



Jaarverslag 2016

De Lieve Vrouw

INHOUD

Voorwoord	3
1. Programmering	4
1.1 Theaterprogrammering.....	4
1.2 Filmprogrammering	5
1.3 Lokale culturele programmering en verhuur	7
2. (Cultuur)educatie	8
3. Marketing en publiciteit.....	9
3.1 Doelstellingen	9
3.2 Middelen	10
4. Bedrijfsvoering: Techniek en facilitair.....	12
5. Horeca in De Lieve Vrouw	13
6. Organisatieontwikkelingen	14
7. Bijlagen.....	16
a. Bereik en prestaties De Lieve Vrouw 2016	16
b. Partners.....	16

Voorwoord

2016 is een uitermate intensief jaar vol nieuwe ontwikkelingen en veranderingen geweest. Bestuurlijk en wat toezicht betreft is de organisatie vernieuwd. In 2016 is de in 2015 nieuw gestarte Raad van Toezicht het hele jaar actief geweest. In maart 2016 startte een nieuwe directeur-bestuurder.

In 2016 is het Plan van Aanpak afgerond dat De Lieve Vrouw in 2015 heeft ingezet om een in 2014 ontstaan verlies in te lopen. Als gevolg daarvan is de organisatie in 2016 uitermate *lean*. Tevens is door LAGroup in 2016 een onderzoek uitgevoerd naar mogelijk verregaande samenwerking met Flint. De uitkomsten hiervan gaven reden tot de conclusie dat een fusie voor beide organisaties in financiële zin geen voordelen oplevert, maar inhoudelijke samenwerking de organisaties verder kan brengen. Als gevolg van deze uitkomsten zijn verdere bezuinigingen op de gemeentelijke subsidie van de baan, een belangrijke mijlpaal na jaren van bezuinigingen. Dit betekent dat de organisatie zich kan gaan richten op verdere ontwikkeling.

Samen met het team is verkend welke ambities wij koesteren, waar kansen liggen en met wie en hoe we de komende jaren willen samenwerken. Op basis hiervan is een nieuw meerjarenplan 2017 – 2020 ontwikkeld waarbij ook de uitkomsten van een in 2016 afgerond bezoekersonderzoek zijn betrokken. Voorts hebben we een begin gemaakt met een aantal nieuwe samenwerkingen, waaronder het nieuwe initiatief Movie Nights onder de Toren, versterkte aandacht voor Amersfoorts muzikaal talent tijdens het festival Novemberstorm, meer aandacht voor educatie in samenwerking met Scholen in de Kunst, en de komst van festival Flamenco Biënnale naar Amersfoort.

Ons pand had daarnaast flinke aandacht nodig: gedurende de zomer heeft de beheersorganisatie SRO de luchtbehandeling geheel vernieuwd, een complex project dat veel meer tijd vergde dan verwacht en een grote belasting vormde voor de organisatie die dagelijks operationeel is. Daarnaast hebben wij de inrichting van twee filmzalen vernieuwd en divers achterstallig onderhoud verholpen.

Ondanks de grote druk die in 2016 op de organisatie rustte is er vol energie en ambitie gewerkt aan de verbetering van de faciliteiten, maar ook aan de ontwikkeling van onze werkwijzen en nieuwe activiteiten. Als klap op de vuurpijl mocht De Lieve Vrouw dan voor het eerst de honderdduizendste bezoeker in een jaar tijd ontvangen, vlak voor het einde van het jaar.

De Lieve Vrouw staat voor bijzonder, kleinschalig en 'dicht op de huid' theater, internationale kwaliteitsfilm en vooral ontmoetingen; met elkaar, met makers en met sterke verhalen. En hiervan hebben we in 2016 bijzonder veel gepresenteerd: een ongekend hoog aantal kwalitatief hoogwaardige voorstellingen, experimenten, nieuwe initiatieven en nieuw talent.

2016 heeft duidelijk gemaakt: De Lieve Vrouw is geliefd in Amersfoort en voorziet in een behoefte. Ons aanbod nog beter zichtbaar en toegankelijk maken, ook voor een jonger publiek, was mede een van de doelstellingen in 2016, naast het stabiliseren van de financiële situatie van de organisatie én het wegwerken van achterstallig onderhoud. Door de grote inzet van alle medewerkers en vrijwilligers is dit mogelijk geweest.

Onze ambities waarmaken, scherp en alert blijven op kansen en ontwikkelingen ten aanzien van een zo breed mogelijk bezoekersprofiel en een en het feitelijk managen van het grote aantal bezoekers zal voor 2017 onze aandacht hebben.

Amersfoort, maart 2017

Friederike Weisner, directeur-bestuurder

1. Programmering

1.1 Theaterprogrammering

In 2016 is een brede waaier van podiumkunsten vertegenwoordigd in onze programmering: toneel, muziektheater, dans, cabaret en kleinkunst, het nieuwe circus en concerten.

We hebben hiermee een toename van bezoekers gerealiseerd ten opzichte van 2015: de programmering heeft 15.764 bezoekers weten te verleiden, naast 13.801 bezoekers in 2015, bij een zo goed als gelijkblijvend aantal voorstellingen. Dit betekent dus meer bezoekers per voorstelling dan het voorgaande jaar. Opvallend is het aantal uitverkochte voorstellingen: 40 voorstellingen (31%) tegenover 29 uitverkocht (23%) in 2015. De uitverkochte voorstellingen zijn terug te vinden in de volle breedte van het aangeboden programma.

