

ONDERZOEKSRAPPORT

Haalbaarheidsonderzoek bioscoop Druten

Gemeente Druten

juli 2020



Inhoudsopgave

Managementsamenvatting	1
1 Context	3
1.1 Onderzoeksvraag	3
1.2 Aanpak haalbaarheidsonderzoek bioscoop	3
1.3 Wijze van dataverzameling	4
1.4 Leeswijzer	5
2 Conceptanalyse	6
2.1 Landelijke markt bioscopen	6
2.2 Regionale markt provincie Gelderland	7
2.3 Voornaamste conclusies conceptanalyse	8
3 Klantanalyse	9
3.1 Inwoners	9
3.2 Jongeren (deskresearch)	14
3.3 Ondernemers	17
3.4 Aanvullende suggesties inwoners/ondernemers	19
3.5 Voornaamste conclusies klantanalyse	20
4 Concurrentieanalyse	22
4.1 Alternatieve bioscopen en aanbieders van films	22
4.2 Alternatieve aanbieders multifunctionele ruimten	24
4.3 Voornaamste conclusies concurrentieanalyse	25
5 Conclusies en advies	26
5.1 SWOT-Analyse	26
5.2 Advies	27

Managementsamenvatting

Binnen de gemeente Druten bestaat de wens om een haalbaarheidsonderzoek uit te voeren voor een (multifunctionele) bioscoop in Druten. De gemeente heeft onderzoeksbureau Enneüs gevraagd om dit als haalbaarheidsstudie/ marktonderzoek uit te voeren teneinde uitspraken te kunnen doen over de mate van interesse voor een bioscoop vanuit de beoogde doelgroepen particulariseren (inwoners en jeugd) en de zakelijke markt (ondernemers).

De onderzoeksopzet is vastgesteld conform het 3C-model (Concept, Customers, Competitors). Het onderzoek heeft gebruik gemaakt van een vragenlijstsonderzoek waar in totaal 748 inwoners en 245 ondernemers aan deelnamen. Tevens zijn landelijke cijfers en trends van vergelijkbare concepten in beeld gebracht en zijn concurrerende alternatieven uit de regio bestudeerd. De belangrijkste inzichten uit de haalbaarheidsstudie naar een mogelijk (nieuw) te realiseren (multifunctionele) bioscoop in Druten worden hieronder beschreven.

Uit de totaalanalyse blijkt dat er een verschil is op te maken in de mate waarin de doelgroepen het concept interessant vinden. De meeste interesse komt van de inwoners van de gemeente Druten. Daarnaast zijn jongeren een belangrijke doelgroep om te overwegen in de positionering vanwege de relatief hoge bezoeksfrequentie aan bioscopen. Vanuit de zakelijke markt in de gemeente Druten lijkt een beperkte interesse in het te realiseren concept in Druten.

Volgens onderzoek zijn voor inwoners, waaronder ook jeugdigen, een aantal zaken relevant gebleken in de overweging voor het realiseren van een bioscoop in Druten. Dit zijn met name:

- Bezoekersfrequentie
- Type bioscoop
- Bereikbaarheid

Wat betreft de bezoekersfrequentie komt uit het onderzoek naar voren dat de meeste inwoners uit de gemeente Druten de bioscoop denken te bezoeken als deze in Druten wordt gerealiseerd. Van alle deelnemende inwoners geeft 69% aan (zeer) waarschijnlijk naar de bioscoop in Druten te gaan als deze er komt. Als er een bioscoop in Druten zou zijn, denkt 45% van de inwoners één tot vijf keer vaker naar de bioscoop te gaan dan nu. Hierbij moet wel rekening worden gehouden met een bepaalde mate van overschatting: de daadwerkelijke bezoeksfrequentie zal waarschijnlijk lager liggen. Vanuit het deskresearch onder jeugdigen komt naar voren dat jeugdigen tussen de 16 en 23 jaar gemiddeld 6,4 keer per jaar een bioscoop bezoeken. Dit is vergeleken met het gemiddelde van de totale bevolking (2,1) een relatief hoge bezoekersfrequentie, waardoor het een interessante doelgroep is om mee te nemen in de afweging.

Een ander belangrijk aspect is het type bioscoop. Uit het onderzoek komt naar voren dat de bioscoop van Heemstrabaan in Beuningen de meest bezochte bioscoop (72%) is door de inwoners uit de gemeente Druten. Dit is een kleinschalige bioscoop met twee zalen met de service van eten en drinken tijdens de film. Uit de resultaten komt verder naar voren dat 60% van de inwoners het belangrijk vindt om een hapje of drankje te bestellen tijdens de film. Ter ondersteuning aan dit resultaat noemen ook de voorstanders van de bioscoop dat een bioscoop in Druten een voorbeeld kan nemen aan de bioscoop in Beuningen (tevens Wijchen). Vanuit dit oogpunt kan een kleinschalig bioscoopconcept inclusief servicefunctie een interessante mogelijkheid zijn voor de realisatie van een bioscoop in Druten. Daarnaast blijkt dat het filmaanbod (90%) een (zeer) belangrijke rol speelt onder inwoners. Dit

moet in acht worden genomen voor het al dan wel of niet slagen van een hoge bezoekersfrequentie aan deze toekomstige bioscoop in Druten. Ook wordt vanuit de inwoners extra aangegeven dat het succes van de bioscoop voornamelijk afhankelijk is van het aanbod en dat men de voorkeur heeft aan recent uitgekomen films. Jongeren zijn, naast het filmaanbod en de service, met name geïnteresseerd in de kwaliteit van beeld en geluid en georganiseerde evenementen.

Ook de aanwezigheid van andere bioscopen in de nabijheid speelt een belangrijke rol in de keuze voor het realiseren van een bioscoop. De bioscoopmarkt heeft zich de afgelopen jaren gekenmerkt als een groeiemarkt met een landelijke stijging van het aantal bioscoopbezoeken naar 2,1 keer. De inwoners weten de weg naar omliggende bioscopen in de huidige situatie goed te vinden en lijken hiermee voorzien in hun behoefte. Een deel van de inwoners noemt dat het concept waarschijnlijk onhaalbaar is omdat er al genoeg aanbod in de omgeving is. Echter, voor deze bioscopen geldt dat ze allemaal wat verder weg gelegen zijn en niet allemaal even goed (met het OV) bereikbaar. De nabijheid (bereikbaarheid) van de bioscoop zou daarom een belangrijke reden kunnen zijn waarom 69% van de inwoners aangeeft de bioscoop wél te bezoeken als deze er komt. Een deel van de inwoners is geen voorstander van een realisatie van een bioscoop in Druten. Van alle ondervraagde inwoners denkt een derde niet vaker naar een bioscoop te gaan dan nu als deze er komt in Druten.

Kijkende naar de zakelijke markt blijkt dat ondernemers in de gemeente Druten nauwelijks geïnteresseerd zijn in een concept van een multifunctionele bioscoop; 84% geeft aan deze (zeer) waarschijnlijk niet te gaan gebruiken. Als ondernemers een externe ruimte zouden huren, doen zij dat bij voorkeur bij een prijstechnisch aantrekkelijke aanbieder. Ondernemers geven volop (spontaan) aan dat zij voor iets dergelijks met D'n Bogerd al een prima uitvalsbasis beschikbaar hebben. Van alle ondervraagde ondernemers uit de gemeente Druten geeft 16% aan waarschijnlijk gebruik te maken van een externe, multifunctionele ruimte.

Op basis van de totaalanalyse naar de haalbaarheid van een (multifunctionele) bioscoop in Druten kan gesteld worden dat er vanuit de particuliere markt interesse is. De onderzoeksresultaten kunnen echter niet bevestigen of dit voldoende zal zijn voor een sluitende exploitatie. Dit hangt in sterke mate af van de meer concrete uitwerking van de bioscoop, die vooralsnog niet voorhanden is. Ondanks een ontbrekende concrete uitwerking zijn reeds mogelijkheden geïnventariseerd met betrekking tot het toevoegen van één of meerdere bioscoopzalen aan wijkcentrum D'n Bogerd. Indien wordt besloten om een bioscoopvoorziening in Druten te realiseren, dragen inwoners én ondernemers een integratie in D'n Bogerd aan als voor de hand liggende optie voor de realisatie voor een bioscoop in Druten.

Onderzoeksbureau Enneüs, juli 2020

Marline Wierenga, MSc.

Tessa Dekker, MSc.

NB. Het (vragenlijst-)onderzoek is uitgevoerd voordat de coronacrisis uitbrak en coronamaatregelen van kracht gingen. De onderzoeksresultaten zijn gebaseerd op de periode voor corona.

1 | Context

1.1 Onderzoeksvraag

In het collegeprogramma van de gemeente Druten is opgenomen dat er een haalbaarheids-/marktonderzoek opgezet en uitgevoerd moet worden voor een (nieuw) te realiseren bioscoop in Druten. Alvorens er op concrete planvorming wordt overgestapt, wordt er in deze haalbaarheidsstudie nagegaan wat de mogelijkheden zijn voor een (commerciële) bioscoop in Druten. De gemeente heeft onderzoeksbureau Enneüs gevraagd om hiervoor een plan van aanpak op te stellen en het onderzoek uit te voeren. De gemeente wil graag antwoorden op de volgende vragen:

- Animo in Druten en omgeving **onder inwoners/burgers**:
 - Hoeveel burgers denken de bioscoop te bezoeken?
 - Met wie zouden zij de bioscoop bezoeken?
 - Met welke frequentie zouden zij zo'n bioscoop bezoeken?
 - Wat voor type bioscoop zou het moeten zijn en welke eigenschappen zijn belangrijk? Bv. Servicebioscoop, 4d-bioscoop, aantal zalen, aantal stoelen, etc.
 - Hoe kijkt men aan tegen het opnemen van de bioscoop in Cultureel Centrum D'n Bogerd? Is dit meer of juist minder aansprekend voor een bioscoopbezoek?
- Animo in Druten en omgeving **onder bedrijven/ondernemers**:
 - Hoeveel bedrijven/ondernemers denken de bioscoop zakelijk te gaan gebruiken?
 - Met welke frequentie zouden zij de bioscoop zakelijk willen gebruiken?
 - Voor welke doeleinden zouden bedrijven/ondernemers de bioscoop gebruiken? Bv. presentaties, symposia, colleges, webinars, talkshows, etc.
 - Waar moet de ruimte aan voldoen voor deze zakelijke doelgroep?
 - Hoe kijkt men aan tegen het opnemen van de bioscoop in Cultureel Centrum D'n Bogerd? Is dit meer of juist minder aansprekend voor zakelijk gebruik van de bioscoop?

1.2 Aanpak haalbaarheidsonderzoek bioscoop

Voor de begeleiding van dit onderzoeksproject is er een werkgroep gevormd met daarin vertegenwoordigers van de gemeente Druten en onderzoeksbureau Enneüs. Deze werkgroep heeft de onderzoeksopzet vastgesteld conform de aanpak volgens het 3C-model. Hiermee bestuderen we 3 C's om tot een oordeel te komen over de haalbaarheid van het concept:

- Allereerst kijken we naar het **Concept** zelf. Hoewel de plannen rondom de bioscoop nog niet concreet zijn uitgewerkt, is het wel interessant om naar landelijke cijfers en trends te kijken van vergelijkbare concepten.
- Vervolgens kijken we naar de **Customers**. Het gaat hier dus om de klantengroep(en). De gemeente geeft in haar onderzoeksvraag heel duidelijk aan dat het gaat om twee groepen, namelijk (1) inwoners/burgers en (2) de zakelijke markt/ondernemers. Van burgers willen we bijvoorbeeld weten hoe vaak zij gebruik zouden maken van de bioscoop in Druten en welke alternatieven zij overwegen. Van ondernemers willen we bijvoorbeeld weten of zij van de ruimte gebruik zouden willen maken voor bijvoorbeeld presentaties en congressen. Met een

vragenlijstonderzoek hebben we bij beide doelgroepen uitgevraagd in hoeverre zij interesse hebben in het concept en willen we antwoorden vinden op hiervoor opgestelde vragen.

- Bij de klantengroepen gaan we ook na wat zij zeggen over de **Concurrentie**. Bij ieder haalbaarheidsonderzoek dient gekeken te worden naar concurrerende alternatieven; wat zijn concepten die in dezelfde behoefte van de doelgroep voorzien? Deze vraag kan veelal goed beantwoord worden door dit simpelweg uit te vragen bij de doelgroep zelf (de C van Customer). Door dit aan te vullen met deskresearch, creëren we concurrentieprofielen met sterke en zwakke punten van concurrerende aanbieders die in dezelfde klantbehoefte voorzien.

