



LANTAREN VENSTER VERLEGT GRENZEN

Beleidsplan 2021–2024

LANTAREN VENSTER

LANTAREN VENSTER VERLEGT GRENZEN

Strategisch beleidsplan 2021–2024

Rotterdam, 20 januari 2020



INHOUD

INLEIDING	7
1. STRATEGIE EN BELEID	8
1.1 Positionering nu en in de toekomst	9
1.2 Missie en kernwaarden	10
1.3 Visie en ambities	12
1.4 Strategische keuzes	13
2. PROGRAMMA IN ONTWIKKELING	16
2.1 Ontwikkelen en samenwerken	17
2.2 Film: verdieping en verbreding	18
2.3 Muziek: verdieping en verbreding	25
2.4 Horeca en publieksevenementen	33
3. POSITIE EN PUBLIEK	34
3.1 Publieksgroei en klantprofielen	35
3.2 Data-gedreven marketing	37
3.3 Marketinginsteek en middelenmix	39
4. STURING & ORGANISATIE	44
4.1 Sturing en structuur	45
4.2 Goed werkgeverschap	47
4.3 Diversiteit in de organisatie	49
4.4 Medezeggenschap en uitwisseling	50
5. BEDRIJFSVOERING EN HUISVESTING	52
5.1 Ondernemerschap en groei	53
5.2 Bedrijfsvoering en informatie	55
5.3 Onderhoud en investeringen	55



INLEIDING

Rotterdam verandert in hoog tempo en wordt steeds aantrekkelijker voor inwoners en bezoekers. Onze stad is de trotse *challenger*, dé hedendaagse metropool van Nederland, het venster op de toekomst. De Rotterdamse *boom* is niet van de een op de andere dag ontstaan. Er is veel geïnvesteerd in de ontwikkeling van de stad, door private partijen en door de overheid. Dit betaalt zich op allerlei plekken uit, ook op de Kop van Zuid.

De bouwlust en nieuwe aantrekkingskracht van Rotterdam zijn een blijk van een veranderende stad. Veel jonge mensen van buiten zien hier kansen voor wonen en ondernemen. Toch schuurt de groei ook. De tweedeling tussen kansarmen en kansrijken is een groot aandachtspunt. Het is belangrijk alle bewoners een sociaaleconomisch perspectief te bieden. Kunst en cultuur spelen in de komende jaren een essentiële rol in de Rotterdamse samenleving en helpen bij de verdere ontwikkeling van mensen. Ze maken de stad een fijne en inspirerende plek om te zijn.

In haar uitgangspuntennota¹ nodigt de gemeente Rotterdam de culturele instellingen uit om samen een grote stap voorwaarts te zetten. *Inclusiviteit*, *innovatie* en *interconnectiviteit* zijn daarbij belangrijke speerpunten. De gemeente roept terecht op tot actie om de aansluiting met de brede Rotterdamse samenleving beter te maken. Als toonaangevend podium voor film en muziek gaat LantarenVenster graag mee in die beweging. In de afgelopen twee jaar hebben we stappen in de goede richting gezet. Onze impact is groot met een jaarlijks bereik van ruim 250.000 bezoekers met diverse achtergronden. Toch is er meer mogelijk, zeker in een stad die zo sterk en zo snel verandert. Met dit cultuurplan *LantarenVenster verlegt grenzen* leggen we daarvoor de basis. Het plan ligt in het verlengde van ons recente ondernemingsplan. We laten zien dat LantarenVenster zich de komende jaren meer openstelt en bewust meer ruimte creëert voor verrassende, vernieuwende, maar vooral grensverleggende programmering.

1. Stad in transitie, cultuur in verandering: Uitgangspunten voor het Rotterdamse cultuurbeleid 2021-2024 – juni 2019

1. STRATEGIE EN BELEID



1.1 POSITIONERING NU EN IN DE TOEKOMST

WAAR STAAN WE NU?

LantarenVenster manifesteert zich op de Wilhelminapier als belangrijke culturele speler naast het Nederlands Fotomuseum en het Nieuwe Luxor Theater. Na de verhuizing uit het centrum zijn we hier uitgedaagd om onszelf opnieuw uit te vinden, net zoals de stad dat ook steeds weer doet. We claimen een rol van betekenis in het gesprek over de toekomst van Rotterdam en stellen ons meer open voor verschillende mensen. Met muziek en film van topkwaliteit als pijlers onder de programmering zijn wij hiervoor de plek bij uitstek.

WAAR WILLEN WE NAAR TOE?

In de eerste plaats is en blijft LantarenVenster hét toonaangevende podium in Rotterdam voor film en muziek van topkwaliteit. We bevestigen onze landelijke reputatie als toppodium voor de beste jazz en de beste films. Maar een bezoek aan LantarenVenster is vaak veel meer dan alleen klank en beeld.

We prikkelen makers en bezoekers ook om hun grenzen te verkennen en te verleggen. Dit doen we met meer interdisciplinaire programmering, experimenteel werk, scholing van kinderen en jongeren, en kennismaking met nieuw talent. Daarnaast bieden we makers, inwoners en bezoekers van de stad de ruimte om elkaar te ontmoeten op basis van gedeelde voorkeuren of rond actuele en belangwekkende maatschappelijke thema's. Onze contextprogramma's zijn spraakmakend, verrijkend en verbindend.

Samen met een aantal sterke partners bieden we interessante cross-overs en educatieve programma's. Door met hen op te trekken en hen meer te betrekken bij de inhoud van het programma, kunnen we de impact vergroten. En natuurlijk bieden we iedereen die onze locatie bezoekt een warm welkom in ons café-restaurant.

LantarenVenster wil meer bieden dan een kwalitatief hoogwaardige ervaring, voor zowel makers als onze bezoekers. We willen het gevoel geven thuis te komen, en bieden de ontdekking van iets nieuws dat je meeneemt in je dagelijkse leven. Deze combinatie maakt LantarenVenster tot een geliefde ontmoetingsplaats, waar mensen van verschillende achtergronden en generaties elkaar treffen.

1.2 MISSIE EN KERNWAARDEN

'LANTARENVENSTER VERLEGT GRENZEN'

Muziek en film bieden makers en liefhebbers de volledige ruimte van de verbeelding. Deze kunstvormen kennen eindeloze mogelijkheden om lijf en geest te prikkelen en het hart te raken. LantarenVenster biedt (nieuwe) bezoekers een grensverleggende beleving. Onze programma's vormen een uniek podium voor relevante films en concerten, educatie en talentontwikkeling, debat en bijzondere ontmoetingen tussen publiek, makers en kenners. In de eerste plaats op de Kop van Zuid, maar ook op andere plekken in Rotterdam, samen met partners.

LantarenVenster gaat bij de realisatie van deze missie uit van vier kernwaarden:

1. KWALITEIT EN KLANTGERICHT

We staan voor topkwaliteit en een stevige inhoud. Onze programmering, voorzieningen, ambiance en goede service versterken elkaar. We bieden makers én publiek een unieke ervaring, en staan garant voor de beste kwaliteit.

'LantarenVenster is vakkundig. We hebben verstand van zaken.'

2. GRENsverLEGGEND EN INNOVATIEF

Met de filmprogrammering vertellen we de verhalen van verleden, heden en toekomst. Daarnaast is LantarenVenster ook een podium voor nieuw talent en voor musici met een ander geluid. We presenteren muziek en film in een inspirerende en verrassende wisselwerking met andere kunstvormen. We bieden ruimte voor nieuwe presentatievormen en hebben oog voor de talenten van (jonge) makers, en bieden hen uitgebreide presentatiemogelijkheden.

'LantarenVenster durft. We kiezen voor vernieuwing.'

3. OPEN EN TOEGANKELIJK

LantarenVenster haalt drempels weg. We heten iedereen welkom, vragen makers en publiek wat er speelt en laten dat zien. Onze programmering heeft de breedte en diepte om te voorzien in de behoeften van velen én om het bekende te ontstijgen. We stellen ons meer dan ooit open voor een breder publiek, kansarm en kansrijk, en gaan nieuwe samenwerkingen aan met kleine en grote partners. **'LantarenVenster staat volledig open. Vanuit een actieve houding maken we logische verbindingen.'**

4. ONAFHANKELIJK EN BETROKKEN

LantarenVenster staat midden in de samenleving van vandaag. We signaleren en agenderen belangrijke thema's en bieden daar een breed perspectief op. We gaan vervolgens graag het gesprek aan, waarbij ieders mening telt.

'LantarenVenster is verbindend. We brengen makers en bezoekers bij elkaar.'



1.3 VISIE EN AMBITIES

LantarenVenster presenteert ook in de beleidsperiode 2021–2024 een breed palet aan kwaliteitsfilms, jazzconcerten en aanverwante muziekstromingen. We onderscheiden ons al jaren van commerciële concurrenten door een breed aanbod van kwaliteitsfilms: van de kleine artistieke film tot cross-over titels, van Nederlandse films tot internationale producties, van Amerikaanse onafhankelijke films tot wereldcinema. De muziekprogrammering gaat van internationaal gearriveerde topartiesten tot nieuwe, veelbelovende talenten die niet eerder een podium kregen in Rotterdam. Tegelijkertijd bieden we film en muziek een brede inbedding. Met meer context bereiken we specifieke (nieuwe) doelgroepen en geven we verdieping en verbreding aan het programma. We vullen reguliere programma's aan met specials, cross-overs en samenwerkingsprojecten. We bouwen de samenwerking met partners verder uit en richten de blik vaker op Rotterdam-Zuid. Cultuureducatie, mediawijsheid en talentontwikkeling spelen hierbij een belangrijke rol. We zetten de deuren open voor andere, bijzondere initiatieven uit de stad. Waar mogelijk coproduceren, programmeren en promoten we deze. We zoeken naar innovaties en proberen jongeren mee te krijgen met nieuwe multimediovormen.

In de afgelopen twee jaar hebben we zowel programmatisch als organisatorisch een forse stap vooruit gemaakt en meer de aansluiting gemaakt op de belangrijke onderwerpen interconnectiviteit, innovatie en inclusiviteit. In de komende jaren breiden we onze inspanningen verder uit en maken we krachtige keuzes.



1.4 STRATEGISCHE KEUZES

PROGRAMMA

Om onze missie en kernwaarden krachtig uit te dragen, en onze ambities te realiseren, verdiepen en verbreden we bestaande programma's waar mogelijk en vullen we aan met nieuwe, spraakmakende onderwerpen. Dat doen we vraaggericht, vanuit een open houding en met kleine en grote partners uit de stad en het land. In de afgelopen twee jaar is daar de basis voor gelegd. In de komende jaren richten we ons programmatisch concreet op:

- Uitbreiding en verdieping van filmspecials en contextprogramma's met specifieke aandacht voor het bereiken en betrekken van nieuwe doelgroepen uit alle lagen van de bevolking;
- Verbreding van muziekprogramma's door aan te sluiten op actuele ontwikkelingen in stad en land, en door nieuwe, kansrijke samenwerkingen aan te gaan;
- Uitbouwen van onze platformfunctie binnen de Rotterdamse film- en muzieksector, en het begeleiden en faciliteren van jonge filmmakers en muzikanten op hun verdere carrièrepad;
- Uitbreiding van film- en media-educatieactiviteiten in samenwerking met de partners binnen het filmeducatiernetwerk in Rotterdam en in samenspraak met relevante nationale partijen. Zeker kansarme jongeren kunnen wij via scholen in contact brengen met film;
- We zijn een thuis voor de relevante film- en muziekfestivals in de stad en ondersteunen hen waar nodig en wenselijk, programmatisch, maar ook op het gebied van marketing, ticketing, facilitaire zaken en techniek;
- Uitbouwen van de programmatische samenwerkingen die in de afgelopen twee jaar zijn ontstaan. Ook zoeken we naar nieuwe verbindingen, specifiek naar samenwerkingen met partners in Rotterdam-Zuid;
- We kijken met een scherp oog naar de on-demand ontwikkelingen nationaal en wereldwijd, en nemen stelling in samen met de verenigde Nederlandse filmtheaters.

In hoofdstuk 2 worden bovenstaande onderwerpen nader toegelicht.

