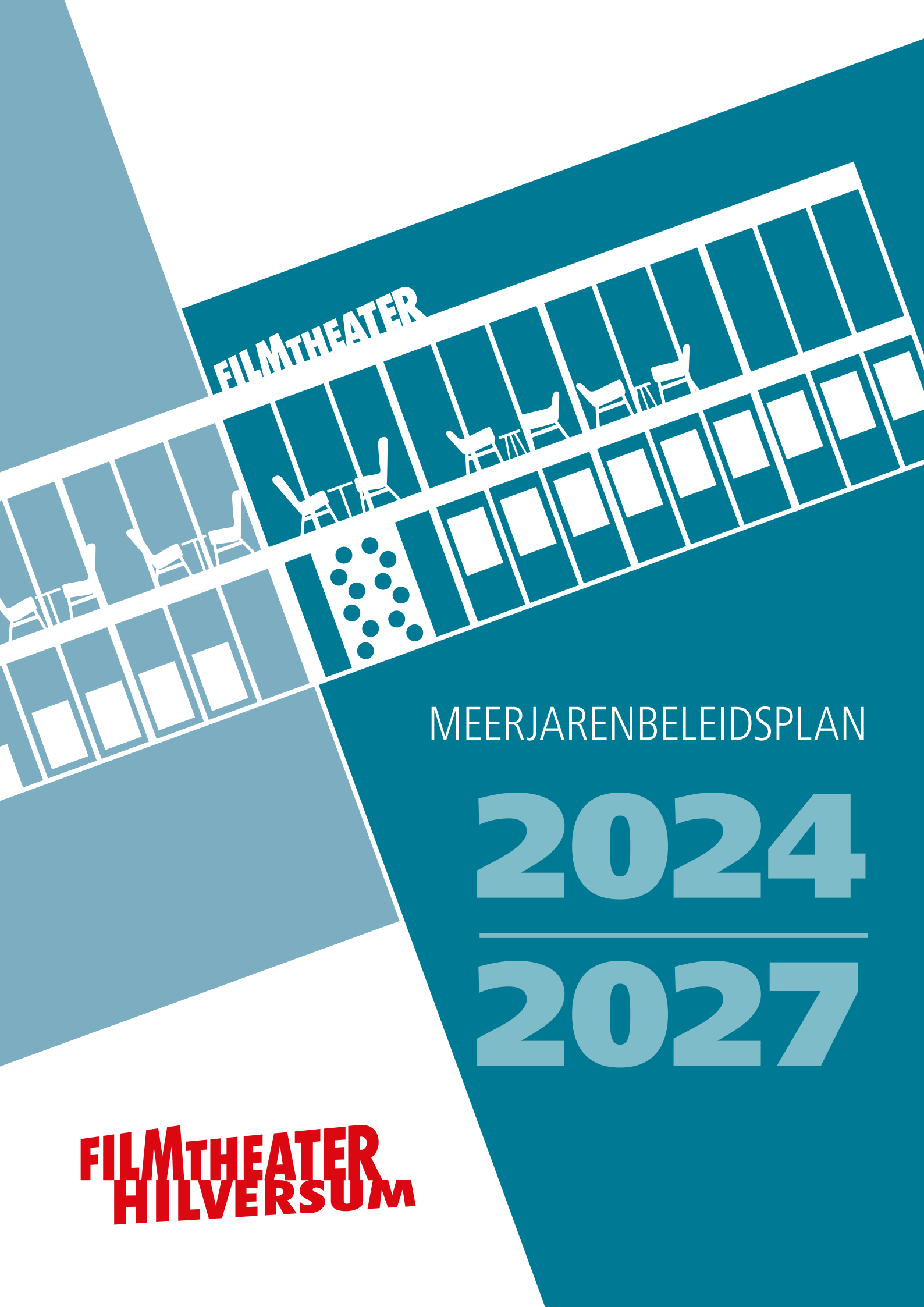




FILMTHEATER

MEERJARENBELEIDSPLAN

2024

2027

**FILMTHEATER
HILVERSUM**

Inhoud

- 3** Inleiding
- 4** Filmtheater Hilversum, geliefde plek in het hart van de mediastad
- 5** Trends en ontwikkelingen
- 10** De kracht van film: een filmtheater van, voor en door alle Hilversummers
- 16** Marketing en publiek
- 18** Een duurzame en stevige bedrijfsvoering



INLEIDING

In het hart van dé mediastad van Nederland is Filmtheater Hilversum gevestigd. Ons filmtheater is in 1972 opgericht door inwoners van Hilversum en heeft vanaf dag één een sterke binding met de stad. Mede dankzij de inzet van ruim tweehonderd betrokken vrijwilligers ontvingen we in 2019 een recordaantal van 142.500 bezoekers; een voortzetting van de groei die we zagen in de jaren ervoor. Met die groei nam ook de druk op het gebouw toe: het is niet berekend op het ontvangen van zoveel bezoekers. Terwijl de vraag vanuit het publiek, het onderwijs en samenwerkingspartners alsmaar toeneemt, moesten we steeds vaker 'nee' verkopen.

Een aantal jaar geleden zijn we daarom gestart met plannen maken voor uitbreiding op de huidige locatie. De ontwerpsetsen lagen klaar en de business case werd opgesteld. Toen brak de pandemie uit en moesten we noodgedwongen onze plannen in de ijskast zetten. Nu corona naar de achtergrond is verdwenen, de culturele sector opkrabbelt en bezoekers ons weer weten te vinden, durven we met vertrouwen naar de toekomst te kijken. In 2024 wordt begonnen met de langgekoesterde uitbreiding van het filmtheater: twee nieuwe filmzalen en een ruimere foyer. Dit biedt vanaf 2025 veel meer mogelijkheden in de programmering, zoals het tonen van een grotere diversiteit aan films, ruimte geven aan films die tijd nodig hebben om hun weg naar het publiek te vinden of films die juist een groot publiek trekken langer laten draaien (een grote wens van onze bezoekers).

Het biedt ook volop kansen voor speciale programmering, gericht op het bereiken van een diverser publiek. Met twee extra filmzalen kunnen we met (nog) meer lokale partners inhoudelijk samenwerken en inspelen op de vraag van specifieke doelgroepen. De vergroting van de capaciteit maakt het tegelijkertijd mogelijk om de ambitie om meer leerlingen van Gooise scholen de kracht van film te laten ervaren en jong talent een podium te bieden. En het creëert ruimte om bijeenkomsten van culturele en maatschappelijke partners, die aansluiten bij onze missie, te faciliteren.

In dit Meerjarenbeleidsplan nemen we je mee in onze vernieuwingsplannen. We benoemen trends en ontwikkelingen die relevant zijn voor onze ambities. En maken vervolgens inzichtelijk hoe Filmtheater Hilversum de komende jaren een rol van betekenis kan blijven spelen voor de stad. Met de nieuwe mogelijkheden kunnen we onze ambities realiseren en verstevigen we onze positie als plek waar film liefhebbers elkaar ontmoeten en kunnen genieten van kwaliteitsfilms van over de hele wereld. Een plek om trots op te zijn. Een parel voor de stad. Een filmtheater voor alle Hilversummers!