Op basis van voorgenoemde analyses komen we tot een analyse van het beoogde concept, wat en hoe groot de exacte behoefte is van de doelgroepen, wat de concurrentie-intensiteit is en wie de relevante concurrenten zijn en waarom. Deze totaalanalyse vormt vervolgens de basis voor een samenvattende SWOT-Analyse inclusief een onderbouwd advies van de haalbaarheid van het concept.

1.3 Wijze van dataverzameling

In februari 2020 ontvingen inwoners en ondernemers van de gemeente Druten een uitnodiging voor het onderzoek. De dataverzameling voor het haalbaarheidsonderzoek is gecombineerd met de vervolgmeting (1-meting 2020, na de uitgevoerde 0-meting in 2018) van de Burger- en Ondernemerspeiling voor de gemeente Druten. Dit bood bij uitstek gelegenheid om inwoners en ondernemers tegelijkertijd te bevragen aangaande dit haalbaarheidsonderzoek.

Uit de totale populatie inwoners van de gemeente Druten is een steekproef getrokken van 2.500 inwoners. Uiteindelijk zijn 2.492 inwoners uitgenodigd voor het onderzoek. De totale populatie ondernemers bestaat uit 1.662 geregistreerde organisaties. De totale populatie ondernemers is aangeschreven voor het onderzoek. Deze aantallen zijn conform de geldende onderzoeksrichtlijnen van VNG Realisatie.

Zowel inwoners als ondernemers zijn 'mixed-mode' aangeschreven. Dit houdt in dat zij via een schriftelijke, papieren vragenlijst konden deelnemen aan het onderzoek en een mogelijkheid voor deelname via een online websurvey met een persoonlijke inlogcode. Degenen die na drie weken nog niet respondeerden, hebben een herinneringsbrief gekregen. In totaal hebben voor het haalbaarheidsonderzoek 748 inwoners (responspercentage 30,0%) en 245 ondernemers (responspercentage 14,7%) deelgenomen aan het onderzoek.

In totaal hebben 748 inwoners het onderzoek afgerond. Uitgaande van een betrouwbaarheidsniveau van 95% betekent dit dat de resultaten in het onderzoek onder inwoners een foutmarge hebben van 3,0%. Ter illustratie: in dit onderzoek geeft 42,1% van de deelnemers van het onderzoek onder inwoners aan tussen de één en vijf keer een bioscoop te hebben bezocht. Dit houdt in dat dit percentage (met 95% zekerheid) onder alle inwoners tussen de 39,1% en de 45,1% ligt.

In totaal hebben in 245 ondernemers het onderzoek afgerond. Uitgaande van een betrouwbaarheidsniveau van 90% betekent dit dat de resultaten in het onderzoek onder ondernemers een foutmarge hebben van 5,8%.

1.4 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt allereerst stilgestaan bij het type concept dat centraal staat in deze studie, te weten een bioscoop. Hoe ziet de landelijke en regionale bioscoopmarkt eruit en wat leren we daaruit? In hoofdstuk 3 komen de resultaten van het vragenlijstonderzoek onder de doelgroepen aan de orde, aangevuld met uitkomsten van het deskresearch naar de doelgroep jongeren. In hoofdstuk 4 wordt gekeken naar welke regionale vergelijkbare concepten er reeds zijn. Dit leidt tot conclusies aan de hand van een SWOT-analyse in hoofdstuk 5, afsluitend met een advies over de haalbaarheid van het beoogde concept.

2 | Conceptanalyse

In dit eerste analysedeel kijken we naar het concept (C van Concept) zelf. Het betreft een bioscoop, waarvoor nog geen nadere specifieke kenmerken zijn bepaald (bv. grootte, aantal zalen, etc.). Desalniettemin kan wel een eerste analyse worden losgelaten op het *type* concept. In dit deel kijken we naar enkele algemene trends en ontwikkelingen in de markt. Hierin wordt onderscheid gemaakt tussen de landelijke markt en de regionale markt.

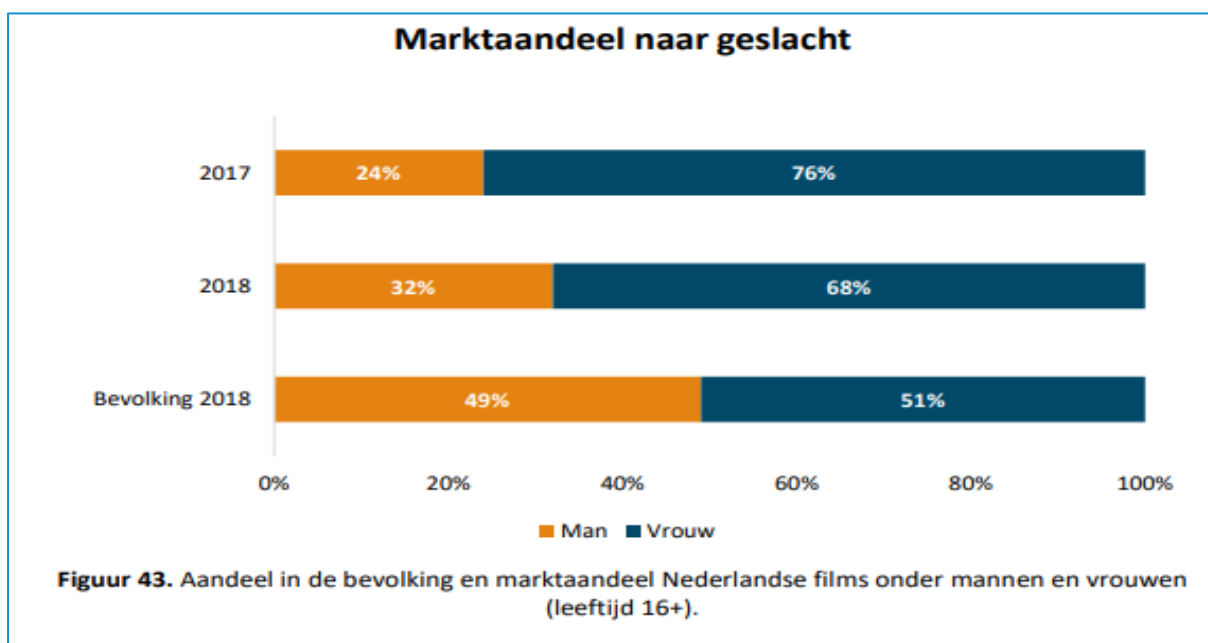
2.1 Landelijke markt bioscopen

Volgens de meest recente cijfers van Nederlandse Vereniging van Bioscopen en Filmtheaters (2018) zijn er in totaal 154 bioscopen in Nederland. Samen bieden zij plek voor 130.700 personen. Het aantal bioscopen is de afgelopen 10 jaar met 16,7% gestegen, waar het aantal filmtheaters met wel 25% is gestegen. Er zijn gemiddeld 5,1 filmdoeken per bioscoop/filmtheater en er zijn gemiddeld 167 zitplekken per doek. Ook het totaal aantal filmdoeken en zitplekken per doek is fors gestegen de afgelopen 10 jaar (respectievelijk 36,5% en 23,3%).

2.1.1 Bioscoopbezoeken

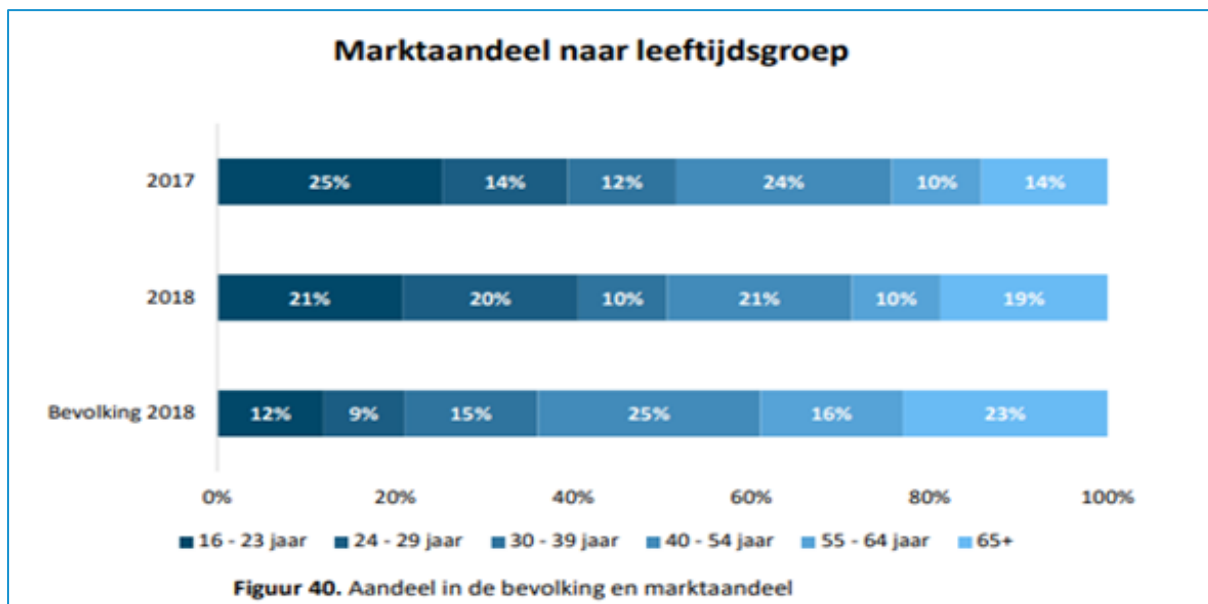
Niet alleen het aantal bioscopen, doeken en zitplekken is gestegen. Ook het aantal filmbezoeken per persoon is gestegen. Waar men in 2009 nog gemiddeld 1,7 filmbezoeken per jaar bracht, is dat gestegen naar 2,1 in 2018. De omzet per bezoeker is ook gestegen van €7,36 in 2009 naar €8,75 in 2018.

Wanneer we inzoomen op wie de personen zijn die bioscopen bezoeken, kunnen we kijken naar het marktaandeel per leeftijdsgroep en geslacht. In figuur 1 wordt weergegeven hoeveel procent van de filmbezoekers man of vrouw is. Hieruit blijkt dat vrouwen verantwoordelijk zijn voor een aandeel van 68% (in 2018) van de bioscoopbezoeken. Relatief gezien gaan er meer vrouwen naar de bioscoop dan mannen. Al is er wel een stijging waar te nemen in het aandeel van mannen (aandeel 2018 t.o.v. 2017).



Figuur 1 - Marktaandeel naar geslacht (bron: Bioscoopmonitor 2018)

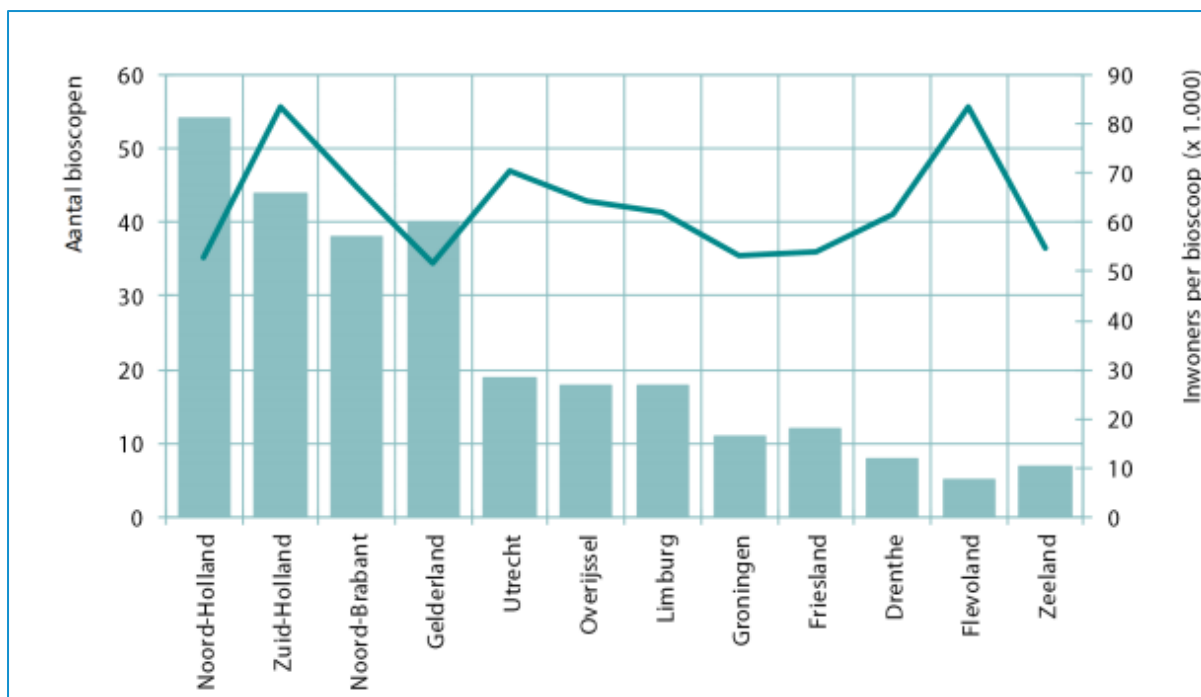
Ook is gekeken naar het marktaandeel per leeftijdsgroep. Figuur 2 geeft deze verdeling weer. Hieruit blijkt dat 21% van de totale bevolking in de leeftijdsgroep 16-29 jaar valt. Het aandeel bioscoopbezoeken van deze leeftijdsgroep is het hoogst, namelijk 41% in 2018. Verder blijkt dat met name de leeftijdsgroepen 30-39 jaar en 55-64 jaar relatief minder bioscoopbezoeken afleggen. Beide leeftijdsgroepen hebben een klein aandeel (10%) in het aantal bioscoopbezoeken in 2018.