PUBLIEK

LantarenVenster is een sterk merk, een cultureel icoon van Rotterdam. We hebben uitgebreide expertise op het gebied van film en muziek, en een trouw publiek. We willen ons publiek nog beter volgen en leren kennen, nieuwe bezoekers verleiden, en beter aansluiten bij de behoeften en verscheidenheid van (potentieel) publiek in Rotterdam. Dit heeft

consequenties voor de keuzes op programmaniveau, maar ook voor die van marketing & communicatie. Wat betreft onze positie en de relatie met ons publiek richten we ons concreet op:

- Versterking van onze marktpositie, verbetering van de positionering en van de interactie met huidige en toekomstige bezoekers;
- Het beter bepalen van wie onze doelgroepen zijn en wie we nog meer kunnen aanspreken. We gaan in gesprek met ons publiek en zoeken de interactie, doen gericht publieksonderzoek en verzamelen binnen de kaders van de wet meer data over bezoekers zodat we beter in staat zijn om communicatie gericht in te zetten;
- Door meer interactie met het publiek en door beter onderzoek, kunnen we marketing- en communicatie-inspanningen gericht inzetten vanuit een heldere middelenmix en logische insteek. We verstevigen de samenwerking op het gebied van communicatie met partners in de stad.

In hoofdstuk 3 worden bovenstaande onderwerpen nader toegelicht.



ORGANISATIE

We stellen ons ten doel om ons continu te verbeteren in alles wat we ondernemen. In de periode 2019–2020 hebben we de organisatie in lijn met onze ambities gebracht, zodat we vanaf 2021 optimaal toegerust zijn om de inhoudelijke ambities waar te kunnen maken. We zorgen ervoor dat de organisatie gestaag een betere afspiegeling van de Rotterdamse samenleving wordt. Qua sturing en organisatie richten we ons concreet op:

- Zo transparant mogelijk toezicht, met een duidelijke opvatting over de verschillende taken;
- Voortzetting efficiënte en professionele aansturing volgens de nieuwe inrichting van de organisatie;
- Een gefaseerde cultuuromslag om te komen tot een organisatiesamenstelling die een goede afspiegeling van de Rotterdamse samenleving vormt;
- Het realiseren van meer toekomstperspectief en duurzaam ondersteunen van medewerkers in hun loopbaanontwikkeling;
- Een inhaalslag maken waar het gaat om het marktconform waarderen en belonen van de medewerkers;
- Een actieve bijdrage leveren aan de inrichting en totstandkoming van een nieuwe branche-cao.

In hoofdstuk 4 worden bovenstaande onderwerpen nader toegelicht.

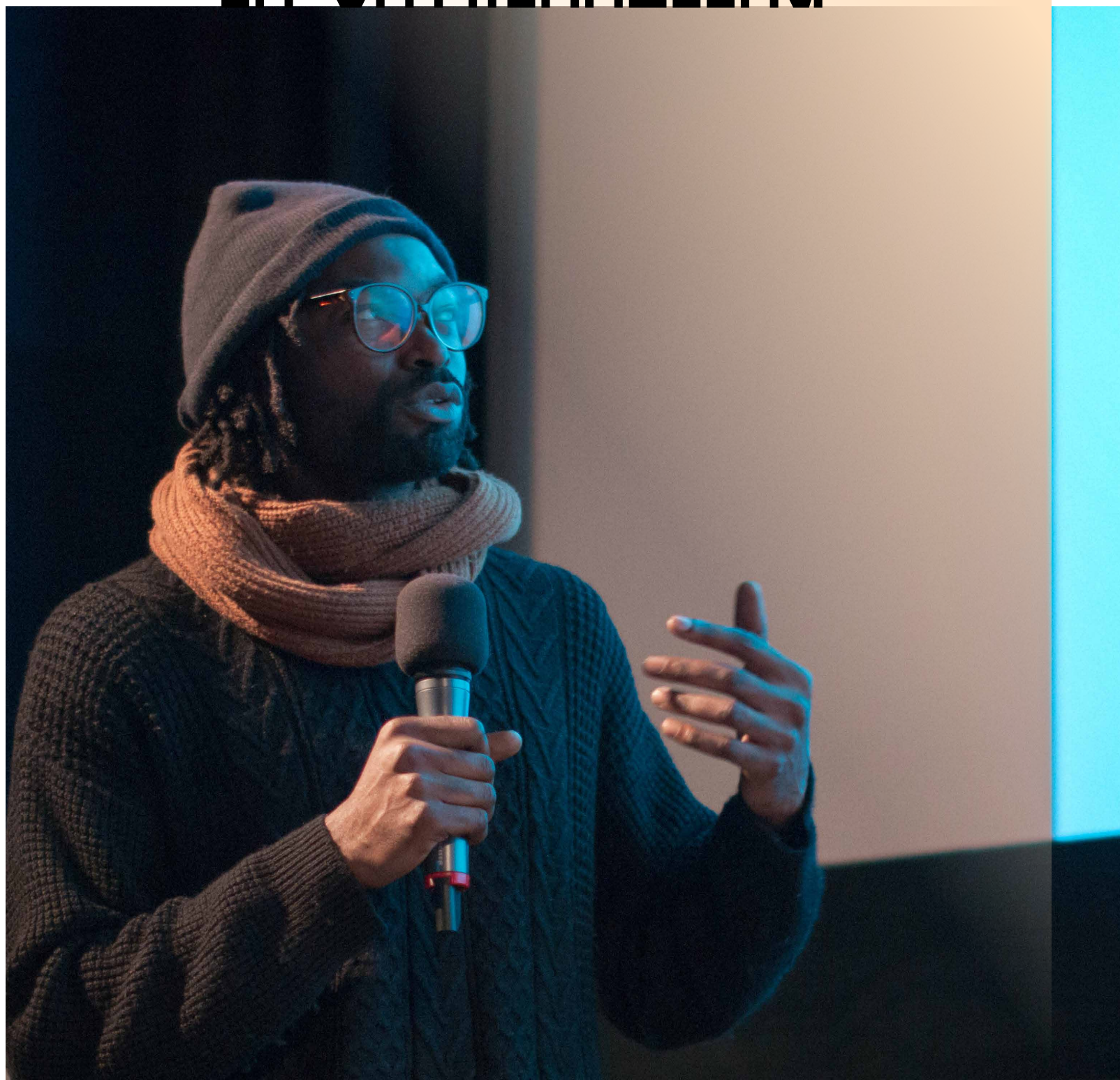
BEDRIJFSVOERING EN GEBOUW

Om onze opdracht als middelgrote culturele organisatie zo goed mogelijk uit te kunnen voeren, is een professionele en optimale bedrijfsvoering noodzakelijk. In 2019 zijn stappen gezet om tot een goede controlling en betere verantwoordingscyclus te komen. De nieuwe opzet maakt het mogelijk om goed te kunnen sturen op een solide exploitatie en de gewenste groei. Ook verbeteren we het gebouw waar mogelijk en zorgen we ervoor dat noodzakelijk onderhoud verantwoord plaatsvindt. Wat de bedrijfsvoering en ons gebouw betreft werken we concreet aan:

- Periodieke bespreking van tussentijdse exploitatieresultaten in relatie tot het jaarplan en tussentijdse bespreking van maand- en kwartaal-rapportages waardoor bijsturing sneller mogelijk wordt;
- Het vernieuwen en verbeteren van het gebouw door de aanpak van de foyer en de verbetering van diverse zalen;
- Aanpakken en verduurzamen van het grootschalig onderhoud en uitvoering van diverse grote vervangingen op basis van het nieuwe meerjarenplan voor onderhoud en vervangingen.

In hoofdstuk 5 worden bovenstaande onderwerpen nader toegelicht.

2. PROGRAMMA IN ONTWIKKELING



2.1 ONTWIKKELEN EN SAMENWERKEN

ONDERSCHEIDEND VERMOGEN

LantarenVenster heeft zich de afgelopen jaren doorontwikkeld als toonaangevend filmtheater en muziekpodium. Muzikanten spelen graag in LantarenVenster, en filmmakers en distributeurs waarderen de ruimte om hun films in onze zalen te tonen. Wel ondervinden we steeds meer concurrentie van commerciële podia, bioscopen en filmtheaters, maar ook van kleinere filmhuizen. Ook digitale film- en muziekstreamingdiensten en andere vormen van vrijetijdsbesteding zorgen voor concurrerend aanbod.

In antwoord hierop willen we nog meer een maatschappelijke rol vervullen. We creëren meer ruimte voor bijzonder programma en tonen een onderscheidend profiel. We ontwikkelen meer zelf en gaan vaker samenwerkingen aan.

MEER DIVERSITEIT IN HET PROGRAMMA

Met onze programma's laten we zowel op het scherm als op het podium verhalen zien uit de hele wereld. Daarmee spreken wij een divers publiek aan en het is onze wens om daar nog veel verder in te gaan. Door een podium te bieden aan de vele nieuwe initiatieven die Rotterdam rijk is, kunnen we uitgroeien tot een instelling waarin de demografische samenstelling van de stad tot haar recht komt, in programma, publiek, personeel en partners. LantarenVenster wil een rol van betekenis spelen bij de ontwikkeling van een meer inclusieve en diverse culturele sector in de stad.

Om meer diversiteit in onze programma's te realiseren is het van belang dat we als organisatie ook veelzijdiger worden. In hoofdstuk 4 gaan we daar verder op in. We werken meer samen met kleine en grote partners uit de stad. Deze partners vertegenwoordigen groepen Rotterdammers waar zij van nature de aansluiting mee maken en die wij meer willen bereiken.

2.2 FILM: VERDIEPING EN VERBREIDING

In LantarenVenster vinden jaarlijks ruim 10.000 filmvoorstellingen plaats. We gaan uit van ruim 200.000 filmbezoeken per jaar, de 25.000 bezoekers die we binnen krijgen van partnerfestival IFFR niet meegerekend. Het is de ambitie om dit aantal in de komende jaren gestaag te laten groeien (zie hoofdstuk 3).

PREMIERETITELS UIT DE HELE WERELD

LantarenVenster toont de mooiste premières uit de hele wereld. Dit zijn veelal minder commerciële titels die niet elders te zien zijn. We delen de programmering van de premièrefilms, de films die aangeboden worden door Nederlandse distributeurs, grofweg in drie categorieën in:

1. Arthouse of auteursfilm

Van cross-overfilm tot de kleine kunstzinnige film. Vaak films van gerenommeerde Europese filmmakers. Voorbeelden zijn *Dolor y Gloria* (Pedro Almodóvar), *Capharnaüm* (Nadine Labaki), *Parasite* (Joon-ho Bong), *Werk ohne Autor* (Florian Henckel von Donnersmarck) en *Shoplifters* (Hirokazu Kore-Eda).

2. Kunstzinnige en onafhankelijke film of documentaire

Meestal door LantarenVenster exclusief vertoond in Rotterdam. Een breed palet van documentaires en films uit alle uithoeken van de wereld, die vaak minder bezoekers trekken, maar passen in de doelstelling van vernieuwende, gedurfde en grensverleggende filmprogrammering. Voorbeelden zijn *Miles Davis: Birth of the Cool* (Stanley Nelson), *Apollo 11* (Todd Douglas), *Take Me Somewhere Nice* (Ena Sendjarevic), *God Only Knows* (Mijke de Jong) en *The Wild Pear Tree* (Nuri Bilge Ceylan).

