

INHOUDELIJK VERSLAG 2015

Programmering Film

Algemeen

Na het succesvolle jaar 2014 groeide de bezoekersaantallen voor film in 2015 van 183.000 naar meer dan 198.000 bezoekers. Landelijk gezien zijn de bezoekersaantallen gelijk gebleven in 2015, maar de belangstelling voor het arthouse segment is wel gestegen. Het aanbod van kwalitatief goede arthouse films is ook verbeterd.

Premières

Het jaar begon traditioneel met films met Oscar potentie. *Birdman or (The Unexpected Virtue of Ignorance)* en *The Immitation Game* waren zowel in de filmtheaters als de commerciële bioscopen een succes. Maar ook de hits van het IFFR die allemaal vlak na het festival werden uitgebracht, zoals *Turist* en publiekswinnaar *The Dark Horse*, deden het goed. De keerzijde hiervan is dat kwalitatief goede films als *Frank* en *Girlhood* het publiek minder goed wisten te bereiken.

De best bezochte film van 2015 was het Franse *La famille Belier*. Niet volgens iedereen de belangrijkste arthouse film van 2015, maar wel weer een film waar men met het hele gezin heen ging en die het goed deed bij schoolvoorstellingen. Groot-Brittannië was goed vertegenwoordigd in de Top 10 van 2015 met *45 Years*, *The Imitation Game* en *The Lobster* op respectievelijk de 3^e, 4^e en 5^e plaats. De niet-Engelstalige film kwam daarin ook goed tot z'n recht: wie had verwacht dat het Spaanse *La Isla Minima*, het Malinese *Timbuktu* en de Hongaarse Auschwitzfilm *Son of Saul* zo goed zouden scoren bij het publiek. De Nederlandse artistieke film heeft het niet makkelijk tussen al dat buitenlandse geweld. De cijfers voor het veelgeprezen *Prins*, *Gluckauf* en *Zurich* waren teleurstellend.

Filmspecials

De ruim 400 filmspecials - hetzelfde aantal als in 2015 - was een mooie mix van klassiekers, festivals, lokaal product en documentaires. Vooral de documentaire neemt een belangrijke plek in binnen de speciale programmering van LantarenVenster. De speciale aandacht daarvoor binnen onze communicatie lijkt te werken. *Sergio Herman*, *Fucking Perfect*, *Amy*, *The Wolfpack*, het Antilliaanse *Sombra di Kolo* en de jaarlijkse *Best of Idfa* programma's trokken meer bezoekers in verhouding tot andere steden. De klassieker was in 2014 al terug en de plannen om dit uit te breiden bleken te werken, er kwam veel publiek op af. De mooie compilatie van digitaal gerestaureerde klassiekers van *Eye* vonden hun publiek.

Voor de derde keer organiseerden we dit jaar met externe partners *Festival Cinema Arabe*, voor Arabische cinema en het Turkse *Rode Tulp Film Festival 2015*. De resultaten hiervan waren beter dan in 2014, maar extra marketing en publiciteit is nodig voor een verdere groei. Hiervoor is in 2016 een plan ontwikkeld en de samenwerkingen worden gecontinueerd. De negende editie van het jaarlijkse *Camera Japan Festival* en het tweejaarlijks *Architecture Film Festival Rotterdam* waren wederom een succes. Ook onze eigen productie *Rotterdams Open Doek* (korte films van Rotterdamse makelij) maakt een groeispurt. Voor de finale in juni was zelfs zaal 1 uitverkocht. In 2015 heeft dit programma definitief bewezen de beginnende en professionele, met name Rotterdamse, filmmakers te bereiken.

Familiefilm

De belangstelling voor familiefilms bleef ongeveer gelijk in 2015 door een relatief sterk aanbod, net als in 2014. Nederlandse producties zoals *Wiplala* en *Jack bestelt een broertje* pasten mooi binnen onze programmering en waren succesvol. In 2015 is samengewerkt met Disney om de jeugdfilm die overal in 3D te zien is, ook aan te kunnen bieden in ons theater op 2D. Hier is behoefte aan, 3D wordt niet door alle kinderen en ouders gewaardeerd.