Figuur 2 - Marktaandeel naar leeftijdsgroep (bron: Bioscoopmonitor 2018)

2.2 Regionale markt provincie Gelderland

Volgens de meest recente cijfers van Nederlandse Vereniging van Bioscopen en Filmtheaters (2018) zijn er 40 bioscopen in de provincie Gelderland. Het aantal bezoeken per inwoner in de provincie Gelderland is 1,7; dit is 0,4 lager dan het landelijke gemiddelde (2,1). Onderstaande figuur is een weergave van de bioscoopdichtheid per provincie. Hieruit valt op te maken dat er in Gelderland 55.000 inwoners zijn per bioscoop. In Gelderland zijn er in verhouding relatief veel bioscopen (40) en relatief weinig inwoners per bioscoop (55.000).



Figuur 3 - Bioscoopdichtheid per provincie (Bron: Nederlandse Vereniging van Bioscopen en Filmtheaters 2018)

2.3 Voornaamste conclusies conceptanalyse

Op basis van de analyse van het concept, komen we tot de volgende voornaamste conclusies:

- Het aantal bioscopen is de afgelopen 10 jaar met 16,7% gestegen, waar het aantal filmtheaters met wel 25% is gestegen.
- Het totaal aantal filmdoeken en zitplekken per doek is fors gestegen de afgelopen 10 jaar (respectievelijk 36,5% en 23,3%).
- Het aantal filmbezoeken per persoon is gestegen. Waar men in 2009 nog gemiddeld 1,7 filmbezoeken per jaar bracht, is dat gestegen naar 2,1 in 2018.
- De omzet per bezoeker is gestegen van €7,36 in 2009 naar €8,75 in 2018.
- Meer vrouwen dan mannen gaan naar de bioscoop, al zit er wel een stijging in het aandeel van mannen.
- De bioscoopdichtheid is in Gelderland relatief hoog; er zijn relatief veel bioscopen in relatie tot het aantal inwoners.
- Het aantal bezoeken per inwoner in de provincie Gelderland is 1,7; dit is 0,4 lager dan het landelijk gemiddelde (2,1).

3 | Klantanalyse

In dit tweede analysedeel kijken we naar de klantgroepen (C van Customer) van de mogelijk te realiseren bioscoop. Hierbij zoomen we in op twee klantengroepen, te weten inwoners (particuliere markt) en ondernemers (zakelijke markt). Bij deze potentiële klantengroepen staan we separaat stil.

3.1 Inwoners

3.1.1 Inwoners algemeen

Om een beeld te krijgen van de behoefte onder de inwoners zijn een aantal vragen opgenomen over wensen en behoeften voor een bioscoop in de eveneens door Enneüs uitgevoerde Burgerpeiling voor de gemeente Druten in 2020. Zie tabel 1 en 2 voor de achtergrondkenmerken van de deelnemers. De gemiddelde leeftijd van de deelnemers ligt tussen de 40 en 54 jaar. De leeftijdsverdeling van de deelnemers is vergelijkbaar met die van de algemene leeftijdsverdeling in Druten (zie tabel 3). Aan het onderzoek hebben net iets meer vrouwen (53%) deelgenomen dan mannen (47%).

Tabel 1 – Verdeling leeftijd inwoners gemeente Druten (bron: Burgerpeiling Druten 2020, Enneüs)

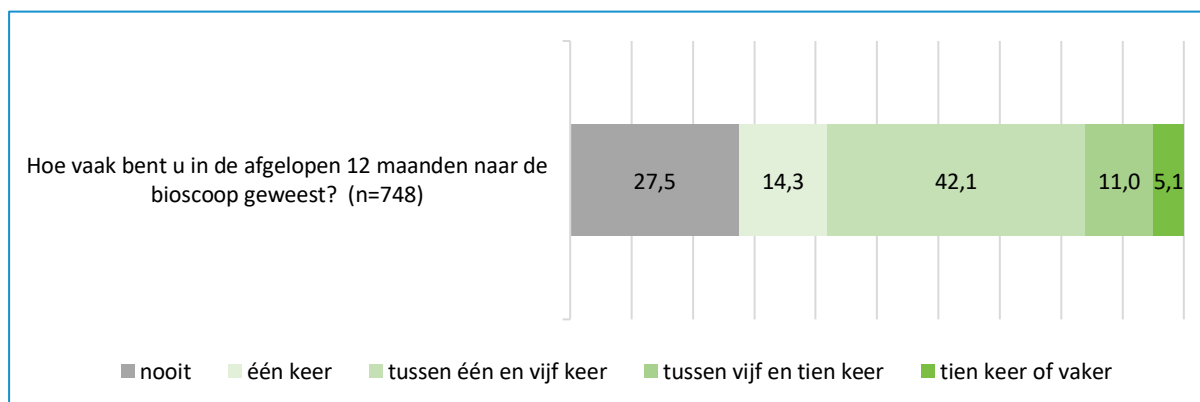
Wat is uw leeftijd?		
	Aantal	Percentage
18 tot en met 29 jaar	101	13,2%
30 tot en met 39 jaar	97	12,6%
40 tot en met 54 jaar	177	23,1%
55 tot en met 64 jaar	175	22,8%
65 tot en met 74 jaar	152	19,8%
75 jaar en ouder	65	8,5%
Totaal	767	100

Tabel 2 – Verdeling geslacht inwoners gemeente Druten (bron: Burgerpeiling Druten 2020, Enneüs)

Wat is uw geslacht?		
	Aantal	Percentage
Man	360	46,9%
Vrouw	407	53,1%
Totaal	767	100%

3.1.2 Bioscoopbezoeken inwoners gemeente Druten

In de onderstaande grafische weergaves worden de vragen met bijbehorende resultaten gepresenteerd die aan de doelgroep zijn voorgelegd aangaande de bioscoop.



Figuur 4 - Bioscoopbezoeken (bron: Burgerpeiling Druten 2020, Enneüs)

Uit bovenstaande grafiek komt naar voren dat 28% van de respondenten de afgelopen 12 maanden niet naar een bioscoop is geweest. De meeste respondenten (42%) zijn afgelopen 12 maanden tussen één en vijf keer naar een bioscoop geweest. Dit resultaat ligt in lijn met het landelijke gemiddelde van 2,1 bioscoopbezoeken per jaar per persoon. In de landelijke cijfers zien we verschillen in het marktaandeel per leeftijd en geslacht. Wanneer we leeftijdsopbouw en verdeling naar geslacht van de gemeente Druten naast de landelijke cijfers leggen, zien we enkel kleine procentuele verschillen voor leeftijd (zie tabel 3). Deze geringe verschillen voor leeftijd hebben minimale invloed op het gemiddelde aantal bioscoopbezoeken.

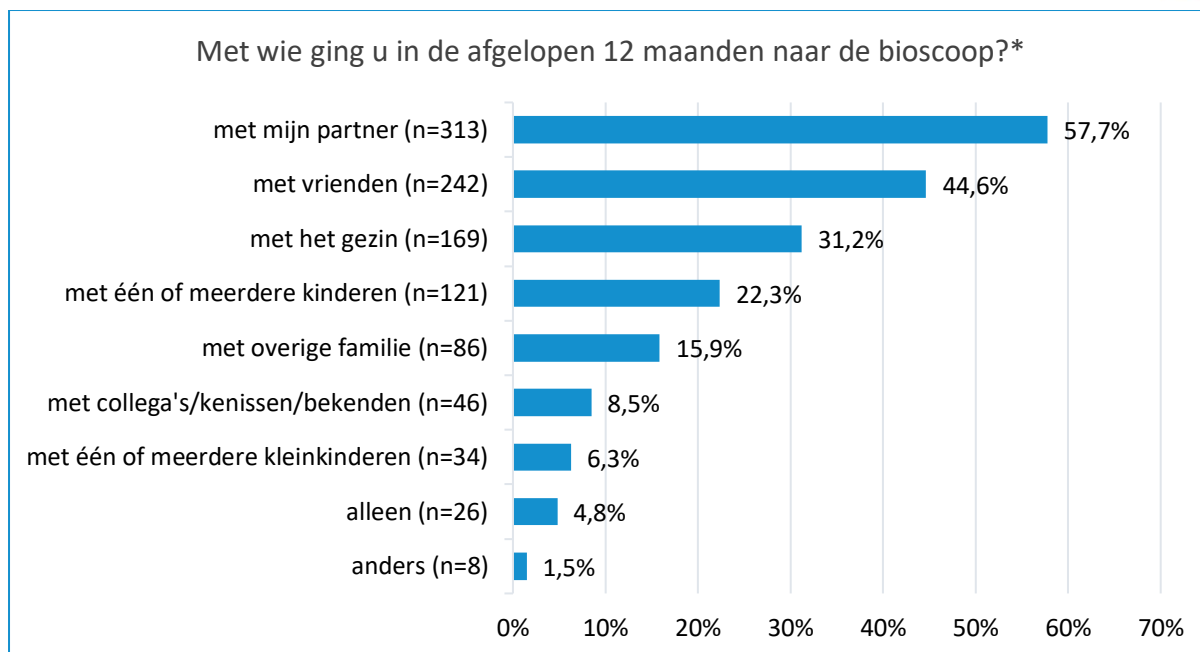
Tabel 3 – Verdeling leeftijd inwoners Druten en landelijk (bron: CBS; Bioscoopmonitor 2018)

Leeftijd	Druten	Landelijk	Marktaandeel landelijk
16-23 jaar	12%	12%	21%
24-29 jaar	7%	9%	20%
30-39 jaar	12%	15%	10%
40-54 jaar	27%	25%	21%
55-64 jaar	18%	16%	10%
65+	23%	23%	19%

Tabel 4 – Verdeling geslacht Druten en landelijk (bron: CBS; Bioscoopmonitor 2018)

Geslacht	Druten	Landelijk	Marktaandeel landelijk
Vrouw	50,1%	50,3%	68%
Man	49,9%	49,7%	32%