3. Cross-overfilm

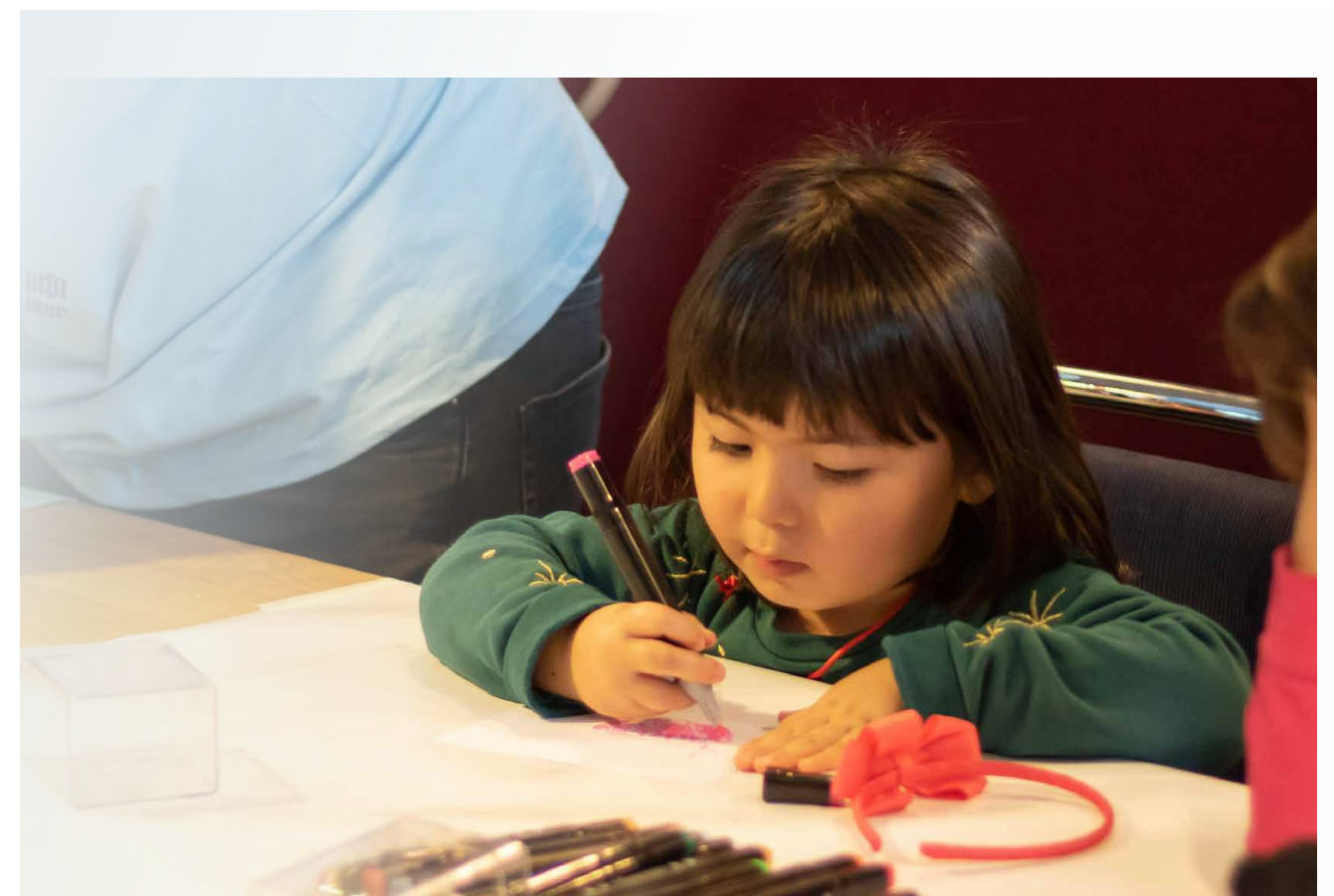
De grotere mainstream titels binnen het genre. Hiermee bieden we ons vaste publiek het brede palet aan arthouse titels en verleiden bezoekers voor de kunstzinnige film. Voorbeelden zijn *Green Book* (Peter Farrelly), *The Favourite* (Yorgos Lanthimos) en *Le grand bain* (Gilles Lellouche). Dit type programmering is van belang voor een goede balans in het programma en de exploitatie.

BIJZONDERE KINDERFILMS VOOR DE EERSTE KENNISMAKING

We presenteren kwalitatieve, meestal Europese kinder- en familiefilms op zaterdag-, zondag- en woensdagmiddag en dagelijks in de vakantieperiodes. Voorbeelden zijn *Kapsalon Romy* (Mischa Kamp), *Lotte op zoek naar de draken* (Heiki Ernits) en *Ailo, het dappere rendier* (Guillaume Maidatchevsky). Om onze doelgroep te blijven verbreden programmeren we twee à drie keer per jaar een film als *Frozen 2* of *Pieter Konijn*. In de herfstvakantie presenteren we in twee zalen een selectie van Cinekid Festival, aangevuld met zelfgekozen films en workshops.

UNIEKE SPECIALS EN CONTEXTPROGRAMMA'S

Bij festivals en evenementen, maar ook daarbuiten, heeft LantarenVenster mogelijkheden om het aanbod te verbreden met een debat- en platformfunctie die aansluit op de film- en muziekfunctie. LantarenVenster creëert de komende jaren meer ruimte voor debatten, talkshows, Q&A's, en voor- en nagesprekken. Daarbij maken we ook de stap naar andere domeinen, met name het onderwijs en de zorg. Desgewenst bieden we programma's op locatie aan door met een projector en filmscherm een programma op maat aan te bieden in zorginstellingen.



Bij speciale filmvoorstellingen werken we regelmatig samen met partnerorganisaties. Het betreft hierbij voorstellingen op thematische basis, klassiekers, geïmporteerde films of filmreeksen. Zo realiseerden we een aantal reeksen met de Kunsthal, het Nederlands Fotomuseum en IFFR. In 2019 werkten we samen met het Wereldmuseum aan een programma over Nederlands-Indië met Thom Hoffman als curator. We streven ernaar om jaarlijks minimaal twee van dit soort reeksen te programmeren. Ook organiseren we speciale vertoningen waarbij we een combinatie maken van film en eten, zoals de Food loves Film-reeks.

Daarnaast werkt LantarenVenster samen met diverse organisaties uit de stad en daarbuiten. Met filmhuis KINO wisselen we regelmatig uit over programma's om overlap zoveel mogelijk te voorkomen en werken we incidenteel programmatisch samen. Regelmatig zijn er filmvoorstellingen met een Q&A-sessie bij ons in huis. Ook worden er op ons initiatief gasten uitgenodigd voor een inleiding, nagesprek, discussie over een actueel onderwerp of artistiek-inhoudelijke verdieping. Eerder te gast waren Carice van Houten, Halina Reijn, Puck & Hans, Sam de Jong en Loes Luca. Ook zijn er inleidingen door filmjournalisten of specialisten over een specifiek onderwerp, of nagesprekken en discussies bij films als *Niet meer zonder jou*, *De beveiligers* en *Aan niets overleden*.



DIVERSITEIT IN HET FILMAANBOD

LantarenVenster heeft een ruim aanbod voorstellingen voor cultureel diverse publieksgroepen. Het blijkt vooralsnog geen eenvoudige opgave om deze publieksgroepen structureel te bereiken en te binden. Filmreeksen en terugkerende speciale programmering met een helder label werken beter. We zetten ons in om de vraag vanuit deze publieksgroepen beter op te halen, programma's onder de aandacht te brengen op de juiste plekken in de stad en deze voorstellingen een vaste plek te geven binnen onze speciale programmering. Dat doen we zoveel mogelijk met logische partners gericht op een bepaalde publieksgroep zoals het Arab Film Festival, Rode Tulp Film Festival en Camera Japan. Ook ontwikkelen we aanbod op maat door met gastprogrammeurs met een cultureel diverse achtergrond en collega's van relevante organisaties samen te werken om deze publieksgroepen te bereiken. Voorbeelden uit 2019 zijn de documentairereeks Doculab Suriname (met Surinaamse organisaties), de reeks Afrolijk (Afrikaanse films), de Latin American Film Week en de LGBTQ+ programmering (i.s.m. COC Rotterdam en Rotterdam Pride). Deze programma's bieden kansen om zelf films te importeren die verder niet of nauwelijks in Nederland te zien zijn. Met Theater Zuidplein werken we een filmprogramma uit om in de multifunctionele zaal van het nieuwe gebouw themaprogrammering aan te bieden.

Voor speciale voorstellingen maken we keuzes op basis van criteria als kwaliteit, publiekspotentieel en urgentie. Van de ongeveer 500 speciale voorstellingen per jaar, zijn er ongeveer 120 met inleiding of nagesprek.

MEDIA- EN FILMEDUCATIE IN DE BASIS

In een dynamische wereld waarin kinderen en jongeren steeds vroeger in aanraking komen met meer beelden via allerlei media en kanalen, wordt het ontwikkelen van vaardigheden om die beelden te begrijpen van groter belang. Middels media- en filmeducatie verwerven kinderen culturele competenties om volwaardig deel te kunnen nemen in een beeldtalige samenleving. Film biedt hun niet alleen een laagdrempelige manier om beeldtaal beter te leren duiden, maar ook om de wereld om hen heen te ontdekken. Door kinderen en jongeren kennis te laten maken met film in het filmtheater investeren we in de bezoekers van de toekomst.

Filmeducatie is een belangrijk speerpunt voor LantarenVenster en wij bieden leerlingen uit het primair, voortgezet en hoger onderwijs de kans om via film hun blikveld te verruimen. Kinderen en jongeren begeleiden bij de werking van beeld is net zo belangrijk als leren lezen en schrijven. We maken ons daarom sterk voor de verankering van media- en filmeducatie in het schoolcurriculum.

Om ieder kind in contact te brengen met film breiden we onze inspanningen in de komende jaren fors uit. Dat doen we in een nauwe samenwerking met onze (film)educatiepartners IFFR, Digital Playground, KCR, de bibliotheek en SKVR in de stad. Dit krachtige Rotterdams filmeducatienetwerk werkt structureel samen en neemt deel aan het landelijke Netwerk Filmeducatie waardoor we leren van ervaringen elders en versneld deze stap kunnen maken.

Op dit moment bereiken we vanuit LantarenVenster circa 3500 leerlingen. In 2024 willen we uitkomen op 10.000 leerlingen op ongeveer honderd scholen in het primair, voortgezet en hoger onderwijs. We werken daarbij vraaggericht en stemmen zoveel mogelijk af met scholen over hun behoeften. We maken gebruik van het bestaande aanbod van partners in de stad en Eye Filminstituut. Ook ontwikkelen we programma op maat. Een voorbeeld hiervan is het programma 'Venster op de Wereld' dat LantarenVenster met IFFR voor kleuters heeft ontwikkeld in 2019. Er is veel expertise in de stad aanwezig en de vraag van scholen is behoorlijk in beeld, onder andere bij KCR. We wisselen hierover informatie uit en delen praktijkervaringen. Om meer Rotterdamse kinderen en jongeren te bereiken, investeren we meer in duurzame samenwerkingen met docenten en onderwijsinstellingen. We bieden programma's in ons gebouw aan en gaan, om de drempel te verlagen, ook naar de scholen toe. We bieden de mogelijkheid voor een programma op maat in de klas. In de regio werkt het filmnetwerk Rotterdam samen met Filmhuis Den Haag en het Kunstgebouw aan de ontwikkeling van een regiohub om de omliggende gemeenten te kunnen bedienen op het gebied van filmeducatie. Die ontwikkeling is kansrijk en de mogelijkheden zijn legio.

In de afgelopen twee jaar heeft LantarenVenster vanuit bestaande middelen een eerste stap kunnen zetten op het gebied van film-educatie en een kleine groei weten te realiseren. Om de hoge ambitie op het gebied van filmeducatie waar te maken en meer leerlingen te bereiken, is het noodzakelijk in de komende jaren flink te investeren. We willen onze organisatie versterken met 1,5 fte voor filmeducatie en mediawijsheid zodat we structureel in contact kunnen treden met het onderwijs en programma's op maat kunnen afstemmen. Ook investeren we in de ontwikkeling van programma op maat en audiovisuele middelen ter ondersteuning. Om de stap voorwaarts te kunnen maken, doen we nadrukkelijk een beroep op de gemeente om ons te ondersteunen bij deze belangrijke ambitie, met een structureel aanvullende subsidie.

PLATFORM VOOR FILMTALENT

LantarenVenster biedt jongere generaties de ruimte. Rotterdams Open Doek, met jonge Rotterdamse filmmakers en aanstormend talent, is uitgegroeid tot een filmpplatform dat jonge makers met elkaar en met de professionele filmwereld in contact brengt. Dit door ons geproduceerde filmfestival krijgt in 2021 een zesde editie. Het festival groeit sterk en voorziet in een grote behoefte als platform voor jonge makers in de stad. Daarnaast steunen we Rotterdamse filmproducties met previews en promotie. We omarmen het 48 Hour Film Project Rotterdam en laten zien dat hun films internationaal in de prijzen vallen.

VOLWAARDIGE PARTNER VOOR FESTIVALS

Filmfestivals hebben een duidelijke meerwaarde voor de stad én voor de diversiteit van het programma en het publiek van LantarenVenster. We willen duurzaam en proactief samenwerken en omarmen nieuwe initiatieven. De kwaliteit van de programmering en de inhoudelijke invulling staat daarbij voorop. We kijken hoe bijzonder het festival is en in hoeverre het een aanvulling vormt op het reguliere aanbod.