Christian Taal
Directeur-bestuurder



Filmtheater Hilversum, geliefde plek in het hart van de mediastad

Hilversum is, met ruim 93.000 inwoners en een verwachte groei richting 100.000 inwoners in 2050¹, een stad van betekenis in het Gooi. Als dé plek waar de Nederlandse omroepgeschiedenis begon, is Hilversum een echte mediastad; het welbekende Mediapark en Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid zijn er gevestigd en je vindt er vele makers op het gebied van media. Hilversum is daarnaast de thuisbasis van het toonaangevende Metropole Orkest en het Radio Filharmonisch Orkest. Ook instellingen als popodium De Vorstin, Museum Hilversum en Dudok Architectuur Centrum dragen bij aan een cultureel diverse stad.

In het hart van deze stad is Filmtheater Hilversum gevestigd. Bijzonder is de sterke binding met Hilversum: het filmtheater is in 1972 opgericht door inwoners van de stad zelf en wordt nog altijd gedragen door maar liefst 210 betrokken vrijwilligers; onze belangrijkste ambassadeurs. Dagelijks heten zij onze bezoekers welkom en ook de kaartverkoop en horeca zijn bij onze vrijwilligers in goede handen.

In 2019 bracht een recordaantal van 142.500 bezoekers² een bezoek aan Filmtheater Hilversum. Hiermee is het filmtheater één van de best bezochte van Nederland. Sinds de vestiging aan het Herenplein in 2008 zijn de bezoekersaantallen verdubbeld. In vergelijking met overige regio's is het publiek in Hilversum en omgeving groot film liefhebber met gemiddeld vijf bezoeken per jaar (landelijk: 2,2 bezoeken). Maar liefst 56% van de inwoners van Hilversum bezoekt jaarlijks minimaal één keer het filmtheater en daarbij waarderen inwoners van Hilversum een bezoek aan Filmtheater Hilversum het hoogst van alle culturele uitjes in de stad³.

Film lééft in Hilversum, en dat is niet voor niets.

Missie:

Filmtheater Hilversum is dé plek waar film liefhebbers elkaar ontmoeten. Dit bereiken wij door het aanbieden van een prikkelende en relevante (rand) programmering en door een toegankelijke en gastvrije verblijfslocatie te zijn. De stichting is een krachtige en financieel gezonde vrijwilligersorganisatie en een belangrijke speler binnen het culturele veld van het Gooi.

Visie:

Filmtheater Hilversum wil een culturele ontmoetingsplek in de mediastad zijn, waar een veelzijdig en verdiepend filmaanbod en gastvrijheid centraal staan, en wil dit toegankelijk maken voor iedereen.



¹ Bron: Hilversum in Cijfers, gemeente Hilversum.

² Met name hoog opgeleide, welgestelde inwoners (60+) en tweeverdieners met kinderen (30-55 jaar) weten het filmtheater goed te vinden.

Bron: Het publiek van Filmtheater Hilversum, 2022, EMC Cultuuronderzoeken.

³ Bron: Burgerpanel 2021, Pelling Cultuur, I&O Research.

De uitbreiding: letterlijk ruimte geven aan de ambities

Filmtheater Hilversum breidt uit op de huidige locatie met twee filmzalen en een ruimere foyer. In het ontwerp van MOOST Architect neemt het aantal stoelen in de zalen toe van 247 naar circa 375 en is sprake van een verdubbeling van het aantal zitplaatsen in de foyer.

Het toevoegen van twee extra filmdoeken biedt vanaf 2025 veel meer mogelijkheden in de programmering. Niet alleen is het mogelijk om een grotere diversiteit aan films te tonen en om films die een langere aanlooptijd hebben of die juist een groot publiek trekken langer te laten draaien (een grote wens van onze bezoekers), het biedt ook volop kansen voor speciale programmering, gericht op het bereiken van een diverser publiek. Met twee extra filmzalen kunnen we met (nog) meer lokale partners inhoudelijk samenwerken en inspelen op de vraag van specifieke doelgroepen (zie § 4.1). De vergroting van de capaciteit maakt het tegelijkertijd mogelijk om de ambitie om meer leerlingen van Gooise scholen de kracht van film te laten ervaren (zie § 4.3) en jong talent een podium te bieden, te realiseren. En het creëert ruimte om culturele en zakelijke bijeenkomsten van partners, die aansluiten bij onze missie, te faciliteren (zie § 4.2).

Door extra ruimte, meer zitplaatsen en mogelijkheden voor aantrekkelijke horeca kan Filmtheater Hilversum - nog meer dan nu al het geval is - die ontmoetingsplek in de stad zijn met ongedwongen sfeer, waar je graag komt om met elkaar na te praten over de film, waar je je 'gewoon' welkom voelt om te genieten van een kop koffie of biertje. Of waar je, daar waar het aansluit op onze doelstellingen, terecht kunt als lokale vereniging, bedrijf en organisatie voor een filmvoorstelling, bijeenkomst of borrel.

Een vernieuwd Filmtheater Hilversum zorgt daarnaast voor een belangrijke stedenbouwkundige impuls van het Herenplein. Samen met onze burens creëren we een intiem en levendig plein met groen, terrassen, fietsparkeren en een betere aansluiting op de Herenstraat. Met onze ruime openingstijden dragen we bij aan een veilig uitgaansgebied.

Een kans is om, bij de herinrichting van de Kerkbrink, de uitstraling door te trekken naar de Herenstraat en het Herenplein. Zo ontstaat een culturele as van instellingen en activiteiten die elkaar versterken.



Te verwachten groei

Filmtheater Hilversum heeft nog een groot marktpotentieel in het Gooi⁴. De opkomst van streamingdiensten heeft de belangstelling voor film(kunst) zelfs vergroot en wereldwijd groeit filmbezoek nog steeds. Daarnaast leren de ervaringen met uitbreidingen en vernieuwingen bij andere filmtheaters ons dat vernieuwd aanbod meer vraag creëert.

In 2007 trok Filmtheater Hilversum met één filmzaal al 49.000 bezoekers; na de verhuizing naar het Herenplein liep dat in 2009 op naar 88.000 bezoekers met drie filmzalen. Tot aan de coronapandemie bleven de cijfers jaarlijks stijgen: in 2019 ontvingen we een recordaantal van 142.500 bezoekers. De verwachting is dat we met vijf filmzalen de komende jaren kunnen doorgroeien naar 170.000 jaarlijkse bezoekers.

Met de beoogde uitbreiding kan Filmtheater Hilversum ook in de toekomst een rol van betekenis blijven spelen op het gebied van film voor alle inwoners van de stad, haar culturele, educatieve en maatschappelijke functie ten volste benutten en een belangrijke impuls geven aan de aantrekkelijkheid en levendigheid van het stadscentrum.



⁴ Bron: Het publiek van Filmtheater Hilversum, 2022, EMC Cultuuronderzoeken.

