor mannen en vrouwen in Nederland (x1.000).

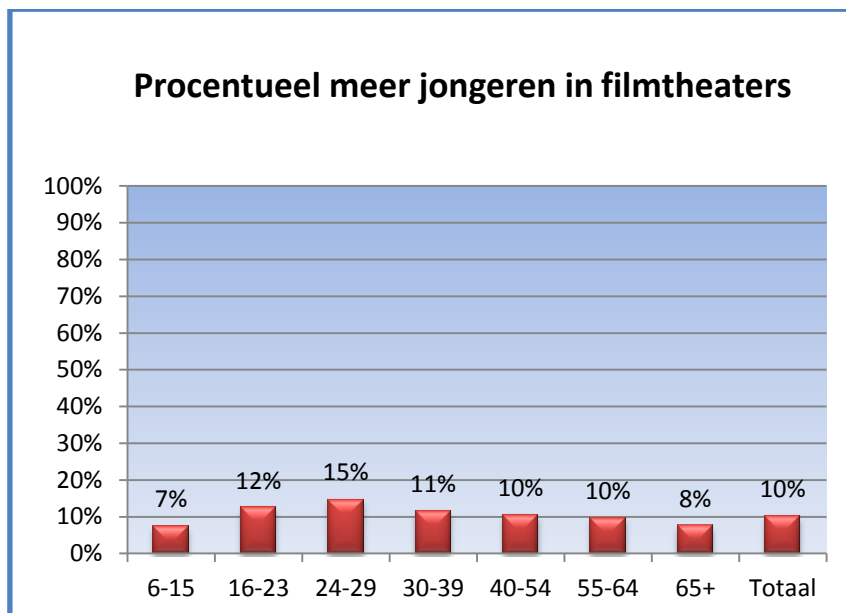


b. Voornamelijk personen van middelbare leeftijd in filmtheaters

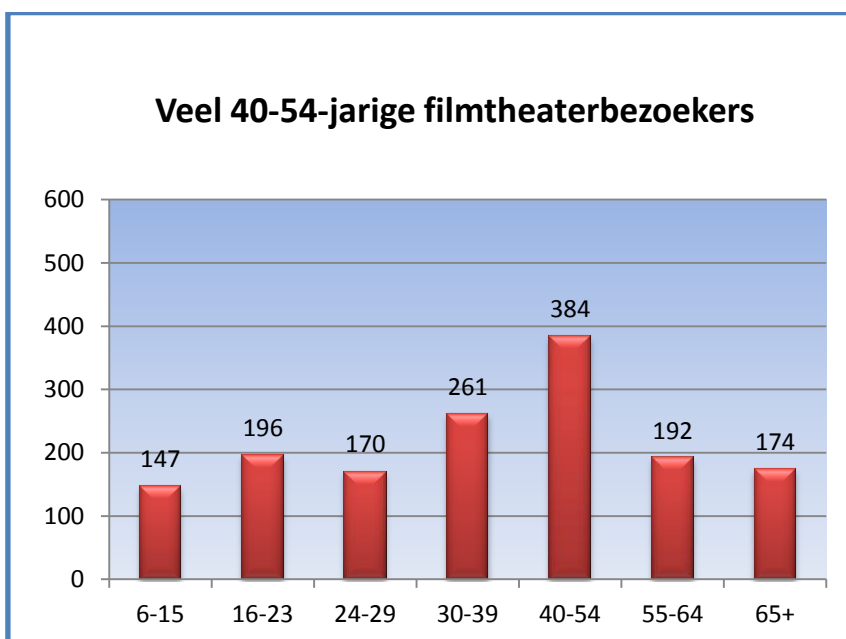
De percentages van de personen die in een bepaalde leeftijdscategorie minstens één keer in 2007 een filmtheater hebben bezocht, zijn weergegeven in Grafiek 4. In Grafiek 5 zijn de absolute aantallen opgenomen van de leeftijdscategorieën van alle filmtheaterbezoekers in Nederland. Van de 24-29-jarigen gaan procentueel gezien de meeste personen naar een filmtheater: 15% gaat minstens één keer per jaar. Van deze groep ging ook een groot deel naar commerciële bioscopen (ongeveer 71%). De groep 24-29-jarigen gaat blijkbaar graag naar de bioscoop en/of het filmtheater. In absolute aantallen valt deze groep echter mee: met 170.000 personen is dit één van de kleinste bezoekersgroepen van het filmtheater. In absolute aantallen vormen de 40-54-jarigen de grootste groep. Met ruim 384.000 filmtheaterbezoekers vormt deze groep een kwart van alle filmtheaterbezoekers in Nederland (maar het bereik is binnen deze categorie slechts 10%). De jongste bezoekers (van zes tot en met vijftien jaar) gaan absoluut en relatief gezien het minst naar filmtheaters.

⁸ Meer informatie over de bezoekfrequentie van bezoekers is te vinden in de binnenkort verschijnende *Bioscoopmonitor 2011/2012*.

Grafiek 4 Percentage personen dat minstens 1x per jaar naar het filmtheater gaat.



Grafiek 5 Aantal personen dat minstens 1x per jaar naar het filmtheater gaat (x1.000).



In onderstaande Tabel 4 zijn de leeftijdscategorieën ingedeeld naar bezoekfrequentie. Uit deze tabel blijkt dat de groepen 55-64-jarigen en 65-plussers procentueel gezien de meeste frequente bezoekers kennen (voor beide groepen is dit 36% van het totale aantal filmtheaterbezoekers). Jongeren van 16-23 jaar gaan procentueel gezien het minst frequent naar het filmtheater. Het grootste deel van deze groep gaat incidenteel naar het filmtheater (80%).

Tabel 4 Leeftijdscategorieën en bezoekfrequentie (x1.000).

Leeftijdscategorie	Incidentele filmtheaterbezoeker	Frequente filmtheaterbezoeker	Totaal
6-15	110 (74%)	39 (26%)	149 (100%)
16-23	152 (80%)	38 (20%)	190 (100%)
24-29	117 (67%)	56 (33%)	173 (100%)
30-39	185 (70%)	80 (30%)	265 (100%)
40-54	271 (75%)	92 (25%)	363 (100%)
55-64	120 (64%)	69 (36%)	189 (100%)
65+	105 (64%)	59 (36%)	164 (100%)
Totaal	1.060 (71%)	433 (29%)	1.493 (100%)

c. Filmtheaterbezoek populair in steden

West-Nederland is het meest dicht bevolkte gebied van Nederland.⁹ De meeste filmtheaterbezoekers wonen dan ook in dit landsdeel. Tabel 5 toont dat – relatief gezien – de inwoners uit de vier grote steden (Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht) bovengemiddeld naar het filmtheater gaan: 12% gaat één tot drie keer per jaar; 9% gaat vier keer of vaker. In absolute aantallen steekt het landsdeel West-Nederland boven de andere gebieden uit.¹⁰ Noord-Nederland heeft de minste filmtheaterbezoekers, zowel absoluut als relatief. De totale absolute aantallen zijn terug te vinden in Grafiek 6 op de volgende pagina.

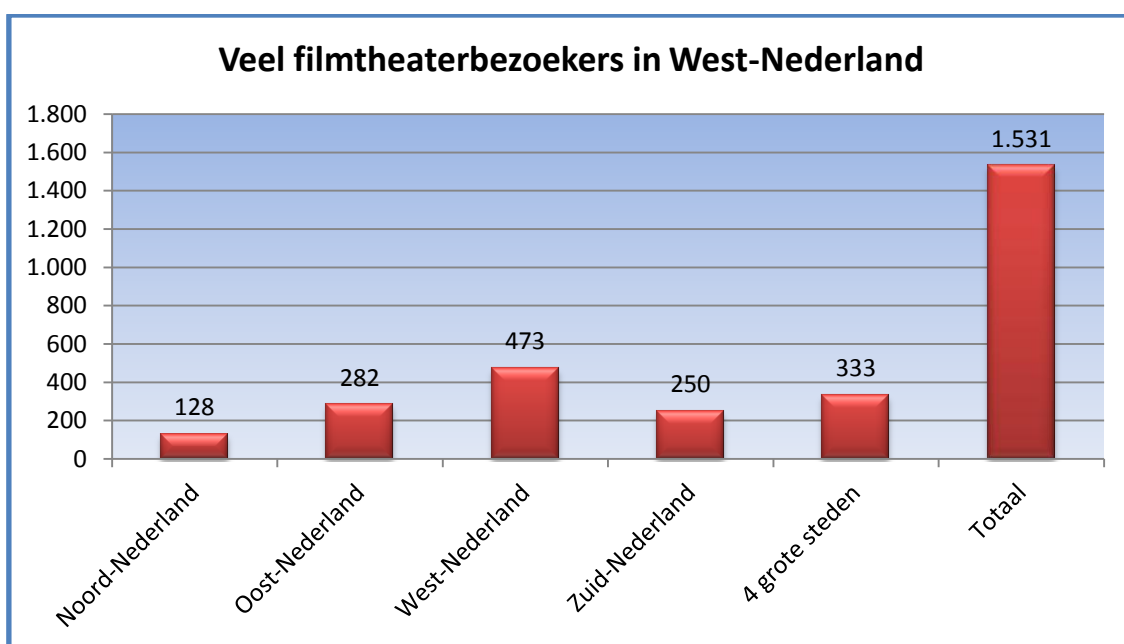
Tabel 5 Landsdeel en bezoekfrequentie (x1.000).