De grootse en belangrijkste filmpartner in de stad is en blijft IFFR. We hebben de samenwerking in 2019 geïntensiveerd. Naast de programmering tijdens het twaalfdaagse festival bieden IFFR en LantarenVenster het hele jaar door IFFR-programmering. Dit kunnen reprises zijn, zoals de La Flor-reeks, maar ook speciale voorpremières van 'IFFR-regisseurs'.

LantarenVenster heeft jaarlijks meer meerdaagse filmfestivals in huis: Camera Japan, Architecture Film Festival Rotterdam, Sport Filmfestival Rotterdam, Spanish Film Festival, Cinekid en het Arab Film Festival Rotterdam (sinds 2019). Waar nodig ondersteunen en adviseren wij deze festivals zowel programmatisch, promotioneel als organisatorisch.





2.3 MUZIEK: VERDIEPING EN VERBREIDING

Rotterdam wordt steeds meer de stad met een toonaangevend, divers aanbod aan muziekfestivals en muziekpodia. LantarenVenster maakt al jaren deel uit van de muzikscene, met een aantrekkelijke programmering en aandacht voor jong talent. Het accent ligt op jazz, maar ook aanverwante genres komen ruimschoots aan bod.

GRENSVERLEGGENDE MUZIEK

Muziek in LantarenVenster betekent vooral jazz. Maar jazz is meer dan een muziekgenre, het woord verwijst naar onstuitbare, ongrijpbare energie. LantarenVenster is geen podium voor muziekpuristen, maar voor makers en liefhebbers die over grenzen heen durven kijken en nieuwe vormen willen verkennen. Daarom biedt LantarenVenster ruimte voor wereldmuziek, hiphop, blues, soul, singer-songwriters en zelfs neoklassieke minimal music. De komende jaren gaan we door op de ingeslagen weg. We gaan ook voor groei, door nieuwe samenwerkingen met de Rotterdamse urban scene en op het gebied van wereldmuziek. Dit betekent dat we van jaarlijks 120 concerten groeien naar 135 in 2025. We verwachten per jaar tussen 25.000 en 30.000 bezoekers te ontvangen.

SPECIALS EN CROSS-OVERS

LantarenVenster organiseert steeds vaker festivals en speciale programmering. We hanteren hierbij twee uitgangspunten: samenwerking met andere partijen, en de wisselwerking tussen muziek en film. Dit biedt kansen om de programmering zowel te verbreden als te verdiepen en een groter publiek te bereiken. Jaarlijks zijn er voorstellingen waarin muziek en film elkaar succesvol aanvullen en versterken. Een goed voorbeeld is het concert van het Rosenberg Trio gekoppeld aan de vertoning van de speelfilm *Django* over Django Reinhardt. We programmeren met enige regelmaat combinaties van muziekdocumentaires en concerten. Tijdens North Sea Round Town zijn jazzdocumentaires geboekt, met onder andere films over het legendarische jazzlabel Blue Note Records en Miles Davis.

UITBREIDING MUZIEKPROGRAMMA

In overleg met andere Rotterdamse podia en instellingen programmeren we naast jazz en wereldmuziek ook popconcerten in onze zaal 1. Deze zaal is geschikt voor ruim 500 bezoekers, een capaciteit die er in Rotterdam verder nergens is voor popconcerten.

Popprogrammering biedt een uitgelezen kans om nieuwe bezoekers te verwelkomen. LantarenVenster werkt samen met podia en festivals als Live@BIRD, Metropolis Festival, Motel Mozaïque, Popunie, Roodkapje, Rotown, Grounds, Baroeg en WORM in de Stichting PopUp. Deze stichting zet zich in voor de positie van Rotterdam als muziekstad en voor een aanbod met een breed palet aan muziekstijlen dat zo een grote groep Rotterdammers bedient. De podia en festivals programmeren artiesten van verschillende niveaus, van startende muzikanten tot gevestigde acts.

In de afgelopen jaren is de samenwerking tussen de genoemde partijen uitgegroeid tot een waardevol stadsprogramma. De organisatoren kijken per artiest welke locatie het meest geschikt is en met welke partners kan worden samengewerkt. Door gebruik te maken van elkaars pr-netwerk wordt er een groot publiek bereikt. Publiek komt op plekken waar het nooit eerder is geweest en bands kunnen optreden op locaties die qua uitstraling het beste bij hen passen. Ook krijgen artiesten de mogelijkheid door te groeien in Rotterdam; de zaalcapaciteit in de stad kan meegroeien. De locaties waarmee afspraken zijn gemaakt, zijn Arminius, De Doelen, Theater Rotterdam Schouwburg, Annabel, Maassilo, Weelde en Theater Zuidplein (nieuwe locatie, vanaf september 2020).

In de komende cultuurplanperiode willen Motel Mozaïque, Rotown, Live@BIRD, Baroeg en LantarenVenster jaarlijks 35 concerten voor minimaal 500 man programmeren, waarvan het merendeel voor meer dan 1000 bezoekers. Hiermee bereiken we 30.000 tot 37.000 bezoekers met een volwaardig aanbod van middelgrote tot grote popconcerten op verschillende plekken in de stad. Dit aanbod zal bovendien meer divers en spannender zijn dan wat er in één zaal mogelijk is.

KRACHT VAN SAMENWERKING BINNEN DE KETEN

De goede reputatie van LantarenVenster is voor een deel te danken aan de kwaliteit van de programmering, de locatie, de akoestiek in de zaal en onze goede contacten met artiesten, boekingskantoren en platenmaatschappijen. Maar ook de wijze waarop wordt samengewerkt tussen de muziekpartners in Rotterdam draagt sterk bij aan dit succes. In de afgelopen jaren hebben de podia en muziekorganisaties het jazz- en muziekklimaat in Rotterdam tot bloei gebracht. De komst van het North Sea Jazz Festival naar Rotterdam, het succes van North Sea Round Town (opmaat voor NSJF), de jazzprogrammering in BIRD en de Doelen en de programmering van Jazz International Rotterdam voor de diverse podia hebben hieraan bijgedragen.



Met onze jazzpartners in de stad werken we steeds meer vanuit een gezamenlijke verantwoordelijkheid voor het totale ecosysteem. Regelmatig wordt zowel op programma- als directieniveau afgestemd. LantarenVenster neemt in dit gesprek een voorttrekkende rol in als grootste jazzpodium van de stad. Ook met theater Walhalla op Katendrecht zijn we een samenwerking gestart gericht op singer-songwriters en kleinschalige jazzconcerten.

Ook noemen wij graag de samenwerking tussen Live@BIRD en LantarenVenster, dé jazzpodia van de stad. In gezamenlijkheid worden concerten georganiseerd met bezoekersaantallen van boven de 350, die in BIRD niet mogelijk zijn. LantarenVenster neemt de meer concertante rol op zich, waar BIRD een zaal is waar meer de hiphop-influenced jazz wordt gespeeld. We vullen elkaar aan met de verschillende stijlen binnen de jazz en bedienen elk een eigen



doelgroep. We bundelen onze krachten voor acts op het snijvlak van onze programmering. Samen bereiken we een grotere groep bezoekers en vergroten we onze impact. Op onze verlanglijst staan BCUC, Durand Jones, Little Simz, Khruangbin en Emily King.

Landelijk werken we regelmatig samen met collega-podia, zoals BIMHUIS, TivoliVredenburg, Paradox, LUX en de Oosterpoort. Ook internationaal vindt er steeds vaker uitwisseling van kennis en informatie plaats, onder andere omdat we lid zijn van het European Jazz Network, als een van de weinige Nederlandse podia. Onze prominente rol in Rotterdam en in Nederland krijgt internationaal steeds meer bekendheid.

TALENTONTWIKKELING IN ONZE BASIS

Behalve een belangrijk podium voor gevestigde namen is LantarenVenster ook een lanceerplatform voor nieuw talent en musici met een nieuw geluid. We staan stevig in de Rotterdamse jazzketen en bieden artiesten een prachtpodium om zich te bewijzen en door te stromen. Stond Gregory Porter in 2011 nog in LantarenVenster, een aantal jaren later verkocht hij de grote zaal van de Doelen uit. Ook acts als fusion collectief Snarky Puppy en trompettist Avishai Cohen stonden in LantarenVenster voordat ze doorbraken.

Jong Rotterdams talent bieden we een podium als voorprogramma bij concerten in onze grote zaal 1, op festivals of als gratis toegankelijk foyerconcert. Partners als Codarts, Music Matters en de Popunie zijn daarbij onmisbaar. Samen met podium Islemunda en ondersteund door het Fonds Podiumkunsten werken we een ontwikkelingsprogramma uit. Het draait daarbij om intensieve begeleiding van talentvolle Rotterdamse muzikanten en producers. LantarenVenster adviseert en coacht hen en biedt hun podiumruimte om te kunnen groeien binnen de muziekketen.

In voorgaande jaren verzorgde Jazz International Rotterdam concertseries van kwetsbare jazz en jong talent met een Rotterdams accent in LantarenVenster en de Doelen. Jazz International Rotterdam slaat een nieuwe weg in als talent- en projectontwikkelaar. LantarenVenster neemt de programmering over, omdat we veel waarde hechten aan de ontwikkeling en ondersteuning van lokaal, nationaal en internationaal talent in de opbouw van een professionele beroepspraktijk en het behoud van ruimte voor kwetsbare programmering. Wij pleiten ervoor de middelen voor deze programmering binnen de Cultuurnota beschikbaar te houden. We nemen graag samen met de Doelen de verantwoordelijkheid voor het beheer van het budget en de totstandkoming van de programmering in beide podia.

PLATFORM VOOR ONTWIKKELING EN VERNIEUWING

Sinds 2019 profileren we ons meer als platform voor debat en etalage voor nieuwe ontwikkelingen in de muziek. Een goed voorbeeld is de samenwerking met inJazz, een showcase-festival voor professionals en publiek. Sinds 2011 vindt deze door Buma Cultuur georganiseerde internationale jazzconferentie jaarlijks in LantarenVenster plaats. Tijdens de conferentie is er een uitgebreid showcase-programma, waarbij tientallen talentvolle musici en bands (zowel lokaal en landelijk, als internationaal) zich presenteren aan een groot publiek, waaronder muziekprogrammeurs en andere muziekprofessionals uit binnen- en buitenland.

VAN FOYER NAAR PODIUMPLEK

LantarenVenster ontwikkelt een plan om de foyer te verbouwen. Deze verbouwing stelt ons in staat om onze programmatische ambities beter te verwezenlijken. De foyer wordt een dynamische plek waar de bezoeker een combinatie vindt van (pre-)performance of presentatie en gastvrije ontvangst (entree, kaartverkoop, garderobe, horeca). We bieden ruimte voor kleine concerten van jonge musici uit Rotterdam, voor aanvang van het hoofdprogramma of als op zichzelf staand concert tijdens een festival. LantarenVenster biedt makers zo meer mogelijkheden om hun eigen sfeer neer te zetten en de band met hun publiek te versterken.

Voor de invulling van deze programmering is een apart plan opgesteld en zoeken we vooral de samenwerking met partners als Codarts, Music Matters, het Batavierhuis en hiphopinitiatieven als Know the Ledge. Met Codarts wordt een concertserie ontwikkeld voor de Codarts Big Band, waarbij studenten regelmatig in de foyer van LantarenVenster spelen. Daarbij is een bekende Codartsdocent speciale gast (onder andere Benjamin Herman, Tineke Postma, Francien van Tuinen, Jan van Duikeren). Ook is er bij ieder concert een feature voor nieuw talent (studerend of alumnus). De toegang is gratis bij deze laagdrempelige foyerconcerten.



2.4 HORECA EN PUBLIEKSEVENEMENTEN

EEN AANTREKKELIJKE PLEK

Op de bruisende Kop van Zuid is LantarenVenster een aantrekkelijke en unieke plek voor een borrel, een inhoudelijk event of verhuring. De afdeling Verhuur en zakelijke dienstverlening is verantwoordelijk voor een belangrijk deel van onze inkomsten en stelt ons mede in staat om onze programmatische ambities waar te maken. Bovendien verwelkomen wij door deze activiteiten diverse (nieuwe) doelgroepen.