Trends en ontwikkelingen

Bij het bepalen van onze koers en het samenstellen van programma's kijken we niet alleen naar wat er speelt in Hilversum, maar ook in de filmbranche en culturele sector in het algemeen. Hieronder schetsen we op hoofdlijnen enkele relevante trends en ontwikkelingen met betrekking tot publiek, programma en cultuurbeleid.

Herstel na corona

- De coronapandemie zorgde voor een sterke daling van de omzet van bioscopen en filmtheaters door de verplichte sluitingen en andere beperkende maatregelen. Streamingdiensten profiteerden juist van de lockdowns en lieten een nog snellere omzetgroei zien dan in de jaren daarvoor. Deze groei zet echter niet door: de markt raakt verzadigd. Streamingdiensten hebben te maken met een teruglopend aantal abonnees en zien zich genoodzaakt abonnementsprijzen te verhogen.
- In 2022 zag de branche het begin van het herstel. Het aantal bioscoop- en filmtheaterbezoeken nam weer toe, al bleef het nog ruim beneden het peil van voor de pandemie. Naar verwachting zal de sector nog enige tijd nodig hebben om op het niveau van 2019 te komen.

Publiek en programma

- Ondanks de alomtegenwoordigheid van schermen in huis en de populariteit van streamingsdiensten, hebben bioscopen en filmtheaters hun aantrekkingskracht niet verloren. Een groot doek, indrukwekkend geluid, de donkere zaal en de gezamenlijke beleving bieden veel mensen een waarde die filmkijken thuis niet heeft. Filmtheater Hilversum heeft in 2023 state-of-the-art laserprojectoren – die ook energiezuinig en daarmee duurzamer zijn – en een nieuwe geluidsinstallatie aangeschaft om het publiek de beste ervaring te kunnen geven.
- Film is in vergelijking met andere culturele bestemmingen nog altijd een laagdrempelig en betaalbaar avondje uit, al heeft de consument te maken met gestegen kosten voor energie en levensmiddelen.
- Sinds de digitalisering van de filmtechniek (waarbij zware filmrollen niet meer de standaard zijn) is het eenvoudiger en goedkoper geworden om films in roulatie te brengen en te vertonen. De afgelopen jaren kwamen steeds meer films uit in bioscopen en filmtheaters waardoor films zich in korte tijd moeten bewijzen en elkaar verdringen.



- Waar voor de commerciële bioscopen de exclusieve bioscoopbeleving een belangrijk wapen is om consumenten te blijven trekken, geldt voor filmtheaters nog altijd dat het creëren van een bijzondere verblijfsplek en het bieden van gedeelde ervaringen een bezoek aantrekkelijk en onderscheidend maakt. Die meerwaarde en behoefte is na de pandemie alleen maar groter geworden.
- Om het publiek deze gedeelde sociale en culturele ervaringen te bieden, zetten filmtheaters steeds meer in op speciale programmering, naast de reguliere filmvertoningen. Films worden van context voorzien door makers of experts, thema's uit de film worden uitgediept en het gesprek tussen bezoekers wordt gestimuleerd. Daarbij wordt aansluiting gezocht tussen wat leeft in de directe omgeving en samengewerkt met diverse partners om (potentiële) doelgroepen zo goed mogelijk te bedienen. Ook in de programmering van Filmtheater Hilversum is dit een van de pijlers. Daarvoor wordt samengewerkt met vele partners in de stad en daarbuiten. De uitbreiding biedt volop mogelijkheden het publiek meer speciale programmering te bieden (zie § 4.1).
- Daarnaast is het – ook voor filmtheaters – van belang om een plek in te nemen in het online filmlandschap. De afgelopen jaren, en met name tijdens de coronapandemie, is uitgebreid geëxperimenteerd in het land van filmfestivals en filmtheaters met hybride filmprogrammering: het zowel online als offline aanbieden van film en randprogramma's. Ook Filmtheater Hilversum is aangesloten bij landelijke initiatieven op dit terrein. Zo maakt de streamingdienst Picl het mogelijk om films die op dat moment in het filmtheater vertoond worden of uit roulatie zijn online te bekijken.

Cultuurbeleid

- In landelijk, regionaal en lokaal cultuurbeleid is steeds meer aandacht voor diversiteit en inclusiviteit. Verschillende perspectieven en geluiden verrijken het cultuuraanbod in meerdere opzichten en maken cultuur voor iedereen uitnodigend en toegankelijk. De opdracht aan de culturele sector is om hier oog voor te hebben en dit tot uitdrukking te laten komen in onder meer personeelsbeleid en programmering. Ook gemeente Hilversum ziet het belang in van cultuur voor alle Hilversummers en heeft dit tot speerpunt van beleid gemaakt.
- De rijksoverheid onderstreept in recent beleid nogmaals dat het maken en ervaren van cultuur begint bij cultuureducatie, al op jonge leeftijd. Stimuleringsprogramma's als Cultuureducatie met Kwaliteit en kenniscentra als de regionale Filmhubs worden voortgezet. Ook Gemeente Hilversum investeert de komende jaren extra in cultuureducatie, zowel binnen- als buitenschools en voor alle leeftijden. De gemeente ziet cultuureducatie als de basis om kinderen en jongeren te enthousiasmeren voor kunst en cultuur. Filmtheater Hilversum onderschrijft dit en zet in de komende beleidsperiode actief in op het bereiken van leerlingen met filmeducatie (zie § 4.3).



Vrijwilligersbeleid

- Landelijk is het voor vrijwilligersorganisaties steeds moeilijker om voldoende vrijwilligers aan zich te binden. Veel mensen willen zich nog graag inzetten als vrijwilliger, maar vaak ontbreekt het aan tijd. Structureel een dagdeel in de week vrijwilligerswerk doen is voor veel mensen niet meer haalbaar. Filmtheater Hilversum merkt voornamelijk geen afname in de belangstelling voor het vrijwilligerswerk. Sterker nog, er geldt een wachtlijst voor belangstellenden en het verloop is laag. Dit is echter niet vanzelfsprekend en de aantrekkelijkheid van vrijwilligerswerk bij ons moet doorlopend worden onderhouden.
- De betrokkenheid van vrijwilligers verandert gestaag; dat is landelijk zo, maar ook te merken in Filmtheater Hilversum. De oudere generatie vrijwilligers heeft veelal een sterke binding met het filmtheater en voelt zich medeverantwoordelijk voor de ontwikkeling van de organisatie. De nieuwe generatie vrijwilligers (van een jongere leeftijd) volgt het filmtheater met belangstelling, maar houdt meer afstand tot de organisatie en is minder bereid deel te nemen aan bijvoorbeeld werkgroepen. De bereidheid voor deelname aan korte projecten, zoals events, is bij alle vrijwilligers ongewijzigd.
- Veel vrijwilligersorganisaties streven naar een diverse en inclusieve samenstelling van de vrijwilligerspool; zo ook Filmtheater Hilversum. Onze vrijwilligerspopulatie is een afspiegeling van onze grootste doelgroep, hoogopgeleide inwoners van Hilversum in de leeftijd van 50+. Dat maakt onze pool nog te weinig divers, ondanks diverse initiatieven die we hiertoe hebben ondernomen (zoals werkplekken voor statushouders, mensen met een beperking, re-integrerende mensen, etc.). In de komende beleidsperiode onderschrijven we de Code Diversiteit en Inclusie en streven we ernaar om de principes toe te passen (zie hfd. 6), zodat we geleidelijk een betere afspiegeling van de Hilversumse samenleving vormen en kunnen leren van elkaar.