Landsdeel	Niet-bezoeker	Incidentele bezoeker	Frequente bezoeker	Totaal
Noord-Nederland	1.688 (89%)	114 (6%)	14 (0,8%)	1.880 (100%)
Oost-Nederland	2.204 (87%)	201 (8%)	80 (3%)	2.541 (100%)
West-Nederland	4.516 (89%)	353 (7%)	109 (2%)	5.065 (100%)
Zuid-Nederland	2.817 (90%)	157 (5%)	73 (2%)	3.116 (100%)
4 grote steden	1.216 (76%)	194 (12%)	141 (9%)	1.605 (100%)
Totaal	13.192 (88%)	1.060 (7%)	437 (3%)	15.053 (100%)

⁹ CBS, StatLine, geraadpleegd op 24-02-2012. <http://statline.cbs.nl/StatWeb/>

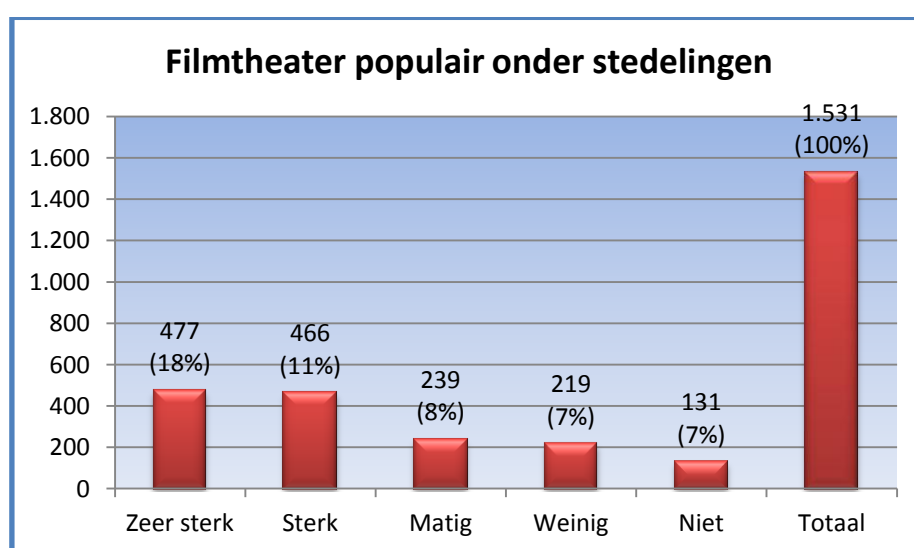
¹⁰ De vier grote steden vormen een aparte groep en horen niet bij West-Nederland, hoewel ze geografisch gezien daar wel liggen.

Grafiek 6 Bereik filmtheaters per landsdeel (x1.000).



Wanneer in onderstaande Grafiek 7 het bereik per stedelijkheid van de woongemeente wordt bekeken, blijkt inderdaad dat het bereik van personen in een stedelijk gebied het grootst is. 477.000 personen woonachtig in een zeer sterk stedelijk gebied bezoeken minstens één keer per jaar een filmtheater (dit is 18% van alle personen in een zeer sterk stedelijk gebied). Een mogelijke verklaring voor deze spreiding is dat het filmaanbod en het aantal filmtheaters in stedelijke gebieden groter is dan in weinig tot niet stedelijke gebieden. Er is dus meer mogelijkheid om een bioscoop of filmtheater te bezoeken in een stedelijk gebied. Een andere mogelijke verklaring voor het hoge bereikcijfer in stedelijke gebieden is dat de stedeling meer gemotiveerd is om een bezoek te brengen aan het filmtheater dan de niet-stedeling.

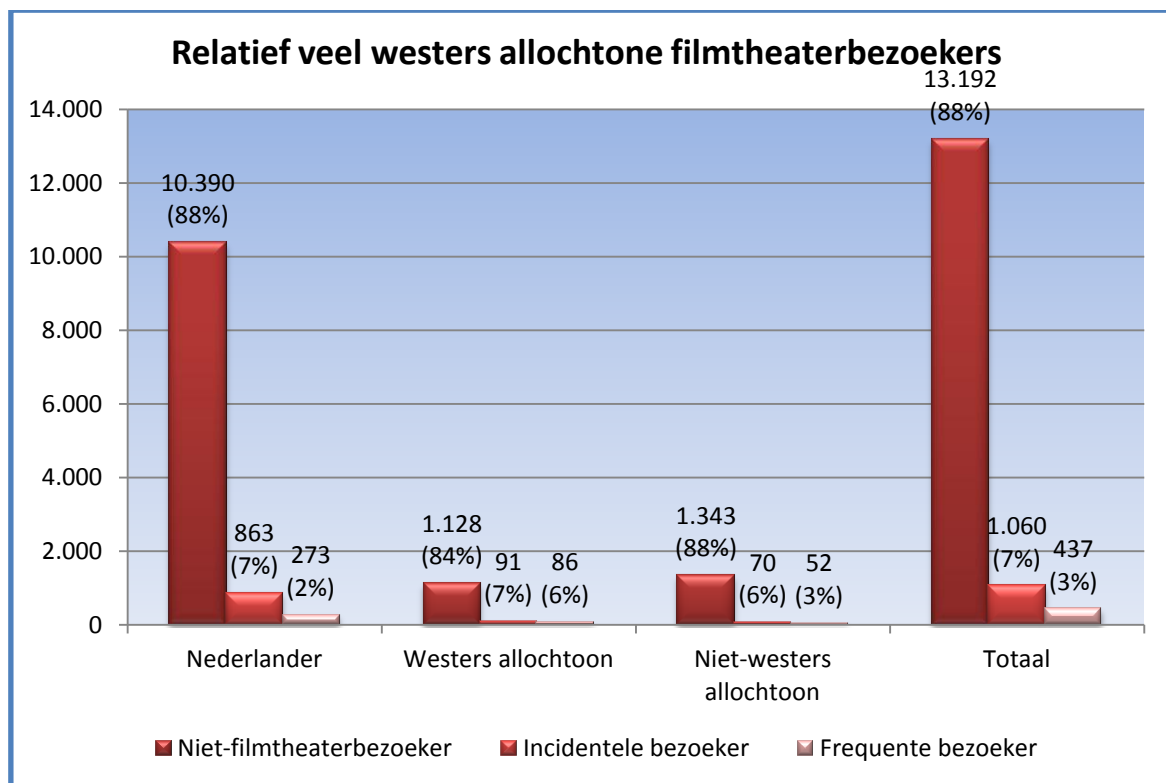
Grafiek 7 Bereik filmtheaters per stedelijkheid van de woongemeente (x1000).



d. Relatief veel allochtonen in filmtheaters

In Grafiek 8 staat de bezoekfrequentie per nationaliteit vermeld, inclusief de percentages per groep. In deze grafiek is te zien dat zowel 88% van de Nederlanders als 88% van de niet-westerse allochtonen nooit een filmtheater bezoekt. De westerse allochtonen gaan het vaakst naar filmtheaters. Van deze groep gaat zelfs 6% frequent naar filmtheaters (4 keer per jaar of meer). Dit staat in contrast met de 2% frequente Nederlandse bezoekers en de 3% frequente niet-westerse allochtone bezoekers. Toch is dit geen vreemde ontwikkeling. Het filmtheater is de plek waar veel Europese films worden vertoond, die wellicht de aandacht van de westerse allochtoon trekken. Daarnaast zijn Nederlanders in absolute aantallen het best vertegenwoordigd in filmtheaters, aangezien de allochtone bevolking sterk in de minderheid is.

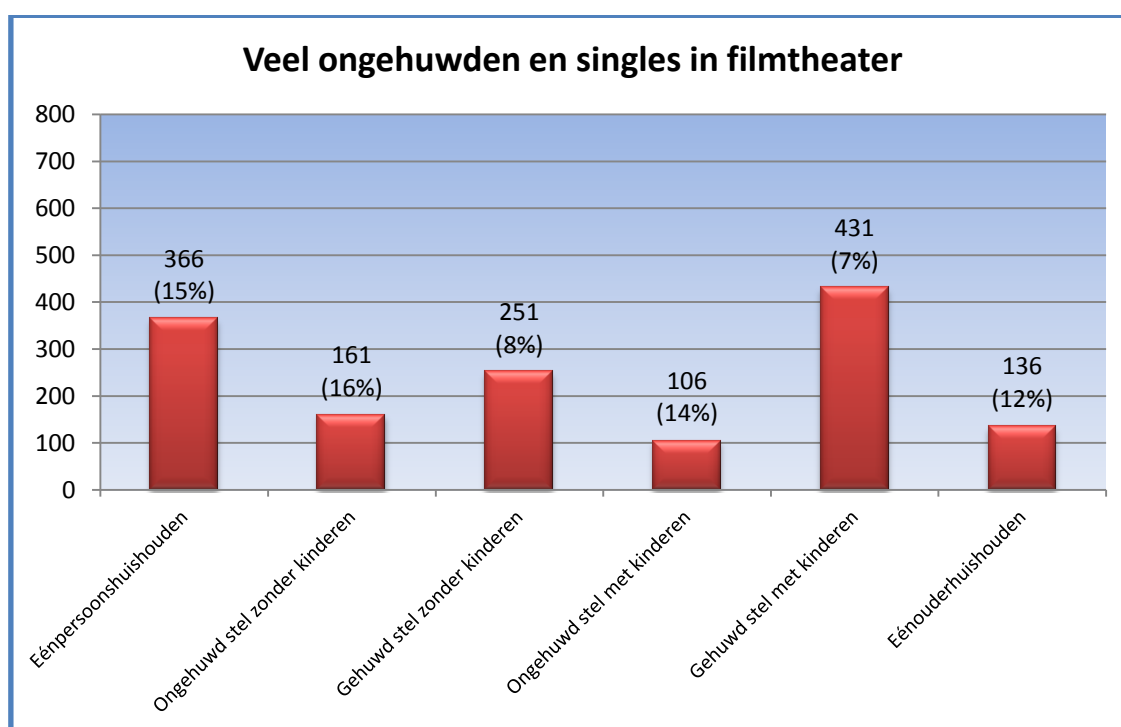
Grafiek 8 Bezoekfrequentie per nationaliteit (leeftijd 6+).



e. Type huishouden

In absolute aantallen vormen de gehuwde stellen met kinderen de grootste groep filmtheaterbezoekers. 431.000 personen uit dit type huishouden gaan minstens één keer per jaar naar een filmtheater. Het procentuele bereik onder gehuwden met kinderen is echter ondergemiddeld, namelijk 7%. Op de tweede plek (absoluut gezien) staat het éénpersoonshuishouden. Personen uit een éénpersoonshuishouden gaan procentueel gezien ook meer naar filmtheaters dan gemiddeld: 15% van deze groep is minstens één keer per jaar in een filmtheater te vinden. Dit is wellicht te verklaren door het hoge percentage alleenstaanden dat jong is. Deze categorie gaat graag naar het filmtheater. Van de ongehuwde stellen (met en zonder kinderen) gaat procentueel gezien een groot deel naar een filmtheater, maar deze groepen zijn absoluut gezien niet zo groot. Dit komt doordat deze twee typen huishoudens in mindere mate aanwezig zijn in Nederland.