Ten opzichte van 2015 is het aantal bezoekers toegenomen bij toneel, muziektheater en cabaret. Dans laat echter een afname qua bezoekers zien. Het dansaanbod was avontuurlijk en van goede kwaliteit. De meest intrigerende voorstelling op het gebied van dans was *M* van Samir Calixto, waarvoor hij zich liet inspireren door kunstenaars en filosofen uit het verleden en een levende grote slang onderdeel uitmaakte van de scenografie. Het komende kalenderjaar is publiekwerving voor de dansvoorstellingen een extra aandachtspunt voor onze communicatie en marketing.

Jongerenvoorstellingen

Na de groei in 2015 met 1.359 bezoekers bij 10 voorstellingen, laat 2016 een verdere groei zien met 1.698 bezoekers bij 12 voorstellingen. In 2015 was het gemiddeld aantal bezoekers per voorstelling 136, het hoogste cijfer ooit gemeten. In 2016 werd dit aantal overtroffen met gemiddeld 142 bezoekers per voorstelling. De toename is mede te danken aan de intensieve samenwerking en afstemming van De Lieve Vrouw met het Voortgezet Onderwijs. Dit resulteerde in meer bezoek van scholieren. Daarnaast maakten scholen vaker gebruik van de mogelijkheid om een extra middagvoorstelling af te nemen bij een jongerenvoorstelling. Voor het eerst haakte ook een school aan bij een reguliere voorstelling: Hotel Modern speelde *De Grote Oorlog* voor een zaal vol scholieren, een geslaagde aanpak.

Jeugd

Bij een zelfde aantal voorstellingen (19) was er een lichte afname te zien van 130 bezoekers ten opzichte van 2015. Het gemiddeld aantal bezoekers per voorstelling was met 126 goed, maar het kwalitatief hoogwaardige jeugdtheater verdient naar ons idee nog meer publiek, zeker in een 'jonge' stad als Amersfoort. Nagenoeg alle jeugdtheatervoorstellingen staan in de schoolvakanties met de merknamen Herfststukjes, Winterkost en Lente-uitjes, een samenwerkingsverband van vijf podia uit de regio. Nieuw vanaf najaar 2016 is dat één gezelschap centraal staat met meerdere voorstellingen en een speciaal randprogramma. Tijdens Herfststukjes was dit Bonte Hond, dat met drie voorstellingen en veel randprogramma vol 'in de spot' stond.

Muziek

Met nagenoeg hetzelfde aantal concerten als in 2015 is het aantal bezoekers zeer licht afgenomen: van 3.657 naar 3.454 bezoekers. Met een gemiddeld aantal bezoekers van 133 per voorstelling zijn we echter zeer tevreden. In 2016 hebben we voor het eerst Lavinia Meijer ontvangen. Als nieuwe inwoner van Amersfoort ziet zij de mogelijkheid om De Lieve Vrouw als haar 'proeftuin' voor nieuwe projecten in te zetten. Een compliment voor Amersfoortse muziekliefhebbers en ook voor ons als theater, dat wij dit kunnen ondersteunen. Haar eerste 'proeftuin' liet een spannende en prille kruisbestuiving zien tussen muziek, animatiefilm en literatuur.

Festival Novemberstorm

Dit festival biedt jong muziktalent uit de stad een theaterpodium. Op de openingsavond liet Willem Wits zijn nieuwste programma horen, gevolgd door een afterparty van Per Expressie. Korte muziekacts en DJ's van de jongste generatie voor veel jong volwassenen. Op zaterdag volgde een avond van drie korte concerten van Emma Lou, Sheela en Abke Bruins. Zondagmiddag pakte Bas

Bons uit met meer dan 10 muzikanten. In totaal waren er 368 bezoekers bij de concerten en rond de 150 bij de afterparty.

Made in Amersfoort

De Lieve Vrouw is ook in 2016 een podium voor ambitieuze podiumkunstenaren en actuele projecten uit de stad. Makers uit de stad die De Lieve Vrouw in 2016 heeft ondersteund zijn Karel Casier, Heer Otto, Koeterwaals, theater Lejo, Niki Romijn, Circus Amersfoort (jeugdtheater), De Stille Fanfare, Patrick Nederkoorn (theater), Frank Oppedijk/Verrassend Klassiek, Thijs Borsten, Willem Wits, Emma Lou, Sheela, Abke Bruins, Bas Bons (muziek).

Net als in 2015 waren er twee succesvolle series die in Amersfoort zijn geproduceerd: De Staat van de Stad (door Patrick Nederkoorn) en De Uitdaging (door Thijs Borsten). De Staat van de Stad – een talkshow over de actualiteit van de stad – met 4 afleveringen was dit jaar voor het laatst. Na drie seizoenen slaat Nederkoorn zijn vleugels uit en gaat dit concept in andere steden ontwikkelen. De andere serie *Thijs Borsten Daagt uit* was met grote namen als Tania Kross, Frederique Spigt en Maria de Fatima altijd uitverkocht. Thijs Borsten maakt inhoudelijk grote stappen: concept en uitvoering staan nu als een huis.

Een actueel project dat in De Lieve Vrouw plaatsvond was *Souvenir van een vlucht*. Een project op initiatief van de gemeente Amersfoort in het kader van het zojuist gerestaureerde Belgenmonument met een link naar vluchtelingen nu.

Samenwerking in de stad

Met verschillende culturele instellingen in de stad heeft De Lieve Vrouw samenwerkingsverbanden. Met Flint in de vorm van nauwe afstemming van het programma en met De Lieve Flint dat al vele seizoenen het beste van beide theaters samenbrengt. We lopen gezamenlijk op met de seizoenkaartverkoop en weten elkaar op inhoudelijk en praktisch vlak te vinden.