De kracht van film: een filmtheater van, voor en door alle Hilversummers

Film is kunst, film prikkelt en entertaint. Film zet aan tot denken, opent het gesprek en biedt verrassende perspectieven op de wereld. Al meer dan vijftig jaar toont Filmtheater Hilversum de kracht van film in al haar facetten door ruim baan te geven aan het beste wat de wereldcinema te bieden heeft. Meer dan de helft van de inwoners van Hilversum bezoekt ons jaarlijks en in de regio is film een zeer geliefd uitje vergeleken met andere regio's⁵.

Het dagelijks vertonen van kwaliteitsfilms van over de hele wereld is en blijft deze planperiode de kern van ons programma. Maar met een alsmaar groeiend aanbod van première en klassiekers, de populariteit van alternatieve content (zoals concerten en balletvoorstellingen op het witte doek), de behoefte aan filmeducatie en een toenemende vraag vanuit de stad om samen te werken, liggen er volop kansen om een groter en breder publiek te bereiken. Met meer filmzalen kunnen we naast een breder aanbod ook onze best bezochte films vaker vertonen; een grote wens van ons publiek.

De komende jaren breiden we onze activiteiten en programma's uit, leggen we sterker de nadruk op de maatschappelijke betekenis van film en versterken we onze sociale functie in de stad (zie § 4.2). Ook investeren we in het bereiken van leerlingen uit Hilversum en omgeving met filmeducatie (zie § 4.3). Met speciale programmering voorzien we in de grote behoefte van bezoekers aan gedeelde ervaringen en beleving én op de uiteenlopende wensen van een divers publiek (zie § 4.1).

4.1 Film is kunst én een gespreksstarter

Welbekend is de artistieke betekenis van film: Filmtheater Hilversum toont de nieuwste kwaliteitsfilms van over de hele wereld en vele hoogtepunten van internationaal toonaangevende filmfestivals als Cannes, Berlijn en Toronto. In totaal gaat het om zo'n vierhonderd titels per jaar, waaronder actuele documentaires over de meest uiteenlopende onderwerpen en de beste films van documentairefestival IDFA.

Uiteraard ontbreken ook klassiekers niet in onze programmering, regelmatig in de vorm van een retrospectief waarin één maker of genre centraal staat. Voor film liefhebbers met (klein)kinderen zijn het hele jaar door kinder- en familie-films te zien. In de schoolvakanties maken kinderen een eigen stop-motion-animatiefilm in workshops die we in samenwerking met Cinekid aanbieden.



⁵ Bron: Burgerpanel 2021, Peiling Cultuur, I&O Research.

En wanneer een bezoek aan het Herenplein een keertje niet lukt, is het mogelijk de nieuwste films te bekijken via onze online filmzaal Picl. In de nieuwe planperiode verkennen we daarnaast of we aan kunnen sluiten bij een andersoortige streamingdienst waarin filmtheaters online speciale programma's aanbieden en onderzoeken we de mogelijkheden om Virtual Reality-aanbod te integreren in het programma.

Samenwerking en co-creatie

Wat Filmtheater Hilversum, en filmtheaters in het algemeen, onderscheidt van de commerciële bioscoop is de aandacht die uitgaat naar programma's die het gesprek met en tussen bezoekers stimuleren. Bij het samenstellen van deze programma's sluiten we aan bij onderwerpen die leven in de stad en doelgroepen die in Hilversum sterk vertegenwoordigd zijn. We werken hiervoor met talloze lokale en regionale partners samen.

Uit recent doelgroeponderzoek⁶ komt duidelijk naar voren waar groei en verbreding van ons publiek kansrijk is (zie hfd. 4). Bestaande, succesvolle programma's zetten we in de komende beleidsperiode voort, maar om nieuwe groepen te bereiken gaan we het experiment aan: met nieuwe samenwerkingen, het brengen van andersoortige films of specials en waar mogelijk geven we doelgroepen zelf een stem in de programmering. Daarvoor werken we samen met sleutelfiguren uit de verschillende communities (zie kader hieronder voor een overzicht van programma's).

Om nieuwe groepen (zie ook hfd. 5) kennis te laten maken met ons filmtheater komen we letterlijk ons gebouw uit om de wijken in te gaan met een programma-aanbod dat aansluit bij de behoeften van specifieke doelgroepen. Zo laten we zien wat we te bieden hebben, ontdekken we wat mogelijk drempels zijn en raken we in gesprek met ons nieuwe publiek. We investeren in de benodigde techniek om filmvertoningen op een externe locatie laagdrempelig en eenvoudig mogelijk te maken. Gekoppeld hieraan smeden we nieuwe partnerships met organisaties en stichtingen die goed geworteld zijn in de wijken, zoals welzijnswerkers, buurtregisseurs en coördinatoren van wijkhuizen.

Ook voor de jongere inwoners van de stad willen we relevant en aantrekkelijk zijn en blijven. Dat doen we met een gevarieerd programma en door ons in te spannen om een aantrekkelijke ontmoetingsplek te zijn, waar je ook fijn kunt verblijven zonder een film te bezoeken. Met Hilversumse jongeren cureren we filmavonden, zoals een terugkerende filmavond waar de liefde voor film gevierd wordt of juist een avond voor een specifieke groep jongeren waarin een thema centraal staat.

Een greep uit onze specials en samenwerkingen:

- Een talkshow over film- en beeldcultuur met toonaangevende gasten uit de Nederlandse filmindustrie en mediawereld i.s.m. boekhandel Libris Voorhoeve.
- Speciale voorstellingen in samenwerking met lokale partners zoals de reeksen Film & Architectuur i.s.m. Dudok Architectuur Centrum, Boek & Film i.s.m. Bibliotheek Hilversum en Film & Religie i.s.m. de lokale kerken.
- Diverse filmcursussen over filmgeschiedenis, filmanalyse en regisseurs.
- Vertoningen voor een niet-Nederlands publiek met Engelse ondertiteling; expat cinema voorstellingen.
- Films voor de LHBTQIA+ gemeenschap i.s.m. Gooi & Vecht Inclusief.
- Een terugkerende filmspecial, geprogrammeerd in samenwerking met een klankbordgroep van Hilversumse jongeren in samenwerking met stichting Hilversummers.nl.
- Een filmavond voor een specifieke doelgroep waarin een thema of viering centraal staat. Zoals een Iftar-viering waarin film het gesprek voedt over bijvoorbeeld het thema migratie en hoe een plek te vinden in de samenleving.
- Films over actuele maatschappelijke onderwerpen met een verdiepend nagesprek, zoals onze terugkerende special Movies that Matter On Tour.
- Inleidingen en nagesprekken met filmmakers, acteurs/actrices of experts.
- Aansluiten bij lokale actuele gebeurtenissen en thema's, zoals een filmprogramma op maat rondom Hilversum 600 in samenwerking met lokale partners als Beeld & Geluid en de Historische Kring.
- Het verlevendigen van de stad met evenementen zoals onze openluchtvoorstellingen tijdens Film by Night.