Grafiek 9 Bereik van filmtheaters per type huishouden (x1000).



f. Vergelijking commerciële bioscoopbezoeker met filmtheaterbezoeker

In de bovenstaande analyses zijn steeds twee groepen met elkaar vergeleken: bezoekers en niet-bezoekers van filmtheaters. Het is ook interessant om de filmtheaterbezoeker te vergelijken met de bezoeker van een commerciële bioscoop.¹¹ Om de profielen met elkaar te vergelijken, is uitgegaan van de verhoudingen van verschillende categorieën binnen de twee profielen. Hierbij wordt uitgegaan van percentages. De absolute aantallen kunnen niet vergeleken worden, aangezien die voor bioscoopbezoekers altijd veel groter zullen zijn dan voor filmtheaterbezoekers.

De filmtheaterbezoeker gaat minder frequent naar de bioscoop. Dit betekent dat de groep incidentele filmtheaterbezoekers procentueel gezien groter is bij filmtheaters dan bij commerciële bioscopen. Vrouwen zijn procentueel beter vertegenwoordigd in de filmtheaters: 54% van de film-

¹¹ In de *Bioscoopmonitor 2010/2011* wordt de commerciële bioscoopbezoeker uitgelicht. Deze gegevens worden gebruikt om de profielen van filmtheaterbezoekers en commerciële bioscoopbezoekers met elkaar te vergelijken.

theaterbezoeker was vrouw, de overige 46% was van het mannelijke geslacht. Bij de commerciële bioscopen was het sekseverschil wat minder groot: er waren 51% vrouwen en 49% mannen.

Over het algemeen wordt aangenomen dat filmtheaters een ouder en een meer stedelijk publiek trekken. Dit blijkt te kloppen: de gemiddelde leeftijd van filmtheaterbezoekers is 40 jaar, terwijl de gemiddelde bioscoopbezoeker 33 jaar is. Bioscoopbezoekers zijn verspreid over het hele land, terwijl het percentage filmtheaterbezoekers in West-Nederland en de vier grote steden het grootst is.

Zowel westerse als niet-westerse allochtonen gaan procentueel gezien vaker naar bioscopen dan Nederlanders. Wanneer de frequentie van enkel de filmtheaters wordt bekeken, blijkt dat dit niet meer zo duidelijk het geval is. Alleen westerse allochtonen gaan vaker naar het filmtheater dan Nederlanders. Zoals al eerder vermeld, ligt dit waarschijnlijk aan het hoge percentage Europese films dat in filmtheaters wordt vertoond. Veel westerse allochtonen zijn uit EU-landen afkomstig en worden waarschijnlijk aangetrokken door films uit hun land van herkomst.

In de analyse van de achtergrondkenmerken van de filmtheaterbezoeker kwam naar voren dat relatief veel éénpersoonshuishoudens en ongehuwde stellen (met en zonder kinderen) naar het filmtheater gaan. Voor het bezoek van commerciële bioscopen geldt dit niet, want naast ongehuwde stellen zijn er ook veel *gehuwde* stellen en personen uit éénouderhuishoudens te vinden. Er zijn relatief minder personen uit éénpersoonshuishoudens te vinden in de commerciële bioscoop.

Bovenstaande profielvergelijking is samengevat in onderstaande Tabel 6.

Tabel 6 Overzicht vergelijking profiel bioscoop- en filmtheaterbezoeker.

	Bioscoopbezoeker	Filmtheaterbezoeker
% van de bevolking	55%	10%
Frequentie	63% incidenteel 37% frequent	70% incidenteel 30% frequent
Geslacht	Ongeveer gelijk	Meer vrouwen dan mannen
Gemiddelde leeftijd	33 jaar	40 jaar
Landsdeel	Verspreid over het hele land	Voornamelijk West-Nederland en in de 4 grote steden
Etniciteit	Westerse en niet-westerse allochtonen gaan procentueel gezien frequenter dan Nederlanders	Alleen westerse allochtonen gaan frequenter dan Nederlanders
Type huishouden	Veel gehuwde stellen, éénouderhuishoudens, ongehuwde stellen met en zonder kinderen	Eénpersoonshuishoudens, ongehuwde stellen met en zonder kinderen

g. Filmtheaterbezoekers door de jaren heen

Doordat AVO-bestanden van eerdere onderzoeken beschikbaar zijn, is het mogelijk te bekijken hoe enkele achtergrondkenmerken van de filmtheaterbezoeker veranderd zijn door de jaren heen. Voor deze paragraaf zijn de onderzoeksbestanden van het Aanvullend Voorzieningengebruik Onderzoek uit 1999 gebruikt. Er worden drie achtergrondkenmerken vergeleken: leeftijd, geslacht en stedelijkheid van de woongemeente. De reden voor deze beperkte vergelijking is dat sommige achtergrondvariabelen in 1999 anders werden ingedeeld dan in 2007, zoals de verschillende typen huishoudens. De onderzoeksbestanden zijn dus in sommige gevallen niet goed vergelijkbaar.

De gemiddelde leeftijd van de filmtheaterbezoeker uit 1999 was 34 jaar, terwijl de gemiddelde bezoeker in 2007 40 jaar was. Het filmtheaterpubliek is dus ouder geworden. De verdeling tussen mannen en vrouwen was in 1999 gelijk. Deze verdeling was in 2007 anders: 46% was man, terwijl 54% vrouw was.

De stedelijkheid van de woongemeente was (net als in 2007) ook in 1999 van invloed op het filmtheaterbezoek. Er gingen meer personen uit een sterk tot zeer sterk stedelijk gebied naar een filmtheater dan personen uit een matig, weinig of niet stedelijke woongemeente. In vergelijking met 2007 valt op dat het bereik in alle stedelijkheidscategorieën sterk is toegenomen. In onderstaande Tabel 7 zijn de bezoekersaantallen van 1999 en 2007 op basis van de AVO-gegevens vermeld, inclusief de stijging in procenten. In sommige gevallen was het bezoekersaantal meer dan verdubbeld, wat resulteert in een stijging van meer dan 100%. Het valt op dat de grootste stijging in zowel de zeer sterk als de niet-stedelijke woongemeenten plaatsvond (respectievelijk 121% en 118%).

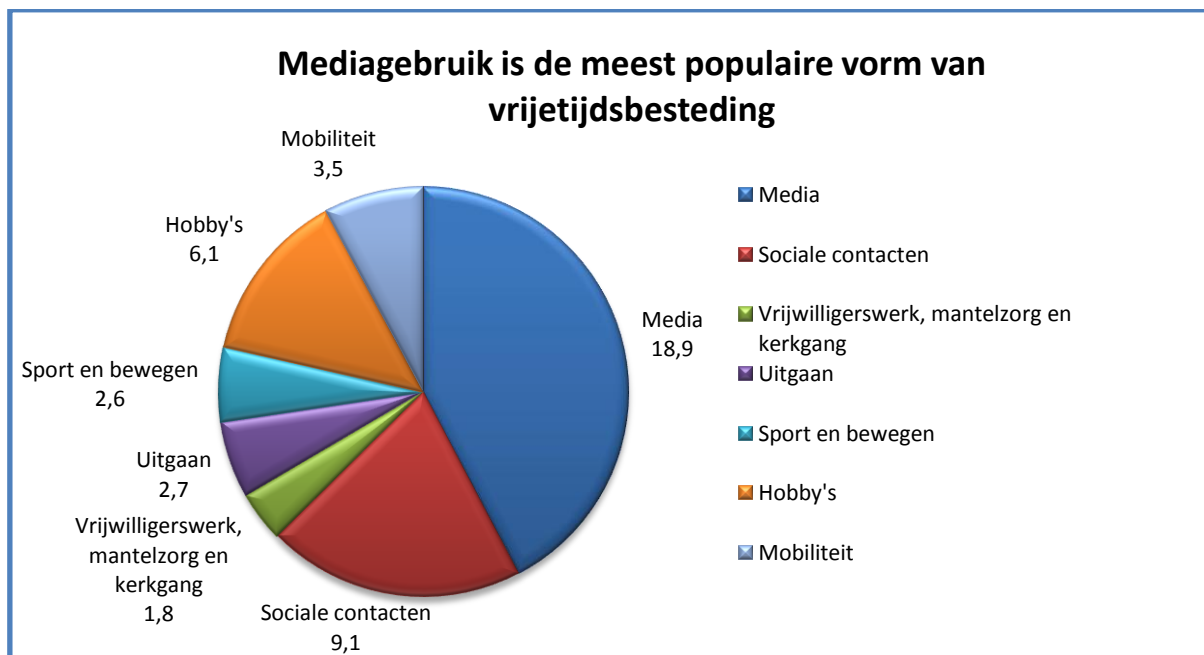
Tabel 7 Explosieve stijging in bezoekersaantallen tussen 1999 en 2007 (x1.000).

