



JAARVERSLAG

2018

INHOUD

1. Inleiding
2. Beleid en Organisatie
3. Activiteiten en resultaten
 - 3.1. Film
 - 3.2. Filmeducatie
 - 3.3. Podium
 - 3.4. Debat
 - 3.5. Vermogen
 - 3.6. Het jaar 2019
4. Ketenintendant Film & Media
5. Organisatie en overige activiteiten
 - 5.1. Raad van Toezicht
 - 5.2. OR
 - 5.3. Personeel
 - 5.4. Commerciële activiteiten en verhuur
 - 5.5. Marketing & Publiciteit
 - 5.6. Horeca

Bijlagen

1. Nevenactiviteiten bestuurder en RvT leden

1. INLEIDING

We hebben in 2018 een recordjaar gehad, zowel op het gebied van bezoekers als op het gebied van omzet. In totaal hebben we meer dan 268.000 bezoekers ontvangen in LUX, een groei van 9,3% ten opzichte van het voorgaande jaar. Deze ontwikkeling is voornamelijk te danken aan de groei bij de filmbezoekers, waar we meer dan 20.000 bezoekers meer hadden ten opzichte van het voorgaande jaar. Dit, ondanks een tegengestelde landelijke trend en een hele lange, warme, mooie zomer, die over het algemeen zorgt voor tegenvallende bezoekersaantallen.

Een van de redenen van deze groei is de investering in marketing, waar we eind 2016 hebben geïnvesteerd in een manager Marketing, aanvullend op de al bestaande formatie. Daarnaast is er vooral een groei te zien in het aantal filmvoorstellingen.

Debat had in 2018 een groei van ruim 3.000 bezoekers, podium bleef ongeveer gelijk, met minder voorstellingen. Ook bij de afdeling filmeducatie is een flinke groei gerealiseerd, met in 2018 bijna 12.000 scholieren die een programma volgden in LUX of op school, gerealiseerd door LUX. Ook de horeca heeft profijt gehad van de groei in het aantal bezoekers, met een lichte groei in omzet. Bij de afdeling Sales was een hogere omzet begroot, vanwege de extra mogelijkheid van verhuringen in Studio LUX. Een groei in omzet is gerealiseerd, hoewel iets lager dan begroot.

In 2018 vierden we onze 18^e verjaardag, we zijn volwassen geworden!

Hier hebben we niet speciaal bij stilgestaan door middel van een publieksprogramma. Wel was het aanleiding om te beginnen met de renovatie van de filmzalen, die sinds de oprichting niet meer vernieuwd zijn. Aangezien de vernieuwing van de zalen ingrijpende verbouwingen zijn, zal dit gefaseerd aangepakt worden, en zijn we in 2018 begonnen met onze grootste filmzaal, zaal 1. De zaal is volledig gestript, er is een nieuwe look gekomen, nieuwe luxere stoelen geplaatst, nieuwe vloer- en wandbedekking, nieuwe verlichting en de akoestiek is aangepakt. Het streven is om jaarlijks een volgende zaal te vernieuwen.

Go Short vierde haar 10^e jubileumjaar, van het InScience filmfestival vond de 4^e editie plaats in LUX. Ook festivals als het Festival Jazz International Nijmegen, Moving Futures, Cinekid, IDFA en Best of the Fest vonden wederom plaats in 2018.

Theo Maassen kwam aan het begin van het jaar met een filmdebuut, de speelfilm Billy, die hij in LUX aan het publiek kwam toelichten tijdens een Meet&Greet. In het najaar stond hij wederom in LUX, dit keer met de try-out van zijn nieuwe theatershow.

Bijzonder waren verder een aantal programma's rondom Green Capital, die door middel van de Duurzaamheidscafé's en de Green Challenges aanwezig waren in LUX. Ook de vertoning van de documentaire *Green Tales of the City*, werd tijdens de afsluiting van Nijmegen als Green Capital 2018 in LUX vertoond.

In een samenwerking met Radboud Reflects werd het publieksprogramma van de Vrede van Nijmegen Penning georganiseerd, een prijs die werd uitgereikt aan Paul Polman, CEO van Unilever.

We hebben een reeks debatten georganiseerd rondom de Gemeenteraadsverkiezingen in maart en we zijn gestart met het programma De Nieuwe Mens in een samenwerking met Radboudumc, waar de innovatie in de biowetenschap besproken wordt.