Ook de Europese kinderfilm kwam volop aan bod. De Franse productie *De kleine Prins* en het Britse *Shaun het schaap* waren zeer succesvol. Maar ook de kinderfilms *Solan* en *Ludwig, Het lied van de zee* en *het Molletje* deden het goed.

Programmering Muziek

De doelstellingen voor muziek zijn ruimschoots behaald met 120 concertavonden en bijna 22.000 bezoekers. Het daadwerkelijke aantal concerten ligt hoger, zo bevat het festival *An Evening With The Blues* een viertal concerten en de *Nacht van de Jazz* drie concerten. Ook bestaan sommige concertavonden uit dubbelprogramma's of is er een voorprogramma.

Zaal 2 is in 2015 circa tien keer gebruikt voor concerten. De Jazzdag, dit jaar wederom twee dagen, de Finale van de Grote Prijs van Rotterdam en de Finale van de European Jazz Competition hadden plaats op het podium van LantarenVenster. Er zijn circa 20 concertavonden georganiseerd i.s.m. Stichting Jazz International Rotterdam en het festival Jazz International Rotterdam beleefde weer een prachtige editie met topnamen als Mark Turner Quartet, Kurt Elling, Jonathan Scales Fourchestra en James Brandon Lewis.

Er is samengewerkt met NTR Radio 6, VPRO Vrije Geluiden, SKVR Jazzschool, Flamenco Biënnale, Muziekcentrum van de Omroep, Codarts, Vereniging Improvisatie en Jazz Podia, Nationaal Jeugd Jazz Orkest, North Sea Round Town, Mojo Concerts, De Doelen, Bird, Motel Mozaique, Stichting Live At Rotown, de Operadagen en North Sea Jazz Festival. Samen met Paradiso werd weer een succesvolle editie van het festival Holland Got Soul georganiseerd. Samen met Motel Mozaique werd in De Doelen een bijzonder concert van het Brad Mehldau Trio georganiseerd. Met jazzpodium Bird waren er concerten van Hiatus Kaiyote, Con Brio en Christian Scott. Deze concerten waren wisselend in LantarenVenster en Bird.

De nadruk qua popprogrammering ligt op singer-songwriters, wereldmuziek, blues en pop die aan jazz verwant is. Deze concerten hebben soms plaats met een zittend publiek (290 capaciteit), maar de tribune kan worden ingeschoven, waardoor een capaciteit van ruim 500 personen ontstaat die staand (en boven op het balkon ook zittend) van het concert kunnen genieten. Voorbeelden zijn: Frazey Ford, Hiatus Kaiyote, Cory Henry & The Funk Apostles, Marcus Miller, Holland Got Soul, An Evening With The Blues, Shirma Rouse, Sabrina Starke en New Cool Collective met Mark Reilly/Matt Bianco.

Met muziek en film als basis is het voor LantarenVenster extra interessant op zoek te gaan naar voorstellingen waarbij deze culturele functies worden verbonden. In 2015 lukte dat bij het concert van het Pat Martino Trio in combinatie met de vertoning van de documentaire Martino Unstrung. Ook bij de Spoken Beat Night was een prachtige totaalvoorstelling van live muziek, beelden (live tekenen) en poëzie. Ook de Zeeland Suite van Jeroen van Vliet. Bij de voorstelling Doctor Zhivago van Hans Visser & Irena Filippova werden historische bijpassende beelden uit het oude Rusland geprojecteerd. Het B-Movie Orchestra speelde filmmuziek van B-films uit de jaren zestig en zeventig, die begeleid werden door live gemonteerde filmbeelden.

Top 10 concerten in 2015

21 februari	Avishai Cohen Triveni	287 bezoekers	seated	uitverkocht
14 maart	Metropole Orkest Big Band	170 bezoekers	seated	
13 april	Joshua Redman Trio	288 bezoekers	seated	uitverkocht
4 juni	The Wood Brothers	227 bezoekers	seated	
3 sept	Frazey Ford	379 bezoekers	half seated	
21 okt	Wende	288 bezoekers	seated	uitverkocht
22 okt	Children of the Light Trio	216 bezoekers	seated	
8 nov	Hiatus Kaiyote	527 bezoekers	standing	uitverkocht
20 nov	Cory Henry & The Funk Apostles	347 bezoekers	half seated	
25 nov	Marcus Miller	527 bezoekers	standing	uitverkocht