Jaarlijks vinden er via verhuur ruim honderd evenementen plaats. Dit zijn zakelijke evenementen, zoals congressen van het Erasmus Medisch Centrum, personeelsbijeenkomsten van Mediamarkt, buluitreikingen van Erasmus Universiteit en symposia van gemeente Rotterdam. Daarnaast faciliteert de afdeling een breed scala aan evenementen met een cultureel, maatschappelijk of stedelijk belang. We zijn regelmatig volgeboekt.

HORECA EN GASTVRIJHEID

De horeca in LantarenVenster is van groot belang en is een waardevolle aanvulling op onze programmatische hoofdfunctie. Onze bezoekers waarderen het dat ze voor een voorstelling of concert bij ons kunnen eten. Ze blijven ook graag hangen voor een borrel. Een goede horeca-exploitatie is noodzakelijk om de exploitatie financieel mogelijk te maken. In 2019 is de horecaomzet licht gestegen, voor een belangrijk deel doordat het programma meer bezoekers trok.

Tegelijkertijd neemt de concurrentie op de Wilhelminapier en daarbuiten toe. Het horecavestigingsbeleid is specifiek op de pier sterk verruimd en dat heeft impact. Net als de inhoudelijke programma's willen we de horeca meer onderscheidend maken. We verbeteren het culinaire aanbod en het serviceniveau. Ook versterken we de organisatie en positionering van de horeca. Met een stap voorwaarts in kwaliteit en bijzonderheid brengen we het horeca-aanbod en de service in lijn met het programma-aanbod.



3. POSITIE EN PUBLIEK



3.1 PUBLIEKSGROEI EN KLANTPROFIELEN

MARKETING MEER CENTRAAL

Hoe val je op in het dagelijkse bombardement van boodschappen? Hoe blijven we op de hoogte van de actuele interesses en behoeften van (potentiële) bezoekers, zodat we kunnen meebewegen? Om met een krachtige eigen propositie en vanuit een sterk besef van onze meerwaarde te kunnen opereren, nemen marketing en communicatie een meer centrale plek in het denken en handelen van de organisatie in. Een ijzersterke programmering moet in combinatie met resultaat-gerichte marketing en communicatie-aanpak leiden tot een betere zichtbaarheid en positionering.

GROEICIJFERS

Onze publieksaantallen groeien gestaag. Op muziekgebied ontvingen we in 2018 26.750 bezoekers bij 118 concerten. In 2019 ontvingen we 30.473 bij 126 concerten. In 2018 bezochten 5350 nieuwe bezoekers een concert, in 2019 was dit aantal 6320.

In de filmzalen ontvingen we in 2018 199.205 bezoekers bij 9985 filmvertoningen van 531 verschillende titels. In 2019 was dit aantal 219.378 bij 9774 filmvertoningen en 648 verschillende titels. We organiseerden in 2018 530 filmspecials waar 31.773 bezoekers op af kwamen. In 2019 organiseerden we 729 filmspecials die 41.030 bezoekers trokken.

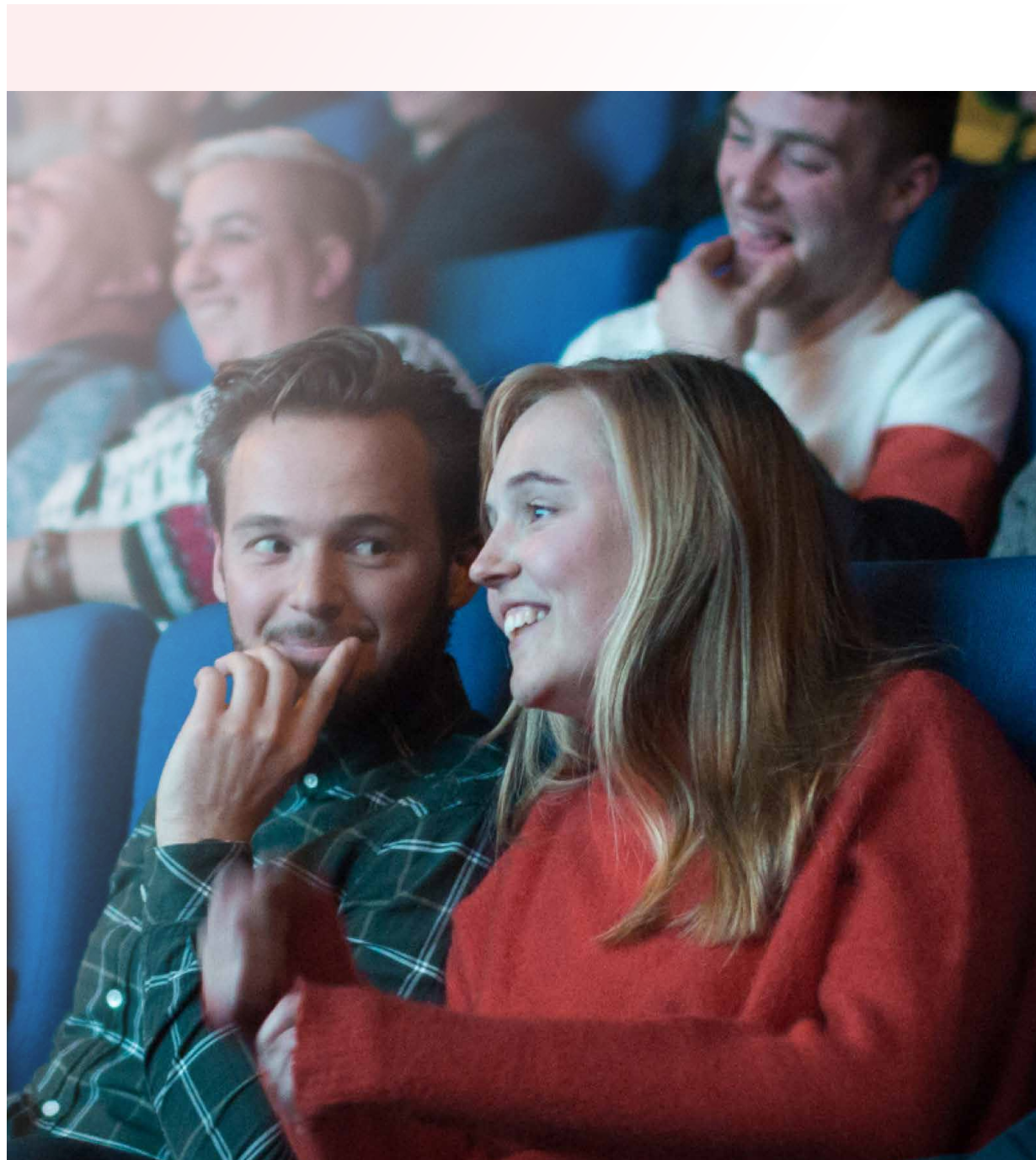
Uit een terugblik over meerdere jaren blijkt dat er schommelingen zijn, waarbij groei geen vanzelfsprekendheid is. Het beschikbare aanbod is uiteraard een belangrijke factor, maar ook een niet te beïnvloeden factor als het weer heeft impact, vooral bij film: bijzonder aangenaam weer levert flink minder filmbezoekers op. Bij muziek zien we deze schommeling minder. Desondanks denken we de komende jaren te kunnen uitgaan van een gezonde groei van 1,5 tot 2% per jaar.

KLANTGROEPEN EN -PROFIELEN

We verwachten nieuw publiek te kunnen winnen onder jonge mensen, dertigers en veertigers, kinderen en hun ouders, bewoners van Zuid (oudgedienden en nieuwkomers). Maar we willen ook de relatie met onze vaste bezoekers intensiveren door op alle fronten drempelverlagend te werk te gaan. We zoeken publiek actief op, soms gebruik makend van promotiepartners die een bepaalde doelgroep goed kennen, zoals Cineville, CJP, We Are Public en Rotterdam Partners. We maken contact met bezoekers via social media, servicemails en reacties op

recensies, maar ook door op de concertavonden met bezoekers in gesprek te gaan en door campagnes in de stad.

Voor marketing en promotie rond programma's valt op doelgroep-niveau nog meer te winnen. We werken op basis van klantprofielen gebaseerd op motivatie. Op dit moment werken we met persona's voor de verschillende publieksgroepen. We gebruiken deze profielen om campagnes in te richten. De persona's zijn gebaseerd op kwalitatief onderzoek, ticketingdata en Google Analytics. Ze vormen een afspiegeling van de publieksgroepen in onze zalen.



3.2 DATA-GEDREVEN MARKETING

DATA-ANALYSE EN KLANTRELATIEBEHEER

Het marketingteam gebruikt data-analyse om kaartverkoopgegevens te ontsluiten en beter in te spelen op het gedrag en de behoeften van klanten. In de komende periode wil LantarenVenster het publiek beter bedienen en activeren. We streven naar een situatie waarin bezoekersmotivaties en daarop gebaseerde bezoekerssegmenten of 'drijfveersegmenten' onze marketingstrategie voeden. Dit leidt tot gepersonaliseerde communicatie en datagedreven marketing. Het resulteert ook in programmaformules die meer toegesneden zijn op bezoekersmotivaties. Programmering en marketing gaan hand in hand.

Om deze ambitie te verwezenlijken gaan we werken met een klantrelatiebeheersysteem (CRM) dat de link vormt tussen het kaartverkoopsysteem, de website en de overige instrumenten, zoals het mailingsysteem en social media. Voordat we een systeem implementeren willen we klantinzichten verwerven en de klantreis beter in beeld krijgen. Vervolgens kiezen we een CRM-oplossing die past bij de nieuwe strategie.

VERDIEPEND PUBLIEKSONDERZOEK

Om klantprofielen of -segmenten te kunnen bouwen en ontwikkelen doen we regelmatig publieksonderzoek. LantarenVenster doet mee met het Whize/MOSAIC-onderzoek van Rotterdam Festivals. Op grond van dit publieksonderzoek weten we hoe de verdeling van publieksgroepen (persona's) die Rotterdam Festivals hanteert er voor LantarenVenster uitzag in 2018. Afgezet tegen de samenstelling van Rotterdamse huishoudens zijn Elitaire Cultuurminnaars (17,9%), Stadse Alleseters (26,5%), Klassieke Kunstliefhebbers (5,3 %) en Actieve Families (7,3 %) oververtegenwoordigd. Voor hen is het aanbod van LantarenVenster bovengemiddeld aantrekkelijk, concludeert het onderzoeksrapport. Verder valt op dat het aandeel Stedelijke Toekomstbouwers volgens het onderzoek weliswaar ondervertegenwoordigd is, maar met 19,1% toch relatief groot is op het totale publiek van LantarenVenster. De meeste van onze bezoekers zijn afkomstig uit Rotterdam-Centrum, Noord en Oost. Door de toestroom naar Rotterdam, onder andere op Katendrecht, zien wij meer potentieel publiek. Ook richten we ons op de reeds gevestigde inwoner van Rotterdam-Zuid.

	Bereik 2018 Rotterdam	Bereik 2018 Nederland	Prognose 2024 Rotterdam	Prognose 2024 Nederland
Stadse Alleseters	26,50%	17,70%	27%	17%
Elitaire Cultuur- minnaars	17,90%	19,70%	17%	20%
Klassieke Kunst- liefhebbers	5,30%	10,30%	5%	11%
Actieve Families	7,30%	10%	8%	11%
Randstedelijke Gemakzoekers	4,90%	11,70%	5%	11%
Digitale Kijkers	8,10%	6,80%	6%	8%
Stedelijke Toekomst- bouwers	19,10%	11,60%	21%	12%
Wijkgerichte Vrijtijds- genieters	10%	9,30%	11%	9%
Overig	0,90%	2,80%	0%	0%

Tabel Whize/MOSAIC – resultaten 2018 en prognoses 2024 LantarenVenster.
Bij de gemarkeerde publieksgroepen zetten wij actief in op groei.

Naast het Whize/MOSAIC-onderzoek kiezen we voor een eigen kwalitatieve onderzoeksbenadering gericht op de diepere drijfveren van ons publiek. Met eigen enquêtes en interviews onderzoeken we wie onze bezoekers zijn, wat hun wensen zijn, hoe we hen het beste kunnen benaderen en waar we een persoonlijke of emotionele connectie met hen hebben of kunnen maken, die al begint voor het bezoek en daarna nog voortduurt.