⁶ Het publiek van Filmtheater Hilversum, 2022, EMC Cultuuronderzoeken.

4.2 Huiskamer voor de stad

Filmtheater Hilversum is niet alleen een huis voor film(kunst), maar ook een huiskamer voor de stad. Een culturele ontmoetingsplek waar bezoekers 364 dagen per jaar, de gehele dag door, welkom zijn. Voor een mooie film in één van de zalen of in de openlucht op het Herenplein, een festival, een interessante inleiding of een kop koffie met iets lekkers of een spontane ontmoeting met vrienden. Het programma - er is altijd wat te beleven - en het gebouw - sfeervol, licht en uitnodigend - faciliteren de ontmoeting en het gesprek tussen bezoekers van allerlei leeftijden en achtergronden.

Sociale functie

Filmtheater Hilversum heeft nadrukkelijk ook een sociale functie. Als culturele instelling in het hart van de stad dragen we actief bij aan de levendigheid, sociale cohesie en vitaliteit van Hilversum. Deze functie bouwen we de komende jaren verder uit, zodra de uitbreiding de daarvoor noodzakelijke ruimte - in het pand en op het doek - biedt. De maandelijks ontmoetingen die seniorenvereniging SENVER organiseert voor hun leden in de foyer, de filmclub waar honderden film liefhebbers elkaar maandelijks treffen en de jaarlijkse Kerstbrunch voor alleenstaanden blijven behouden. Daarnaast breiden we vanaf 2025 onze samenwerkingen met maatschappelijke verenigingen en organisaties uit, zoals met Versa Welzijn.

En ook dit is een manier om doelgroepen die ons nu niet vanzelfsprekend weten te vinden een voet over de drempel zetten bij Filmtheater Hilversum.

Een culturele huiskamer

Filmtheater Hilversum is een culturele huiskamer: een toegankelijke plek waar je kunt ontspannen, geïnspireerd raakt en anderen kunt ontmoeten. Om dit onderscheidende kenmerk kracht bij te zetten breiden we onze foyer uit met meer zitplaatsen en verhogen we het niveau van service en beleving. Onze horeca is naast een belangrijke bron van inkomsten ook van groot belang bij het verleiden en binden van (nieuw) publiek. In de komende jaren vernieuwen we gefaseerd ons horeca-aanbod, waarbij variatie en duurzaamheid (vegetarisch/ veganistisch aanbod) belangrijke doelstellingen zijn. We werken met vrijwilligers en beschikken over een kleine keuken, wat maakt dat we een beperkt assortiment hebben met focus op een hapje en snack. De komende planperiode breiden we ons aanbod van film & food-arrangementen (gekoppeld aan specifieke voorstellingen of evenementen) verder uit en experimenteren we met het aanbieden van een drankje inbegrepen bij de ticketprijs.

Met deze ambities ontstaat, nog meer dan nu, een plek waar iedereen zich welkom voelt, of je nou individueel komt of in gezelschap. Met een relaxte sfeer die uitnodigt om voor of na de film te verblijven, genieten van een drankje of iets kleins om te eten, waar je een boek kunt lezen of met anderen kunt afspreken. Ook als lokale vereniging, bedrijf en organisatie kun je bij ons terecht voor een filmvoorstelling, bijeenkomst of borrel, zolang het inhoudelijk aansluit bij onze doelstellingen.



4.3 Filmeducatie: kritische kijkers en vaardige makers

Film is ook de taal waarmee kinderen en jongeren opgroeien. Al swipend en scrollend omringt de jeugd zich de hele dag met beeld. Met filmeducatie geef je betekenis aan die beelden: wat zie je nou echt en hoe vind je de juiste woorden om de beelden te duiden? Leerlingen krijgen meer inzicht in de kracht van bewegend beeld, het maakproces en de vele zichtbare en onzichtbare keuzes die achter elk beeldverhaal zitten. Op die manier krijgen zij alle vaardigheden die nodig zijn om deel te kunnen nemen aan een maatschappij waarin beeldcultuur leidend is. Filmeducatie is voor ons van groot belang, ook omdat een filmvoorstelling in schoolverband voor veel leerlingen de eerste aanraking is met Filmtheater Hilversum. Zo bouwen we ook aan ons publiek van de toekomst.

De komende jaren zetten we ons actief in om leerlingen in het Gooi op te leiden tot kritische kijkers en vaardige filmmakers. Dat doen we door frequenter filmeducatie programma's aan te bieden, de kwaliteit te verbeteren en de stap te zetten naar meer lokaal aanbod. Gefaseerd werken we toe naar een doorlopende leerlijn om filmeducatie in te kunnen bedden in het curriculum van scholen. Zo sluiten we aan bij de groeiende vraag en wensen vanuit het onderwijs.

In samenwerking met Filmhuis Bussum en Globe Centrum voor Kunst en Cultuur bieden we in 2024 – net als in voorgaande jaren - schoolvoorstellingen aan voor het basisonderwijs (Klassefilm). Filmvoorstellingen worden waar mogelijk aangevuld met een op maat gemaakt lespakket voor in de klas. Daarnaast geven we ruimte aan jong filmtalent: (korte) films van studenten van MBO College Hilversum en animatiefilms van aanstormend talent krijgen in het programma Ultrakort een podium in onze zalen.

Na realisatie van de uitbreiding, vanaf 2025, breiden we het aanbod verder uit met de volgende initiatieven:

- We benaderen lokale onderwijsinstellingen regelmatig met een passend aanbod om docenten te enthousiasmeren voor onze educatievoorstellingen
- FilmLab voor primair en voortgezet onderwijs en MBO: van film kijken, naar je eigen filmset opbouwen, leren filmen en acteren en je zelfgemaakte film terugzien op het doek. We werken hierin samen met Filmhub Noord-Holland, Bibliotheek Hilversum, LAB Mediaplein en Globe Centrum voor Kunst en Cultuur.
- Met MBO College Hilversum zetten we film in aansluitend op de verschillende opleidingen (bijv. films over zorg of schulden) of een project waarbij studenten hun eigen filmfestival organiseren.
- Tijdens docentenavonden in samenwerking met Filmhub Noord-Holland laten we zien wat de kracht is van film en welke mogelijkheden dit biedt in de klas.



Gemeente Hilversum heeft het beleidsvoornemen om Proloog, het coördinatiepunt cultuureducatie in Hilversum, te versterken. De doelstelling is dat 75% van de scholen via Proloog lokaal cultuureducatie afneemt en tegelijkertijd dat het aanbod nog beter aan gaat sluiten bij het onderwijs. Als filmtheater zetten we ons ervoor in om kwalitatieve educatieve programma's aan te bieden, en daarbij nauw samen te werken met Proloog.

