

HEERENVEENSE BIOSCOOP WORDT ‘MET EEN FLINKE SCHEP ENERGIE’ IN NIEUW JASJE GESTOKEN

De Bios in Heerenveen ondergaat momenteel een volledige metamorfose. Met nieuwe eigenaren, een fris horecaconcept en een stevige verbouwing wordt er achter de schermen hard gewerkt aan een heropening. De nieuwe bedrijfsleiders Melle Bosma en Robin van der Werf willen van de bioscoop weer een plek maken waar je graag naartoe gaat - en niet alleen voor de film.



Toen Bosma en Van der Werf in het najaar van 2024 betrokken raakten bij de bioscoop in Heerenveen, hadden ze geen ervaring in de filmbranche. “Hoe run je een bioscoop? Voor ons allebei was dat helemaal nieuw,” vertelt Bosma. “We liepen drie maanden mee met de vorige eigenaar om de processen goed te leren kennen.” Hans Bosma, de vorige eigenaar die zelf al lange tijd actief is in de branche, stond op het punt te stoppen. De bioscoop zou de deuren sluiten, totdat de nieuwe eigenaar besloot het pand over te nemen.

Bosma en Van der Werf zagen samen met de nieuwe eigenaren veel potentie in het bestaande gebouw. “We zijn toen gaan nadenken: wat willen we ermee, wat willen we uitstralen, en waar denken we dat Heerenveen behoefte aan heeft?” Vanuit dat vertrekpunt maakten ze plannen. “We willen iets bijdragen aan een leefbaar Heerenveen,” zegt Van der Werf. “Er had ook iets anders in dit pand kunnen komen, maar er is bewust gekozen om het een bioscoop te laten. Heerenveen heeft geen andere bioscoop, dus dat is voor de stad belangrijk.”

In januari gingen de deuren dicht voor een grondige verbouwing. “In drie weken hebben we het hele gebouw casco gestript. Alles wat je kunt bedenken is eruit gehaald,” aldus Bosma. Van de vijf zalen worden er drie volledig vernieuwd, met nieuwe stoelen, schermen, projectoren en geluidssystemen. In drie zalen komen luxe recliners. “Daar was veel vraag naar: ‘krijgen jullie ook van die lekkere stoelen?’. Comfort, geluid en beeld: dat moet gewoon goed zijn. Als dat niet klopt, staan we al 1-0 achter. We krijgen alles nieuw zodat we kunnen meeconcurreren met de marktstandaard.”

Er werd uitgebreid marktonderzoek gedaan en experts werden betrokken om de plannen goed vorm te geven. De focus ligt niet alleen op film, maar op beleving. “We willen dat iedereen zich gezien voelt. Het moet gezellig zijn, een plek waar je graag komt. We willen een beetje je nieuwe vriend zijn.” Uit gesprekken met bewoners bleek een duidelijke behoefte: de bioscoop moet weer een avondje uit worden, geen plek waar je alleen een film kijkt en meteen weer vertrekt.

“Daarom hebben we ook een nieuw horecaconcept. Hospitality staat bij ons echt hoog in het vaandel.” In het vernieuwde gebouw komt bovenin een nieuwe bar, voorlopig ‘skybar’ genoemd. “We gaan ervoor zorgen dat mensen een film bezoeken en daarna gezellig blijven hangen.” Deze skybar moet ook toegankelijk zijn zonder filmbezoek. “‘s Avonds kan het muziekvolume omhoog, het wordt een plek waar we ook een feestje gaan bouwen.” Qua aanbod kiest de bioscoop vooral voor de grotere titels, maar er is ook ruimte voor arthousefilms. “Dinsdagavond wordt filmhuisavond, dat is vooral een oudere doelgroep belangrijk. Daarnaast zijn er in Heerenveen veel gezinnen, dertigers met kinderen. We hebben natuurlijk geen invloed op het filmaanbod, maar we zetten erop in om ook hen te bedienen. Je kunt straks ook bij ons je kinderfeestje vieren. Dan is er nog de doelgroep jongeren, van ongeveer 17 t/m 25. Die staan er bekend om dat ze moeilijk binnen te halen zijn, maar wij zijn positief gestemd dat dat ons gaat lukken. We trekken ze nu al veel aan op social media en we gaan voor hen echt een beleving maken met een hapje, een drankje, een goede plek om foto’s te maken. We willen het echt *Instagrammable* maken.”

Een precieze openingsdatum wordt nog niet genoemd, maar de verwachting is medio dit jaar. Tot die tijd kunnen liefhebbers de verbouwing op de voet volgen op het actieve Instagramkanaal van de bioscoop. Er komt ook een nieuwe naam, die bij de opening bekend wordt gemaakt. “We willen van die opening echt iets groots maken,” zegt Van der Werf. “Een soort Heerenveen Filmfestival Spektakel. Zo is ook onze huisstijl en campagne, die je nu al kunt zien op de nieuwe gevel, lekker schreeuwend met roze en groen. We merken dat het nu al de talk of the town is. Mensen willen al langskomen terwijl we nog niet eens open zijn.”

De twee kersverse bioscoopbrancheleden zien hun gebrek aan ervaring juist als voordeel. “Wij kunnen er met een frisse blik en veel optimisme naar kijken. Na corona was het voor veel bioscopen lastig, maar er zijn echt manieren om het weer aantrekkelijk te maken. Je moet er alleen wel een flinke schep energie in stoppen!”

© NVBF. Beeld: De Bios Heerenveen. Tekst: Evelien Sinke.