Stedelijkheid	1999	2007	Stijging
Zeer sterk	216	477	121%
Sterk	245	466	90%
Matig	117	239	104%
Weinig	121	219	81%
Niet	60	131	118%
Totaal	759	1.532	102%

III. Vrijtijdsbesteding

Doordat het aantal uren vrije tijd de afgelopen decennia is afgenomen, is het van belang de vrije tijd die men heeft efficiënt in te delen.¹² Omdat er eenvoudigweg minder tijd is, zullen er meer keuzes gemaakt moeten worden. Alleen al het kijken van een film kan verschillende afwegingen met zich meebrengen: kijk ik een dvd'tje op de bank, ga ik naar de bioscoop of het filmtheater, kan ik daar ook meteen iets eten, hoe laat draait de film die ik wil zien, enzovoorts. Daarnaast is het kijken van een film slechts één van de vele mogelijkheden om vrije tijd in te vullen. Er zijn nog tal van andere vrijetijdsbestedingen, waaronder het bezoeken van andere culturele instellingen, sporten, mediagebruik (zoals lezen en tv kijken) en het onderhouden van sociale contacten. In het onderstaande schijfdiagram wordt de gemiddelde vrijetijdsbesteding van Nederlanders in 2005 weergegeven. Dit zijn de meest recente data over vrijetijdsindeling. De meeste vrije tijd wordt besteed aan mediagebruik. Bioscoop- en filmtheaterbezoek hoort niet tot deze categorie, maar wordt gerekend tot de categorie 'uitgaan'. Aan uitgaan besteedt men gemiddeld 2,7 uur per week.

Grafiek 10 Vrijtijdsbesteding, bevolking 12 jaar en ouder, uren per week 2005 (bron: SCP).



Het filmtheater moet dus concurreren met andere mogelijkheden om de vrije tijd in te delen. Het is daarom interessant om te onderzoeken hoe filmtheaterbezoekers de rest van hun vrije tijd invullen. Hierbij wordt voornamelijk aandacht besteed aan de categorie 'uitgaan', omdat het filmtheaterbezoek vooral concurreert met andere uitgaansvormen (en niet zozeer met andere vrijetijdscategorieën als vrijwilligerswerk en sporten). Door na te gaan welke culturele instellingen een filmtheaterbezoeker nog meer bezoekt, wordt het profiel van de filmtheaterbezoeker uitgebreid.

¹² Website SCP, *Tijdbestedingsonderzoek* (2005). Geraadpleegd op 28-03-2012. <http://www.tijdbesteding.nl>

a. Hoge cultuurparticipatie

In Grafiek 11 op de volgende pagina is de mate van passieve cultuurparticipatie van filmtheaterbezoekers en niet-filmtheaterbezoekers weergegeven. Passieve cultuurparticipatie bestaat uit het bezoek van andere culturele centra, zonder zelf culturele producten te maken. Hierbij kan gedacht worden aan musea, toneelvoorstellingen en concerten. In de grafiek is te zien dat maar liefst 91% van de filmtheaterbezoekers ook minstens één keer per jaar een commerciële bioscoop bezoekt. Van de niet-filmtheater-bezoekers is dit 51%. Op alle culturele activiteiten in de grafiek scoren filmtheaterbezoekers het hoogst. Dit betekent niet dat zij absoluut gezien ook de grootste groep bezoekers zijn bij de desbetreffende kunstvorm, aangezien het filmtheaterpubliek uit slechts 10% van de Nederlandse bevolking bestaat.

Desondanks kan uit onderstaande grafiek geconcludeerd worden dat het filmtheaterpubliek uit personen bestaat die geïnteresseerd zijn in diverse cultuuruitingen. De filmtheaterbezoeker gaat vaak naar andere voorstellingen, voornamelijk commerciële films, musea, musicals, pop- of jazzconcerten en toneel. Met andere woorden: de filmtheaterbezoeker is een culturele omnivoor. Dit betekent dat hij zowel graag naar 'hoge' als 'lage' kunstuitingen gaat. Uit het eerder aangehaalde onderzoek van Ivo Lussenburg blijkt dat het filmtheaterpubliek door de jaren heen steeds meer omnivoor is geworden. Zowel liefhebbers van *highbrow* als van *lowbrow* kunstvormen zijn te vinden in filmtheaters. Deze ontwikkeling geldt overigens niet alleen voor filmtheaters, maar ook voor andere kunstvormen.¹³

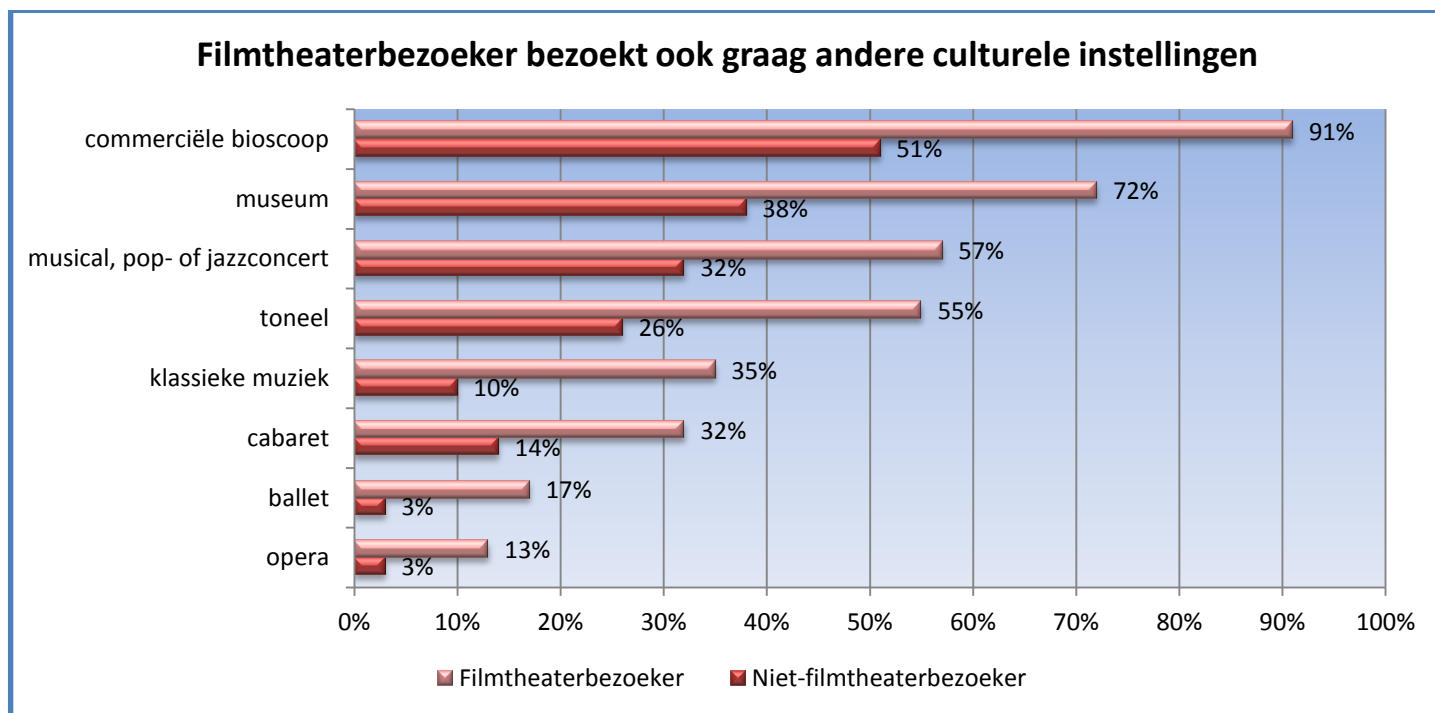
Het zou interessant zijn om de beweegredenen van bezoekers te achterhalen en om te weten te komen waarom een persoon kiest voor een filmtheaterbezoek of een bezoek aan een toneelvoorstelling. De uitgebreide onderzoeksbestanden van het CBS geven daar echter geen verklaring voor. Andere onderzoeken, zoals tevredenheidsonderzoeken van individuele filmtheaters, geven wel inzicht in dat besluitvormingsproces. Hieruit blijkt dat de kleinschaligheid en de sfeer van een filmtheater de voornaamste redenen zijn om een filmtheater te bezoeken. Zo gaan bezoekers graag naar filmtheater De Lieve Vrouw in Amersfoort vanwege het kwalitatief goede aanbod, maar ook voor de sfeer en het soort publiek dat daar graag komt. Het filmtheater wordt gezien als een ontmoetingsplek van bekenden. De woorden waarmee het filmtheater door respondenten omschreven wordt, zijn: intiem, knus en gezellig. Daarnaast maakt de filmtheaterbezoeker graag gebruik van het café voor een hapje of drankje.¹⁴ Uit de *Bioscoopmonitor 2009/2010* bleek eenzelfde motivatie voor filmtheaterbezoek. Opvallend was dat mannen voornamelijk de sfeer van het filmtheater aangaven als reden voor hun voorkeur voor het filmtheater, terwijl vrouwen zich voornamelijk voelden aangetrokken tot het filmaanbod. De hoogte van de entreprijs kwam voor beide geslachten op de derde plek.¹⁵

¹³ Lussenburg, 34-35.