Met Fluor (voorheen De Kelder) vindt programmatische afstemming plaats en zijn we nauwere samenwerking aan het onderzoeken. Met Per Expressie is een start gemaakt met programmering in het café: in januari voor de afterparty van Kultjurloop. Van einde avond tot in de vroege uurtjes was het laagdrempelige café een broedplaats van jong talent voor een jong, uitzinnig publiek. Ook tijdens Novemberstorm zorgde Per Expressie voor een afterparty in het café waar de vonken van afspatten. Met Bibliotheek Eemland werken we samen bij 'Boek op de Planken' en de finale van de Nationale Voorleeswedstrijd. Met Scholen in de Kunst worden voorstellingen voor het BO en VO gerealiseerd en bezoeken cursisten groepsgewijs voorstellingen in De Lieve Vrouw. Circus Amersfoort maakte in de kerstvakantie speciaal voor De Lieve Vrouw een circusvoorstelling tijdens Winterkost.

Jong publiek

Met festival Novemberstorm, deelname aan Kultjurloop van Per Expressie (januari) en deelname aan de Popronde (november) heeft De Lieve Vrouw veel jongvolwassenen in huis gehaald. Vooral het café wordt door de doelgroep aantrekkelijk gevonden: mooie locatie in de binnenstad, open verbinding met het plein door de glazen pui en daardoor laagdrempelig voor jong publiek. De uitdaging is om deze bezoeker de komende jaren ook vaker in de theater- en filmzalen terug te zien.

1.2 Filmprogrammering

Nooit eerder vertoonde DLV zoveel film, zo vaak film en met zoveel bezoekers tot resultaat in een jaar. De ruim 245 verschillende films, jeugdfilms, documentaires, specials, arthouse, klassiekers, cross-over aanbod en eenmalige speciale vertoningen werden door bijna 84.000 bezoekers in onze filmzalen gezien.

Het jaar 2016 werd in de hele filmbranche gevierd met meer dan 34 miljoen filmbezoekers en ruim 350 verschillende filmtitels. De positieve trend van de afgelopen jaren zet verder door en ook de filmtheaters profiteren van deze groeiende behoefte naar film.

In Amersfoort vertaalde zich dat eveneens in een onstuimige groei van het filmbezoek, zowel bij de commerciële bioscopen, als ook in De Lieve Vrouw. Het totale aantal filmbezoeken in Amersfoort

steeg sinds de opening van de nieuwe zalen van Pathé explosief van ongeveer 350.000 naar 850.000 in 2016. Bij De Lieve Vrouw signaleren wij ook deze groeiende behoefte met onze diverse culturele filmprogrammering.

In 2016 vertoonden wij 241 films met in totaal 4514 vertoningen en 83.988 bezoekers. De top 15 (6% van het totaal aantal voorstellingen) was goed voor 28,5% van het totaal aantal vertoningen en voor 40% van het totaal aantal bezoekers.

Opvallend is ook het grote aantal Nederlandse films of films met een Nederlands tintje in de top 15: beide Franse films *Elle* en *The Red Turtle* hadden een Nederlandse regisseur terwijl *De Helleveeg*, *Down to Earth*, *Tonio*, *Publieke werken* en de nummer 1, *Knielen op een bed* *Violen*, volledig Nederlandse kwaliteitsfilms waren.

Specials

Door de digitalisering van de filmvertoning in 2012 is er een positief effect zichtbaar op de diversiteit van het film- en activiteiten aanbod: content is sneller en makkelijker voorhanden en de programmering is hierdoor flexibeler geworden. Wij vertonen nu makkelijker een kleine documentaire of een film die niet regulier wordt uitgebracht.

Van de 245 filmtitels vielen er in 2016 95 titels in de categorie '*special*'; zij kregen 11% van het totaal aantal vertoningen (512 vertoningen totaal, waarvan 381 voor documentaires).

We vinden het belangrijk om binnen onze programmering ruim baan te geven aan bijzondere voorstellingen, al dan niet in samenwerking met derden. Voorbeelden zijn de *Movies that Matter* vertoningen (in samenwerking met Amnesty International), voorstellingen in samenwerking met Amersfoortse instellingen als *FasadE* (film en architectuur), *Dante* (de Italiaanse filmavond), *Fluor* (popdocumentaires) of Stichting Marathon Amersfoort (een marathonfilmavond).

In 2016 draaiden we sinds lange tijd ook weer film op het plein onder de titel 'Movie Nights onder de Toren'. De sfeer was positief en de opkomst uitstekend, zij het met wisselend succes vanwege weersomstandigheden. Van de 4 avonden organiseerden wij er één in samenwerking met Pathé als onderdeel van het Uitweekend Amersfoort.

In 2017 zullen we starten met het aanbieden van zogenaamde Event Cinema, films die een registratie zijn van een bijzondere culturele gebeurtenis, zoals een opera, concert of tentoonstelling.

Jeugdfilm

Per jaar vindt er tenminste een keer een jeugdfestival plaats. In de regel is dit Cinekid in het najaar, tijdens de herfstvakantie. Het Fantastische Kinderfilmfestival vond de afgelopen jaren in mei plaats, maar verkeerd in financiële problemen, waardoor op dit moment niet duidelijk is of het in 2017 terug zal komen. Daarnaast draaien wij 52 weken lang in het weekend op zaterdag- en zondagmiddag en gedurende alle korte schoolvakanties dagelijks jeugdfilms.

De absolute jeugdtopper van 2016 was *Buurman & Buurman – al 40 jaar beste vrienden!*, gevolgd door *Casper & Emma op Safari*. Kenmerkend is dat onze jeugdprogrammering hoofdzakelijk Europees is en van origine niet-Nederlands gesproken. Dit in tegenstelling tot de commerciële bioscopen die uitsluitende Nederlandse familiefilms draaien en animatiefilms uit Hollywood (Disney, Pixar, Dreamworks).