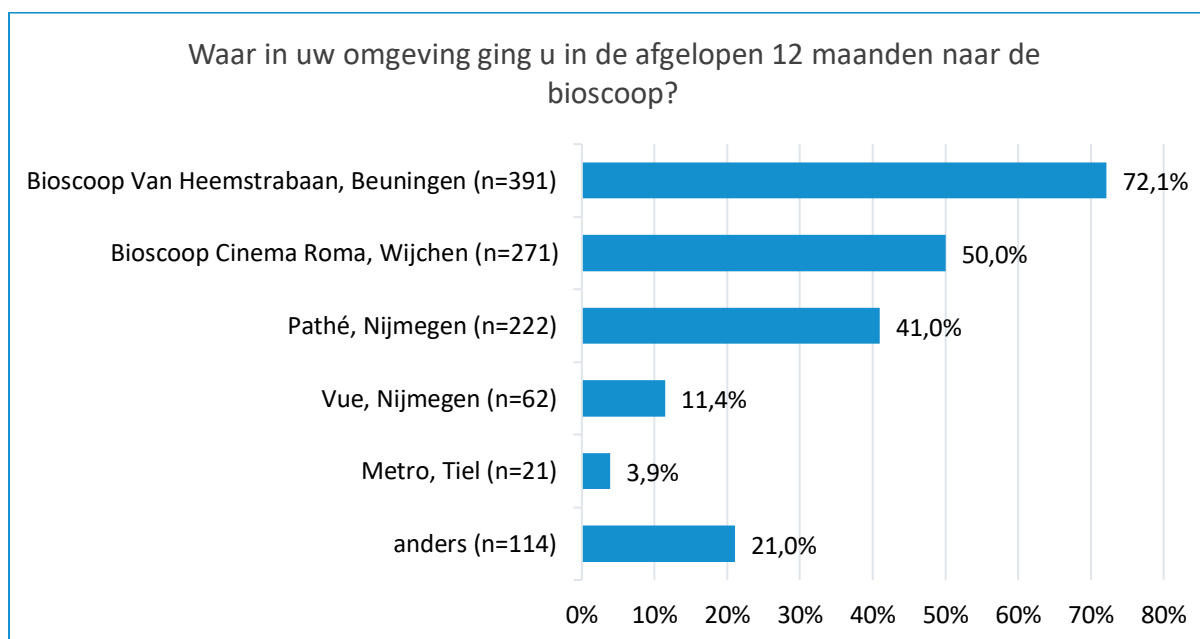
De situatie in Druten komt bij benadering overeen met het landelijk gemiddelde van het aantal bioscoopbezoeken (2,1), gecontroleerd voor leeftijd en geslacht. Er is geen aanleiding gevonden om uit te gaan van een verschil met de landelijke situatie. Daarbij blijkt uit het vragenlijstonderzoek dat de meeste inwoners de afgelopen 12 maanden één tot vijf keer een bioscoopbezoek hebben gebracht. Dit ligt in dezelfde orde van grootte van het landelijk gemiddelde waardoor beide uitkomsten elkaar bevestigen.



Figuur 5 – Gezelschap bioscoopbezoeken (bron: Burgerpeiling Druten 2020, Enneüs)

* Cijfers gebaseerd op het aantal respondenten dat bij de vorige vraag heeft aangegeven minstens één keer naar de bioscoop te zijn geweest (n=542).

Van de respondenten die het afgelopen jaar naar een bioscoop zijn geweest deed de meerderheid van de respondenten (58%) dit samen met zijn/haar partner, met vrienden (45%) en/of met het gezin (31%). Van de respondenten die het afgelopen jaar naar een bioscoop zijn geweest ging bijna driekwart (72%) naar de bioscoop in Beuningen; verder zijn de bioscoop in Wijchen (50%) en Pathé in Nijmegen (41%) bij relatief veel respondenten populair. De Lux in Nijmegen wordt daarnaast door 40 respondenten spontaan genoemd als andere bioscoop die zij de afgelopen 12 maanden bezochten.

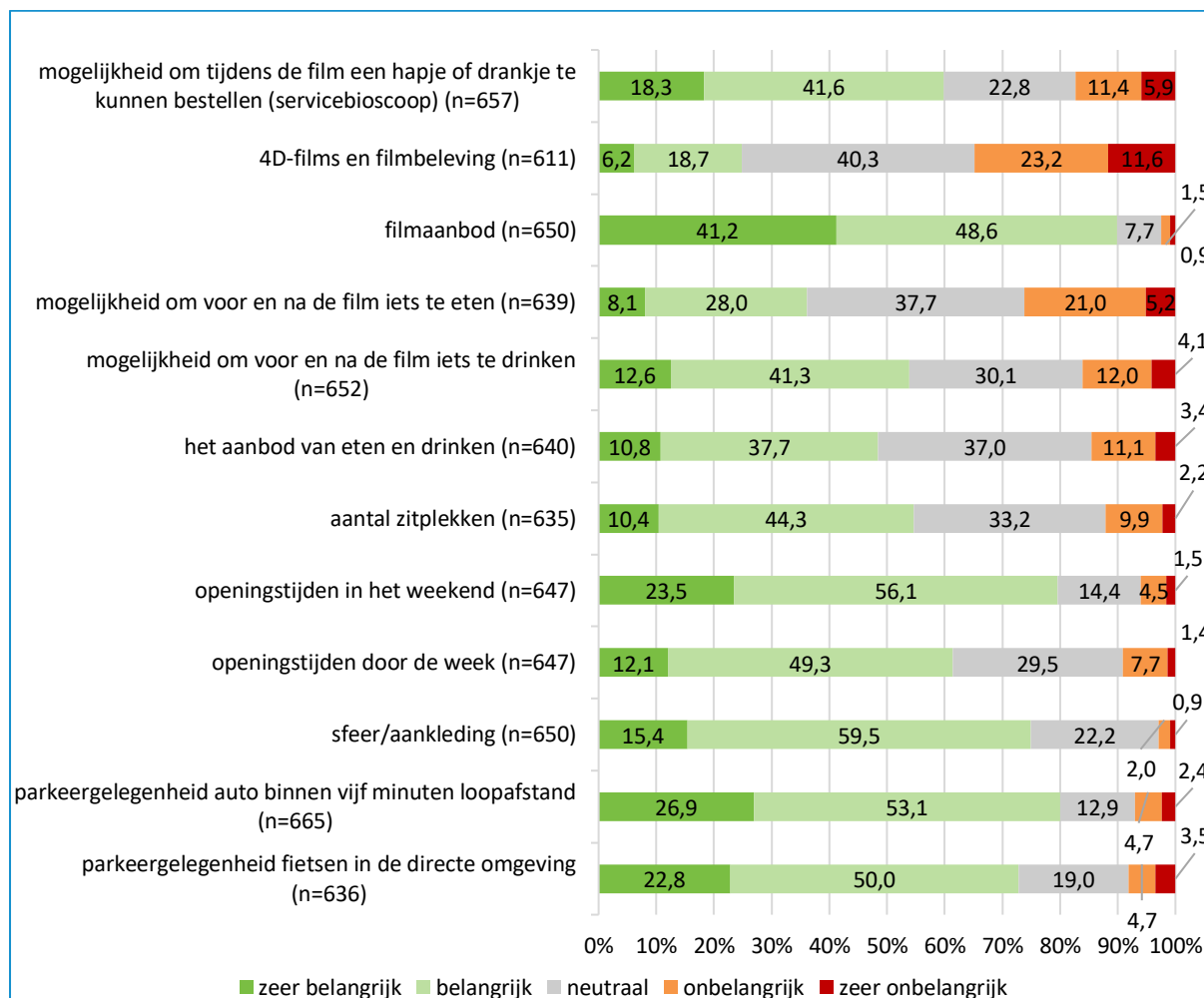


Figuur 6 – Bioscoopbezoeken per aanbieder (bron: Burgerpeiling Druten 2020, Enneüs)

Bij de antwoordoptie 'anders' zijn de o.a. de volgende antwoorden gegeven: Lux Nijmegen (n=40), Filmhuis D'n Bogerd/Filmhuis Druten (n=24), Pathé Arnhem (n=13), (Cinema Twins) Malden (n=7), (Pathé) Lent (n=6), (Pathé) Ede (n=4).

3.1.3 Belangrijke aspecten bioscoopbezoek inwoners gemeente Druten

Aan respondenten is de vraag voorgelegd wat men belangrijk vindt aan een bioscoop(bezoek). De resultaten zijn hieronder grafisch weergegeven (in figuur 7).



Figuur 7 – Belangrijke aspecten bioscoopbezoeken (bron: Burgerpeiling Druten 2020, Enneüs)

Uit de antwoorden blijkt dat respondenten het filmaanbod (90%) het meest belangrijkste aspect aan een bioscoopbezoek vinden. Ook vinden zij de nabije parkeergelegenheid voor de auto (80%) belangrijk; parkeergelegenheid met de fiets in de directe omgeving (73%) is iets minder belangrijk. Daarnaast vindt men de openingstijden in het weekend (80%) belangrijk; openingstijden door de week (61%) wordt minder belangrijk geacht. Ook is de sfeer/aankleding van de bioscoop (70%) een belangrijk aspect voor respondenten. Het aantal zitplekken (55%) vindt iets meer dan de helft van de respondenten belangrijk. Zie tabel 5 voor een overzicht van de beoordeling van alle uitgevraagde aspecten voor een bioscoopbezoek op volgorde van belangrijkheid.

Tabel 5: Beoordeling aspecten bioscoopbezoek in termen van belangrijkheid, op volgorde van belangrijkheid

Positie	Aspect	Percentage (zeer) belangrijk
1	Filmaanbod	90%
2	Parkeergelegenheid auto 5 minuten loopafstand	80%
3	Openingstijden weekend	80%
4	Sfeer/ aankleding	75%
5	Parkeergelegenheid fiets directe omgeving	73%
6	Openingstijden door de week	61%
7	Mogelijkheid tijdens film eten of drinken bestellen	60%
8	Aantal zitplekken	55%
9	Mogelijkheid drinken voor en na film	54%
10	Aanbod eten en drinken	49%
11	Mogelijkheid eten voor en na film	36%
12	4D-films en filmbeleving	25%

Van alle respondenten vindt 60% het belangrijk om tijdens een film een hapje/drankje te bestellen. De mogelijkheid om voor en na de film iets te drinken (54%) is voor de respondenten belangrijker dan eten voor en na de film (36%). Het aanbod van eten en drinken vindt 49% een belangrijk aspect voor een bioscoopbezoek. Onder respondenten heerst wat verdeeldheid of men 4D-films en filmbeleving belangrijk vindt. Van alle uitgevraagde aspecten wordt dit als minst belangrijk beoordeeld. Van alle respondenten vindt 25% 4D-film en filmbeleving wel belangrijk. Een groot deel van de respondenten (40%) vindt dit noch belangrijk, nog onbelangrijk.

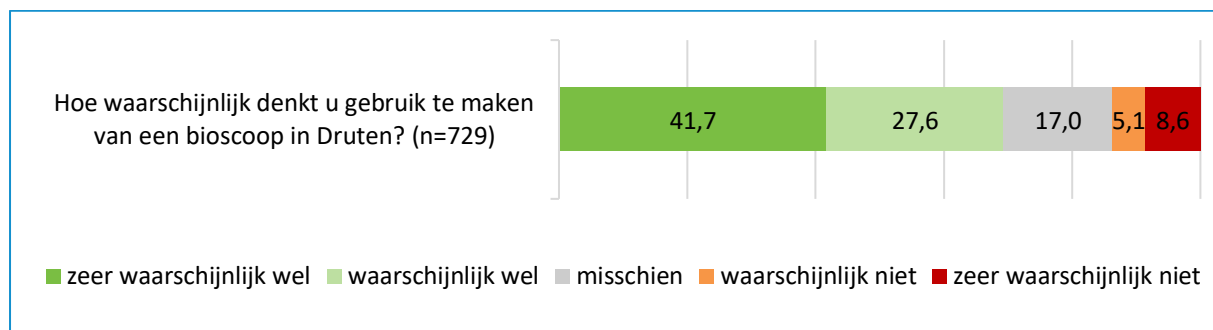
3.1.4 Geschikte locatie mogelijke bioscoop Druten

Inwoners is vervolgens de vraag voorgelegd wat volgens hen een geschikte locatie voor een bioscoop zou zijn. Tevens is naar een argumentatie gevraagd. In totaal hebben 462 respondenten antwoord gegeven op deze vraag. Veelgenoemde suggesties zijn:

- Aan de *Heemstraweg* (bij D'n Bogerd/ naast de Rabobank) wordt voornamelijk door de respondenten genoemd vanwege de goede parkeergelegenheid.
- Een andere veelgenoemde locatie is bij het *zwembad*. Men geeft aan dat dit een goede locatie is door de centrale ligging.
- Ook wordt het *industrieterrein* veel genoemd. De *bereikbaarheid* is volgens de meesten een groot voordeel van deze locatie.
- Verder noemt ook een aantal respondenten het *centrum*. Men geeft hierbij aan dat de omliggende faciliteiten aanspreken zoals de cafés en de groepering van culturele gebouwen.
- Tot slot is er een aantal respondenten dat een bioscoop *niet wenselijk* vindt. Zij doen daarom *geen suggestie* voor een locatie. Zo noemt men met name dat er al genoeg bioscopen zijn in de omliggende gemeenten.