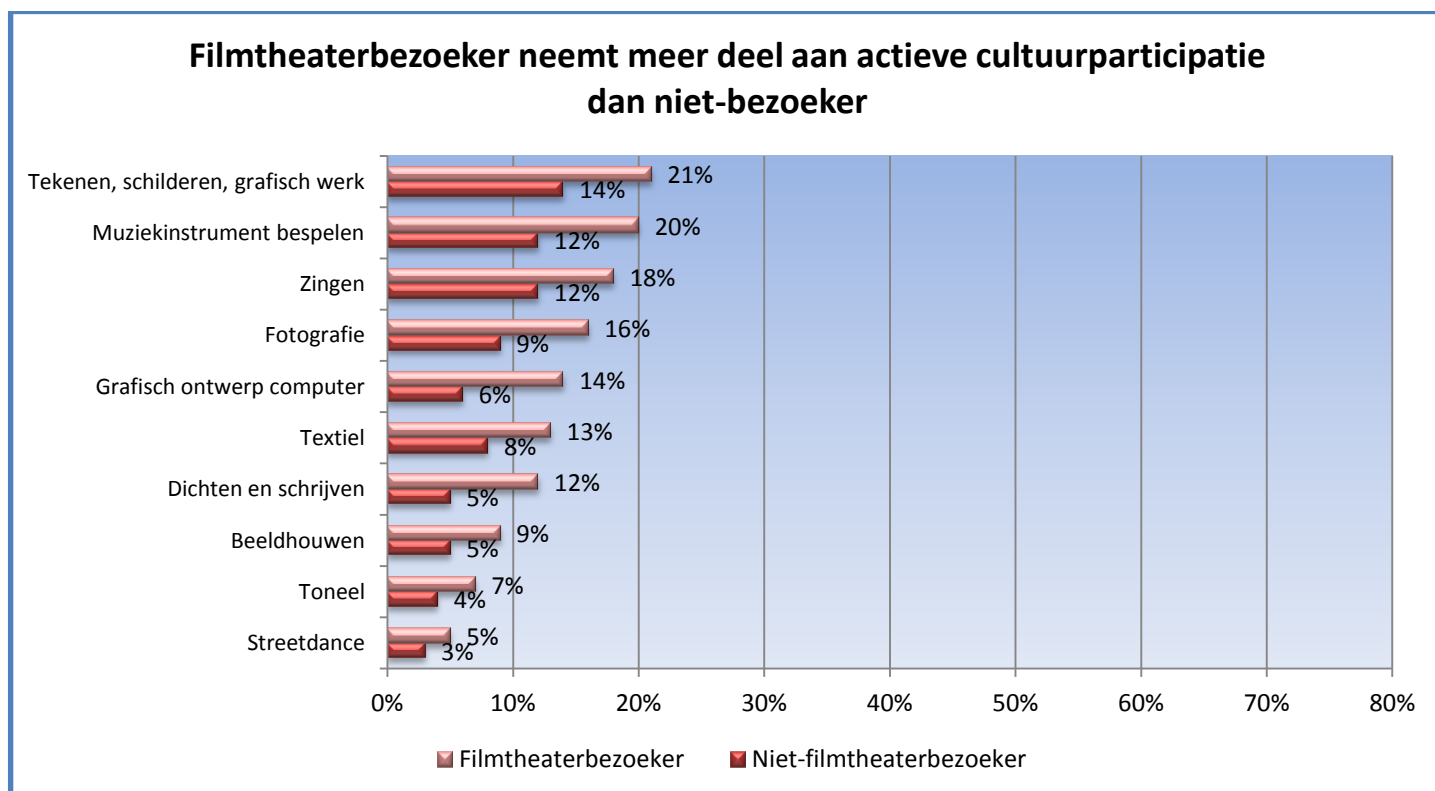
¹⁴ Jilse Rigter, *Publieksonderzoek De Lieve Vrouw* (2010).

¹⁵ Stichting Filmonderzoek, *Bioscoopmonitor 2009/2010* (Utrecht: Stichting Filmonderzoek, 2010), 54-55.

Grafiek 11 Passieve cultuurparticipatie van niet-filmtheaterbezoekers en filmtheaterbezoekers.



Grafiek 12 Actieve cultuurparticipatie van niet-filmtheaterbezoekers en filmtheaterbezoekers.



Voor de actieve cultuuruitingen geldt – net als bij de passieve consumptie – dat filmtheaterbezoekers hier meer aan deelnemen dan niet-filmtheaterbezoekers. Actieve cultuurparticipatie is het zelf actief produceren van kunstproducten. In bovenstaande Grafiek 12 zijn enkele actieve kunstvormen opgenomen. De meest populaire kunstuitingen voor zowel bezoekers als niet-bezoekers van filmtheaters

zijn tekenen, schilderen en het maken van grafisch werk, het bespelen van een muziekinstrument en zingen. Opvallend is dat onder filmtheaterbezoekers de meest populaire kunstuiting (tekenen, schilderen, grafisch werk) een visuele kunstvorm is, waarbij beelden en beeldcompositie heel belangrijk zijn. In combinatie met de voorgaande grafiek kan worden gesteld dat filmtheaterbezoekers actiever zijn op cultureel gebied dan niet-filmtheaterbezoekers, zowel op passief als actief niveau.

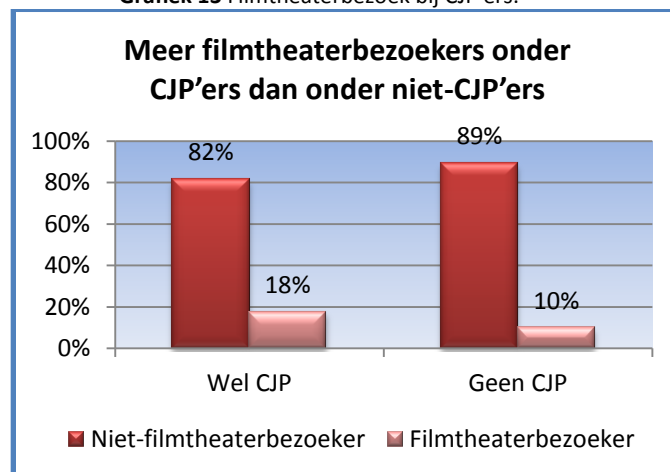
b. CJP, Museumkaart en CKV/KCV

Er zijn allerlei pogingen om cultuurparticipatie te stimuleren. Eén van de mogelijkheden op dit gebied is het aanbieden van kortingen voor bepaalde groepen, zoals het Cultureel Jongeren Paspoort en de Museumkaart. Bijna 75.000 jongeren in Nederland hebben een Cultureel Jongeren Paspoort (CJP). Daarnaast wordt deze op 930.000 middelbare scholen uitgedeeld. Deze paspoorten geven jongeren (tot 30 jaar) korting op allerlei culturele zaken, van het bezoeken van voorstellingen tot het kopen van cd's of dvd's. Een Museumkaart geeft de kaarthouder recht op gratis toegang tot meer dan 400 musea in Nederland. Voor jongeren tot 18 jaar is deze kaart goedkoper dan voor ouderen.

Het wel of niet in het bezit zijn van een Cultureel Jongeren Paspoort of Museumkaart is van invloed op het filmtheaterbezoek. Zoals onderstaande grafieken aangeven, is het bereik onder personen met een CJP of Museumkaart groter dan bij personen zonder deze culturele kortingskaarten. Zo gaat 18% van de jongeren met CJP naar het filmtheater, in tegenstelling tot de 10% personen zonder CJP. Nu is de vraag of het hebben van een Cultureel Jongeren Paspoort aanleiding is om filmtheaters te bezoeken, of dat de jongeren een pas aanschaffen omdat ze ook zonder pas frequent een filmtheater bezoeken en van de korting willen profiteren. Het verschil bij de museumkaarthouders is groter: maar liefst 30% van de personen met deze kortingskaart gaat minstens één keer per jaar naar een filmtheater.

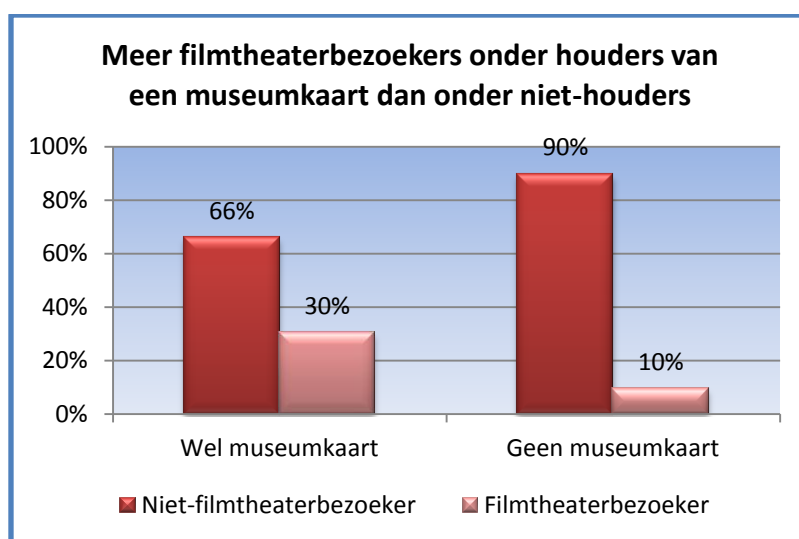
Naast kortingsmogelijkheden wordt door middel van cultuureducatie participatie van kunst en cultuur gestimuleerd. Vakken als Culturele en Kunstzinnige Vorming (CKV) en Klassieke Culturele Vorming (KCV) proberen jongeren te interesseren voor kunst en cultuur. Het blijkt echter dat er weinig verschil is in het filmtheaterbezoek tussen personen die wel cultuureducatie hebben gehad en personen die dat niet hadden. Eerder onderzoek heeft aangetoond dat CKV of KCV alleen een stimulerend effect op cultuurdeelname heeft gedurende de periode dat het vak gevolgd wordt. Daarna zakt de cultuurparticipatie weer terug tot het oude niveau. Binnenschoolse cultuureducatie heeft dus geen invloed op de cultuurparticipatie en ook niet op het filmtheaterbezoek.¹⁶

Grafiek 13 Filmtheaterbezoek bij CJP'ers.



¹⁶ Marie-Louise Damen, *Cultuurdeelname en CKV* (Utrecht: Igitur, 2010), 22-23.

Grafiek 14 Filmtheaterbezoek museumkaarthouders.



c. Culturele interesse ouders

Naast kortingskaarten heeft de culturele interesse van ouders ook invloed op het filmtheaterbezoek. In het AVO werd gevraagd hoe vaak ouders van een respondent in het verleden naar een voorstelling gingen (toneel, bioscoop, concert, enzovoorts). In onderstaande Tabel 8 worden deze gegevens gecombineerd met het filmtheaterbezoek van de respondenten. In de kolom 'filmtheaterbezoekers' is duidelijk een stijging te ontdekken naarmate de frequentie van het voorstellingbezoek van de ouders stijgt. Zo zegt slechts 7% van de respondenten van wie de ouders nooit naar een voorstelling gingen, dat ze een filmtheater hebben bezocht. Van de respondenten van wie de ouders vaak een voorstelling bezochten, ging maar liefst 22% naar een filmtheater. Uit eerder onderzoek is ook gebleken dat de mate van cultuurparticipatie van ouders van invloed is op de cultuurparticipatie van kinderen. Wanneer kinderen tijdens hun opvoeding in aanraking komen met kunst en cultuur, zullen zij op latere leeftijd waarschijnlijk vaker participeren dan anderen.¹⁷

Tabel 8 Mate van culturele activiteit van ouders heeft invloed op culturele activiteit respondent.