3.3 MARKETINGINSTEEL EN MIDDELENMIX

GERICHT BENADEREN VAN NIEUWE DOELGROEPEN

Om ons achterland beter te bedienen richten we ons de komende tijd op het publiekspotentieel van Rotterdam-Zuid. Daar trekken nieuwe bewoners naartoe en er zijn veel huidige bewoners die we nog niet bereiken. We richten ons vooral op de categorieën Stedelijke Toekomstbouwers, Actieve Families en Elitaire Cultuurminnaars. Huidige bewoners van Zuid verleiden we met speciale acties en/of met programma's in de wijk. De samenwerking met podium Islemunda op het gebied van talentontwikkeling is hiervan een mooi voorbeeld.

De jongere doelgroep van Stadse Alleseters bereiken we al goed. We willen dit consolideren, bijvoorbeeld met de concerten die we met poppartners organiseren, maar ook met CJP, Cineville en We Are Public. We zien deze groep bij de programmaseries Rotterdams Open Doek en WORD!

In de komende periode richten we ons in het bijzonder op kinderen en jongeren, die we met educatieprogramma's via scholen willen aanspreken, maar ook in familieverband (buitenschools) graag terugzien. Richting de scholen werken we vraaggericht en ook onze marketinginspanningen moeten we op maat inzetten, waarbij we aanbod voor kinderen bundelen. Buitenschools benaderen we jongeren en kinderen via de (groot)ouders.

Om duurzamer de verbinding aan te gaan met Rotterdammers met een cultureel diverse achtergrond werken we in de marketing samen met partners met een netwerk binnen een bepaalde doelgroep, zoals bij het hiphoprogramma WORD! LantarenVenster bouwt aan een duurzaam netwerk van samenwerkingspartners binnen diverse gemeenschappen. We versterken de marketingafdeling met marketeers met een cultureel diverse achtergrond (zie hoofdstuk 5).

MIDDELENMIX

LantarenVenster zet een krachtige combinatie in van online en offline communicatiemiddelen. In de afgelopen jaren lag de focus op online inspanningen. Deze zijn meetbaar, actueel, op kort termijn inzetbaar en betaalbaar. De inspanningen die wij offline plegen, versterken meer ons imago dan de kaartverkoop. Als er veel online gebeurt, zijn fysieke uitingen soms juist verfrissend en opvallend. LantarenVenster heeft een herkenbare visuele identiteit. Samen

met ontwerpbureau 75B ontwikkelen we een aanpak om eigenheid, persoonlijkheid en effectiviteit te combineren in onze online en offline uitingen.

In onze marketing spelen we met de parameters timing (aankondigingsmoment) en schaarste (eenmalige voorstelling, laatste kaarten, uitverkocht) en zien de effecten daarvan in onze analyses. We onderzoeken of prijsdifferentiatie, zoals je die bijvoorbeeld in de luchtvaartsector ziet, een bruikbare tool is voor ons. Om beter aan te sluiten op de wens van ons publiek om een avond van tevoren te plannen, willen we gaan werken met zaalplacering via onze website. Ook voor horecareserveringen willen we met een online reserveringssysteem gaan werken.

WEBSITE ALS BRON

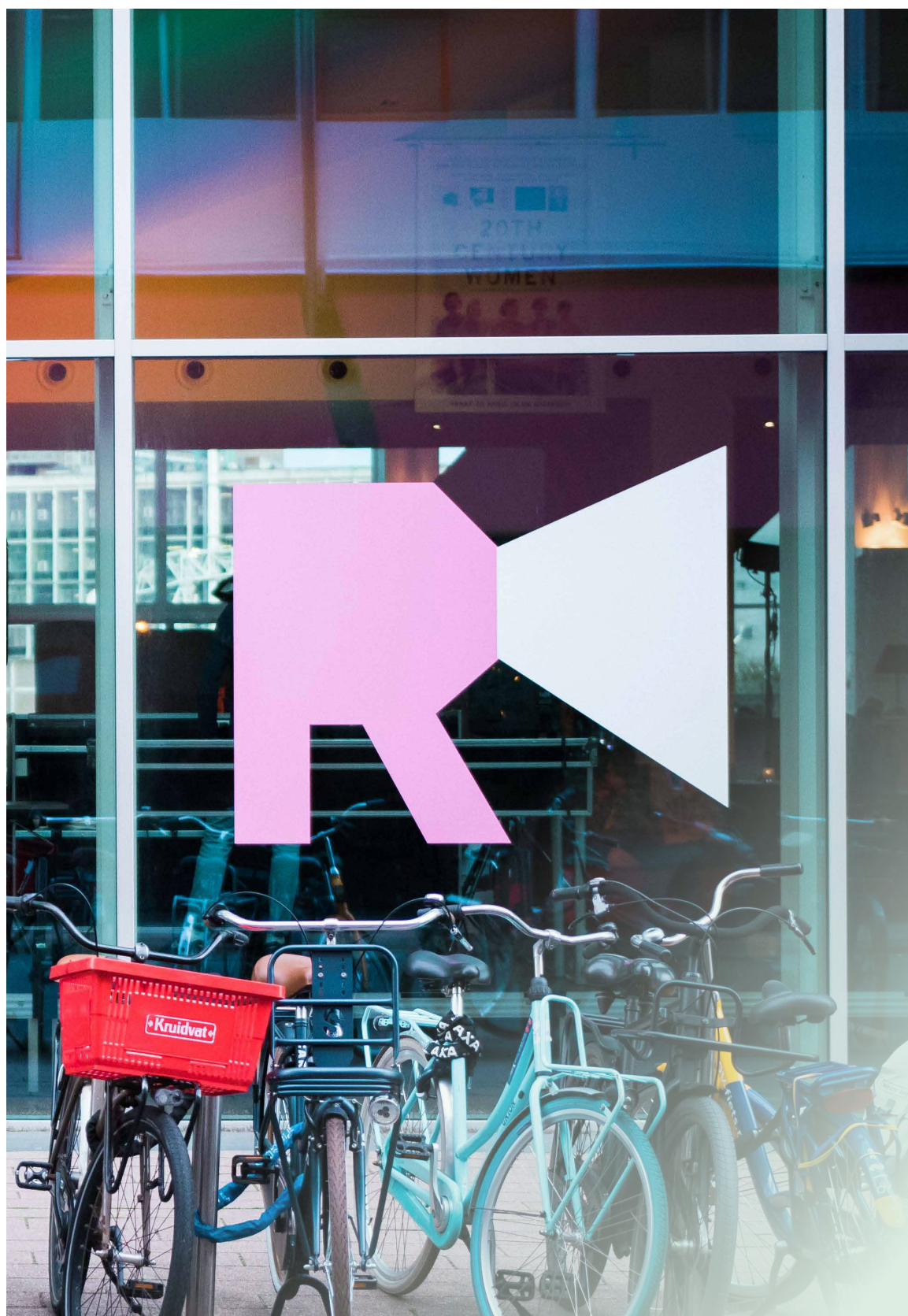
De website vormt het hart van onze communicatie. Het publiek vindt er snel en prettig wat het zoekt. De site is niet alleen praktisch en de plek voor kaartverkoop, je vindt er verdiepende informatie en een compleet agendaoverzicht. Uit de gemiddelde sessieduur (3 minuten) blijkt dat bezoekers er langere tijd doorbrengen. We ontwikkelen en verbeteren de online gebruikerservaring continu en hebben die in een publieksonderzoek onder millennials (Stadse Alleseters) geëvalueerd. De aanbevelingen uit dit onderzoek nemen we mee in een volgende verbeteringsslag. In 2018 trok de website 521.000 bezoekers (film en muziek). Gemiddeld kwamen bezoekers twee à drie keer terug. In 2018 noteerden we 69% meer opbrengst en 65% meer online verkochte tickets ten opzichte van 2017.

SOCIAL MEDIA EN RATINGS

Betrokkenheid van publiek wordt helder met (meetbare) online communicatiemiddelen. Op Facebook hebben we ruim 36.000 volgers en komen er wekelijks 50 bij. Op dit platform plaatsen we actuele berichten over programma, aanverwante content en doelgerichte advertentiecampagnes. Ons publiek is voor een groot deel te vinden op Facebook en onze berichtgeving is daar dan ook succesvol. Op Instagram vinden we een jongere, snelgroeiende achterban (8600 volgers). Onze Google rating is gemiddeld 4,4 met ruim 2000 recensies. We beantwoorden elke recensie.

We gaan ons meer richten op interactie met bezoekers. Daarbij gaat het om beleving en uitwisseling. Onze nieuwe socialmediastrategie focust meer op verhalen van bezoekers, verhalen uit onze roemruchte geschiedenis en verhalen van achter de schermen.





MAILINGS

Mailing zijn een effectief online communicatiemiddel. We verstrekken actuele informatie, zorgen voor conversie en communiceren met een trouwe achterban. Het succes blijkt uit het hoge openingspercentage en het lage aantal afmeldingen. Mailings zorgen voor een goede kickstart van de kaartverkoop van concerten en van films. Er zijn in totaal 42.000 ontvangers voor de reguliere nieuwsbrieven van film en muziek, met gemiddeld 600 nieuwe aanmeldingen per maand en een openingspercentage van rond de 35% per (twee) wekelijkse nieuwsbrief. Daarnaast zorgen *direct mails* voor effectieve communicatie met subdoelgroepen. Door liefhebbers van een bepaald genre aan te schrijven, wordt herhaalbezoek uitgelokt en kaartverkoop aangejaagd. We willen toe naar een situatie waarbij mailings (deels) gebruikmaken van *automation*.

NARROWCASTING

Aan de straatzijde en in de foyer van ons pand beschikken we over een narrowcastingsysteem voor het tonen van de actuele agenda, verwant programma en andersoortige informatie. De schermen kleden de ruimte aan, laten ons aanbod zien en zijn gemakkelijk te actualiseren. Bij de verbouwing van de foyer verbeteren we de hardware en de CMS-koppeling van het systeem.

OFFLINE MIDDELEN

Offline campagnes zijn goed voor ons imago en genereren zichtbaarheid en aanwezigheid in de stad, maar deze campagnes drukken op de budgetten en de resultaten zijn moeilijk meetbaar. Daarom kiezen we gericht. We pakken uit bij themaweken, festivals en specials met postercampagnes in cafés en andere openbare gelegenheden in Rotterdam en (digitale) buitenreclame en op borden langs de rand van de weg. Corporate boodschappen verkondigen we op straat, zoals de 'twee uur in een andere wereld'-campagne. We experimenteren met een mix van posters van concerten en filmspecials die maandelijks vier uitingen in de stad uitlichten. We adverteren met concertladders in muziekbladen als bijvoorbeeld Jazzism en de Blueskrant. Voor film adverteren we bijvoorbeeld in de programmakrant van IFFR, de Filmkrant en de Filmladder. Free publicity genereren we via de vakpers van film en muziek. Meer algemene onderwerpen maken we wereldkundig met persberichten aan ons netwerk en de regionale en stedelijke vakpers.

4. STURING EN ORGANISATIE



4.1 STURING EN STRUCTUUR

We hebben hoge toekomstambities. Dit roept de vraag op in hoeverre de organisatie optimaal is ingericht om deze ambities waar te maken. LantarenVenster werkt niet alleen aan een structuur die toekomstbestendig is, maar ook aan een cultuur die ons weerbaar en wendbaar genoeg maakt om onze missie te realiseren.

