

VUE CINEMAS ZET IN OP LUXE EN BELEVING MET NIEUWE FLAGSHIPBIOSCOOP IN AMSTERDAM

Joost Ligthart, de kersverse general manager van Vue Cinemas, staat aan het roer van een aantal grote ontwikkelingen binnen de keten.
De meest opvallende ontwikkeling is de nieuwe ‘vlaggenschip-bioscoop’ in de Houthavens in Amsterdam, die rond september de deuren opent. De ruwbouw is al klaar, en de komende maanden wordt gewerkt aan de inrichting, van de elektrisch verstelbare stoelen tot de bar tot het retailconcept.

Na eerdere successen in o.a. Den Bosch, Amersfoort en Nijmegen zijn nu ook in Deventer alle stoelen vervangen door recliners, en na Pasen is de foyer en het volledige retailgedeelte vernieuwd. “Datzelfde willen we nog gaan doen in Alphen aan den Rijn,” zegt Ligthart. “En met een schuin oog kijken we naar Hoogeveen, maar dat wordt naar verwachting niet dit jaar.”

Het nieuwe bioscoopcomplex in Amsterdam krijgt naast de eerder genoemde recliners ook ultraluxe versies die op dit moment nog niet op de markt zijn. “Ze zijn anderhalf keer zo groot als de gebruikelijke, met een ingebouwde koeler. Een soort businessclass-ervaring zoals in een vliegtuig.’, zegt Ligthart. De luxe uitstraling beperkt zich niet tot de stoelen: het volledige concept draait om beleving. “We willen een breed publiek aanspreken, maar tegelijkertijd luxe, kwaliteit en comfort toevoegen. We voelen dat daar nu echt een markt voor is.”

Het aanbod wordt afgestemd op bezoekers die misschien maar een of twee keer per jaar naar de bioscoop gaan, maar voor wie die ervaring dan wel uitzonderlijk goed moet zijn. Of die nu helemaal niet naar de bioscoop gaan, maar bijvoorbeeld eerder naar een restaurant. "Als we deze mensen kunnen verwennen, komen ze misschien vaker."

Zeker met de grote blockbusters die in 2025 en 2026 verschijnen, zoals *Wicked: For Good* en *Avatar 3: Fire and Ash*, hoopt Vue dat publiek te verleiden om vaker een bioscoopavond in te plannen.

Om deze doelgroep te verwelkomen, komen in Amsterdam drie zalen voor groepen van 10 tot 12 personen, met ultraluxe stoelen en een bijpassend assortiment van luxe wijnen en hapjes. Daarnaast zijn er twaalf reguliere zalen, variërend van 30 tot 200 stoelen, met verschillende soorten zitcomfort om alle doelgroepen te bedienen, want Vue wil een breed publiek binnenhalen en “niet iedereen heeft dezelfde portemonnee.”

Ook op het gebied van retail wordt een vernieuwingsslag gemaakt. “We hebben een bedrijf opdracht gegeven om ons retailaanbod kritisch tegen het licht te houden: wat verkopen we eigenlijk, en is dat wat onze bezoekers willen?” Ligthart merkt op dat het standaardaanbod in de bioscopen – cola, chips, autodrop – misschien niet meer voldoende is. “Dat moet toch wel wat inventiever en creatiever kunnen. We onderzoeken nu samen met een bedrijf gespecialiseerd in retailconcepten andere mogelijkheden, zoals vers bereid eten.”

De innovaties van Vue beperken zich niet tot Nederland. In Engeland heeft de keten recent een nieuwe ultraluxe bioscoop geopend in Swindon. Deze wordt als voorbeeld gebruikt voor de verdere uitrol in Nederland. Uiteraard met aanpassingen naar de wensen van de Nederlandse bezoeker.

Wat sowieso blijft, is de focus op verse popcorn. “Daarin zijn we uniek in Nederland. Waar popcorn vaak in grote balen wordt ingekocht en in een bak wordt gedaan, poppen wij het nog vers in de bioscoop zelf. Dat zorgt niet alleen voor een betere smaak, maar ook voor die herkenbare bioscoopgeur.”

Kortom, Vue trekt alles uit de kast om de bezoeker in de watten te leggen. Ligthart: “Een bioscoopbezoek is wat ons betreft niet meer gewoon een film kijken en dan naar huis – het moet echt een avondje uit zijn.”

© NVBF. Beeld: Vue Cinemas Nederland. Tekst: Evelien Sinke.