Verder stond 2018 voor een groot deel in het teken van nieuwe ontwikkelingen op het gebied van filmeducatie. We hebben door een flinke lobby bereikt dat het ministerie van OCW al vanaf 2019

budget beschikbaar stelt voor film- en beeldeducatie, voornamelijk voor investering in de regiospreiding. Aansluitend op een pilotjaar zal er structureel budget beschikbaar worden gesteld. LUX is hiervan een belangrijke aanjager geweest, door eind 2017 een plan te presenteren bij het ministerie van OCW en de Raad voor Cultuur over manieren waarop het bereik van scholieren in het hele land vergroot zou kunnen worden. In het plan wordt voorgesteld om met filmeducatiehubs te gaan werken, een regionaal kenniscluster, waar het bestaande aanbod voor de regio toegankelijk wordt gemaakt, deskundigheidsbevordering gerealiseerd wordt van vakdocenten, partners en scholen, en een zo groot mogelijk bereik wordt gerealiseerd van zowel het primair als het voortgezet onderwijs. In 2019 zal LUX als eerste filmeducatie hub van start gaan, samen met Filmhuis Den Haag.

In dat kader hebben we een bezoek gehad van de minister van OCW, Ingrid van Engelshoven, die naar aanleiding van het voorstel van LUX graag een verdere toelichting wilde op het filmeducatiehub plan.

Een tweede bezoek van de minister was bij de opening van het InScience filmfestival in LUX, waar zij voorafgaand aan het openingsprogramma het groeidocument van de stedelijke regio Arnhem en Nijmegen, genaamd O25, in ontvangst heeft genomen. Het plan, waarin we een gezamenlijk profiel hebben geschetst, was een van de 15 stedelijke cultuurregio's die een voorstel hebben ingediend. In het groeidocument dat werd gepresenteerd, werd benadrukt dat de 2 steden complementair zijn aan elkaar, en in een samenwerking de sector verder kunnen versterken, voor en met ons publiek. In het plan zijn 10 proeftuinen benoemd, LUX is kartrekker van 2 van deze proeftuinen, de al genoemde filmeducatiehub en het Gelders Filmfonds / Commissioner. De komende 2 jaar zullen de plannen verder uitgewerkt en uitgerold worden.

In het onderzoek van Gerard Marlet, met dit jaar speciale aandacht voor Cultuur, staat Nijmegen op de 7^e plaats van de woonaantrekkelijkheidsindex, als 8^e op de cultuurindex, als 1^e op de ranglijst op het gebied van film en als 3^e op het gebied van de podiumkunsten. LUX draagt duidelijk voor een zeer prominent deel bij aan de woonaantrekkelijkheid van de stad.

LUX heeft elke dag van het jaar een uitgebreid, divers en onderscheidend programma aanbod, dat door veel betaalde en onbetaalde medewerkers wordt gerealiseerd. Het unieke aanbod van LUX wordt bijna als vanzelfsprekend ervaren, maar wordt gerealiseerd door de enorme inzet en inspanningen van een geweldig team, dat zich telkens weer voor meer dan 100% inzet voor LUX. Dank aan allen daarvoor!

Nijmegen, maart 2019
Pien Houthoff

2. BELEID EN ORGANISATIE

Strategisch uitgangspunt

LUX is een onafhankelijk podium in Nijmegen voor een creatief en innovatief aanbod, met dagelijks inspirerende programma's op het gebied van film, podium (vlakkevloertheater, muziek, dans), debat en film- en beeldeducatie en alle combinaties daarvan. Door onze unieke programmering zijn wij een toonaangevend theater, zowel op het gebied van de verschillende disciplines, als ook door de crossverbanden die tussen de disciplines onderling gelegd kunnen worden. Thematiek kan breed benaderd worden, waarbij het niet zozeer gaat om de vorm waarin het gepresenteerd wordt, als wel de beste manier om het publiek te benaderen.

We proberen een zo breed mogelijk publiek te bereiken met ons aanbod, voornamelijk in ons eigen pand, maar incidenteel ook op locatie, als dat het programma of het bereik versterkt. Met ons programma kaarten we relevante maatschappelijke, kunstzinnige en politieke thema's aan, en bieden verdiepende programmering om ons publiek te prikkelen om anders naar zichzelf en de wereld om ons heen te kijken.

We werken veel samen met lokale, regionale en landelijke partners, om ons programma en publieksbereik verder te versterken.

Met Filmmuseum Eye, het Filmfonds, Cultuur Oost, Beeld- en Geluid en verschillende andere filmtheaters wordt nauw samengewerkt op het gebied van film- en beeldeducatie, als ook met belangrijke aanbieders van educatief aanbod, zoals Cinekid, Movies that Matter, IDFA, IFFR, het Nederlands Film Festival en de Frisse Blik. Ook op het gebied van de programmering voor volwassenen stemmen wij altijd goed af met de filmfestivals, van de meeste grote festivals programmeren wij een uitgebreid satelliet programma.