Van ons titelaanbod bestond in 2016 11% uit jeugdfilms, die 3.373 bezoeken genereerden.

Film on demand

De digitalisering dwingt ook filmtheaters om een rol te spelen in de mogelijkheden die het filmkijken online biedt. Mede hierom is Filmthuis.nl in 2015 gestart: een *embedded* service voor filmtheaters, waardoor er een extra online filmzaal wordt gecreëerd die rechtstreeks via de website van het betreffende theater toegankelijk is.

Filmthuis is sinds 2016 ook onze partner als het gaat om aanbieden van films via het internet. De insteek is: geef kleine filmproducties toch de kans om via de filmtheaters te zien te zijn, ook al is dat niet in de filmzaal maar op een ander scherm thuis. In 2016 hebben wij 25 titels via Filmthuis

aangeboden. Het aanbod blijkt – ook uit onderzoek – aanvullend te zijn op het filmaanbod in de zalen en biedt hiermee een aanvulling voor onze bezoekers. Het project zal zich de komende jaren verder ontwikkelen en op basis hiervan zullen wij bepalen of het van blijvende toegevoegde waarde is.

1.3 Lokale culturele programmering en verhuur

In 2016 had De Lieve Vrouw 25 huurders in huis. Daarbij is met name de Theaterzaal de meest gevraagde zaal met zijn 200 plaatsen en diverse opstellingsmogelijkheden. We maken een onderscheid tussen culturele programmering/ verhuur en commerciële verhuur.

Het aantal culturele verhuringen is in 2016 afgenomen vanwege de in 2015 doorgevoerde noodzakelijke prijsverhoging. Voor een aantal amateurgezelschappen, zoals o.a. koren, bleek deze prijs te hoog. De Lieve Vrouw gaf haar vaste huurders (culturele verhuur) waar mogelijk een korting om de prijsverhoging te overbruggen ten opzichte van de kosten voor zaalhuur in 2015.

Naast deze huurders waren er nog 50 verhuuraanvragen die niet door konden gaan vanwege met name de beperkte beschikbaarheid van onze zalen. Wijn zijn immers geen zalenverhuurcentrum, maar een cultureel podium met een hoge eigen activiteitenfrequentie.

Het aantal commerciële verhuringen is relatief hoog in 2016. Bedrijven weten de Lieve Vrouw te vinden als het gaat om een eenvoudige bedrijfspresentatie met een culturele inslag of in een culturele omgeving. De Lieve Vrouw zette een eerste samenwerking op met de Vereniging van Amersfoortse Ondernemers (VAO), die in 2017 voorgezet wordt. Jazz festival Amersfoort werd tevens als bijzonder Festival ontvangen en met deze partner hadden wij een intensieve samenwerking.

Verhuringen van de filmzalen inclusief al dan niet besloten filmvertoning is sinds 2016 verplaatst van de afdeling verhuur naar de afdeling filmprogrammering.

2. (Cultuur)educatie

Educatie speelt een vanzelfsprekende rol in het denken en doen van De Lieve Vrouw: dit geldt voor verdiepende programma's en activiteiten rondom film en theater voor volwassen publiek, maar ook voor het onderwijs, met name het voortgezet onderwijs.

Voor film geldt daarbij dat dit medium ook in zijn historische context geplaatst kan worden: De Lieve Vrouw vertoont bijvoorbeeld filmklassiekers, al dan niet digitaal gerestaureerd, mede vanwege het bijzondere werk van filminstituut EYE, dat op het terrein van filmrestauratie internationaal geroemd wordt.

Sinds 2016 maken wij expliciet onderscheid tussen educatieve en verdiepende activiteiten voor algemeen publiek waaronder volwassenen en jeugd, en cultuureducatie specifiek voor scholieren in het basis- en voortgezet onderwijs, gerelateerd aan de doelstellingen van het onderwijs.

Dit vereist een andere aanpak, dient aan te sluiten bij de verschillende doelstellingen (kerndoelen) en is bij De Lieve Vrouw in ontwikkeling. Jeugd en jongeren moeten wat ons betreft minimaal de kans hebben om kennis te maken met kunst en cultuur op het gebied van theater en ook op het gebied van film.

Theatereducatie

In 2016 hebben wij vooral ingezet op een intensivering van onze contacten met Scholen in de Kunst en met scholen waar wij al directe contacten mee hebben. Dit heeft geleid tot een toename van het aantal leerlingen dat een voorstelling in klasverband bezocht. Om het toegenomen bezoek met vele aantallen leerlingen tegelijkertijd te stroomlijnen, hebben we nieuwe huisregels geïntroduceerd. Inhoudelijk hebben er diverse nabesprekingen tussen makers, acteurs en de leerlingen plaatsgevonden, waardoor er verdieping mogelijk was.

Film- en media-educatie

Wat film betreft zien wij een bijzondere verantwoordelijkheid weggelegd om educatie aan te bieden. Dit vanwege het belang om kundig en ervaren te zijn op het gebied van beeldcultuur. Kinderen en jongeren gaan hier dagelijks mee om, hebben film 'onder de duim' en gebruiken en consumeren film, film en nog eens film.

Beeldtaal kritisch kunnen beschouwen en zelf kunnen creëren en delen zijn essentiële vaardigheden om in de toekomst te kunnen functioneren.

Film heeft tot nu toe in het reguliere onderwijscurriculum en de bijbehorende kerndoelen en eindtermen geen plek. Toch zien steeds meer partijen de waarde van film en beeldtaal in het onderwijs. De Lieve Vrouw wil zich hiervoor graag samen met partners de komende jaren inspannen.