Om de groeiende vraag en deze ambitie te kunnen realiseren is het wenselijk om extra capaciteit in te zetten voor de communicatie met scholen en samenwerkingspartners over de programma's die we aanbieden, maar ook voor het ontvangen en faciliteren van groepen leerlingen. Naast een vrijwilliger die specifiek voor deze taak aangewezen is, onderzoeken we - samen met Museum Hilversum - de mogelijkheden om de formatie uit te breiden met een vaste medewerker Educatie (zie hfd. 6).

Filmtheater Hilversum heeft niet alleen oog voor de artistieke waarde van film, maar ook voor de maatschappelijke en educatieve betekenis ervan. Voor velen zijn we al een geliefd cultureel huis voor film en ontmoeting en steeds vaker een bestemming voor scholen als het om filmeducatie gaat.

Filmtheater Hilversum wil er zijn voor álle Hilversummers: een ambitie die met de uitbreiding van het aantal filmzalen en het vergroten van de foyer invulling gerealiseerd kan worden.



Programma en publiek

Onderstaande inhoudelijke lijnen vormen de rode draad in onze programmering en bij het bedienen en aan ons binden van een divers publiek.

A Film is kunst én een gespreksstarter

De beste kwaliteitsfilm

Voor film liefhebbers van alle leeftijden en achtergronden vertonen we de nieuwste arthouse- en crossover films uit het internationale festivalcircuit, prijswinnende films, documentaires, klassiekers en verdiepende randprogramma's zoals cursussen, inleidingen en (na)gesprekken met speciale gasten.

Op avontuur: 'kleine' wereldcinema en genrefilms

Om ook cinefielen, jongere en nieuwe doelgroepen aan ons te binden vertonen we regelmatig avontuurlijke cinema, zoals 'kleine' films uit de wereldcinema en kwalitatief hoogstaande genrefilms (animatie, science fiction, fantasy en horror).

Samenwerking met de stad & co-creatie

Onze programma's sluiten aan bij onderwerpen die leven in de maatschappij, de stad en doelgroepen die in Hilversum sterk vertegenwoordigd zijn. Hiervoor werken we met talloze partners. Bestaande, succesvolle programma's zetten we voort, maar om nieuwe groepen – voor wie een bezoek aan ons filmtheater niet vanzelfsprekend is - te bereiken gaan we het experiment aan: waar mogelijk geven we doelgroepen zelf een stem in de programmering.

B Huiskamer voor de stad

Sociale functie

Als culturele instelling in het hart van de stad dragen we actief bij aan de levendigheid, sociale cohesie en vitaliteit van Hilversum. We bieden ruimte, zowel in onze programmering als in ons gebouw, aan maatschappelijke organisaties zoals Versa Welzijn en ouderenvereniging SENVER.

Een culturele huiskamer

Filmtheater Hilversum is een culturele huiskamer: een toegankelijke plek waar je kunt ontspannen, geïnspireerd raakt en anderen kunt ontmoeten. In onze nieuwe, verruimde foyer bieden we straks nog meer service en beleving om (nieuw) publiek te verleiden en aan ons te binden.

C Filmeducatie

We leiden Gooise leerlingen van het PO en VO op tot kritische kijkers en vaardige filmmakers. Met frequenter filmeducatie aanbod, van goede kwaliteit, aansluitend op de lokale wensen. Stapsgewijs werken we toe naar een doorlopende leerlijn om filmeducatie in te kunnen bedden in het curriculum van scholen.

Marketing en publiek

Uitstraling

In de komende beleidsperiode bouwen we voort op de in 2023 ingezette marketingstrategie die tot doel had om een meer eigentijdse en eenduidige uitstraling te realiseren. In 2023 is een nieuwe website ontwikkeld met een overzichtelijker programmaoverzicht om het gebruiksgemak te vergroten. De in 2023 vernieuwde huisstijl wordt in 2024 overal doorgevoerd.

Campagnes

Om het publieksbereik te vergroten en te verbreden zetten we de komende jaren in op drie soorten marketingcampagnes: filmgerelateerd (focus op specifieke titels), thematisch (bijv. Kerst, Italiaanse zomer, Cinekid) en algemeen (bijv. een avondje uit, horeca, unlimited naar de film met Cineville). Daarnaast voeren we uitgebreid campagne rondom de realisatie van de uitbreiding: om onze zichtbaarheid te vergroten, publiek te behouden tijdens de periode van bouwsluiting en (nieuw) publiek kennis te laten maken met ons vernieuwde filmtheater. Van crowdfunding – om publiek te betrekken en te binden aan ons en extra inkomsten te genereren – tot bouwupdates tot een feestelijke heropeningscampagne.

Doelgroepen bereiken en binden

In de tweede helft van deze planperiode zetten we stappen naar meer segmentatie, oftewel gerichtere communicatie richting specifieke doelgroepen. Met als doel bestaande doelgroepen met communicatie beter te bedienen, nieuwe doelgroepen te verleiden en herhaalbezoek te stimuleren. Direct mailing zien we als belangrijke marketingtool hierin. Waar mogelijk werken we hierin samen met andere filmtheaters en sluiten we aan bij landelijke initiatieven binnen de sector die zich richten op het beter kennen en bereiken van je publiek.

In de nieuwe planperiode zetten we in op publieksonderzoek om meer inzicht te krijgen in de wensen en voorkeuren van ons (potentiële) bezoek en in hoe een bezoek aan Filmtheater Hilversum gewaardeerd wordt. In 2022 is reeds een doelgroepenanalyse gemaakt en daarmee is het bezoekerspotentieel van Filmtheater Hilversum onderzocht⁷. Hierbij is gebruik gemaakt van Whize, een segmentatiemethode die laat zien wie onze bezoekers zijn en waar zij wonen. Het volgende beeld komt uit het onderzoek naar voren:



⁷ Het publiek van Filmtheater Hilversum, 2022, EMC Cultuuronderzoeken.

- Het segment van welgestelde, hoogopgeleide, 50-plussers zijn oververtegenwoordigd in de demografie van Hilversum en ook in de bezoekersgroep van Filmtheater Hilversum. Dit betekent dat we deze groep blijven koesteren en bedienen, maar dat er geen extra inspanning nodig is op het gebied van programma en marketing om deze groep te bereiken.
- De zes grootste bevolkingsgroepen in Hilversum en omgeving, in de leeftijd van 30 jaar t/m 65+, zijn look alikes van het hierboven beschreven oververtegenwoordigde segment. Onder de huidige bezoekers van Filmtheater Hilversum zijn look alikes echter gemiddeld of zelfs ondervertegenwoordigd. Dit betekent dat er nog veel marktpotentieel zit in deze doelgroepen. Door te achterhalen waarom deze groepen het filmtheater wel of niet te bezoeken, programatisch beter aan te sluiten op hun behoeften en door gerichte marketingcampagnes op te zetten per doelgroep proberen we deze groepen te verleiden ons filmtheater te bezoeken.
- Segmenten in de leeftijdscategorie onder 30 jaar of met een stedelijke of niet-Randstedelijke oriëntatie komen het minst voor in Hilversum en omgeving en ook als bezoeker van Filmtheater Hilversum. Deze groepen sluiten we niet uit, maar benaderen we ook niet actief aangezien het niet realistisch is te verwachten dat hier sterke groei uit naar voren komt.