3.1.5 Verwacht bezoekersgedrag mogelijke bioscoop Druten

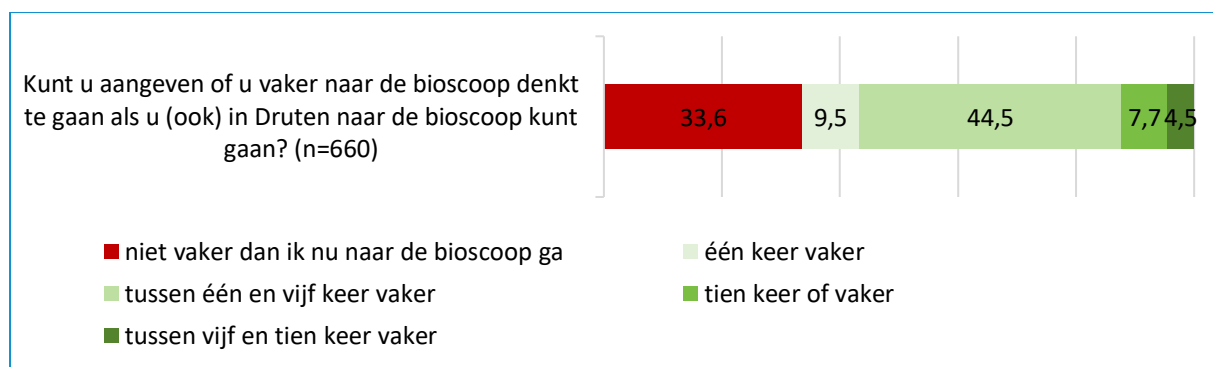
Vervolgens is de vraag voorgelegd hoe waarschijnlijk men het acht om gebruik te gaan maken van een mogelijke bioscoop in Druten. De antwoorden zijn hieronder grafisch weergegeven in figuur 9 en 8.



Figuur 8 – Toekomstig gebruik bioscoop Druten (bron: Burgerpeiling Druten 2020, Enneüs)

Uit de antwoorden blijkt dat 69% van alle respondenten aangeeft (zeer) waarschijnlijk naar de bioscoop in Druten te gaan, als deze er komt. Uit figuur 9 blijkt dat de meeste respondenten één tot vijf keer vaker naar de bioscoop zouden gaan als er één in Druten komt (45%); een derde van de respondenten zou niet vaker naar de bioscoop gaan.

Ervan uitgaande dat de gemiddelde inwoner van Druten 2,1 bioscoopbezoeken per jaar aflegt (conform het landelijk gemiddelde) is het op basis van dit resultaat waarschijnlijk dat het aantal bioscoopbezoeken van de inwoners uit de gemeente Druten zal stijgen. Hoeveel precies blijft gissen. Mensen hebben over het algemeen de neiging om toekomstige scenario's wat te overschatten. Daarnaast is het waarschijnlijk dat men niet zozeer vaker naar de bioscoop zal gaan maar eerder een bezoek aan een andere bioscoop overslaat om de desbetreffende film in de bioscoop in Druten te bekijken.



Figuur 9 – Toekomstige bezoekfrequentie (bron: Burgerpeiling Druten 2020, Enneüs)

3.2 Jongeren (deskresearch)

Om een beeld te krijgen van de behoeften onder jongeren woonachtig in de gemeente Druten was het plan aanvankelijk om fieldresearch uit te voeren bij twee locaties van een middelbare school in Druten. Net voor de afgesproken datum zijn er beperkingen opgelegd wegens het coronavirus. Hierdoor werd het praktisch onmogelijk om het fieldresearch door te laten gaan. Omdat er nog wel steeds behoefte is aan meer inzicht in het gedrag met betrekking tot bioscoopbezoeken onder deze doelgroep, is ervoor gekozen de belangrijkste inzichten uit deskresearch te verkrijgen.

3.2.1 Bezoekersfrequentie bioscoop jongeren

Uit het deskresearch blijkt dat er nauwelijks recent Nederlands onderzoek bestaat naar de wensen en behoeften van jongeren onder de 18 jaar aangaande dit thema. In tabel 6 is de bezoekersfrequentie van jongeren per leeftijdsgroep weergegeven. Uit deze gegevens blijkt dat 6 tot 11-jarigen per jaar gemiddeld 2,6 keer een bioscoop bezoeken; voor 12 tot 15-jarigen is dit 2,1 keer per jaar en voor 16 tot 23-jarigen is dit 6,4 keer per jaar.

Tabel 6 - Bezoekersfrequentie per leeftijdscategorie (Bron: Bioscoopmonitor 2016)

Leeftijd	6-11 jaar	12-15 jaar	16-23 jaar
Aantal bezoeken per jaar	2,6	2,1	6,4

3.2.2 Bioscoopbeleving per levensfase

Onder de eerste twee leeftijdsgroepen is geen recent onderzoek te vinden over bioscoopbeleving. Over de bioscoopbeleving en het gedrag van 16 tot 23-jarigen is wel informatie beschikbaar. Gezien het hoge aantal bioscoopbezoeken per jaar van deze doelgroep (6,4) in vergelijking met het landelijke gemiddelde van 2,1 is het dan ook zeer interessant om de wensen en behoeften van deze doelgroep eens nader te onderzoeken.

‘Stichting Filmonderzoek’ heeft vrij recentelijk een grootschalig onderzoek¹ uitgevoerd naar de bioscoopbeleving onder jongeren (16 tot 23-jarigen en 24 tot 29-jarigen). In dit onderzoek is ook kort stilgestaan bij de bioscoopbeleving van de respondenten toen zij nog jonger waren. Hieruit komt naar voren dat de jongeren als kind regelmatig met kinderfeestjes naar de bioscoop gingen en tijdens andere speciale gelegenheden (bv. in de schoolvakantie). Het wordt op die leeftijd dan ook gezien als een bijzonder uitje. Als kind wordt de bioscoop vaak met (één van) de ouders bezocht.

Voor tieners komt er een andere lading bij het bioscoopbezoek kijken. Zo wordt het gezien als uitgaansactiviteit die zonder ouders kon worden ondernomen waardoor jongeren een bioscoopbezoek associëren met vrijheid en zelfstandigheid. Daarnaast fungeert een bioscoopbezoek op deze leeftijd ook als locatie voor een date.

3.2.3 Associaties, bezoekrekenen en bezoekersgedrag jongeren

Het onderzoek gaat uitgebreider in op de huidige associaties, bezoekrekenen en bezoekersgedrag van jongeren in de leeftijdsgroep 16 tot 23-jarigen met betrekking tot bioscopen. Deze leeftijdsgroep associeert de bioscoop zowel aan de functionele aspecten zoals ‘popcorn’ en ‘films’, maar denkt ook aan meer emotionele associaties zoals ‘gezellig’, ‘spanning’, ‘relaxed’, ‘vrienden’ en ‘beleving’. Een bioscoopbezoek is voor deze leeftijdsgroep dan ook meestal een ‘gezellige’ vrijetijdsbesteding dat veelal met vrienden gedaan wordt en vaak een paar dagen van tevoren wordt gepland. Ook spelen vrienden een grote rol als informatiekanal. Tevens verkrijgt deze leeftijdsgroep informatie over bioscoopfilms voornamelijk via sociale media en tv-reclames.

Voorbeelden van motivaties van deze doelgroep om een bioscoop te bezoeken zijn volgens het onderzoek:

- ‘Het is een gezellig uitje met vrienden/familie’
- ‘Er is een film die ik wil zien’

¹ ‘Jong publiek in de bioscoop: Een onderzoek naar de bioscoopbeleving van jongeren en jongvolwassenen’. Stichting Filmonderzoek, Amsterdam 2016.

- 'Het is vermakelijk'
- 'De bioscoop beschikt over beter beeld en geluid'
- 'Een film komt beter tot zijn recht in de bioscoop'
- 'Het is ontspannend'

Verder kunnen vooral de filmgenres actie, spanning en humor rekenen op bezoekers van deze leeftijd.

3.2.4 Belangrijke aspecten bioscoopbeleving jongeren

Een bioscoop voorziet mensen in de behoefte van vermaak. Films zijn tegenwoordig veelvuldig (gratis) online te vinden en dat is, naast de bijkomende kosten, van een bioscoopbezoek de belangrijkste reden onder deze doelgroep om de bioscoop *niet* te bezoeken. Een belangrijke reden om toch naar de bioscoop te gaan in plaats van een film thuis te kijken is de beleving.

Er zijn meerdere aspecten te onderscheiden waarmee de beleving geoptimaliseerd kan worden. Dit kan bij de doelgroep jongeren van 16 tot 23 jaar volgens Stichting Filmonderzoek met name met:

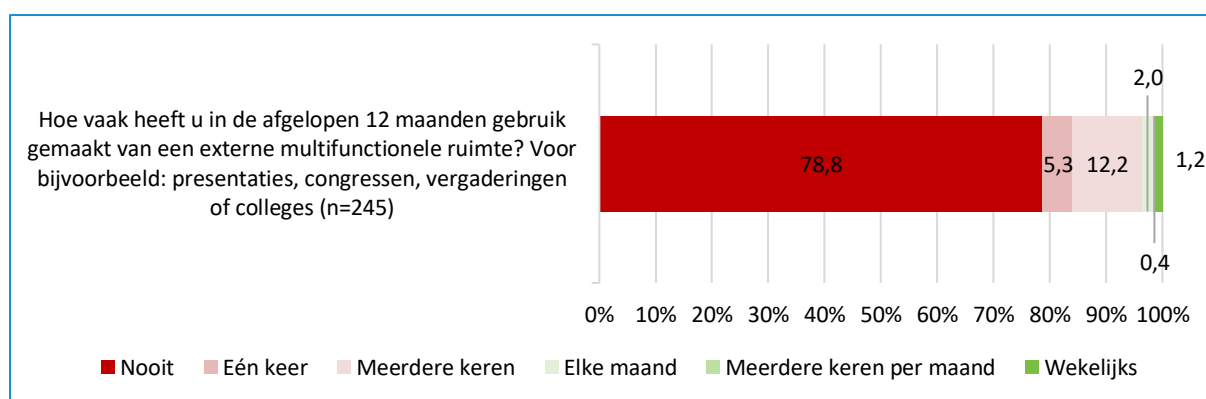
1. Kwaliteit beeld en geluid: bv. door het gebruik van nieuwe technieken zoals IMAX, 3D en Dolby Atmos.
2. Combineren van bioscoopbezoek met andere activiteiten: bv. met winkelen of een cafébezoek om zo ook bij te kunnen praten.
3. Service: bv. door luxere stoelen of het aanbieden van eet- en drinkservice tijdens de film
4. Evenementen: bv. ladies night of film marathon

3.3 Ondernemers

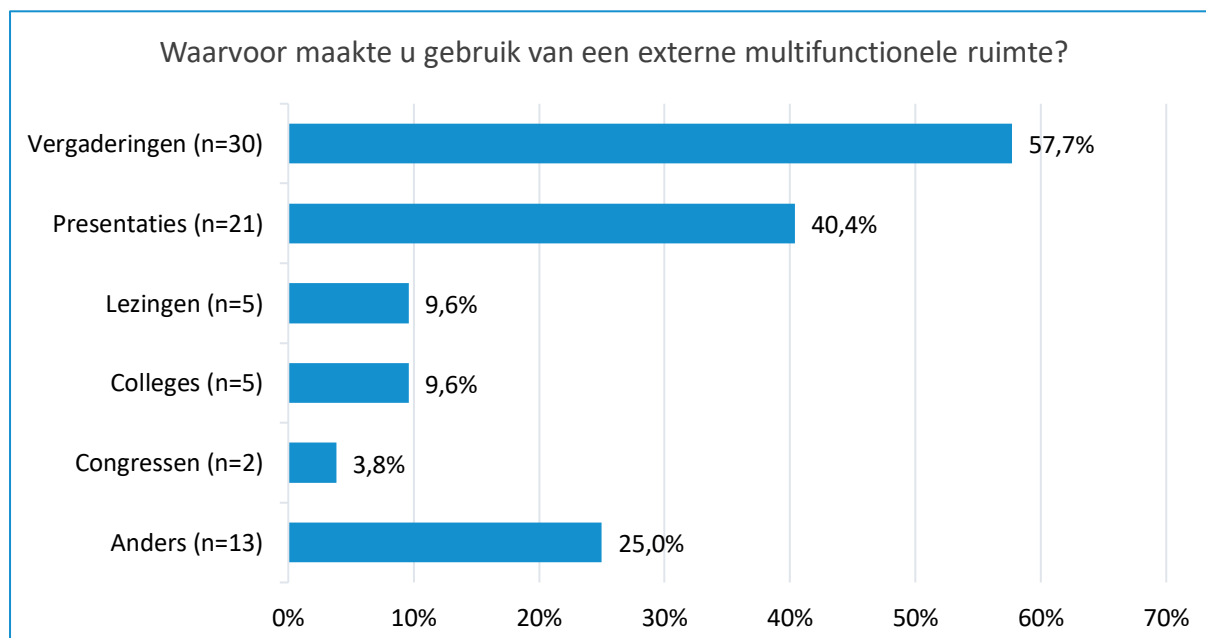
Om een beeld te krijgen van de behoeften onder (potentiële) zakelijke klanten zijn een aantal vragen opgenomen over wensen en behoeften voor een multifunctionele bioscoopzaal in de eveneens door Enneüs uitgevoerde Ondernemerspeiling voor de gemeente Druten in 2020. In de onderstaande grafische weergaves worden de antwoorden gepresenteerd die we aan deze doelgroep hebben voorgelegd aangaande de bioscoop.