Lokaal zijn de Radboud Universiteit en het Radboudumc belangrijke partners, met wie wij al langer meerdere programma's ontwikkelen. Met RN7, de grote en kleinere culturele instellingen van Nijmegen, en de organisaties en makers vanuit onze filmketen werken we veel samen.

In Arnhem zijn De Nieuwe Oost, Toneelgroep Oostpool, ArtEZ en Focus nog steeds de belangrijkste partners. Daarnaast participeren we in stadsbrede initiatieven, zoals de Kunstnacht, Popronde en natuurlijk de Vierdaagsefeesten.

Naast het programma inhoudelijke aanbod heeft LUX een prachtig café-restaurant, waar het publiek van 's ochtends vroeg tot 's avonds laat terecht kan. Het aanbod in eten en drinken is zowel afgestemd op het publiek dat naar een voorstelling toe gaat, als op mensen die een avond de tijd hebben voor een uitgebreid diner of een lekker drankje.

Daarnaast is het ook mogelijk om de verschillende ruimtes te huren, waarbij de ondersteunende horeca een belangrijke toegevoegde waarde heeft.

In 2018 heeft Studio LUX als nieuwe ruimte in LUX een belangrijke rol gespeeld op het gebied van programma, horeca en verhuur.

Op 25 mei is de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) in werking getreden. LUX heeft de noodzakelijke voorbereidingen getroffen, door een analyse te maken van de systemen, de datagegevens en samenwerkingspartners, waarna we de nodige acties hebben ondernomen om te voldoen aan de wetgeving.

Doelstelling

LUX presenteert 365 dagen per jaar een gevarieerd aanbod van arthousefilms, podiumkunsten,

debat en educatie. Daarbij brengt LUX tal van kleine culturele en cultuur-educatieve activiteiten in en om LUX. Ook biedt LUX een podium aan uiteenlopende lokale, regionale en landelijke culturele initiatieven. Incidenteel organiseert LUX, al dan niet samen met andere partijen, evenementen op locatie.

LUX participeert in de netwerkorganisaties Cultuur Netwerk Nijmegen (CNN), het Nederlands Filmtheater Overleg (NFO), het Gelders Filmtheater Overleg (GFO) en is aangesloten bij de branche organisaties NVBF (film), VVP (vlakkevloertheater) en VND (debat).

3. ACTIVITEITEN EN RESULTATEN

LUX is actief op het gebied van film, theater muziek en dans, debat, educatie, horeca en verhuur. Daarnaast is LUX (mede)organisator van evenementen, festivals en specials. De belangrijkste programma resultaten zijn hieronder benoemd per deelgebied.

In 2018 heeft LUX in totaal 268.169 bezoekers ontvangen. Het voorgaande jaar waren dat er 245.250, wat een groei van 9,3% betekent op het totaal aantal bezoekers.

De groei was vooral te zien in de bezoekersaantallen voor film en debat, beiden met een flinke plus ten opzichte van het voorgaande jaar. De afdeling podium liet een lichte daling zien in bezoekersaantallen, bij substantieel minder voorstellingen, waardoor er wel een groei is te signaleren in de gemiddelde bezetting per voorstelling.

	Totaal aantal voorstellingen 2018	Totaal aantal voorstellingen 2017	Totaal aantal bezoekers 2018	Totaal aantal bezoekers 2017
Film	12.612	11.626	238.033	218.469
Debat	76	67	11.834	7.982
Podium	127	143	18.302	18.799
Totaal	12.815	11.836	268.169	245.250

In de budgetovereenkomst met de Gemeente Nijmegen staat een opdracht geformuleerd over het minimum aantal voorstellingen en bezoekers volgens de DAEB, de Diensten in het Algemeen en Economisch Belang. In het onderstaande overzicht is te zien dat zowel bij film als bij debat, en podium het minimum aantal voorstellingen en het minimum aantal bezoekers ruimschoots gehaald worden.

Ook is voldaan aan de contractuele verplichtingen voortkomend uit de activiteitensubsidies.

2018	Budgetafsprake gemeente voorstellingen (DAEB)	Aantal voorstellingen 2018 (DAEB)	Budgetafsprake gemeente bezoekers (DAEB)	Aantal bezoekers 2018 (DAEB)
Film	8.100	11.262	180.000	200.032
Debat/Podium	140	203	15.000	30.136

3.1 FILM

2018 was het beste filmjaar sinds het ontstaan van LUX, qua bezoekersaantal en omzet. In 2018 heeft LUX 238.033 filmbezoekers verwelkomd, verspreid over 12.612 voorstellingen. Dat is een groei van 9% ten opzichte van 2017 (218.469). Het oude filmbezoekersrecord stond op 225.639 in 2007.