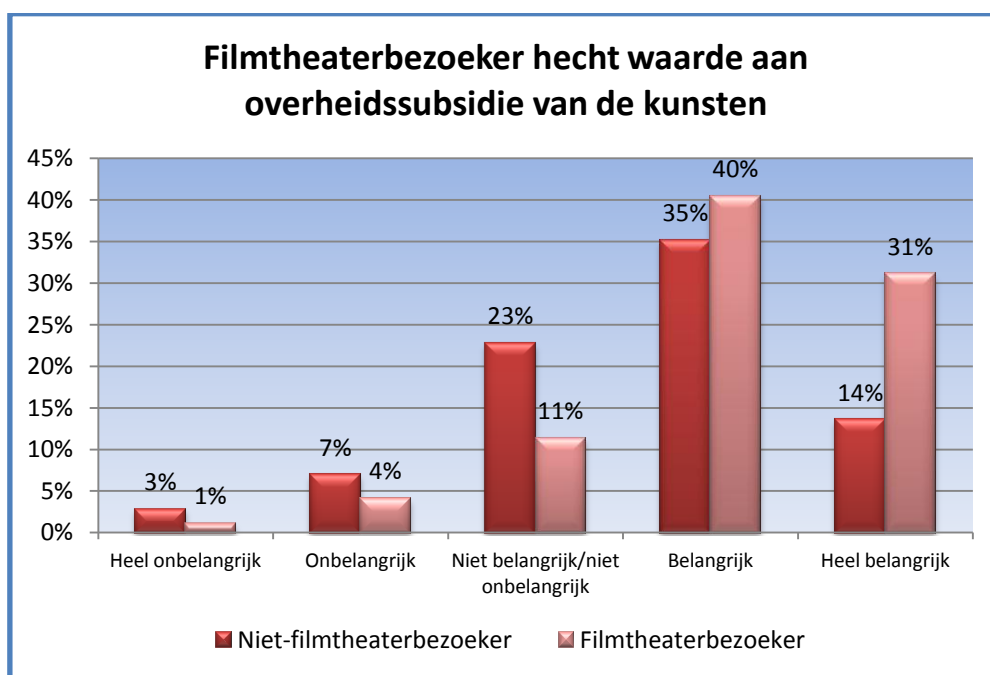
Culturele activiteit ouders	Filmtheaterbezoeker	Niet-filmtheaterbezoeker	Totaal
Nooit	7%	92%	100%
Soms	13%	86%	100%
Vaak	22 %	78%	100%

¹⁷ Ineke Nagel en Harry Ganzeboom, *Cultuurdeelname in de Levensloop* (Utrecht: LOKV, 1996), 37.

d. Filmtheaterbezoeker hecht belang aan overheidssubsidies

Het belang dat iemand hecht aan overheidsondersteuning van de kunsten, zegt iets over de 'kunstgezinheid' van een persoon. In onderstaande Grafiek 15 worden de waarden die men hecht aan financiële steun aan de kunstensector weergegeven voor bezoekers en niet-bezoekers van filmtheaters. Hoewel het grootste gedeelte van beide groepen ondersteuning van kunst belangrijk tot heel belangrijk vindt, toont de grafiek een interessante ontwikkeling. Het verschil tussen bezoekers en niet-bezoekers valt in de categorieën 'heel onbelangrijk', 'onbelangrijk' en 'niet belangrijk/niet onbelangrijk' uit in het voordeel van de niet-bezoekers, terwijl relatief meer bezoekers dan niet-bezoekers kunstondersteuning 'belangrijk' of 'heel belangrijk' vinden. Met name in de laatste categorie ('heel belangrijk') is het verschil tussen bezoekers en niet-bezoekers van filmtheaters erg groot. Dit duidt op een hogere kunstgezinheid onder filmtheaterbezoekers dan bij niet-bezoekers. Deze gegevens zijn een aanvulling op het beeld van de cultureel geïnteresseerde en gemotiveerde filmtheaterbezoeker. Uit de vragenlijst van het AVO wordt echter niet duidelijk welke redenen respondenten aanvoeren voor de ondersteuning van de kunsten. Zo zou het ook kunnen zijn dat filmtheaterbezoekers overheidsondersteuning belangrijk vinden, omdat ze verwachten dat dit de prijs van filmtheaterkaartjes drukt. Dit hoeft uiteraard niet het geval te zijn, want de overheid kan haar subsidies ook op een andere manier inzetten. Toch zou dit ook een mogelijke verklaring kunnen zijn voor de ontwikkeling in onderstaande grafiek.

Grafiek 15 Belang ondersteuning van de kunsten.

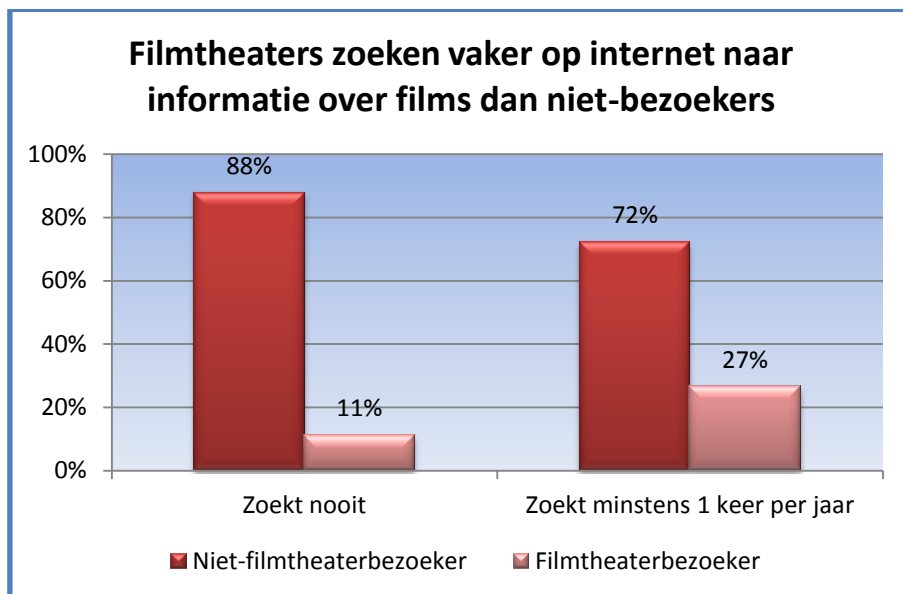


e. Internet is belangrijkste informatiebron

In onderstaande Grafiek 16 wordt een beeld geschetst van het volgen en opzoeken van specifieke informatie over film op het internet. Het valt op dat beduidend meer personen naar een filmtheater gaan die minstens één keer informatie opzochten op internet dan personen die dit niet doen: maar liefst 27% van de personen die informatie over film opzoeken op internet gaat minstens één keer per jaar naar een filmtheater. Voor het lezen over film en het volgen van radio- of televisieprogramma's over film zijn deze percentages respectievelijk 22% en 18%.

Deze relatief hoge percentages onder filmtheaterbezoekers zijn wellicht niet verwonderlijk. Alvorens iemand naar de film gaat, is de kans groot dat hij een film uitkiest op basis van beschikbare informatie op internet, in kranten of tijdschriften en op radio of tv. Uit de *Bioscoopmonitor 2009/2010* bleek dat internet verreweg het belangrijkste medium is voor de filmconsument om zich te verdiepen in films. Dit geldt bovenal voor jongeren, maar hoe ouder de consument, hoe meer internet als meest geschikte manier afneemt. 55+’ers zien internet zelfs helemaal niet als belangrijkste medium om zich te informeren over films. Deze groep vindt (als enige) de gedrukte pers het meest geschikt om informatie over films te verkrijgen.¹⁸

Grafiek 16 Opzoeken van informatie over film op internet.



¹⁸ Stichting Filmonderzoek, *Bioscoopmonitor 2009/2010*.