Scholen in de Kunst

In 2016 is het contact met Scholen in de Kunst aangehaald. Ondanks het feit dat De Lieve Vrouw nog geen medewerker voor educatie heeft, hebben wij geprobeerd middels inzet van onze programmeurs en ondersteund door de directie hier alvast enkele slagen in te maken.

De Lieve Vrouw is in 2016 gesprekspartner en potentiële culturele partner van Scholen in de Kunst geweest, heeft meegedacht over de nieuwe aanvraag van Scholen in de Kunst voor het landelijke programma Cultuureducatie met Kwaliteit voor het basisonderwijs en zal in 2017 een nadere bijdrage uitwerken.

3. Marketing en publiciteit

Einde 2015 is de afdeling geherstructureerd en maakt het team publieksservice, waaronder de front- en backoffice, de kassamedewerkers en de vrijwilligers van kassa en theaterbeheer, in 2016 ook deel uit van de afdeling.

Het groeiend aantal activiteiten, de groei in bezoekersaantallen, de bezuinigingsopdracht m.b.t. de bezetting van de kassa en tevens vernieuwingsplannen hebben in 2016 een forse druk op de afdeling gelegd. Op sommige onderdelen hebben we daarom veranderingen doorgevoerd. De kassatijden werden alsnog iets verruimd om zo bezoekers na afloop van hun werk in de gelegenheid te stellen een kaartje te kopen. Dit zorgt mede voor minder drukte vlak voor begin van de voorstellingen aan de kassa.

Aan het eind van 2016 is een functieomschrijving voor een nieuwe medewerker publiciteit opgesteld om de doelstellingen van de afdeling in het vervolg beter te kunnen realiseren. De werving hiervoor start begin 2017. Einde 2016 hebben we daarnaast besloten om in 2017 tevens de vrijwilligers film in het team publieksservice op te nemen. Zo vallen alle vrijwilligers, die zo'n belangrijke rol spelen in onze gastvrijheid voor onze bezoekers, onder één passende hoed.

3.1 Doelstellingen

Zichtbaarder op de culturele kaart

In 2016 hebben wij ons imago als sterke culturele aanbieder verstevigd en onze zichtbaarheid, onder andere bij een aantal nieuwe doelgroepen, vergroot.

In samenwerking met de horeca-ondernemers op het plein organiseerden we Movie Nights onder de Toren, een drietal filmzomeravonden, en met Pathé organiseerden we een openluchtbioscoop als aftrap van het Uitweekend Amersfoort. We versterkten elkaar publicitair en wisselden filmpubliek uit. Voor Movie Nights onder de toren hebben we bijna uitsluitend online publiciteit gevoerd. De sterke inzet van social media, middels facebook evenementen en evenementfotografie, en de samenwerking met Citymarketing hadden een aanzuigende werking voor de andere twee edities en leverden tevens een grotere facebook-achterban op.

Met als resultaat een beter bereik bij de jongere doelgroep organiseerden wij ook muziekfestival Novemberstorm en hebben een afterparty van Popronde en een Per Expressie clubavond in het café "gehost". We kwamen hierdoor anders voor de dag en lazen op sociale media terug 'Ja, je kunt ook de nacht doorhalen in De Lieve Vrouw'. We hebben daarmee een geloofwaardige start gemaakt in het bereiken van dit voor ons nieuwe en jongere publiek.

Elk jaar werken we inhoudelijk en/of publicitair samen met diverse Amersfoortse culturele instellingen. Een kleine greep: Kidsproof Amersfoort, theaters regio Utrecht ten behoeve van de jeugdtheaterfestivals in de vakantie, Flint, Fluor, Amersfoort in C, Bibliotheek Eemland en Citymarketing. Een aantal nieuwe publicitaire samenwerkingen zijn wij in 2016 aangegaan met Amersfoort Klassiek, festival MonteverdiXL en festival Flamenco Biënnale.

Meer kijk op onze bezoekers

We hebben de resultaten van ons in april afgeronde publieksonderzoek gebruikt om prioritering in werkzaamheden aan te brengen, doelstellingen te herzien of aan te scherpen en door de ogen van onze trouwe en loyale achterban te blijven kijken.

We concludeerden dat onze processen rondom gastvrijheid, de functie van onze kassa en online betaalgemak aandacht behoeven. Sommige verbeterpunten hebben wij direct opgepakt, andere kunnen pas worden opgenomen in het jaarplan 2017, in relatie tot de vernieuwing van onze website.

Groeiend aantal bezoekers – focus op risicovolle inhoud

De meeste theater- en filmvoorstellingen konden in 2016 – met de inzet van de huidige middelen – rekenen op een groeiende zaalbezetting. Ook de voorverkoop in mei voor het nieuwe theaterseizoen

is verbeterd. Hierdoor was het mogelijk om onze marketingmix gericht in te zetten voor voorstellingen die er artistiek-inhoudelijk toe doen, waarmee we ons onderscheiden, maar die extra aandacht en zichtbaarheid nodig hebben.

Daarnaast hebben we onze prijsstrategie verder gedifferentieerd met als doel het verder laten groeien van onze 65+-bezoekersgroep, bezoek aan de middagfilms aantrekkelijker te maken en jongeren prijsvoordeliger welkom te heten. De afdeling marketing heeft in 2016 ook een begin gemaakt om in te zetten op het beter bereiken van een jongvolwassen doelgroep.

