

Het tweede leven van Videoland

01-04-2015 12:44

De televisieserie Zwarte Tulp is sinds deze week in zijn geheel te zien bij Videoland. Niet door een dvd te huren in de lokale videotheek, maar via het vernieuwde en bovenal digitale Videoland dat vorig jaar zomer werd geïntroduceerd. En nog gratis ook, aangezien geïnteresseerden het abonnement een maand kosteloos kunnen uitproberen. Allemaal om het merk opnieuw op de kaart te zetten.

Videoland verhuurt al films sinds 1979. De retailer begon met VHS en betamax-band en groeide met name in de jaren tachtig hard in het aantal vestigingen. In 1985 werd de eerste winkel van grote concurrent MovieMax geopend, dat eveneens in no-time honderden vestigingen had. In 2006 gingen de twee samen verder, maar zagen ze tot hun afgrijzen dat mensen de deur niet meer uitgingen om een film te huren. Het aantal franchisewinkels liep hard terug, waardoor er bij het faillissement in 2010 waren nog maar 251 van de circa zevenhonderd over waren.

Dat faillissement blijkt echter het startschot voor het tweede leven van Videoland. Veel franchisers weigeren afscheid te nemen van hun winkel, maar verdwijnen de laatste jaren één voor één uit de winkelstraat. Tussen 2003 en 2013 liep het aantal winkels per honderdduizend inwoners terug van 7,5 naar twee. De digitale tak is na het faillissement echter afgesplitst van de fysieke winkelketen. Co Mast, oprichter van MovieMax, zag nog brood in Videoland On Demand, Movie MAX Online en meJane.com, dat in 2002 als eerste aanbieder van legale, online huurfilms werd geïntroduceerd. En met hem RTL Nederland, dat in de zomer van 2013 65 procent van de aandelen in het bedrijf verwerft.

Video Unlimited

Samen introduceerden ze bijna een jaar terug Video Unlimited als een zelfstandig platform voor het kijken van

films en series, zonder tussenkomst van een TV-provider. De 'man achter de balie' die wekelijks tien tot vijftien films bekeek om zijn klanten te kunnen adviseren is volgens Mast nu vervangen door een systeem met een 'Search & Recommendations'-functionaliteit. Die geeft tips op basis van het kijkgedrag van de gebruiker en van andere bezoekers met soortgelijke profielen en hun reviews. "De man achter de balie is de gelijkgezinde medegebruiker achter het scherm geworden", aldus Mast.

Videoland Unlimited telde bij de lancering zo'n 150 duizend voorinschrijvers. Daarvan zijn er bij de lancering van Zwarte Tulp zo'n honderdduizend over, Alleen zijn het nu betalende abonnees. Een snelle rekensom leert dat de 'retailer' jaarlijks twaalf miljoen euro kan incasseren. Een schijntje vergeleken met de 108 miljoen euro omzet in het topjaar 2005. Maar daar waren honderden fysieke vestigingen voor nodig.

Netflix, goed voor een jaaromzet van 4,4 miljard euro, heeft naar verluidt zo'n miljoen gebruikers in ons land en kent een vanaf-prijs die iets onder die van Videoland ligt (7,99 euro). De Amerikanen maakten in 2013 bovendien als eerste dienst alle afleveringen van een nieuwe serie online beschikbaar en creëerde daarmee het fenomeen 'bingewatching'. Zijn abonnees keken eerder dit jaar nog reikhalzend uit naar de lancering van het derde seizoen van House of Cards en dat leverde Netflix ongekend veel free publicity in ons land op.

Videoland probeert dat kunststukje nu te herhalen met zijn Zwarte Tulp, waarvoor bekende acteurs als Anna Drijver, Huub Stapel en Benja Bruijning zijn opgetrommeld. De serie over een familievete in de Bollenstreek moet de 'House of Cards van Videoland' worden om de comeback van de nieuwe videotheek na vijf jaar te verzilveren.