IV. Samenvatting profielschets op basis van AVO-gegevens

- De laatste jaren vertoont de verkoop van filmtheaterkaartjes een stijging. Het aandeel filmtheaterkaartjes van de totale verkoop van bioscooptickets bleef vanaf 2008 stabiel (ongeveer 6,3%).
- Nederland kende in 2007 ongeveer 1,5 miljoen filmtheaterbezoekers (dit is ongeveer 10% van de Nederlandse bevolking van 6 jaar en ouder). Deze groep kan worden opgesplitst in incidentele bezoekers die één tot drie keer per jaar naar een filmtheater gaan (1.060.242 personen; 7% van de bevolking) en frequente bezoekers die vier keer of vaker een filmtheater bezoeken (436.930 personen; 3% van de bevolking).
- De groep incidentele bezoekers is in de loop der jaren gestegen, terwijl het aantal frequente bezoekers en niet-bezoekers daalde. Er zijn dus steeds meer personen die een filmtheater bezoeken, maar de personen die naar het filmtheater gaan, doen dit minder vaak.
- 54% van de vrouwen en 46% van de mannen gaat minstens één keer per jaar naar een filmtheater. Aangezien vrouwen ook vaker dan mannen gaan, kopen ze de meeste filmtheatertickets.
- Procentueel gezien gaan er meer jongeren van 16-29 jaar naar het filmtheater dan andere leeftijdscategorieën (namelijk ongeveer 15%).
- Absoluut gezien neemt de groep 40-54-jarigen de grootste plek in met maar liefst 384.000 bezoekers per jaar. Relatief gezien gaat het hier slechts om 10% van alle 40-54-jarigen.
- De groepen 55-64-jarigen en 65-plussers hebben procentueel gezien de meeste frequente bezoekers.
- Het filmtheaterbereik van West-Nederland en de vier grote steden (Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht) is het grootst. 53% van alle filmtheaterbezoekers komt uit deze regio's.
- Filmtheaterbezoek is dus voornamelijk populair onder stedelingen.
- Er zijn procentueel evenveel Nederlandse, niet-westerse allochtonen en westerse allochtonen die incidenteel een filmtheater bezoeken.
- Er zijn relatief meer frequente filmtheaterbezoekers onder westerse allochtonen dan onder andere bevolkingsgroepen.
- Gehuwde stellen (met en zonder kinderen) gaan minder naar het filmtheater dan ongehuwde stellen (met en zonder kinderen) en éénpersoonshuishoudens.
- De gemiddelde leeftijd van filmtheaterbezoekers is gestegen: in 1999 was de gemiddelde leeftijd 34 jaar, in 2007 was dit 40 jaar.
- In 1999 was de helft van de bezoekers man, tegen 46% mannelijke bezoekers in 2007.
- Het aantal bezoekers was tussen 1999 en 2007 het meest explosief gestegen in de categorieën zeer stedelijke woongemeente en niet stedelijke woongemeente.
- De filmtheaterbezoeker is cultureel geïnteresseerd. Hij neemt vaak deel aan zowel actieve als passieve kunstuitingen.
- Ook het relatief hoge percentage filmtheaterbezoekers onder houders van een Cultureel Jongeren Paspoort en een Museumkaart wijst erop dat de filmtheaterbezoeker cultureel actief is.
- De filmtheaterbezoeker hecht veel belang aan overheidssubsidie voor de kunstensector.
- Het internet is de informatiebron die door filmtheaterbezoekers het meest wordt aangewend om iets te weten te komen over films.
- De mate waarin de ouders cultureel actief zijn, heeft invloed op het filmtheaterbezoek van de respondent.

Tabel 9 Overzichtstabel van een aantal achtergrondkenmerken van niet-bezoekers, incidentele filmtheaterbezoekers en frequente filmtheaterbezoekers (inclusief bevolkingsomvang).

	Niet-bezoekers	Incidentele filmtheaterbezoekers	Frequente filmtheaterbezoekers
Absolute aantal (in 2007)	13.192.059	1.060.242	436.930
% van de bevolking	90%	7%	3%
Leeftijd	6-15-jarigen en 65-plussers	16-23 jaar, 30-39 jaar	24-29 jaar, 40-54 jaar en 55-64 jaar
Landsdeel	Zuid-Nederland	Oost- en West-Nederland, vier grote steden.	Vier grote steden
Etniciteit	Nederlanders en niet-westerse allochtonen gaan het minst	Relatief evenveel Nederlanders, westerse en niet-westerse allochtonen	Westerse allochtonen gaan relatief vaker

Tabel 10 Overzichtstabel van een aantal achtergrondkenmerken van niet-bezoekers en filmtheaterbezoekers.

	Niet-bezoekers	Filmtheaterbezoekers
% van de bevolking	90%	10%
Stedelijkheid	Matig tot weinig stedelijk	Sterk tot zeer sterk stedelijk
Huishouden	Gehuwde stellen met en zonder kinderen	Eénpersoonshuishoudens, ongehuwde stellen met en zonder kinderen.
Receptieve cultuurdeelname	Mindere mate dan filmtheaterbezoekers	Commerciële bioscoop, musea en popconcerten
Actieve cultuurdeelname	Mindere mate dan filmtheaterbezoekers	Tekenen, schilderen, grafisch werk

- In onderstaande Tabel 3 worden de belangrijkste achtergrondkenmerken van filmtheaterbezoekers vergeleken met commerciële bioscoopbezoekers.

Tabel 11 Overzichtstabel van de verschillen tussen commerciële bioscoopbezoekers en filmtheaterbezoekers.

	Commerciële bioscoopbezoeker	Filmtheaterbezoeker
% van de bevolking	55%	10%
Frequentie	63% incidenteel 37% frequent	70% incidenteel 30% frequent
Geslacht	Ongeveer gelijk	Meer vrouwen dan mannen
Gemiddelde leeftijd	33 jaar	40 jaar
Landsdeel	Verspreid over het hele land	Voornamelijk West-Nederland en in de 4 grote steden
Etniciteit	Westerse en niet-westerse allochtonen gaan procentueel gezien frequenter dan Nederlanders	Alleen westerse allochtonen gaan frequenter dan Nederlanders
Type huishouden	Veel gehuwde stellen, éénouderhuishoudens, ongehuwde stellen met en zonder kinderen	Eénpersoonshuishoudens, ongehuwde stellen met en zonder kinderen

V. Profiel filmtheaterbezoekers op basis van Experian

Experian is een onderzoeksbureau dat consumentsegmentaties levert aan derden. Experian deelt Nederland op in veertien profielen op basis van verschillende achtergrondvariabelen (demografische, psychologische en lifestyle kenmerken van personen). Ieder profiel is dus gebaseerd op de overeenkomende kenmerken van bepaalde personen in Nederland. Doordat Experian naast demografische kenmerken ook voorspellingsmodellen gebruikt, wordt het inzicht in het consumptieproces van verschillende profielen vergroot. Experian geeft een completer beeld van een bezoeker dan de CBS-gegevens, omdat een profiel bestaat uit een cluster achtergrondvariabelen. Dit is aan de ene kant een voordeel, maar aan de andere kant is het moeilijk op basis van deze gegevens verschillende achtergrondvariabelen los van elkaar te vergelijken. Dit kan wel op basis van de gegevens van het CBS. De profielen van Experian werpen dus een ander licht op filmtheaterbezoekers en zijn zodoende een waardevolle aanvulling op de gegevens van het CBS.

Volgens onderzoek van Experian bezoeken zes bevolkingsprofielen een filmtheater vaker dan gemiddeld. Dit zijn de volgende profielen: Jonge Digitalen, Samen Starten, Goed Stadsleven, Gouden Rand, Elitaire Topklasse en Vergrijsde Eenvoud.¹⁹ De groep die het verst boven het gemiddelde uitsteekt, is het Goede Stadsleven. Deze voldoet tevens het beste aan de omschrijving van de gemiddelde filmtheaterbezoeker op basis van de AVO-gegevens. Mensen met een Goed Stadsleven zijn jong, hoogopgeleid (vaak nog student) en staan aan het begin van een veelbelovende carrière. Daarnaast wonen ze in een sterk stedelijk gebied (een grote stad in de Randstad). Ze maken veelvuldig gebruik van de voorzieningen die de stad hun biedt. De groep Jonge Digitalen lijkt erg op de personen met een Goed Stadsleven: Jonge Digitalen zijn jonge mensen in een stadse omgeving die veel tijd doorbrengen met digitale media. Zowel de Jonge Digitalen als de personen uit een Goed Stadsleven zijn sociaal ingestelde personen en maken gebruik van de mogelijkheden die worden geboden door hun omgeving. Ze hebben een open en ontspannen houding.

Een andere groep die nauw aansluit bij de AVO-resultaten is de Gouden Rand. Deze personen zijn tussen 45 en 65 jaar, hoogopgeleid (voornamelijk universitair geschoold), getrouwd en hebben kinderen (die vaak al uit huis wonen). Personen uit de Gouden Rand behoren tot een hoge sociale klasse. De Elitaire Topklasse bevindt zich qua inkomen en sociale klasse net een tree hoger dan de Gouden Rand. De Elitaire Topklasse leeft in luxe. Ze hebben een erg hoog inkomen en een hoge opleiding genoten. Deze groep kijkt weinig televisie en als er wordt gekeken, is het naar de publieke omroep. De Gouden Rand en de Elitaire topklasse vormen de oudere generatie die graag naar filmtheaters gaat.

Er zijn ook enkele groepen die opvallend afwijken van de omschrijving op basis van het AVO. Zo valt de groep Samen Starten uit de toon. Deze groep personen is weliswaar jong, maar heeft een laag opleidingsniveau en valt in een lage sociale klasse. Personen uit deze groep kijken veel televisie (waaronder films op tv) en wonen in redelijk stedelijke gemeentes. Ook de categorie Vergrijsde Eenvoud past niet in de omschrijving van de typische filmtheaterbezoeker. Deze groep is met pensioen en leeft van een minimuminkomen. Ze hebben een laag opleidingsniveau en hebben een leven lang gewerkt in laaggeschoolde banen. Ze hebben veel vrije tijd, maar vullen deze tijd voornamelijk binnenshuis in (met lezen, tv-kijken en puzzelen). Volgens de AVO-gegevens gaan 65+'ers absoluut gezien niet vaak naar filmtheaters. Procentueel gezien gaat echter 10% van alle ouderen wel eens naar

¹⁹ In bijlage 1 zijn de beknopte profielomschrijvingen van alle profielen terug te vinden.

een filmtheater; dit komt overeen met het gemiddelde bereik van Nederland. Dit is wellicht de reden dat deze groep bovengemiddeld scoort in het Experian-onderzoek.

De groepen Sociale Huurders en Landelijk Leven komen het minst in filmtheaters. De Sociale Huurders bevinden zich in de laagste sociale klassen van de samenleving. Ze zijn 45 jaar of ouder, kinderloos of met kinderen ouder dan 20 jaar. Veel Sociale Huurders zijn werkloos of hebben een parttime baantje, maar geen hoog inkomen (en dus weinig middelen om te besteden). Hun leven is eenvoudig en beperkt zich tot de wijk waarin ze wonen. Landelijk nieuws of wereldnieuws is voor hen weinig interessant; dit is de 'ver van hun bed show'. De lage sociale klasse en de andere interesses van de Sociale Huurders zijn waarschijnlijk de redenen waarom deze personen weinig naar een filmtheater gaan. De personen met een Landelijk Leven bezoeken ook niet vaak een filmtheater. Dit ligt voornamelijk aan het feit dat ze wonen in sterk niet-stedelijke gebieden. Hier zijn weinig filmtheaters te vinden, dus het filmaanbod is er minder groot dan in de stad. Deze groep geniet van de natuur en is agrariër van beroep (geweest). Ze zijn geen 'stadsmensen' maar zijn gelukkig op het platteland.