3.2 Middelen

Online

www.lieievrouw.nl

Onze website trekt de afgelopen jaren steeds meer gebruikers. In 2016 zijn dat 12,68% meer sessies vergeleken met 2015, waarvan 1,4% nieuwe sessies en 12,3% meer gebruikers.

Het aantal mobiele sessies stijgt gestaag, waartegen het aantal sessies op tablet daalt, en dat geldt ook voor de desktopsessies.

	Aantal sessies	Aantal gebruikers	% aantal sessies desktop	% aantal sessies mobile	% aantal sessies tablet
2016	425.578	192.802	39,84%	33,44 %	26,72 %
2015	377.683	171.688	45,25%	25,38 %	29,36%
2014	301.484	139.772	52,14%	19,26%	28,60 %

De verkoop via onze website versus kasverkoop is gegroeid van 30,8% in 2015 naar 35,4% in 2016. Meer online verkoop is een blijvende doelstelling voor de komende jaren. Om dit verder te kunnen ontwikkelen is een aanpassing nodig van het externe ticketsysteem dat wij gebruiken. Dit staat voor 2017 gepland.

E- newsletter

De koppeling tussen ons ticketsysteem Active Tickets en onze website maakt het mogelijk eenvoudig nieuwsbrieven te genereren die goed worden gelezen: net als in 2015 opent gemiddeld 40% van de abonnees de nieuwsbrief. In werkelijkheid ligt dit percentage nog iets hoger, aangezien de voorvertoningen in een e-mail op telefoon, ipad of computer niet meegenomen worden.

Het aantal filmnieuwsbrief-abonnees is gestaag toegenomen van 2999 eind 2014, naar 4040 eind 2015 en naar 5623 eind 2016. Ook de kleinere theaternieuwsbrief kent een stijgend aantal abonnees.

Print

Print blijft voorlopig een belangrijk middel voor onze doelgroepen. We geven één keer per jaar een seizoenbrochure uit waarin ook De Lieve Flint opgenomen is en daarnaast drie kwartaalbrochures voor het podiumkunstenprogramma. Wat het filmaanbod betreft geven wij maandelijks de filmflyer uit, waarin aandacht is voor de nieuwe premières.

Sociale media

We zien een lichte groei in het aantal gebruikers dat ons op Facebook liked. In 2015 waren dat er 2148, einde 2016 is dit aantal gegroeid naar 2883 likes. In 2016 is door de krappe bezetting van de afdeling door ziekte geen extra inspanning verricht om middels sponsoring de eigen pagina (naast programma- onderdelen) méér te promoten.

In 2017 zullen wij ons sociale mediabeleid verder ontwikkelen, daarbij overwegen wij ook om eventueel andere media in te zetten, zoals Instagram.

DLV-pas en Cinevillepas

De Lieve Vrouw biedt twee soorten passen aan waarmee je voordelig uit kunt gaan in De Lieve Vrouw. Een specifieke *unlimited* filmpas tegen een maandtarief en in abonnementsvorm, landelijk te gebruiken (Cineville), en een eigen loyaliteits/kortingspas tegen een jaarlijkse contributie.

In 2015 introduceerden we Cineville, een instrument waarmee we al snel een groeiend aantal pashouders bedienden. Naast meer filmbezoek, ook bij de wat kleinere titels, zetten we hiermee ook in op het bereiken van een jongere doelgroep. Cineville spant zich sterk in voor een wat jongere film community en lanceerde hiertoe ook een nieuw online platform in 2016. We merkten daarnaast dat ook onze oudere bezoeker met meer vrije tijd de overstap van de DLV-Pas naar Cineville weet te maken. Het komende jaar zullen we onze eigen pas verder ontwikkelen en promoten in de vorm van een vriendenpas.

Go Live – Voorverkoop nieuw theaterseizoen

De Lieve Vrouw start jaarlijks vanaf circa half mei de kaartverkoop voor het nieuwe theaterseizoen in de periode september 2016 t/m mei 2017, genaamd Go Live. De Lieve Vrouw verkocht in de eerste vier weken na de start 1953 tickets met een omzet van bijna € 30.000,-. Dit is, vergeleken met de jaren ervoor, aanzienlijk meer.

Voorverkoop 2016	Voorverkoop 2015	Voorverkoop 2014
Aantal tickets: 1953	Aantal tickets: 1389	Aantal tickets: 1290
Omzet € 29.531	Omzet € 16.000	Omzet € 11.200

Prijsbeleid

Ons prijsbeleid is erop gericht ons aanbod passend en onderbouwd te kunnen verkopen. Voor de prijs van een filmkaartje benchmarken we landelijke én lokale vergelijkingen (andere filmaanbieders). Op het gebied van theaterprijzen zijn de impresariaten mede bepalend voor de toegangsprijzen.

Naast de vaste prijzen biedt De Lieve Vrouw speciale tarieven en kortingen aan of zet acties in om bepaalde doelstellingen te kunnen behalen. In 2016 hebben wij – in navolging van de meeste filmtheaters – de zeer lang gebruikte 65+ korting afgeschaft. Daartegenover hebben wij speciale tarieven op een aantal dal-momenten ingevoerd.

Als onderdeel van het Plan van Aanpak heeft De Lieve Vrouw in 2016 gekozen voor het doorberekenen van transactiekosten bij online bestellingen. Dit beleid lijkt mede een reden te zijn voor de trage toename van online verkoop en zal in 2017 worden herzien.

Combinatieverkoop film of theater en eten

De samenwerking tussen film & food biedt jaarlijks extra service aan bezoekers die graag een avondje filmkijken willen combineren met een culinaire verwenning bij Wereldrestaurant Dara. Bij film geeft De Lieve Vrouw hier een klein financieel voordeel. In 2016 werd hiervan 365 keer van gebruik gemaakt.

