

# Beleidsplan Filmtheater Hilversum 2015 - 2018



## **INHOUD**

	<b>blz</b>
<b>1 INLEIDING</b>	<b>3</b>
<b>2 MISSIE EN VISIE</b>	<b>4</b>
<b>3 WAAR STAAN WE VOOR</b>	<b>4</b>
<b>4 MIDDELEN</b>	<b>5</b>
<b>5 OMGEVINGSANALYSE</b>	<b>6</b>
<b>6 DOELEN</b>	<b>7</b>
<b>7 CONCRETE PLANNEN 2015 - 2018</b>	<b>8</b>

# 1 INLEIDING

November 2014,

Het Filmtheater Hilversum heeft de laatste jaren in haar nieuwe gebouw aan het Herenplein een aanzienlijke groei doorgemaakt, niet alleen in bezoekersaantallen maar ook qua organisatie. Nu is het de tijd om dit succes te consolideren maar vooral ook nieuwe ambities te formuleren.

Dit strategisch plan is een logisch gevolg op de bereikte resultaten in de afgelopen tien jaar, gelijk aan de ontstaansgeschiedenis van ons nieuwe gebouw met drie zalen:

2004 - 2008 : planning en realisatie van het nieuwe Filmtheater.

2009 - 2014 : borgen van de organisatie, de veiligheid en het gebouw.

In deze laatste periode heeft een nieuw bestuur zich voor een belangrijk deel gericht op verdere professionalisering van het Filmtheater door de organisatie opnieuw in te richten en te borgen.

Middels dit plan geeft het bestuur van het Filmtheater Hilversum vorm aan haar visie, ambities en strategische keuzes voor de komende 4 jaar. Om onze ambities meetbaar te maken formuleren wij een aantal doelstellingen. Om deze te verwezenlijken is een actieplan ontwikkeld. Daarnaast is er "on going awareness" over tal van lopende zaken die onze aandacht hebben maar niet in dit plan worden beschreven.

Wij zijn ervan overtuigd dat de goede kwaliteit van ons aanbod en de plezierige gastvrije sfeer in het Filmtheater, uitgedragen door een grote groep belangeloos werkende vrijwilligers, er toe zal bijdragen dat wij onze goede naam zullen behouden en verbeteren. Tevens gaan wij ervan uit dat het strategisch beleid ambitieus genoeg is om onze positie als belangrijke culturele speler, door middel van samenwerking met andere instellingen zowel binnen als buiten de gemeente Hilversum, te versterken.

In dit strategisch plan staat veel beschreven. Dat hoort bij een steeds professionelere organisatie. Ondertussen mogen we de wortels van de stichting niet vergeten: een niet aflatende support van mensen, het vele werk door mensenhanden, ruimte voor vrije interpretatie waarin altijd plaats is voor creatieve geesten. Dit alles ter ondersteuning van ons primaire proces, het vertonen van kwaliteitsfilms: want daar draait het allemaal om!

Namens het bestuur van Filmtheater Hilversum,

Marc Aijtink,  
Voorzitter

## **2 MISSIE EN VISIE**

In de statuten van het Filmtheater, zoals vastgesteld in 1995, staat onze missie verwoord: "het bevorderen van het begrip en de kennis van de filmkunst als een culturele uiting, zulks in de ruimste zin". Nu, 20 jaar later, staat dit uitgangspunt nog steeds overeind. Behalve dit primaire proces van het vertonen van kwaliteitsfilms, biedt het Filmtheater een gastvrije verblijfslocatie voor onze bezoekers en is het een gewilde organisatie voor vrijwilligers om zich voor in te zetten.

Ons doel c.q. visie is de goede naam als gastvrij Filmtheater en plezierige vrijwilligersorganisatie de komende jaren verder uit te bouwen.

Onze ambitie is o.a. een verdere groei van het bezoekersaantal naar 125.000 bezoekers in 2018, waarbij groei een resultante is van kwaliteit die we bieden, geen doel op zich.

Verder ambiëren wij een verdere versterking van onze positie als belangrijke culturele speler in Hilversum o.a. door het initiëren van culturele verbindingen, het naar de wijk brengen van film en het nemen van een voortrekkersrol in de realisatie van Herenplein tot cultuurplein van Hilversum.

## **3 WAAR STAAN WE VOOR**

Voor het Filmtheater geldt dat er sprake is van een sterk extern gerichte cultuur. Deze cultuur kenmerkt zich door een externe focus met een flexibele inzet. Het Filmtheater werkt bijzonder klantgericht.