In onderstaande Tabel 12 zijn de veertien profielen van Experian gerangschikt naar het bezoekersbereik van filmtheaters. De personen uit de categorie Goed Stadsleven bezoeken het vaakst een filmtheater, terwijl de Sociale Huurders het minst gaan. Er is een aantal categorieën dat een plek deelt in deze 'top 9'. Zo hebben de Jonge Digitalen, Samen Starten, Gouden Rand en Vergrijsde Eenvoud een gedeelde tweede plek.

Tabel 12 Profiel gesorteerd op bereik van filmtheaters.

Profiel top 9	Bereik
1. Goed Stadsleven	Sterk bovengemiddeld
2. Jonge Digitalen Samen Starten Gouden Rand Vergrijsde Eenvoud	Bovengemiddeld
3. Elitaire topklasse	Bovengemiddeld
4. Stedelijke Balanceerders	Gemiddeld
5. Rijpe Middenklassers Vrijheid en Ruimte	Ondergemiddeld
6. Welverdiend Genieten	Ondergemiddeld
7. Modale Koopgezinnen Kind en Carrière	Ondergemiddeld
8. Landelijk Leven	Sterk ondergemiddeld
9. Sociale Huurders	Sterk ondergemiddeld

Samenvatting

De profielen van Experian geven een algemeen beeld van verschillende groepen filmtheaterbezoekers. Allereerst zijn er de carrièrebewuste jongeren die leven, werken, wonen, uitgaan en genieten in de grote steden. Ook de jongeren met een minder succesvolle carrière voor de boeg (maar met een gelukkig gezinsleven) zijn vaker dan gemiddeld te vinden in een filmtheater. Daarnaast komen de welgestelde personen van middelbare leeftijd (45+) graag in filmtheaters; ze zijn hoogopgeleid en leiden een luxe leven. Mensen die het niet zo breed hebben, wonen in sociale huurwoningen en een laag opleidingsniveau hebben zijn niet zo gauw te vinden in een filmtheater, evenals de gezinnen wonend op het platteland.

Literatuurlijst

Gebruikte literatuur

Damen, Marie-Louise. *Cultuurdeelname en CKV*. Utrecht: Igitur, 2010.

Lussenburg, Ivon. *De status van de onafhankelijke film: Afstudeeronderzoek Vrijtijds wetenschappen*. Tilburg: Universiteit van Tilburg, 2005.

Nagel, Ineke, en Harry Ganzeboom. *Cultuurdeelname in de Levensloop*. Utrecht: LOKV, 1996.

Rigter, Jilse. *Publieksonderzoek De Lieve Vrouw*. 2010.

Stichting Filmonderzoek. *Bioscoopmonitor 2009/2010*. Utrecht: Stichting Filmonderzoek, 2010.

Stichting Filmonderzoek. *Bioscoopmonitor 2010/2011*. Utrecht: Stichting Filmonderzoek, 2011.

Website SCP. *Tijdbestedingsonderzoek* (2005). Geraadpleegd op 28-03-2012.

<http://www.tijdbesteding.nl>

Website StatLine (CBS). Geraadpleegd op 24-02-2012. <http://statline.cbs.nl/StatWeb/>

Er zijn cijfers ontleend aan verschillende jaarverslagen van de Nederlandse Vereniging van Bioscoop-exploitanten (NVB) en de Nederlandse Vereniging van Filmdistributeurs (NVF).

Aanbevolen literatuur

Binnendijk, Martje. *De Positie van de Cinematografisch Waardevolle Film: Een kwantitatief onderzoek naar de positie van de 'kwaliteitsfilm' in Nederland*. NFC Onderzoek, 2002.

Vereniging Nederlandse Gemeenten, Associatie van Nederlandse Filmtheaters en Nederlandse Federatie voor de Cinematografie. *Filmtheaters en Cultuurbeleid. Handreiking voor Bestuurders van Provincies en Gemeenten 2001*, geredigeerd door Gerard Bunnik en Jan Kramer (Den Haag: VNG Uitgeverij, 2001).

EYE Filminstituut Nederland, Interprovinciaal Overleg en Vereniging van Nederlandse Gemeenten. *Filmtheaters en Cultuurbeleid. Handreiking voor Bestuurders van Provincies en Gemeenten 2010*, geredigeerd door Ted Chiaradia (Amsterdam: EYE Filminstituut Nederland, Interprovinciaal Overleg, Vereniging van Nederlandse Gemeenten, 2010).

Westra, Frans. *Passie voor Cinema: Ruim veertig jaar pionieren in het voetspoor van de Filmliga*. Amsterdam: International Theatre & Film Books, 2012.

Bijlage 1 Profielomschrijvingen Experian

Profiel	Omschrijving	
A. Jonge Digitalen	• Jonger dan 40 • Single • Huurwoning • Verhuizen	• Laag inkomen • Mobiele telefoondiensten • Club/café • Openbaar Vervoer
B. Stedelijke Balanceerders	• Stedelijk • Allochtonen • Jonger dan 35 • Lage woningwaarde • Klein huurappartement	• Hoog kredietrisico • Geen vaste telefoon • Openbaar Vervoer • Hoge mobiele telefoonkosten • Gamen
C. Samen Starten	• 25-45 jaar • Samenwonend of alleenstaand • Sociale huur • Rijtjeshuis	• Ondergemiddelde woningwaarde • Lage opleiding • Laag/modaal inkomen • Soms kinderen
D. Goed Stadsleven	• Stedelijk • 25-40 jaar • Hoog opgeleid • Appartement • Verhuizingen	• Openbaar Vervoer • Internetten • Uit eten • Club/café • Avontuurlijke vakantie
E. Modale Koopgezinnen	• Jongere kinderen • 25-45 jaar • Koopwoning • Negatieve overwaarde • Rijtjeshuis	• Ondergemiddelde woningwaarde • Verhuizingen • Fulltime baan • Leningen • Bezit auto
F. Kind en Carrière	• Gezinnen • Grote huishoudens • 30-55 jaar • Koopwoning • Negatieve overwaarde	• Fulltime baan • Goede doelen • Lease auto • Veel verzekeringen • Hoge besteding boodschappen
G. Sociale Huurders	• 45-54 jaar • Geen of volwassen kinderen • Sociale huur • Kleine woning	• Rijtjeshuis of appartement • Lage opleiding • Laag inkomen • Lager beroep • TV kijken

H. Rijpe Middenklasse	• 50-75 jaar • Rijtjeshuis • Koopwoning of particuliere verhuur	• Ondergemiddelde woningwaarde • Lage woonlasten • Middelbare opleiding • Leesmap
I. Vrijheid en Ruimte	• Landelijk • Dorpen • Gezinnen • Getrouwd	• 40-60 jaar • Koopwoning • Twee-onder-één-kap/vrijstaand • 1 of meer auto's
J. Gouden Rand	• 45-65 jaar • Getrouwd • Koopwoning • Bovengemiddelde woningwaarde • Hoog opgeleid	• Goede doelen • Beleggingen • Uit eten • Hoge besteding boodschappen • Interesse personal finance
K. Elitaire Topklasse	• Dure woningen • Positieve overwaarde • Ruime koopwoning • 45+ jaar • Hoge opleiding	• Beleggingen • Dure vakanties • Uit eten • Hoge besteding boodschappen • Interesse beurs en financiën
L. Landelijk Leven	• Zeer landelijk • Koopwoning • Vrijstaande woning • Lange tijd woonachtig op adres • 55+ jaar	• Bovengemiddelde woningwaarde • Getrouwd • Vaste telefoon • Goede doelen • Actief in bestuurlijke functie
M. Welverdiend Genieten	• Koopwoning • 55+ jaar • Hoge opleiding • Bezit auto	• Gemiddelde woningwaarde • Goede doelen • Puzzelen • Kleinkinderen
N. Vergrijsde Eenvoud	• 65+ jaar • Sociale huur • Lage opleiding • Gepensioneerd	• Puzzelen • Kleinkinderen • Veel vrije tijd

COLOFON

Stichting Filmonderzoek heeft dit onderzoek uitgevoerd in opdracht van

Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten (NVB) en de Nederlandse Vereniging van Filmistributeurs (NVF)



Stichting Filmonderzoek

Stichting Filmonderzoek is een onafhankelijk onderzoeksbureau dat marktonderzoek doet naar de Nederlandse filmsector. Ze doet dat op uiteenlopende terreinen, zowel op het gebied van distributie en vertoning als productie. De stichting streeft ernaar om concrete informatie te leveren waarop weloverwogen beslissingen gebaseerd kunnen worden, en geeft daarbij desgevraagd advies. Filmonderzoek hoopt door het uitvoeren van onderzoek bovendien een algemeen inzicht in de filmsector te geven. Ze hoopt hiermee de filmindustrie als bedrijfstak te versterken. De medewerkers van de stichting doen dit onder andere door regelmatige onderzoekspresentaties op bijeenkomsten en vergaderingen. Filmonderzoek maakt gebruik van kennis en expertise uit de filmsector zelf. Dit komt doordat Filmonderzoek in direct contact staat met deze bedrijfstak. Zo bestaat het bestuur van de stichting uit mediadeskundigen.



Adres

Bezoekadres

Oudegracht 154, Utrecht

Postadres

Postbus 248

3500 AE Utrecht

T:030-8502537

E: info@filmonderzoek.nl

www.filmonderzoek.nl

www.moviepanel.nl

Auteurs

Jos Grootjans BA

Dimitri Lahaut MSc

Begeleiders

Dr. J. Ph. Wolff

Jorien Scholtens MA