3.3.1 Gebruik externe multifunctionele ruimtes

Uit figuur 10 is op te maken dat bijna 80% van de respondenten het afgelopen jaar *geen* gebruik heeft gemaakt van een externe multifunctionele ruimte; 12% heeft het afgelopen jaar meerdere keren gebruik gemaakt van zo'n ruimte.



Figuur 10 – Gebruik multifunctionele ruimten (bron: Ondernemerspeiling Druten 2020, Enneüs)

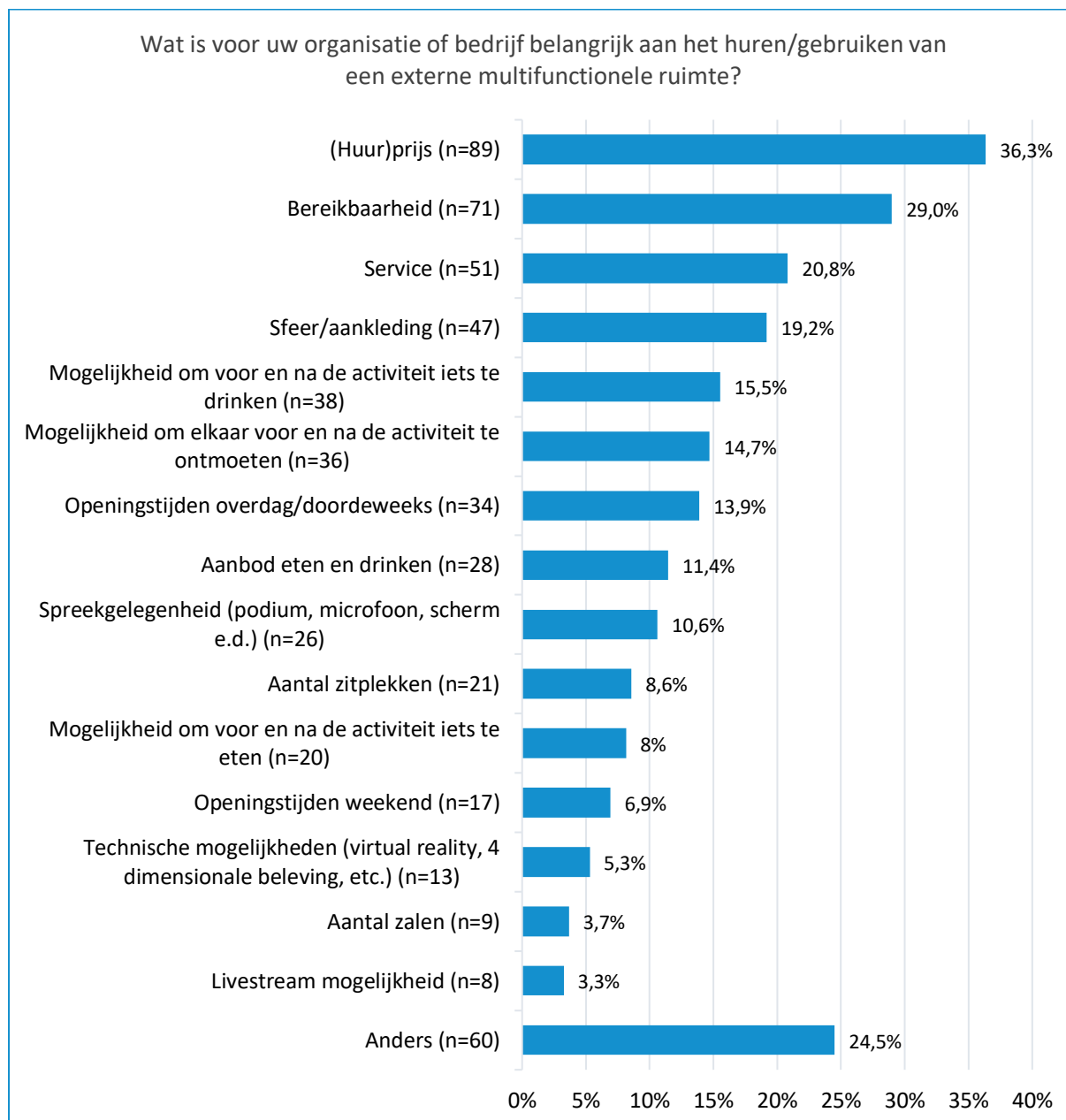


Figuur 11 – Reden gebruik multifunctionele ruimten (bron: Ondernemerspeiling Druten 2020, Enneüs)
 Bij de antwoordoptie 'anders' zijn de o.a. de volgende antwoorden gegeven: Trainingen (4x), Cursussen/workshops (2x).

Van de respondenten die het afgelopen jaar wél gebruik hebben gemaakt van een multifunctionele ruimte hebben 30 respondenten (58%) dit gebruikt voor een vergadering; 21 respondenten (40%) gebruikten dit voor een presentatie.

3.3.2 Belangrijke aspecten huren/gebruiken externe multifunctionele ruimte

Naast de gebruiksfrequentie, is ook nagegaan wat belangrijke aspecten zijn van het huren van een externe multifunctionele ruimte (zie figuur 12).

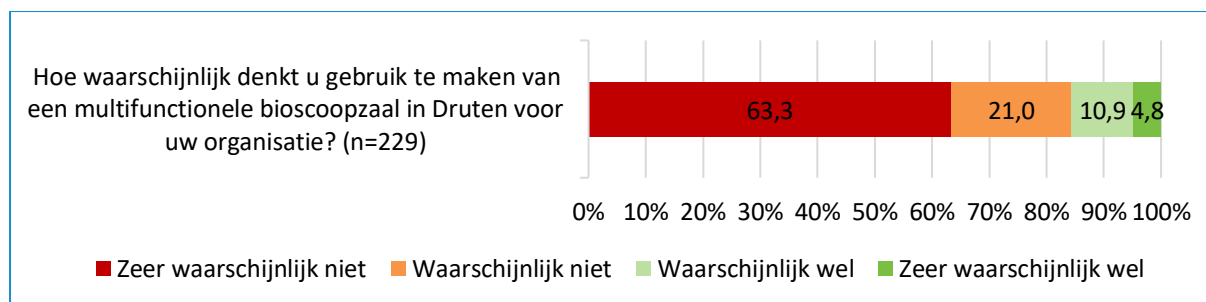


Figuur 12 – Belangrijke aspecten multifunctionele ruimten (bron: Ondernemerspeiling Druten 2020, Enneüs)
 Bij de antwoordoptie 'anders' zijn de o.a. de volgende antwoorden gegeven: Niet van toepassing (32x), Geen interesse (15x), Ruimte (1x), Av-apparatuur (1x), Wifi en flexibiliteit in activiteiten (1x).

De (huur)prijs van een multifunctionele ruimte is voor meer dan een derde van de respondenten een belangrijk aspect; ook de bereikbaarheid (29%) en service (21%) wordt belangrijk bevonden. Een livestream-mogelijkheid en het aantal zalen lijken de minst belangrijke aspecten te zijn.

3.3.3 Verwacht gebruikersgedrag multifunctionele bioscoopzaal Druten

Uit de gegeven antwoorden blijkt dat bijna 16% van de respondenten (zeer) waarschijnlijk gebruik gaat maken van een multifunctionele bioscoopzaal in Druten; 84% geeft aan hier (zeer) waarschijnlijk geen gebruik van te gaan maken.



Figuur 13 – Toekomstig gebruik multifunctionele ruimte Druten (bron: Ondernemerspeiling Druten 2020, Enneüs)

Voor het wel of niet gebruiken van een multifunctionele bioscoopzaal wordt door in totaal 98 ondernemers een toelichting gegeven. Veelgenoemde antwoorden zijn:

- Dat er simpelweg geen behoefte is aan een dergelijke ruimte. Hierbij geven respondenten bijvoorbeeld aan dat het bedrijf te klein is of dat het in de sector waar de onderneming zich in bevindt niet relevant is.
- Veel ondernemers geven aan dat zij geen behoefte hebben aan een dergelijke bioscoopzaal omdat zij een eigen ruimte hebben die geschikt is.
- Als er wel een externe ruimte gehuurd moet worden, geeft men aan dat de voorkeur dan uit gaat naar het huren bij een plaatselijke ondernemer, zoals een ondernemer in de plaatselijke horeca.
- Verder komt naar voren dat men D'n Bogerd al geschikt genoeg vindt en daarom geen behoefte heeft aan een multifunctionele bioscoopzaal.
- Tot slot is er een aantal respondenten die heeft aangegeven wel positief tegenover het concept te staan. Zij noemen voornamelijk dat het gebruik afhangt van de faciliteiten en de huurprijs.

3.4 Aanvullende suggesties inwoners/ondernemers

Naast de meer gesloten vraagstellingen, werd er ook volop ruimte gegeven om suggesties en aanvullende opmerkingen te plaatsen.

- In totaal hebben 195 inwoners gebruik gemaakt van deze mogelijkheid. Een deel van hen geeft aan een bioscoop in Druten overbodig te vinden; een deel van hen noemt zelfs dat het waarschijnlijk onhaalbaar is omdat er al genoeg aanbod in de omgeving is. Wel kaarten respondenten aan dat zij open staan voor het idee en het een aantrekkelijk concept vinden maar dat de prioriteit van de gemeente niet bij een bioscoop zou moeten liggen. Zij noemen dat er eerst andere dingen moeten worden verbeterd in de gemeente. Ook lijkt het filmaanbod een belangrijke factor te zijn. Men noemt dat het succes van de

bioscoop voornamelijk afhankelijk is van het aanbod. De meeste van deze respondenten geven aan de voorkeur te hebben aan recent uitgekomen films.

Tot slot geven voorstanders aan dat Druten, mocht de ontwikkeling er komen, de bioscopen in Beuningen en Wijchen als voorbeeld zou moeten nemen. Deze bioscopen worden als zeer prettig ervaren.

- In totaal hebben 59 ondernemers gebruik gemaakt van deze mogelijkheid. De ondernemers uit de gemeenten geven aan dat zij de realisatie van een nieuwe bioscoop onnodig vinden omdat D'n Bogerd deze functie al goed kan vervullen. Zij vinden dat het geld beter aan andere zaken besteed kan worden en zij verwachten dat een dergelijke bioscoopzaal in het vaarwater van dorpshuizen zou zitten. Mocht de bioscoop er wel komen, dan is het volgens ondernemers belangrijk om voor voldoende parkeergelegenheid te zorgen.