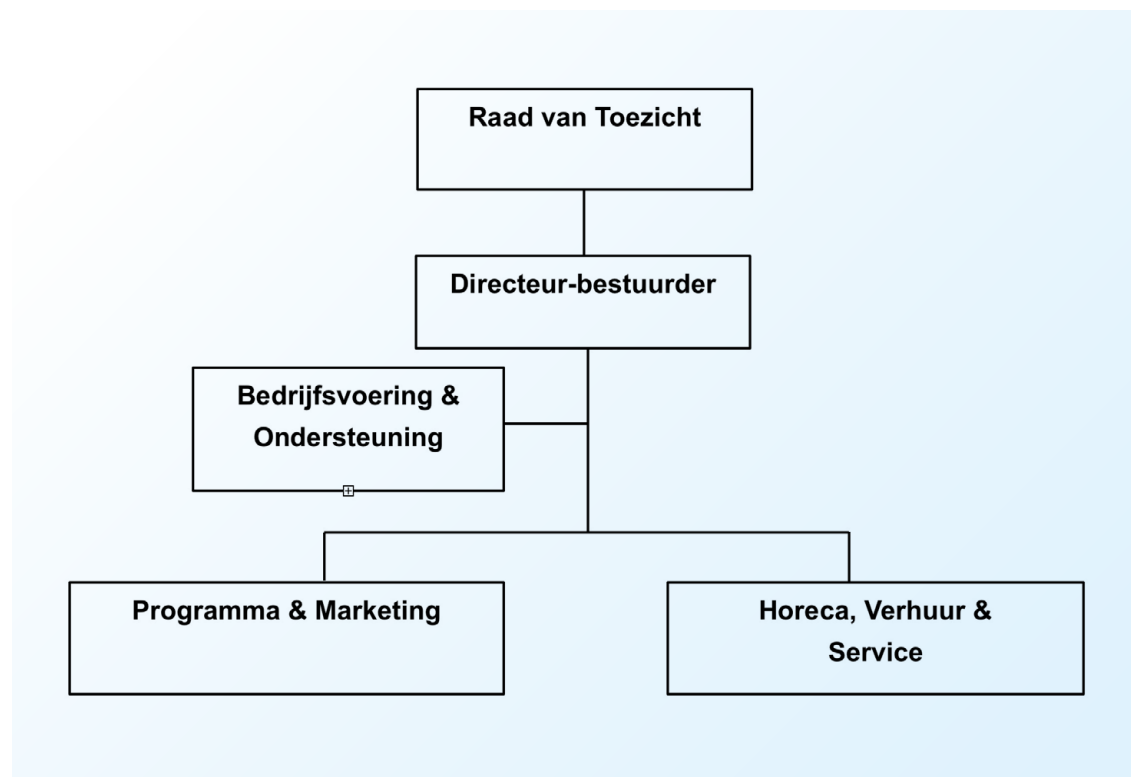
GOED TOEZICHT EN TRANSPARANT BESTUUR

Sinds 2017 vormt de Governance Code Cultuur uitgangspunt voor de organisatiestructuur en de wijze waarop het toezicht is georganiseerd. Daarin bekleedt de algemeen directeur de functie van bestuurder en is er een Raad van Toezicht (RvT). Bij de statutenwijziging in 2017 is een aantal bepalingen over de governance aangepast aan de huidige maatstaven.

Het beleid wordt vastgesteld door de directeur-bestuurder en goedgekeurd door de RvT en is mede gericht op de beleidspeerpunten van gemeente Rotterdam. De overige aspecten van het bestuurlijk proces (voorbereiding en uitvoering van beleid) zijn overwegend in handen van de directeur. In het Raad van Toezicht- en bestuursreglement van de organisatie staan de bevoegdheden van de directeur-bestuurder en de RvT nader omschreven. Dit sluit aan op de Governance Code Cultuur. Ieder jaar vindt een zelfevaluatie plaats binnen de RvT en eenmaal in de drie jaar wordt deze evaluatie begeleid door een extern bureau (Momentum Bestuursadvies in 2019).

ORGANISATIESTRUCTUUR EN -STURING

Stichting LantarenVenster telt per 1 januari 2020 77 medewerkers bij 57 fte. Ook werken zo'n 90 vrijwilligers voor LantarenVenster. In 2019 is een organisatieverandering doorgevoerd om slagvaardiger en efficiënter te kunnen werken. Gekozen is voor een organisatiemodel met Resultaat verantwoordelijke Eenheden (RVE's). Het Managementteam is opgesplitst in een Artistiek Team waarin de artistieke koers voor de lange termijn wordt bepaald en een Operationeel Team waarin de vertaling naar de dagelijkse operatie wordt gemaakt. Deze structuur is gericht op doelgericht werken met een duidelijker onderscheid tussen korte- en lange-termijnontwikkelingen. Het organogram ziet er als volgt uit:



De **RVE Programma & Marketing** is verantwoordelijk voor de totstandkoming van het programma (film en muziek inclusief specials, educatie en talentontwikkeling) en publieksbenadering en onderzoek. Binnen de **RVE Bedrijfsvoering & Ondersteuning** gaat het om de aansturing van de onderdelen Financiën, ICT, Personeelszaken en secretariaat, Facilitair en Techniek. De **RVE Horeca, Verhuur & Service** draagt zorg voor alle horecagerelateerde zaken, service naar het publiek aan de kassa, tijdens programma's en verhuringen en bij speciale evenementen, cultureel of commercieel. Ook gaat het om de aansturing en borging van de productionele ondersteuning bij programma's en commerciële events. Binnen een RVE kunnen meerdere managers werkzaam zijn, afhankelijk van de grootte van de eenheid.

De volgende sturende teams zorgen voor besluitvorming:

Artistiek Team (AT)

Doel: besluitvorming artistieke koers middel(lange) termijn.

Samenstelling: Directeur (voorzitter), Seniorprogrammeurs, Manager Marketing.

Operationeel Team (OT)

Doel: besluitvorming over organisatie en operatie.

Samenstelling: Directeur, Manager Financiën & ICT en Manager P&O, Facilitair & Techniek, Manager Horeca & Publieksservice en Manager Verhuur & Productie.

4.2 GOED WERKGEVERSCHAP

LantarenVenster hecht belang aan duurzame arbeidsrelaties met medewerkers, met goede arbeidsomstandigheden en –voorwaarden. We investeren in een gezonde, veilige en prettige werkomgeving en hebben oog voor de gezondheid en ontwikkeling van onze medewerkers. We laten medewerkers zoveel mogelijk multi-inzetbaar werken, waardoor uitwisseling wordt gestimuleerd en medewerkers binnen de organisatie kunnen groeien.

CAO-ONTWIKKELING

De cao voor bioscopen via de branchevereniging NVBF is in 2016 komen te vervallen. De branche werkt aan een nieuwe cao. LantarenVenster hanteert in de tussentijd een eigen arbeidsvoorwaardenreglement gebaseerd op het standaardreglement van de NVBF. Een eigen functiehuis is opgebouwd en een loongebouw dat samen met een aantal filmtheaters is opgezet, grotendeels gebaseerd op het loongebouw uit de cao Nederlandse Podia.

FAIR PRACTICE EN FAIR PAY

LantarenVenster wil de Fair Practice Code graag hanteren. Zonder actuele cao is het lastig om te bepalen in hoeverre LantarenVenster zorgdraagt voor een verantwoorde en eerlijke beloning van de medewerkers. In de afgelopen jaren is een bescheiden indexering toegepast op de salarissen. Voor medewerkers zonder verder groeiperspectief binnen hun schaal, is het loon sec geïndexeerd. Desondanks zijn de medewerkers er door de jaren heen feitelijk op achteruitgegaan doordat de consumentenprijsindex (CPI) structureel hoger lag. Bovendien zijn de doorgroeimogelijkheden, vanwege het beperkte loongebouw, beperkt gekoppeld aan het eigen arbeidsvoorwaardenreglement. Het is wenselijk en noodzakelijk om een inhaalslag te maken en de achterstand uit de afgelopen jaren weg te werken. Met de brancheorganisatie NVBF is berekend dat de achterstand € 65.000 bedraagt. Hierbij is als uitgangspunt genomen de laatste loonsverhoging van 1,5% per 2016 conform de lopende cao met een vermeerdering van de CPI over de jaren.

De betaling van artiesten, sprekers en filmmakers is door de jaren heen marktconform, waarbij we veelal van impresariaten en boekingskantoren de marktconforme prijzen aangeboden krijgen. Ook bij de inhuur van mensen op flexibele basis, rekening wij met marktconforme tarieven en dragen wij zorg voor een duurzame en eerlijke verstandhouding.

BEOORDELING EN SCHOLING

Jaarlijks vindt een functionerings- en beoordelingsgesprek plaats. Bij de jaarlijkse beoordelingsronde gaat een medewerker bij goed functioneren automatisch een periodiek omhoog binnen het loongebouw, mits de schaal het toelaat. We onderzoeken de mogelijkheid om gefaseerd toe te werken naar een systematiek van ‘beloning naar prestatie’ en een actualisatie van het loongebouw.

We bieden medewerkers de mogelijkheid om zich te ontwikkelen als dit in het verlengde van hun functie past. We streven naar maatwerk in scholing. Medewerker en leidinggevende maken hier samen afspraken over. De komende jaren wordt meer ruimte vrijgemaakt voor de ontwikkeling van medewerkers. Hierbij maken we onder meer gebruik van de Odin Development Compass (ODC), een methode die ontwikkelpotentieel zichtbaar maakt.

Verder investeren we in het behoud van kwalitatief goed personeel. We bieden mensen na afloop van een tijdelijk dienstverband vaker een aanstelling voor onbepaalde tijd, voornamelijk bij horeca. Om toch flexibel te blijven maken we naar ieders tevredenheid gebruik van contracten met minimale en maximale werkuren. Vanwege de vernieuwde Wet arbeidsmarkt in balans (WAB) bieden we medewerkers met flexibele uren ook meer stabiliteit met de optie om vaste uren te kiezen.



4.3 DIVERSITEIT IN DE ORGANISATIE

CULTUUROMSLAG

LantarenVenster is van en voor iedere Rotterdammer. We willen meer oog hebben voor de diversiteit van de stad en toegankelijker zijn voor een bredere groep. Om de organisatie inclusiever te maken kunnen we nog stappen zetten. We hanteren een brede opvatting van diversiteit en betrekken aspecten als gender, leeftijd, en fysieke en mentale beperkingen. De vrouw-man verhouding binnen LantarenVenster is in evenwicht.

SECTOR IN TRANSITIE

In 2019 is een nieuwe Code Diversiteit & Inclusie opgesteld voor de culturele en creatieve sector. Behalve voor culturele diversiteit is in dit nieuwe perspectief ook oog voor andere vormen van verschil. De culturele sector in Rotterdam neemt samen met de Rotterdamse Raad voor Kunst en Cultuur (RRKC) het initiatief om versneld stappen te maken. Daarbij is meer nodig dan sec kijken naar de werving en selectie van personeel. Er is een intrinsieke motivatie nodig om de gewenste cultuuromslag van binnenuit te maken. Dit is een tijdrovend proces waarbij alle lagen van de organisatie onder het vergrootglas komen te liggen. Het is zaak selectiecriteria zodanig aan te passen dat inclusiviteit wordt gestimuleerd, en inclusiviteit voortdurend te agenderen bij de directie en RvT. Ons standpunt is dat we ook kunnen leren door het meteen in de praktijk te doen. Bij de werving van nieuwe medewerkers betrekken we mensen uit ons netwerk met een cultureel diverse achtergrond om te bepalen of het opgestelde profiel aansluit en via welke kanalen we het naast de bekende platforms kunnen uitzetten. Bij de werving van nieuwe RvT-leden hebben we het bureau Colourful People betrokken.

DE VOLGENDE STAP

Als we kijken naar onze programmering en het bereiken van nieuw publiek zetten we goede en relevante stappen. Ook verduurzamen we samenwerkingen met partners. We hebben bureau Urban Paradoxes gevraagd om ons te helpen de culturele diversiteit in de eigen organisatie te verbeteren door de huidige stand van diversiteit en inclusiviteit in kaart te brengen. In deze verkenning is aandacht voor wat we al hebben bereikt, voor wat goed gaat met specifieke aandacht voor de procedures en voor welke dilemma's we verder staan en hoe we hier (praktisch) mee kunnen omgaan. We willen niet alleen een beeld krijgen van de interne organisatie, maar ook van

onze programma's en de samenwerkingen met partners. In de zomer van 2020 verwachten we de uitkomsten en kunnen we de noodzakelijke stappen in gang zetten. We zullen dan ook een terugkoppeling geven naar de gemeente. De RvT volgt het proces nagezet en het onderwerp staat structureel op de agenda in het overleg met de directeur.

4.4 MEDEZEGGENSCHAP EN UITWISSELING

PERSONEELSVERTEGENWOORDIGING

Sinds 2019 heeft LantarenVenster weer een ondernemingsraad (OR), nadat die in 2017 was ontbonden wegens een gebrek aan animo. Per 1 januari 2019 hebben we een aantal personeelsleden bereid gevonden in een nieuwe OR te stappen. De directie en de RvT ondersteunen dit van harte en hechten groot belang aan goede medezeggenschap. Om de personeelsbelangen goed te kunnen vertegenwoordigen heeft de OR in 2019 een training van OR Academy gevolgd. Periodiek vindt overleg plaats met de bestuurder en eenmaal per jaar schuift de voltallige OR aan bij een vergadering met de RvT. Enkele RvT-leden zullen eenmaal per jaar een reguliere vergadering van de OR met de bestuurder bijwonen.