De volgende termen zijn van toepassing om de identiteit van het Filmtheater te beschrijven:

- Informeel
- Kwalitatief hoogwaardig
- Gezellig
- Diversiteit in bezoekers
- Goede resultaten
- Samenwerken
- Gastvrij
- Inzet en betrokkenheid
- Maatschappelijke binding

In de interne cultuur van de vrijwillige medewerkers spelen vooral aspecten als zingeving, betekenisgeving en identiteit een rol, zij geven namelijk de motivatie van de vrijwillige medewerkers weer.

Deze motivatie bestaat uit:

- Passie voor film
- Sociale contacten
- Iets voor de gemeenschap willen betekenen
- Afwisseling voor dagelijkse werkzaamheden/bezigheden
- Interactie
- Proces van werken
- Groepsgevoel
- Waardering

## **4 MIDDELEN**

Een gedegen financiële huishouding met een gezonde dag tot dag bedrijfsvoering is een zeer belangrijke pijler van onze organisatie. Daarnaast zijn we dankbaar voor een jaarlijks terugkerende subsidie van de Gemeente Hilversum die het ons mogelijk maakt om de educatieve en sociale taken die het Filmtheater zich ook ten doel stelt te kunnen uitvoeren. Deze subsidie proberen wij zo herkenbaar mogelijk terug te geven aan de inwoners van Hilversum.

Belangrijk uitgangspunt van onze stichting is een laagdrempelige prijsstelling zodat het bezoeken van onze kwaliteitsfilms voor een zo groot mogelijke groep bereikbaar is. Daarentegen is ook het borgen van een goede inkomstenstroom van groot belang. Ons gevarieerde aanbod als ook de goede programmering zorgen voor een grote toestroom van filmbezoekers. Voor het filmaanbod zijn we echter afhankelijk van de door de distributeurs uit te geven filmtitels, er zijn nu eenmaal jaren met minder sterke films en daarmee de kans op minder betalende bezoekers. Dat onderstreept het belang van het genereren van verschillende inkomstenstromen zoals via versterking van onze horeca en/of het exploiteren van de merknaam Filmtheater Hilversum.

## 5 OMGEVINGSANALYSE

### **Sterke punten van het Filmtheater (interne analyse)**

- Veel bezoekers (verwachting 2014: 115.000) door breed assortiment aan kwaliteitsfilms
- De goodwill als vrijwilligersorganisatie
- De uitstraling van de merknaam Filmtheater Hilversum
- Financieel solide
- Goede locatie, huisvesting en bereikbaarheid (OV en P nabij)
- Groot aantal vrijwilligers (120)
- Kleine staf (slagkracht / financieel oogpunt)
- Goede relatie staf en bestuur
- Verzorgingsgebied hoog opgeleid; relatief veel bezoeken per inwoner (1,6 VNG rapport)
- Best bezochte culturele voorziening Hilversum (zie bijlage 6)
- Goede relatie met de politiek en gemeente dankzij contacten bestuur
- Goede reputatie bij film distributeurs
- Technologisch zijn we up-to-date met gelijkwaardige theaters. We draaien met nieuwe modern digitale apparatuur die ook geschikt is om 3D films te draaien
- Jaarlijks terugkerend eigen filmfestival.

### **Zwakten van het Filmtheater (interne analyse):**

- Te weinig gebruik maken van de specifieke kwaliteiten van onze vrijwilligers
- Verschil in commitment en verschil in snelheid van werken tussen de vrijwilligers
- Gebrek aan marketing informatie (bijvoorbeeld over doelgroepen)
- Jonger publiek wordt niet voldoende bereikt
- Horeca aanbod wordt beperkt door wat we van vrijwilligers willen en kunnen vragen, evenals door de huidige lay-out van de keuken.
- Borging continuïteit (bij risico uitval i.v.m. kleine staf).

### **Kansen voor het Filmtheater (externe analyse)**

- Verdere uitbreiding van maatschappelijke taken (educatie jong en oud)
- Cultuurplein en samenwerking hebben nu breed draagvlak bij de politiek, momentum!
- Bij ontwikkeling van City tot culturele instelling evt. een 4<sup>e</sup> zaal erbij voor gebruik Filmtheater. Te gebruiken voor special events, uitbreiding programmering of draaien 35 mm films.
- Groei van het aantal inwoners (jongeren) is voorspeld (zie bijlage 1)
- Hoogopgeleide bevolking met overwegend grote culturele interesse biedt kans op nieuwe doelgroep, een deel daarvan bereiken we nog weinig, bijvoorbeeld expats van internationale bedrijven in Hilversum (zie bijlage 5)
- Uitbreiding assortiment horeca en optimaliseren service verhoogt omzet en versterkt totaalbeleving avondje uit.
- Filmtheater Hilversum duidelijker profileren als organisatie, laten zien wat wij doen en daarmee mensen aan ons blijven binden.