3.5 Voornaamste conclusies klantanalyse

Op basis van de analyse van de (beoogde) klanten, komen we tot de volgende voornaamste conclusies:

Particuliere markt/inwoners:

- De meeste respondenten (42%) hebben het afgelopen jaar één tot vijf keer een bioscoop bezocht. 28% van de respondenten is het afgelopen jaar niet naar een bioscoop geweest.
- Van de respondenten die het afgelopen jaar naar een bioscoop zijn geweest ging bijna driekwart (72%) naar de bioscoop in Beuningen; verder zijn de bioscoop in Wijchen (50%) en Pathé in Nijmegen (41%) bij relatief veel respondenten populair.
- Het filmaanbod is voor een bioscoopbezoek onder respondenten het belangrijkste aspect van een bioscoop: 90% van de respondenten vindt dit (zeer) belangrijk. Daarnaast zijn de openingstijden in het weekend (80%) en sfeer en aankleding (70%) belangrijk. Ook de nabije parkeergelegenheid voor de auto (80%) en fiets (73%) wordt voor een bioscoopbezoek als belangrijke aspecten gepercipieerd.
- Wat betreft het aanbod van eten en drinken in een bioscoop: 60% vindt het belangrijk om tijdens een film een hapje/drankje te bestellen. De mogelijkheid om voor en na de film iets te drinken (54%) wordt belangrijker gevonden eten voor en na de film (36%). Wat betreft de locatie worden bij D'n Bogerd/ naast de Rabobank genoemd als potentieel beste plek, vanwege onder meer de goede parkeergelegenheid.
- Als er een bioscoop in Druten komt, geeft 69% van alle respondenten aan (zeer) waarschijnlijk naar deze bioscoop te gaan. De meeste respondenten zouden één tot vijf keer vaker naar de bioscoop zouden gaan als er één in Druten komt (45%); een derde van de respondenten zou niet vaker naar de bioscoop gaan.

Jeugd:

- Het bioscoopbezoek van jonge kinderen (6 tot 11-jaar) is gemiddeld 2,6 keer per jaar; voor 12 tot 15-jarigen is dit 2,1 keer per jaar.
- Het bioscoopgedrag van jeugd tussen de 16 en 23 jaar wordt gekenmerkt door een (zeer) hoge bezoekersfrequentie: 6,4 keer per jaar.
- Jeugdigen associëren een bioscoopbezoek met vrijheid en zelfstandigheid. Zij zien een bioscoopbezoek als een zelfstandige uitgaansactiviteit, zonder ouderlijk toezicht.
- Jeugdigen zijn vooral aan te spreken op het beleavingsaspect bij een bioscoop; het aanbieden van goede kwaliteit van beeld en geluid, de combinatie van een bioscoopbezoek met andere activiteiten, service en evenementen (ladiesnight, marathons) zijn stimulerende factoren voor bioscoopbezoek voor de jeugd

Zakelijke markt/ondernemers:

- Bijna 80% van de zakelijke respondenten heeft het afgelopen jaar géén gebruik gemaakt van een externe multifunctionele ruimte. Als men een ruimte huurt, is de (huur)prijs van een multifunctionele ruimte een relatief belangrijk aspect.
- 16% van de zakelijke respondenten zou (zeer) waarschijnlijk gebruik maken van een multifunctionele bioscoopzaal in Druten; bijna twee derde geeft echter aan hier zeer waarschijnlijk geen gebruik van te gaan maken.
- Vooral door ondernemers wordt D'n Bogerd vaak genoemd, als locatie die op dit moment voorziet in de eventuele behoefte aan zo'n externe ruimte.

4 | Concurrentieanalyse

In dit derde en laatste analysedeel wordt gekeken naar de concurrentie (C van Competitors). Hierbij kijken we naar aanbieders die in eenzelfde klantbehoefte voorzien als de mogelijk te realiseren bioscoop in Druten. In de klantanalyse is uitgevraagd waar de doelgroep het afgelopen jaar naar de bioscoop is geweest en is reeds een eerste beeld gecreëerd van de spelers die actief zijn in de regio en als concurrent kunnen worden beschouwd.

Door gebruik te maken van andere bestaande bronnen wordt een nadere identificatie van de voornaamste concurrenten opgesteld. De concurrenten en het werkgebied worden in kaart gebracht en het profiel en de mate van specialisatie van concurrenten wordt geanalyseerd. De concurrentieanalyse betreft een analyse van de bioscopen die met vergelijkbare productmarktcombinaties in hetzelfde gebied actief zijn. De analyse is gebaseerd op verschillende bronnen waaronder de websites van de bioscopen, jaarverslagen en recente nieuwsartikelen.

4.1 Alternatieve bioscopen en aanbieders van films

Inwoners van de gemeente Druten maken, volgens het vragenlijstonderzoek, voornamelijk gebruik van Bioscoop Van Heemstrabaan, Cinema Roma, Pathé en Lux. Een nadere profilering per aanbieder volgt hieronder.

4.1.1 Bioscoop Van Heemstrabaan Beuningen

Bioscoop Van Heemstrabaan in Beuningen is een kleinschalige bioscoop met twee zalen. Het wordt ook wel een servicebioscoop genoemd omdat er de mogelijkheid is om tijdens de film eten/drinken te bestellen. De organisatie profileert zich als een luxebioscoop. Zo is er persoonlijke begeleiding naar de stoel, een tafeltje voor de stoel en is het mogelijk om via een knop eten/drinken te bestellen tijdens de film. De kleinschaligheid en de persoonlijke aandacht die de bioscoop biedt maakt de bioscoop aantrekkelijk. Dit maakt ook dat men in staat is om extra service te bieden aan gasten met een beperking (mindervaliden, slechthorenden, visuele beperking). De Van Heemstrabaan is gevestigd in Beuningen en zo'n 15 kilometer rijden met de auto of fiets vanaf Druten. Ook is de bioscoop goed bereikbaar met het openbaar vervoer vanaf Druten (25 min.).



4.1.2 Cinema Roma Wijchen

Bioscoop Cinema Roma in Wijchen is een kleinschalige bioscoop met drie zalen; ook hier is er de mogelijkheid om tijdens de film eten/drinken te bestellen. De organisatie profileert zich als een stijlvolle luxebioscoop. Zo is er persoonlijke begeleiding naar de stoel, een tafeltje voor de stoel en is het mogelijk om via een knop eten/drinken te bestellen tijdens de film. Daarnaast zijn de zalen en de lounge luxueus ingericht met stijlvolle ruime zitjes. De Cinema Roma is gevestigd in Wijchen en zo'n 20 kilometer rijden met de auto of fiets vanaf Druten. De bioscoop is minder goed te bereiken met het openbaar vervoer vanaf Druten (45 - 60 min.).



4.1.3 Pathé Nijmegen

Pathé is marktleider met vestigingen in heel Nederland. De vestigingen hebben over het algemeen zes tot negen zalen. Naast het aanbieden van films in bioscopen heeft Pathé ook een streamingdienst gelanceerd: Pathé Thuis en organiseert het regelmatig evenementen (zoals ladies night). Door de grootte van de organisatie is Pathé in staat om constant te innoveren om de beste filmbeleving te creëren. Daarnaast heeft het een ruim filmaanbod door het grote aantal bioscoopzalen. Naast het bieden van films in de bioscoop heeft Pathé ook streamingdienst Pathé Thuis. Via deze dienst kunnen mensen tegen een klein bedrag recent uitgekomen films thuis bekijken. Pathé profileert zich door te blijven vernieuwen. In Pathé Nijmegen, de dichtstbijzijnde locatie van de keten bij Druten, is zowel een zaal met Dolby Atmos met Laser Projectie (voor de beste kwaliteit beeld en geluid) als 4DX (4D film beleving). Deze locatie in Nijmegen is zo'n 28 kilometer rijden met de auto. De bioscoop is minder goed te bereiken met het openbaar vervoer vanaf Druten (60 – 75 min.).



4.1.4 Lux Nijmegen

Lux biedt een onafhankelijk en vrijzinnig podium in Nijmegen voor nieuwe ontwikkelingen in kunst, cultuur en media en profileert zich ook zodanig. Naast het aanbieden van films in bioscoopzalen, worden er ook theatervoorstellingen gehouden en is er de mogelijkheid om Lux films thuis te kijken. Naast het feit dat iedereen welkom is voor een bioscoopbezoek, theatervoorstelling of om bij Lux te flexwerken, richt het zich specifiek op het aanbieden van educatieve programma's voor het primair onderwijs, voortgezet onderwijs en het Mbo. Lux is naast een aanbieder van films ook een ontmoetingsplek met een ruim aanbod. Zo biedt het diverse programma's, van arthouse films en vlakkevloertheater, tot dans, muziek, debat en gesprek, en alle combinaties daarvan. Daarnaast is bij LUX ook een café-restaurant, waar de mogelijkheid is tot flexwerken, samenkomen, en napraten over films en voorstellingen. Met een kleinschalige en vernieuwende programmering hopen ze de bezoekers te inspireren en uit te dagen. Andere perspectieven te bieden en anders te kijken. Lux is gevestigd in Nijmegen en zo'n 25 kilometer rijden met de auto of fiets vanaf Druten. De bioscoop is redelijk goed te bereiken met het openbaar vervoer vanaf Druten (40 min.).



4.1.5 Filmhuis Den Bogerd Druten

Het Filmhuis Den Bogerd is een stichting met als doel het bieden van hoog gekwalificeerd, niet-commercieel filmaanbod. Het is een kleinschalige organisatie gerund door vrijwilligers. Films worden dan ook alleen om de dinsdag in de avond gedraaid. Filmhuis Den Bogerd richt zich met name op vrouwen in de leeftijd van 40 tot 70 jaar en heeft gemiddeld 70 bezoekers per film. Het filmaanbod kenmerkt zich door de volgende aspecten: kwaliteit, culturele en artistieke waarde, bijzondere maatschappelijke opvattingen en klassieke waarde. Hierin onderscheidt Filmhuis Den Bogerd zich van de meer commerciële bioscopen in de buurt. Het filmhuis maakt momenteel gebruik van de theaterzaal in D'n Bogerd gevestigd aan de van Heemstraweg in Druten. Het is dan ook goed bereikbaar voor de inwoners van Druten. Het filmhuis heeft de wens uitgesproken om gebruik te maken van een bioscoopzaal indien er één of meerdere bioscoopzalen in Druten gerealiseerd worden.

Filmhuis
Den
Bogerd



4.1.6 Streamingdiensten

Naast de fysieke bioscopen is er de laatste jaren een snelle ontwikkeling geweest van streamingdiensten. Waar eerder films veelal werden gehuurd van een videotheek kan men nu voor een vast bedrag per maand een ruim aanbod van films en series kijken bij verschillende streamingdiensten zoals Netflix, Videoland, Amazon Prime en Disney+. Ondanks dat de meeste films eerst te zien zijn in de bioscoop en pas later online worden aangeboden worden deze diensten veelvuldig gebruikt. Het voordeel van deze diensten is dat er een ruim aanbod van films wordt aangeboden tegen een relatief lage prijs en het toegankelijk is voor iedereen over de hele wereld. Vooralsnog lijkt het aanbod van streamingdiensten geen groot effect te hebben op het aantal bioscoopbezoeken. Uit onderzoek van ABN-AMRO (2019) blijkt juist dat mensen die vaak naar online filmdiensten kijken, ook relatief vaak naar de bioscoop gaan. Het voordeel van een bioscoop ten opzichte van een online dienst is vooral dat de film gelijk te zien is nadat een producent deze aanbiedt en de 'bioscoopbeleving': het aanbieden van films op een groot scherm met uitstekende beeld- en geluidskwaliteit.

4.2 Alternatieve aanbieders multifunctionele ruimten

Vanuit ondernemers lijkt er weinig behoefte te zijn voor een nieuwe bioscoop voor gebruik als externe multifunctionele ruimte. Van de ondernemers die aangaven het afgelopen jaar meerdere keren gebruik te hebben gemaakt van een externe multifunctionele ruimte, zijn er tien ondernemers die waarschijnlijk/zeker in de toekomst gebruik willen gaan maken van een multifunctionele ruimte. Geen van deze ondernemers geven aan dat een nieuwe locatie gewenst is. Men geeft aan dat zij terecht kunnen bij D'n Bogerd, bij de bioscopen in Beuningen en Wijchen of voor hun professie geen grote zaal nodig hebben. Onder ondernemers lijkt weinig draagvlak te bestaan voor een nieuwe bioscoop, wordt er kort ingegaan op de mogelijkheden bij de bestaande locatie Dn Bogerd voor ondernemers.

4.2.1 D'n Bogerd

D'n Bogerd (*"Theater, vergaderen, congressen en evenementen"*) beschikt over een tiental multifunctionele zalen waaronder een theaterzaal, diverse (vergader)zalen, de Boudewijn de Grootzaal en een foyer. D'n Bogerd richt zich voornamelijk op zakelijk publiek. Daarnaast ligt de focus op particuliere groepen die een geschikte ruimte zoeken voor een bepaalde aangelegenheid. Het ruime aanbod aan mogelijkheden is een kracht van D'n Bogerd. D'n Bogerd heeft zowel kleinere vergaderruimten als grotere zalen met groot scherm. Daarnaast is er de mogelijkheid voor koffie, lunches en borrels waardoor het geschikt is om een hele dag te huren. D'n Bogerd wil fungeren als het hart van Maas en Waal. D'n Bogerd is een grote vergader- en evenementenlocatie in het centrum van de regio aan de van Heemstraweg in Druten. Daardoor is het zowel voor ondernemers uit gemeente Druten als voor ondernemers in omliggende gemeenten goed bereikbaar met zowel de auto als het ov.