In 2016 introduceerden we ook de film& food cadeaubon, waarvan 147 keer gebruik werd gemaakt. Ook heeft onze film een combinatie met lunch in het theatercafé. In 2016 werd hiervan 155 keer gebruik gemaakt. Helaas schiet ons kaartverkoopstelsel op dit moment technisch nog te kort voor een eenvoudige verkoop-flow van ticket en horeca. Wij willen deze optie breder inzetten en zullen daarom in 2017 verder onderzoek doen naar de mogelijkheden.

4. Bedrijfsvoering: Techniek en facilitair

De afdeling Bedrijfsvoering werkte in 2016 met een kleine kern vaste medewerkers met daaromheen een flexibele schil van freelancers. Zij werden regelmatig ingezet voor ondersteunende of specialistische taken bij zowel theater- als filmvoorstellingen, en bij diverse facilitaire werkzaamheden in het pand.

Gedurende het jaar 2016 werd duidelijk dat door het aantrekken van de economie het inhuren van freelancers op de korte maar ook op de middellange termijn een uitdaging is geworden. Met een van de freelancers zijn wij daarom in 2016 alsnog een arbeidsovereenkomst aangegaan.

Onderhoud zalen, publieksruimten en kantoren

De Lieve Vrouw is huurder van het pand aan de Lieve Vrouwestraat en werkt sinds 2014 met een meerjarenonderhoudsplan (MJOP) voor ons huurdersdeel en voor onze exploitatie.

Het pand wordt door toenemende bezoekersaantallen intensief gebruikt en het onderhoud vraagt dan ook voortdurend aandacht. Bij wijze van spreken gaat het erom de motor te vervangen terwijl de auto rijdt. Dit betekent voortdurende aanpassingen aan onze logistiek en een hoge mate aan flexibiliteit van personeel.

In 2016 zijn twee filmzalen, de Pleinzaal en de Kelderzaal, voorzien van nieuwe stoelen en nieuwe vloerbedekking. Ook de technische infrastructuur van zaallicht en geluid is in deze zalen compleet vernieuwd – aanvullend op de in 2013 gedigitaliseerde projectie in de filmzalen. Waar mogelijk zijn zaallicht en zaalversterking geautomatiseerd, met als doel eenvoudiger en efficiëntere bediening door personeel.

In 2016 is er tevens onderhoud uitgevoerd in de drie kantoren, voor een deel moet dit in 2017 nog worden afgerond. De werkplekken zijn nu arbotechnisch verantwoord, de computersystemen zijn vernieuwd en de repro-ruimte is gerenoveerd en voorzien van betere opbergmogelijkheden.

In de theaterzaal zijn de takelsturing en alle lichtdimmers vervangen en is er een digitale geluidstafel aangeschaft, een novum voor De Lieve Vrouw. Medewerkers en freelancers hebben hiervoor intern scholing gevolgd.

Gebouwbeheer en onderhoud

De Lieve Vrouw huurt het gehele pand van SRO, de beheersorganisatie die de gemeente als eigenaar en verhuurder vertegenwoordigt.

Het gebouw is in 1989 in gebruik genomen en heeft de afgelopen decennia meerdere verbouwingen en aanpassingen ondergaan om de te benutten ruimte te maximaliseren. De laatste grote verbouwing dateert uit 2007, waarbij een extra filmzaal in de kelder gerealiseerd is en de foyer vernieuwd werd. Elke meter wordt zo zinvol mogelijk benut, desondanks zijn de werkruimten, kantoren, de opslag en de installatieruimten uitermate krap bemeten. Met de unieke ligging midden in het historische centrum aan de gracht is dit niet verwonderlijk.

In de zomer van 2016 is door SRO een nieuwe luchtbehandelingsinstallatie geplaatst, nadat de oude installatie al enkele jaren dagelijks vele storingen en klachten veroorzaakte. Deze werkzaamheden vereisten tweeënehalve week sluiting van onze filmzalen. Dit project heeft grote impact gehad op de bedrijfsvoering in de betreffende periode, in de periode daarvoor rondom de uitwerking van de plannen, en in de nasleep. Het installeren en het inregelen van de nieuwe installatie zijn veel minder vlot verlopen dan gehoopt. Het project is dan ook bij het schrijven van dit jaarverslag nog niet geheel opgeleverd, in tegenstelling tot de verwachting dat dit eind augustus 2016 gereed zou zijn. Op dit moment wordt de afdeling bedrijfsvoering nog steeds belast met de nasleep van dit project.

De installatie zou in eerste instantie op het dak worden geplaatst om geluidsoverlast te beperken, het onderhoud aan de installatie te vergemakkelijken en eventuele toekomstige uitbreiding mogelijk te maken. Deze optie is vlak voor de daadwerkelijke vervanging/renovatie van de luchtbehandelingsinstallatie tot onze grote teleurstelling afgekeurd.

In augustus 2015 heeft de brandweer Amersfoort tijdens haar jaarlijkse inspectie diverse bouwkundige punten afgekeurd. Dit had met name betrekking op de luchtbehandeling. De werkzaamheden die hieruit voort zijn gekomen zijn eind 2016 door de gebouwbeheerder (SRO) afgerond. Deze procedure en veelal bouwkundige aanpassingen en werkzaamheden hebben de afdeling bedrijfsvoering wederom veel tijd gekost.

5. Horeca in De Lieve Vrouw

De horeca in De Lieve Vrouw is ondergebracht in een aparte stichting. Het horecateam wordt aangestuurd door een in januari 2016 nieuw aangesteld hoofd horeca.