5. BEDRIJFSVOERING EN HUISVESTING



5.1 ONDERNEMERSCHAP EN GROEI

De meeste inkomsten komen van het publiek. LantarenVenster is een sterk ondernemende instelling met een goede balans in de exploitatie tussen eigen inkomsten en publieke middelen. Het publiek koopt toegangskarten, maakt gebruik van de horeca of huurt de locatie. LantarenVenster is de afgelopen jaren gegroeid zonder meer aanspraak te maken op gemeentelijke subsidie. Met de subsidie ter ondersteuning van de kerntaak kunnen we specifieke arthouse films en bijzondere jazzprogrammering aanbieden waar de markt niet direct in voorziet. In het subsidiebedrag van de gemeente zijn behalve programmakosten ook een deel van de huisvesting- en de kapitaalkosten geormerkt. De prestaties verbonden aan de subsidie zijn verwoord in een minimumaantal te programmeren voorstellingen en behaalde bezoekers. Daarnaast krijgt LantarenVenster ondersteuning via Europa Cinemas en het Fonds Podiumkunsten. Voor specifieke activiteiten worden fondsen aangesproken, in overheid en bedrijfsleven. We vinden steeds beter de weg naar deze partijen.

GROEIMOGEELIJKHEDEN

De meerjarenexploitatie van LantarenVenster is sluitend en realistisch. De cijfers laten zien dat we gestaag groeien, al is groei geen vanzelfsprekendheid (zie hoofdstuk 3). Diverse externe factoren, zoals het aanbod in de markt, het weer en de toenemende concurrentie, maken dat we ons niet rijk rekenen. We verwachten een groei van zeker 1,5% te kunnen realiseren door onze actieve programmering en de nieuwe verbindingen die we aangaan in combinatie met een forse intensivering van de marketinginspanningen. Meer bezoekers zal een positieve uitwerking hebben op het horecabedrijf. Daarnaast wil LantarenVenster slimmer en efficiënter werken en met betere managementinformatie zorgen voor een goede controle en sturing op de verschillende onderdelen. Het resultaat is een betere en constante balans tussen kosten en baten.

EXTRA INVESTERINGEN EN GEMEENTELIJKE ONDERSTEUNING

In hoofdstuk 2 geven wij aan fors te willen investeren in onze inspanningen op het gebied van filmeducatie. De programma's worden zowel in ons gebouw aangeboden als op de scholen. Om te groeien naar een bereik van 10.000 leerlingen is een forse investering nodig voor extra personele inzet (1,5 fte), voor de ontwikkeling van programma op maat en voor de inzet van wisselende ondersteunende (audiovisuele) middelen.

Wij investeren zelf een deel en vragen daarnaast aan de gemeente voor dit belangrijke onderwerp om een verhoging van de jaarlijkse subsidie van € 135.000.

Een ander speerpunt is de grote rol die we willen spelen bij de ontwikkeling en begeleiding van jonge, talentvolle muzikanten en de instandhouding van de kwetsbare jazzprogrammering met een Rotterdams karakter. We nemen deze rol zoals in hoofdstuk 2 aangegeven over van Jazz International Rotterdam en trekken hierin samen op met de Doelen. Voor deze programmering vragen wij aan de gemeente om een extra jaarlijkse subsidie van € 110.000. Het budget wordt volledig besteed aan programma, de organisatie wordt niet uitgebreid.

In totaal vragen wij dus om een jaarlijkse uitbreiding van de subsidie van € 245.000 voor filmeducatie en talentontwikkeling muziek. Alle ambities hebben wij vertaald naar een meerjarenbegroting voor de periode 2021-2024, op basis waarvan de gemiddelde normbegroting is berekend. Daarnaast is in de meerjarenbegroting een toename van de personeelskosten opgenomen als gevolg van het aanpassen van het loongebouw om loon naar werk in het kader van de Fair Practice Code mogelijk te maken. Ook is uitgegaan van een verwachte jaarlijkse loonindexering.



5.2 BEDRIJFSVOERING EN INFORMATIE

PROFESSIONALISERING EN EFFICIENCY

In het kader van een verbetertraject zijn in 2019 stappen gezet om de organisatie beter en efficiënter te laten werken. Een aantal backoffice processen dat voorheen handmatige bewerkingen vereisten, is geautomatiseerd door systemen te koppelen. We beschikken nu sneller over betrouwbare managementinformatie, waardoor goede controle en sturing op de verschillende onderdelen mogelijk is. Dit leidt tot een betere, constante balans tussen kosten en baten. Daarnaast is het beleid voor contante betalingen gemoderniseerd, waarbij we zoveel mogelijk – waar passend – inzetten op contantloos betalen. Er wordt gewerkt aan verdere vernieuwingen, zoals het digitaliseren van strippen- en cadeaukaarten en optimalisering van het personeelsplanningssysteem. Dit alles is gericht op efficiency in de backoffice, waardoor we zoveel mogelijk tijd en middelen kunnen inzetten voor het programma.

CYCLISCHE CONTROLLING

Om de financiële controle in te bedden in de organisatie is een cyclisch controlproces geïntroduceerd. De managers van de RVE's stellen een jaarplan op waarin zij de ambities vertalen naar smart afdelingsdoelstellingen. Deze worden op elkaar afgestemd om tot doelstellingen en afspraken te komen waar we als organisatie samen achter staan. Zo komen we ook tot een jaarlijkse begroting waar alle verantwoordelijken mee instemmen. Gedurende het jaar worden rapportages over realisatie versus begroting besproken en waar nodig maatregelen genomen om te waarborgen dat de doelstellingen worden behaald.

5.3 ONDERHOUD EN INVESTERINGEN

GROTE INVESTERINGEN EN VERVANGINGEN

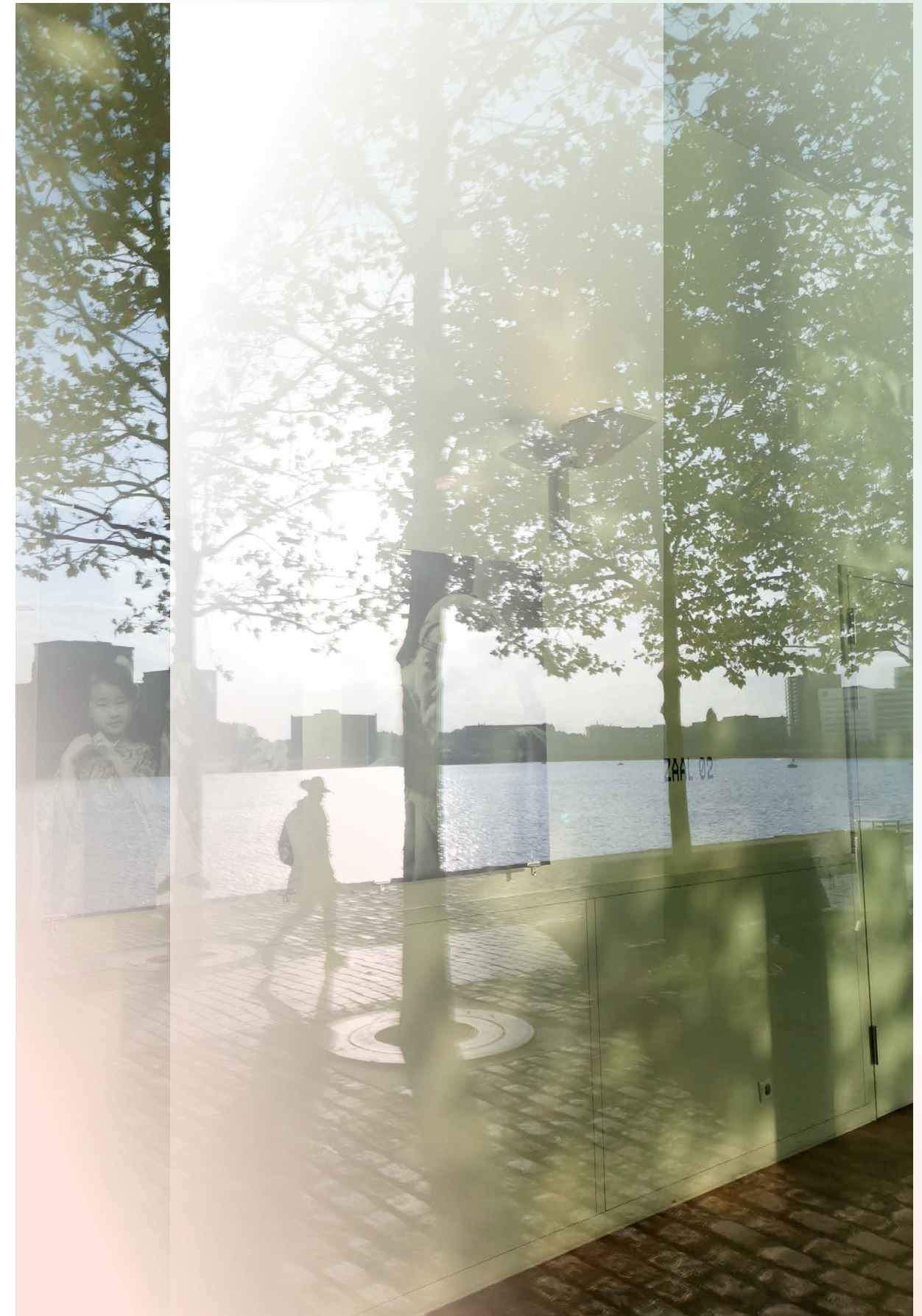
Het gebouw van LantarenVenster verkeert dankzij goed onderhoud in redelijke staat. Het huurcontract is recent verlengd tot en met 30 april 2030. In de afgelopen tien jaar zijn diverse aanpassingen aan het gebouw gedaan. Om voorop te blijven lopen, is het van belang dat er de komende jaren grote vervangingen gedaan worden en groot onderhoud plaatsvindt. De meerjarige onderhoudsplanning dient als leidraad voor vervangingen. Eind 2018 is extern advies ingewonnen

over het te verwachten onderhoud en de noodzakelijke vervangingen, ten behoeve van een meer planmatige aanpak. Dit resulteerde in een nieuw plan voor het meerjarenonderhoud en grote noodzakelijke vervangingen op het gebied van facilitair en techniek voor de lange termijn. We zijn hierbij uitgegaan van een eerste tienjarenperiode tot en met 2030. Daarmee zijn de belangrijkste vervangingen met een cyclus van tien jaar meegenomen. De berekeningen komen voor de periode 2020–2030 in totaal op ongeveer € 6,5 miljoen. Daarvan betreft € 0,9 miljoen ‘going concern’ onderhoudskosten en –contracten die onder de reguliere doorlopende kosten vallen. Ruim € 4,5 miljoen betreft cyclisch groot onderhoud en € 1,1 miljoen betreft periodieke vervangingen van inventaris. Tot op heden heeft LantarenVenster vanuit de eigen exploitatie een reservering kunnen maken voor onderhoud en vervangingen op de middellange termijn. De komende tijd wordt gewerkt aan een aanpak voor onderhoud en vervangingen op de lange termijn (tot vijf jaar, de periode daarna wordt nader bestudeerd).

FOYER ALS PODIUM

In hoofdstuk 2 staat vermeld dat LantarenVenster een plan ontwikkelt om meer en sneller programma te kunnen aanbieden in de foyer. In de huidige situatie kost het te veel moeite en geld om programma's neer te zetten in de foyer. Met de verbouwing willen we tegelijkertijd de uitstraling fors verbeteren, met een warmere, eigentijdsere look. We laten ons inspireren door plekken als de Rich Mix en The Barbican in Londen en Kraftwerk Berlin. Dit soort plekken toont aan hoe een foyer op een bijzondere manier gebruikt kan worden voor programma gericht op talentontwikkeling, beeld- en mediacultuur.

LantarenVenster heeft voor het verbouwingsplan diverse externe financiers (waaronder de gemeente) bereid gevonden om eenmalig te investeren. Het streven is het project volledig met externe financiering rond te krijgen. De verbouwing staat gepland voor 2021.



LANTAREN VENSTER