Uiteraard gaan marketing en programma hand in hand bij het aantrekken, verbreden en binden van (nieuw) publiek. De inzichten uit publieksonderzoek worden daarom ook vertaald naar onze programmering.

Gezien de uitbreiding en daarbij behorende ambities met betrekking tot groei, verbreding en binding van ons publiek is het noodzakelijk de marketingafdeling uit te breiden (zie hfd. 6). Naast het aantrekken van vrijwilligers die ondersteunen bij redactiewerkzaamheden beogen we een extra betaalde kracht aan te stellen evenals een stagiair. Dit laatste draagt eveneens bij aan onze doelen op het gebied van diversiteit en inclusie.

Doelen marketing en publiek

- Doorvoeren vernieuwde huisstijl
- Drie soorten marketingcampagnes om het publieksbereik te vergroten en te verbreden
- Doelgroepsegmentatie om gericht te kunnen communiceren en (herhaal)bezoek te stimuleren
- Publieksonderzoek om wensen, voorkeuren en waardering van publiek te peilen
- Uitbreiding van het marketingteam

FILMTHEATER HILVERSUM Agenda ▼ Films ▼ Specials ▼ Picl Nieuws Filmclub Over ons ▼ Informatie ▼ Nieuwsbrief

Bank of Dave
Rory Kinnear, Hugh Bonneville, Joel Fry, komedie, 117 min, Verenigd Koninkrijk
Heerlijke Britse feelgoodfilm over een selfmade miljonair die besluit zijn eigen bank op te richten.

Vandaag	Morgen	ma 25 sep
14:30	16:40	21:15

Irgendwann werden wir uns alles erzählen
Felix Kramer, Marlene Buraw, drama, 129 min, Duitsland
Het is een hete zomer in 1990 in een dorpje in Thüringen, voormalig Oost-Duitsland. Maria wordt bijna 19 en woont samen met haar vriend Johannes bij zijn ouders op de boerderij.

Vandaag	Morgen	zo 24 sep
16:15	21:00	21:00

Tótem
Noima Senties, Montserrat Morañón, Marisol Gascó, Saori Guza, Mateo García Elzondo, Teresita Sánchez, drama, 95 min, Mexico, Denemarken, Frankrijk
Liefdevol en mystiek portret van een Mexicaans gezin dat het leven viert tijdens een bitterzoet verjaardagsfeest.

Vandaag	Morgen	zo 24 sep
16:30	16:45	21:30

FILMTHEATER HILVERSUM SEPTEMBER 2023
FILMTHEATER HILVERSUM AUGUSTUS 2023
FILMTHEATER HILVERSUM JULI 2023

Een duurzame en stevige bedrijfsvoering

Een duurzame en solide bedrijfsvoering is, zeker gezien de uitbreiding van Filmtheater Hilversum, van groot belang. Vooruitlopend op de uitbreiding zijn de afgelopen jaren al belangrijke organisatorische wijzigingen doorgevoerd:

- De overgang van Bestuursmodel naar Raad van Toezicht (RvT).
- Reeds actieve bestuursleden werden lid van de RvT binnen lopende bestuurstermijnen.
- De principes van de Governance Code Cultuur zijn toegepast.
- De bepalingen Wet Bestuur en Toezicht en principes van de Governance Code Cultuur over de onverenigbaarheid van functies zijn toegepast. RvT-leden kunnen geen meewerkend vrijwilliger zijn en operationele diensten invullen.
- Er is een Vrijwilligersraad geïntroduceerd naar analogie van de positie van ondernemingsraden.

Ook de werkorganisatie is onder de loep genomen. Na een vergelijkend onderzoek bij andere filmtheaters is een nieuwe structuur doorgevoerd met heldere taken en verantwoordelijkheden. In het begin van de nieuwe planperiode wordt ook de vrijwilligersorganisatie geëvalueerd en zo nodig aangepast aan de nieuwe situatie. De organisatorische aanpassingen resulteren in een stevig fundament voor de toekomst.

Bestuur en toezicht

Stichting Filmtheater Hilversum heeft een Raad van Toezicht model met een statutair uitvoerend Directeur-bestuurder. De Raad van Toezicht bestaat uit drie leden (september 2023) en kan worden uitgebreid tot max. vijf leden. De Raad van Toezicht vervult zijn rol onbezoldigd en onderschrijft onverkort de Governance Code Cultuur 2019 en handelt hier-naar. Directeur-bestuurder en Raad van Toezicht leggen in het jaarverslag verantwoording af over de toepassing van de code; door het jaar heen is er ruimte voor expliciete reflectie over toepassing van de code.

De Raad van Toezicht vergadert minimaal 6 keer per jaar. Daarnaast evalueert de Raad eens per jaar zijn eigen functi-oneren en dat van de directeur-bestuurder. De bestuurder legt via rapportages verantwoording af over het gevoerde beleid: inhoudelijk en financieel/organisatorisch. Ook tussentijds is er geregeld contact tussen bestuurder en voorzitter van de Raad van Toezicht.

Organisatie

Kernteam

De bedrijfsvoering en het organisatorische werk wordt momenteel verricht door een team van zeven vaste medewerkers (5,6 fte; augustus 2023). Bij de voorbereiding van de transitie naar het Raad van Toezichtmodel is ook de teamor-ganisatie onder de loep genomen. Door het ontbreken van een CAO voor bioscopen en filmtheaters is de CAO voor Nederlandse Poppodia en Festivals van toepassing verklaard.

Het vaste team bestaat anno 2023 uit onderstaande functies:

- Directeur-bestuurder (1 fte)
- Hoofd Programma (1 fte)
- Coördinator Marketing & Communicatie (0,84 fte)
- Coördinator Operatie & Vrijwilligers (0,84 fte)
- Coördinator Facilitair & Filmtechniek (0,84 fte)
- Medewerker Office Support (0,79 fte)
- Medewerker DTP (0,21 fte)

Extern huren we enkele diensten in zoals het uitvoeren van de administratie, schoonmaak en ICT-ondersteuning.

Vrijwilligers

De dagelijkse, uitvoerende werkzaamheden zijn in handen van een enthousiaste en diverse groep van ruim 140 vrijwilligers uit alle haarkvaten van de Hilversumse samenleving. Zeven dagen per week verzorgen zij de kaartverkoop, de bar, de ticketcontrole en de bediening van de filmtechniek. Aanvullend zijn er ongeveer 70 vrijwilligers die de bezorging van het maandmagazine - bij ruim 5.000 abonnees in Hilversum - voor hun rekening nemen. Het enorme potentieel aan talent en kennis wordt volop benut bij de professionalisering van de organisatie. Naast de reguliere diensten zijn veel vrijwilligers actief in werkgroepen en betrokken bij projecten. Dit zorgt voor gemotiveerde en loyale vrijwilligers en hierdoor is sprake van een laag verloop.