D'N BOGERD

De gemeente Druten heeft aangegeven dat het een mogelijkheid is om één of twee bioscoopzalen in D'n Bogerd te realiseren. Deze locatie wordt zoals eerder aangegeven al regelmatig gebruikt door Drutense ondernemers en wordt door veel gebruikers gezien als een goede locatie door zijn centrale ligging en goede bereikbaarheid. Daarnaast hebben ook inwoners van gemeente Druten de perceptie dat er voldoende parkeergelegenheid in de nabijheid is. Voor de realisatie van bioscoopzalen in D'n Bogerd is een verbouwing noodzakelijk.

4.3 Voornaamste conclusies concurrentieanalyse

Op basis van de analyse van het concurrerende veld, komen we tot de volgende voornaamste conclusies:

- Binnen het werkgebied zijn er diverse alternatieven beschikbaar, die ook verschillende profielen hebben en daarmee diverse doelgroepen aanspreken. Voor de particuliere doelgroep is er in de omgeving veel te kiezen.
- Binnen het werkgebied is variatie aanwezig in klein- en grootschaligheid van de bioscopen met betrekking tot het aantal zalen.
- Binnen het werkgebied zijn er twee alternatieven met specifieke aandacht voor luxe en service aan de particuliere doelgroep.
- Hoewel er dus diverse alternatieve opties zijn, geldt dat deze allemaal wat verder weg gelegen zijn en niet allemaal even goed (met het OV) bereikbaar.
- Streamingdiensten vormen een alternatief die kunnen voorzien in dezelfde klantbehoefte.
- Voor de lokale ondernemers geldt dat zij veelal ervaren dat als zij een externe locatie zouden willen huren, zij daarvoor bij D'n Bogerd een goede en vertrouwde aanbieder hebben met volop keuze in maatwerkaanbod.

5 | Conclusies en advies

In dit slothoofdstuk komen we allereerst tot een uiteenzetting van de voornaamste conclusies, opgesteld op basis van een SWOT-analyse. Nadat de voornaamste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen zijn benoemd, komen we tot een samenvattende conclusie en voortvloeiend advies over de door ons veronderstelde haalbaarheid van het concept op basis van de onderzoeksresultaten.

5.1 SWOT-Analyse

5.1.1 Sterktes

- Het concept speelt in op een markt die zich tot dusverre kenmerkt als groeimarkt; het aantal bioscoopbezoeken en de inkomsten per bioscoopbezoek zijn de afgelopen 10 jaar sterk gestegen.
- Hoewel er diverse alternatieve opties zijn, geldt dat deze allemaal wat verder weg gelegen zijn en niet allemaal even goed (met het OV) bereikbaar. De nabijheid (bereikbaarheid) zou dus een sterk punt zijn van het concept. Dat afstand een belangrijk aspect is, is ook terug te zien in de statistieken. Van de deelnemende inwoners uit de gemeente Druten gaat men voornamelijk naar de bioscoop in Beuningen (72%), Wijchen (50%) en Nijmegen (41%).
- Indien er gekozen wordt voor de realisatie van de bioscoop bij D'n Bogerd/naast de Rabobank kan de locatie gezien worden als sterkte. Deze locatie wordt namelijk genoemd als potentieel beste plek, mede vanwege de goede parkeergelegenheid.

5.1.2 Zwaktes

- Het concept voorziet als zodanig niet in een behoefte voor bijna twee derde van de zakelijke markt. Zij geven aan zeer waarschijnlijk geen gebruik van het concept te gaan maken. Slechts 16% van de zakelijke markt zou (zeer) waarschijnlijk gebruik maken van een multifunctionele bioscoopzaal in Druten.

5.1.3 Kansen

- Van alle deelnemende inwoners geeft 69% aan (zeer) waarschijnlijk naar de bioscoop in Druten te gaan als deze er komt.
- De meeste inwoners geven aan één tot vijf keer vaker naar de bioscoop te gaan als er één in Druten komt (45%); een derde van de inwoners zou niet vaker naar de bioscoop gaan.
- Aspecten die inwoners belangrijk achten aan een bioscoopbezoek zijn onder andere het filmaanbod (90%), openingstijden in het weekend (80%), de sfeer en aankleding (75%) en de mogelijkheid om tijdens de film eten of drinken te bestellen (60%).
- De jeugd is een aantrekkelijke doelgroep om op te focussen bij het realiseren van een bioscoop door de (zeer) hoge bezoekersfrequentie van 6,4 keer per jaar.
- Voor de lokale ondernemers geldt dat zij veelal ervaren dat als zij een externe locatie zouden willen huren, zij daarvoor bij D'n Bogerd een goede en vertrouwde horecaondernemer hebben met volop keuze in maatwerk aanbod.

5.1.4 Bedreigingen

- Bijna 80% van de zakelijke respondenten heeft het afgelopen jaar geen gebruik gemaakt van een externe multifunctionele ruimte. Als men een ruimte huurt, is de (huur)prijs van een multifunctionele ruimte een relatief belangrijk aspect.
- De bioscoopdichtheid is in Gelderland relatief hoog. Ook binnen het werkgebied zijn er diverse alternatieven beschikbaar, die ook verschillende profielen hebben en daarmee diverse doelgroepen aanspreken. Er is dus reeds wat te kiezen voor de particuliere doelgroep.
- Streamingdiensten vormen een alternatief die kunnen voorzien in dezelfde klantbehoefte.

5.2 Advies

Het haalbaarheidsonderzoek is een verkenning naar behoeften en wensen van inwoners en ondernemers uit de gemeente Druten om de mogelijkheid van een (nieuw) te realiseren (multifunctionele) bioscoop te onderzoeken. Deze rapportage met resultaten uit de haalbaarheidsstudie biedt een naslagwerk aan een exploitant met interesse in de realisatie van een bioscoopconcept in Druten.

Uit de totaalanalyse blijkt dat er een verschil is op te maken in de mate waarin de doelgroepen het concept interessant vinden. De meeste interesse komt van de inwoners van de gemeente Druten. Daarnaast zijn jongeren een belangrijke doelgroep om te overwegen in de positionering vanwege de relatief hoge bezoekfrequentie aan bioscopen. Vanuit de zakelijke markt in de gemeente Druten lijkt een beperkte interesse in het te realiseren concept in Druten.

Volgens onderzoek zijn voor inwoners, waaronder ook jeugdigen, een aantal zaken relevant gebleken in de overweging voor het realiseren van een bioscoop in Druten. Dit zijn met name:

- Bezoekersfrequentie
- Type bioscoop
- Bereikbaarheid

Wat betreft de bezoekersfrequentie komt uit het onderzoek naar voren dat de meeste inwoners uit de gemeente Druten de bioscoop denken te bezoeken als deze in Druten wordt gerealiseerd. Van alle deelnemende inwoners geeft 69% aan (zeer) waarschijnlijk naar de bioscoop in Druten te gaan als deze er komt. Als er een bioscoop in Druten zou zijn, denkt 45% van de inwoners één tot vijf keer vaker naar de bioscoop te gaan dan nu. Hierbij moet wel rekening worden gehouden met een bepaalde mate van overschatting: de daadwerkelijke bezoekfrequentie zal waarschijnlijk lager liggen. Vanuit het deskresearch onder jeugdigen komt naar voren dat jeugdigen tussen de 16 en 23 jaar gemiddeld 6,4 keer per jaar een bioscoop bezoeken. Dit is vergeleken met het gemiddelde van de totale bevolking (2,1) een relatief hoge bezoekersfrequentie, waardoor het een interessante doelgroep is om mee te nemen in de afweging.

Een ander belangrijk aspect is het type bioscoop. Uit het onderzoek komt naar voren dat de bioscoop van Heemstrabaan in Beuningen de meest bezochte bioscoop (72%) is door de inwoners uit de gemeente Druten. Dit is een kleinschalige bioscoop met twee zalen met de service van eten en drinken tijdens de film. Uit de resultaten komt verder naar voren dat 60% van de inwoners het belangrijk vindt om een hapje of drankje te bestellen tijdens de film. Ter ondersteuning aan dit resultaat noemen ook de voorstanders van de bioscoop dat een bioscoop in Druten een voorbeeld kan nemen aan de bioscoop in Beuningen (tevens Wijchen). Vanuit dit oogpunt kan een kleinschalig bioscoopconcept inclusief servicefunctie een interessante mogelijkheid zijn voor de realisatie van een bioscoop in

Druten. Daarnaast blijkt dat het filmaanbod (90%) een (zeer) belangrijke rol speelt onder inwoners. Dit moet in acht worden genomen voor het al dan wel of niet slagen van een hoge bezoekersfrequentie aan deze toekomstige bioscoop in Druten. Ook wordt vanuit de inwoners extra aangegeven dat het succes van de bioscoop voornamelijk afhankelijk is van het aanbod en dat men de voorkeur heeft aan recent uitgekomen films. Jongeren zijn, naast het filmaanbod en de service, met name geïnteresseerd in de kwaliteit van beeld en geluid en georganiseerde evenementen.

Ook de aanwezigheid van andere bioscopen in de nabijheid speelt een belangrijke rol in de keuze voor het realiseren van een bioscoop. De bioscoopmarkt heeft zich de afgelopen jaren gekenmerkt als een groeiemarkt met een landelijke stijging van het aantal bioscoopbezoeken naar 2,1 keer. De inwoners weten de weg naar omliggende bioscopen in de huidige situatie goed te vinden en lijken hiermee voorzien in hun behoefte. Een deel van de inwoners noemt dat het concept waarschijnlijk onhaalbaar is omdat er al genoeg aanbod in de omgeving is. Echter, voor deze bioscopen geldt dat ze allemaal wat verder weg gelegen zijn en niet allemaal even goed (met het OV) bereikbaar. De nabijheid (bereikbaarheid) van de bioscoop zou daarom een belangrijke reden kunnen zijn waarom 69% van de inwoners aangeeft de bioscoop wél te bezoeken als deze er komt. Een deel van de inwoners is geen voorstander van een realisatie van een bioscoop in Druten. Van alle ondervraagde inwoners denkt een derde niet vaker naar een bioscoop te gaan dan nu als deze er komt in Druten.

Kijkende naar de zakelijke markt blijkt dat ondernemers in de gemeente Druten nauwelijks geïnteresseerd zijn in een concept van een multifunctionele bioscoop; 84% geeft aan deze (zeer) waarschijnlijk niet te gaan gebruiken. Als ondernemers een externe ruimte zouden huren, doen zij dat bij voorkeur bij een prijstechnisch aantrekkelijke aanbieder. Ondernemers geven volop (spontaan) aan dat zij voor iets dergelijks met D'n Bogerd al een prima uitvalsbasis beschikbaar hebben. Van alle ondervraagde ondernemers uit de gemeente Druten geeft 16% aan waarschijnlijk gebruik te maken van een externe, multifunctionele ruimte.

Op basis van de totaalanalyse naar de haalbaarheid van een (multifunctionele) bioscoop in Druten kan gesteld worden dat er vanuit de particuliere markt interesse is. De onderzoeksresultaten kunnen echter niet bevestigen of dit voldoende zal zijn voor een sluitende exploitatie. Dit hangt in sterke mate af van de meer concrete uitwerking van de bioscoop, die vooralsnog niet voorhanden is. Ondanks een ontbrekende concrete uitwerking zijn reeds mogelijkheden geïnventariseerd met betrekking tot het toevoegen van één of meerdere bioscoopzalen aan wijkcentrum D'n Bogerd. Indien wordt besloten om een bioscoopvoorziening in Druten te realiseren, dragen inwoners én ondernemers een integratie in D'n Bogerd aan als voor de hand liggende optie voor de realisatie voor een bioscoop in Druten.

Uitgevoerd door



Bezoekadres

Sylviuslaan 5
9728 NS Groningen

Postadres

Postbus 473
9700 AL Groningen

Contactpersonen

Marline Wierenga, MSc.
Tessa Dekker, MSc.