De samenwerking met het theater is in 2016 geïntensiveerd is een essentieel onderdeel van de bedrijfsvoeringen geworden. Het doel is om één gezicht aan onze bezoekers te kunnen laten zien.

De bedrijfsvoering van de horeca is in het begin van het jaar grondig geanalyseerd en waar nodig herzien. De administratieve en logistieke processen zijn verbeterd door investeringen in apparatuur en ook de afspraken met alle leveranciers zijn herzien. Hierdoor is een aanpassing van het assortiment mogelijk geworden en hebben we kunnen werken aan een betere gezamenlijke profilering van ons aanbod.

Het café heeft in het najaar een nieuwe kaart ontwikkeld waarmee we onze bezoekers een grotere verbintenis tussen café, theater & film tonen. Dit is mede versterkt door een begin te maken met kleinschalige programmering in het café. Extra aandacht ging uit naar een samen te stellen diner waardoor onze bezoekers ook voorafgaand aan de avondvoorstellingen in het café welkom zijn voor een eenvoudige maar goede maaltijd. Hierdoor bieden wij een aantal doelgroepen betere service.

6. Organisatieontwikkelingen

Organisatie

In 2016 is het organogram ongewijzigd ten opzichte van 2015. De vacatures voor hoofd horeca en directeur-bestuurder zijn in 2016 vervuld. Op 31 december 2016 bedraagt het aantal medewerkers van De Lieve Vrouw 23, in totaal 15 fte.

De Lieve Vrouw werkt met een grote groep actieve vrijwilligers om haar doelstellingen te behalen, die verschillende taken vervullen. De relatie met deze vrijwilligers wordt vormgegeven door het vrijwilligersbeleid dat in 2016 onder de loep is genomen. In 2017 zal dit beleid waar nodig worden herzien en verder worden ontwikkeld.

De organisatie heeft in 2016 ingezet op een sterker horizontaal overleg, waardoor er intensieve afstemming over processen is gestart en een begin gemaakt kon worden met kwaliteitsontwikkeling. De afstemming met het café is geïntensiveerd en daarmee ook effectiever geworden.

Gedurende 2016 heeft De Lieve Vrouw ook vier stageplaatsen ingevuld. Op het gebied van podiumtechniek (opleiding productie & podiumtechniek ROC Midden Nederland), bij de afdeling marketing & communicatie (twee stages van studenten van de Hogeschool Utrecht) en een stage bij financiën (van de HU Institute Finance and Accounting).

Administratie

De Lieve Vrouw is in 2016 overgegaan op een nieuw systeem voor personeels- en salarisadministratie door BCS. In het kader daarvan hebben de direct betrokken medewerkers diverse cursusdagen gevolgd. De financiële administratie is geheel bij de financieel medewerker belegd, waardoor de organisatie alle administratieve processen in eigen handen heeft. In 2016 is een afstudeeronderzoek afgerond naar de verschillende inkoop- en financiële processen. De aanbevelingen zijn overgenomen in de bestaande AO en reeds ten dele geoperationaliseerd, een resterend deel zal in 2017 worden opgenomen in de werkwijzen.

CAO

Stichting Theater De Lieve Vrouw volgt de cao Nederlandse Podia. In 2016 is het traject afgerond om de verschillende onderdelen beter te implementeren in de organisatie.

Scholing en functioneringsgesprekken

In 2016 is de cyclus van jaarlijkse functioneringsgesprekken toegepast op basis van de in 2015 geïntroduceerde functieprofielen. Dit moet in 2017 leiden tot meer inzichten ten aanzien van noodzakelijke of wenselijke scholing.

Einde 2016 is er dankzij een subsidie in het kader van het Sectorplan Cultuur een HRM-scan en een HRM-training voor management en coördinatoren gestart dat begin 2017 is afgerond. Dit zal in 2017 leiden tot verder aangepaste functieprofielen en een aangepaste HRM-cyclus. Het Sectorplan Cultuur is gericht op duurzame inzetbaarheid van iedereen werkzaam binnen de cultuursector. Het is een samenwerking van werkgevers, vakbonden, de sociale fondsen en scholingsfondsen en wordt mede gefinancierd door het ministerie van SZW.

Tot en met 2016 had de organisatie geen mogelijkheid om een scholingsbudget in te richten. Per 2017 zal er voor het eerst een scholingsbudget worden opgenomen in de begroting.

Ziekteverzuim

Het ziekteverzuim van De Lieve Vrouw bedroeg 5%. Dit is met name toe te schrijven aan langdurig verzuim.

Digitalisering en automatisering

De Lieve Vrouw heeft diverse systemen die zowel de front- als ook de backoffice bedienen. In onze huidige website is ons ticketsysteem geïntegreerd. Daarnaast werken wij in de boekhouding met exactonline en heeft ons personeels- en salarissysteem een onlineversie. De afhankelijkheid van een goed functionerende internettoegang is tevens door de digitale filmprojectie groot en daarom van cruciaal belang voor de organisatie.

Doordat de organisatie steeds meer vraagt van haar ICT en de ingezette applicaties zullen wij begin 2017 overgaan naar een cloud omgeving. We beschikken dan over een "eigen", in omvang en mogelijkheden schaalbare, virtuele infrastructuur.

Arbo en BHV

Het plan voor bedrijfshulpverlening is in 2016 opnieuw vormgegeven. Een heel aantal medewerkers van DLV speelt een grote rol in dit plan en zij hebben dan ook allemaal de nodige trainingen of bijscholingen gevolgd. In 2017 zal een preventiemedewerker worden aangewezen.

7. Bijlagen

- a. Bereik en prestaties De Lieve Vrouw 2016**
- b. Partners**