De aankomende uitbreiding van Filmtheater Hilversum vereist een evaluatie van de vrijwilligersorganisatie. Deze evaluatie voeren we uit in nauwe samenwerking met de P&O-commissie en de Vrijwilligersraad. De bevindingen worden gebruikt om de structuur en de werkwijze aan te scherpen, zodat we in staat zijn om de ambities van dit beleidsplan te verwezenlijken. Voor alle vrijwilligersfuncties worden losse trainingen aangeboden, zoals BHV, IVA, hospitality, etc. Komende beleidsperiode wordt meer structuur aangebracht in de trainingen, zodat een samenhangend en doordacht pakket wordt aangeboden aan de vrijwilligers. Waar mogelijk werken we hierbij samen met andere culturele aanbieders, zoals museum Hilversum en poppodium De Vorstin.

Samengevat wordt de cultuur en organisatie van Filmtheater Hilversum gevoed door een rijke mix van vrijwilligers, cultureel ondernemerschap, professionaliteit, vele partnerschappen in het Hilversumse en het film- en culturele veld en de bij medewerkers aanwezige expertise en ervaring.



Uitbreiding formatie

Om de in dit meerjarenplan beschreven ambities te kunnen realiseren is uitbreiding van de formatie voorzien voor 1 tot 1,5 fte (bezoldigd en onbezoldigd) op de volgende onderdelen:

- Voor het versterken en uitbouwen van onze educatieve functie stellen we in 2024 een medewerker Educatie aan voor 0,3 fte (onbezoldigd). Het voornemen is om deze vacature gezamenlijk met Museum Hilversum, als combinatiefunctie, in te vullen.
- Als culturele partners zien wij een meerwaarde in een samenwerking op dit vlak omdat ons beider programma mogelijkheden biedt voor leerlingen om meer te leren over film, fotografie en maatschappelijke thema's. Daarom bereiden we samen met Museum Hilversum een gemeentelijke aanvraag voor met als doel gezamenlijk het educatieaanbod in de stad en het centrum te vergroten.
- Om de gewenste bezoekersgroei en marketingstrategie te kunnen realiseren versterken we de marketingafdeling. Hiervoor is 0,6 fte opgenomen in de meerjarenbegroting.
- Door de nieuwe en ruimere mogelijkheden van de foyer / filmzalen na de uitbreiding worden extra publieksactiviteiten verwacht. Voor de voorbereiding en begeleiding van speciale programma's en evenementen is 0,4 fte begroot voor relatie- en eventmanagement.

Duurzame organisatie

Filmtheater Hilversum is vastbesloten om een Green Cinema te worden en een positieve impact op het milieu en de gemeenschap te hebben. Voor de komende beleidsperiode hebben we tot doel een duurzaamheidskenmerk te behalen. Het keurmerk helpt ons om alle onderdelen van de bedrijfsvoering door te lichten en bewuste keuzes te maken.

We streven ernaar onze ecologische voetafdruk te verkleinen met behulp van energiebesparing, afvalvermindering en door duurzaam denken en handelen te integreren in onze dagelijkse activiteiten. Waar mogelijk sluiten we ons aan bij lokale initiatieven op het gebied van duurzaamheid en we streven naar samenwerkingen met leveranciers die duurzaamheid hoog in het vaandel hebben staan. Onze bezoekers maken we bewust van klimaatverandering door films en randprogramma's aan te bieden die het belang van duurzaamheid benadrukken.

Op het gebied van marketing werken we toe naar het gebruik van digitale schermen, het recyclen van (onderdelen van) promotiemateriaal en door te kiezen voor de meest duurzame printopties en verspilling te beperken.

Een duurzaam Filmtheater Hilversum

- Zonnepanelen op het dak (94 stuks)
- Energiezuinige laserprojectoren
- CO2-gestuurde klimaatbeheersing filmzalen
- LED-verlichting in alle ruimtes
- Vloerverwarming foyer middels aardwarmte
- Volledig geïsoleerd gebouw, zowel gevels, vloeren en dak
- Gebouw bestaat uit duurzame bouwmaterialen en kan bijna volledig worden gedemonteerd
- Gevelbekleding nieuwbouw uit gerecycled plastic
- Afvalscheiding
- Werken met (lokale) leveranciers die duurzaamheid hoog in het vaandel hebben staan
- Aanbieden van films en randprogramma's die het belang van duurzaamheid benadrukken
- Marketing: recyclen van promotiematerialen, duurzame printopties en gebruik van digitale schermen

Diversiteit en inclusie

Het streven naar een duurzame organisatie richt zich ook op de duurzame inzetbaarheid van onze vrijwilligers en medewerkers en de wens om een inclusieve en diverse organisatie te zijn. We geloven in de kracht van diversiteit en zetten ons in om een werkomgeving te realiseren waarin verschillende perspectieven, achtergronden en talenten worden gewaardeerd. Iedereen moet zich bij ons welkom voelen en zichzelf kunnen zijn.

In de nieuwe planperiode zetten we ons actief in voor de implementatie van diversiteitsbeleid om ervoor te zorgen dat onze medewerkers, vrijwilligers, het bestuur en de Raad van Toezicht een afspiegeling zijn van de diverse gemeenschappen in Hilversum. Daarbij onderschrijven we de Code Diversiteit en Inclusie en streven we ernaar de principes de komende beleidsperiode toe te passen. Ook zijn we actief partner van het Cultuurnetwerk Hilversum, waarin ook de wens ligt om gezamenlijk te werken aan diversiteit en inclusie.

Ons filmprogramma levert een belangrijke bijdrage aan onze ambitie, omdat we reeds diversifiëren om een breed scala aan culturele stemmen en verhalen te omarmen en door randprogrammering te bieden die de inclusie van alle bezoekers bevordert. Hetzelfde geldt voor ons inspanningen op het gebied van filmeducatie: door leerlingen van alle onderwijsniveaus en uit alle wijken van Hilversum te ontvangen werken we aan een divers publiek voor de toekomst.

Inclusie betekent ook dat we letterlijk toegankelijk willen zijn voor iedereen, ongeacht eventuele fysieke beperkingen. We investeren in faciliteiten om dit mogelijk te maken, zoals rolstoeltoegankelijke ingangen, speciale rolstoelplaatsen, apps voor mensen met visuele of auditieve beperkingen, etc. In de komende beleidsperiode vragen we advies aan belangorganisaties om de toegankelijkheid te toetsen en zo nodig te verbeteren.

Doelen bedrijfsvoering

- Evalueren van de vrijwilligersorganisatie en aanpassen aan de nieuwe situatie
- Groei van het vaste team met 1 fte
- Filmtheater Hilversum Academy: interne trainingen op het gebied van gastvrijheid, BHV, filmtechniek, etc.
- Keurmerk op het gebied van duurzaamheid behalen
- Beleid maken op het gebied van inclusie en diversiteit
- Toegankelijkheid toetsen bij belangenorganisaties



Herenplein 5 • 1211 DR Hilversum
Telefoon 035 - 623 54 66
info@filmtheaterhilversum.nl

**FILMTHEATER
HILVERSUM**

filmtheaterhilversum.nl