**Bedreigingen voor het Filmtheater (externe analyse):**

- Films worden bekeken via andere media bv Netflix. Jongeren willen kijken wanneer het hen uitkomt.
- Verloedering van de directe omgeving zorgt voor gevoelens van onveiligheid en daardoor minder bezoek aan het Filmtheater (zie bijlage 3).
- Wegvallen bezoekers door komst nieuwe bioscoop en upgraden plein Langgewenst
- Eventueel wegvallen subsidie, bezuiniging op cultuur
- Het kleiner worden van de huidige bezoekersgroep (45-55) jaar door de bevolkingsopbouw van Hilversum (zie bijlage 1).

Uit de omgevingsanalyse blijkt dat het goed gaat met het Filmtheater. Het Filmtheater heeft zeer sterke kwaliteiten en dat biedt vele kansen. Daarentegen hebben wij zeker oog voor de zwaktes en eventuele gevaren. Om die te weerstaan en om toekomstbestendig te zijn, hebben een aantal zaken extra aandacht nodig. De belangrijkste daarvan krijgen prioriteit en staan verwoord in onderstaande zes doelen.

## **6 DOELEN 2015 – 2018**

1. Programmering veiligstellen
2. Doelgroep uitbreiden
3. Maatschappelijke verantwoordelijkheid versterken
4. Vrijwilligers optimaal inzetten
5. Gebiedsinrichting actief beïnvloeden
6. Financieel inzicht vergroten
7. Verdere profilering Filmtheater Hilversum

## 7 CONCRETE PLANNEN

### 1. Programmering veiligstellen

- Borgen van de kwaliteit van de programmering: analyse maken van wat die kwaliteit bepaalt en hoe kan je dat monitoren
- Idee van flexibeler programmering uitwerken met name voor het langer laten draaien van succesvolle films
- Ter aanvulling van de programmering nieuwe ideeën voor events bedenken.

### 2. Doelgroep uitbreiden

- Aanboren nieuwe groepen bezoekers evenals meer uitnutten van bestaande doelgroepen
- Beter inzicht in omzet per voorstelling en tijdslot/ dag
- Werkgroep instellen hoe de jongere beter te bereiken (opzetten methodiek hiervoor).
- Marketingstrategie opzetten om doelgroepen te bereiken
- Inzicht verkrijgen in behoeften en tevredenheid bezoekers
- Sociale media meer uitnutten

### 3. Maatschappelijke verantwoordelijkheden versterken

- Uitbreiding maatschappelijke taken
- Opzetten werkgroep film educatie jongeren met nadruk op meer kansarme jongeren
- Filmtheater naar de wijk brengen.

### 4. Vrijwilligers optimaal inzetten

- Aannamebeleid vrijwilligers bewaken
- Optimaler gebruik maken van de talentendatabank
- Inzicht vergroten in tevredenheid vrijwilligers
- Professionalisering huidige vrijwilligerscorps.

### 5. Gebiedsinrichting actief beïnvloeden

- Met mogelijke participanten (ook MKB) om de tafel om een plan te ontwikkelen en die vervolgens in de Gemeenteraad te krijgen voor gebiedsontwikkeling plein, een 'go' krijgen op het plan. Wellicht de locatie aan de overkant bijstaan met kennis en/of een zaal huren om ze te helpen de locatie levensvatbaar te maken/houden.
- Momentum gebruiken in de politiek (zie sterke punten interne analyse).

### 6. Financieel inzicht vergroten

- Introductie meerjarenbegroting
- Ratio's/kengetallen opstellen om resultaten en financiën te meten en af te zetten tegen gangbare normen
- Risico's in kaart brengen van eventueel wegvallen subsidie.

### 7. Verdere profilering Filmtheater Hilversum

- Via structurele promotie helder maken wat onze culturele en maatschappelijke identiteit is
- Communicatieplan opstellen.

**In samenspraak met de zakelijk leider worden jaarlijks de prioriteiten vastgesteld, op basis waarvan de zakelijk leider een jaarplan opstelt.**