Publiciteit & marketing/communicatie

In 2015 hebben we ons ingezet om de continuïteit van groei van de bezoekersstroom voort te zetten. Door potentiële bezoekers te blijven informeren en enthousiasmeren willen we, naast het stimuleren van de huidige bezoekers tot een herhaalbezoek, het publiek vergroten en verbreden. Dit hebben we onder andere gedaan door in november 2015 het vijfjarig bestaan op de Wilhelminapier groots te vieren met alle bezoekers. Een hele week feest voor iedereen. Voor deze feestweek hebben we groots ingezet in de publiciteit. We hebben vele leuke en positieve reacties van relaties en bezoekers gekregen.

Uit het publieksonderzoek van Rotterdam Festivals blijkt dat het bereik van LantarenVenster niet veel afwijkt van dat van andere podia en gezelschappen in Rotterdam. *"Er komen iets minder Rotterdammers en iets meer mensen uit het verzorgingsgebied, maar deze verschillen zijn relatief klein. Een iets sterkere opkomst uit het verzorgingsgebied kan duiden op onderscheidend aanbod waarvoor men LantarenVenster bezoekt. In Rotterdam zelf valt hier wellicht nog meer te groeien."* Ondanks een oververtegenwoordiging in bereik van de Stadse Alleseters is hier nog ruimte voor wat groei. Deze groep lijkt, kijkend naar bereik van andere instellingen, nog niet verzadigd te zijn. Dit biedt perspectieven voor 2016.

Om zichtbaar te zijn in de stad hebben we de basisuitingen in 2015 voortgezet: maandfolder, film ladder, digitale nieuwsbrief, vermeldingen van ons programma op vele online en gedrukte media, CAR frames, A2 binnen verspreiding en diverse advertenties. Een grootse kennismakingsactie in februari voor onze burens - de werknemers van Gemeente Rotterdam - werd zeer gewaardeerd. In september was LantarenVenster voor het vijfde jaar deelnemer aan het evenement *24 uur Cultuur* om het culturele seizoen in te luiden. De samenwerking met Stichting Vier het Leven, waarbij we bijdragen om ouderen te stimuleren om naar de film te gaan, is voortgezet. Via Any Excuse hebben we voor het tweede jaar een korte lijn met een grote groep expats in Rotterdam waar we ons filmaanbod onder de aandacht brengen.

De uitbreidingen van goedlopende arrangementen *Film&diner* met een *Film&diner cadeaubon* en de uitbreiding van *Film&ontbijt* van één keer per maand naar elke zondagochtend, gaven extra mogelijkheden voor promotie.

Online communicatie

De website, de digitale nieuwsbrief en social media zijn dé middelen om het publiek te bereiken en te woord te staan. In 2015 is het websitebezoek wederom flink gestegen. De site werd 1,3 miljoen keer bezocht, een stijging van 27% ten opzichte van 2014. Het aantal unieke bezoekers steeg met 32% en de online kaartverkoop steeg met 25%. De wekelijks verstuurd digitale filmniewsbrief bereikt momenteel ruim 22.000 mensen, ruim 18.000 mensen ontvangen het muziekprogramma. Stijgingen van respectievelijk 10 en 13%.

De reikwijdte van onze social mediakanalen groeide in 2015 verder. Meer dan 26.000 personen volgden LantarenVenster op *Facebook*, een stijging van ruim 13% t.o.v. 2014. Het aantal volgers op *Twitter* stond op 6.500. We werken regelmatig met betaalde Facebookadvertenties om het bereik voldoende hoog te houden. Naast Facebook en Twitter communiceert LantarenVenster ook via *Instagram*, *Google+* en *Youtube*. Een professioneel bureau verzorgt sinds 2014 een *Google Adwords*-campagne voor LantarenVenster, middels een *grant pro* van Google. 23% van de online bezoeken is afkomstig van de advertenties, een flinke stijging ten opzichte van 2014. Het doel is de online verkoop te stimuleren. We merken dat klanten steeds meer met ons communiceren via de sociale media. Een webcareteam is opgezet om onze klanten zo goed en snel mogelijk te woord te kunnen staan.