In 2018 werden de bioscopen en filmtheaters in Nederland 35,7 miljoen keer bezocht. Hoewel dit een lichte daling (-0.8%) is ten opzichte van 2017, steeg de omzet wel met 3.5%. Het warme weer, het beperkte aanbod aan blockbusters en het WK voetbal hadden invloed op het filmbezoek. De filmbranche beleefde wel een sterk najaar. Het filmbezoek bij LUX heeft in tegenstelling tot de landelijke koers zowel een groei in het aantal bezoekers als in omzet laten zien.

LUX heeft in 2018 haar grootste filmzaal, LUX 1, gerenoveerd. Dit is de eerste filmzaal die vernieuwd is sinds het ontstaan van LUX in 2000. De stoelen zijn vernieuwd en de vloer en muren zijn aangepast, met zoveel mogelijk gebruik van duurzame materialen, zoals marmoleum van gedeeltelijk gerecyclede materialen (cacaoschillen), vilt en LED verlichting. Dit levert een betere filmbeleving op, door het vergroten van het zitcomfort, een betere akoestiek en een eigentijdse uitstraling. LUX 1 had plek voor 173 bezoekers, wat in 2018 teruggebracht is naar 167 (doordat de stoelen iets ruimer zijn). Een bijzonder element in de nieuwe zaal is een spannende LED-lijn die als een 'kader' door de zaal heen loopt, die symbool staat voor het kader waardoor je naar jezelf en de wereld om je heen kijkt, een visualisatie van de LUX-missie 'anders kijken'. Deze verbouwing heeft ontzettend veel positieve reacties van het publiek opgeleverd, met name over het zitcomfort.



Gereneveerde zaal 1

In 2018 zijn in Nederland 14 extra zalen zijn geopend. Het totale stoelenaantal nam echter voor het eerst in 10 jaar af met een kleine 3 duizend stoelen ten opzichte van 2017. Dit komt onder andere door de investering in zitcomfort (meer ruimte per stoel), techniek en beleving. De vernieuwing van de filmzaal in LUX past dus in deze landelijke trend.

De volgende tien films zijn in 2018 het best bezocht in LUX:

1. Three Billboards Outside Ebbing, Missouri
2. Bohemian Rhapsody
3. The Post
4. Darkest Hour
5. Todos lo Saben
6. The Shape of Water
7. BlacKkKlansman
8. Den Skyldige
9. The Children Act
10. A Star is Born

De best bezochte Nederlandse titel was *De Dirigent*.

De top 3 van best bezochte bioscoopfilms 2018 in heel Nederland zijn achtereenvolgens: *Bohemian Rhapsody*; *Mamma Mia! Here We Go Again* en *Fantastic Beasts: The Crimes Of Grindelwald*. In de filmtheaters voert *Three Billboards Outside Ebbing, Missouri* de lijst aan.

Films van eigen bodem waren dit jaar minder in trek dan vorig jaar; het bezoek daalde landelijk met 8%. Het marktaandeel kwam uit op 11%. *Bon Bini Holland 2* trok de meeste bezoekers gevolgd door *Bankier van het Verzet*.

Verdieping

In 2018 werd er bij veel filmprogramma's een speciale verdiepende activiteit georganiseerd. Lezingen, q&a's, inleidingen, nagesprekken, colleges en andere verdiepende activiteiten omlijstten het filmprogramma of waren een belangrijk onderdeel van een groter programma of festival.

Tijdens de filmdebatten of 'Film & Gesprek' werden verdiepende programma's in een maatschappelijke context georganiseerd. Zo werd in 2018 gepraat over de censuur van Facebook na de film *The Cleaners*, werden millennials onder de loep genomen tijdens het filmdebat over *Independent Boy*, en werd tijdens het filmdebat over de film *Girl* gepraat over de positie van transgenders in de huidige maatschappij.

De cinematografische verdieping staat centraal tijdens retrospectieven. In 2018 werden meerdere programma's georganiseerd, zoals rondom de oeuvres van David Lynch, Alex van Warmerdam en Wes Anderson. Ter ere van regisseur Bertolucci, de Italiaanse filmgrootmeester die in 2018 overleed, organiseerden we een speciaal Italiaanse lunch in aansluiting op de vertoning van de klassieker *Novecento*.

Ook in het cursusaanbod van LUX staat verdieping centraal. Vaste reeksen zijn de Premièrecursus, de Filmkring en diverse LUXclassics-vertoningen. In 2018 werd daar de eerste reeks De Grote Regisseurs aan toegevoegd. Ook vond er een cursus Filmmuziek plaats. Daarnaast zijn er besloten cursusreeksen, zoals de filmkijkcursus voor Xantippe. In 2018 vierden we dat zij al 25 jaar aan LUX (en voorheen Cinemarienburg) verbonden zijn als cursistengroep. Tot slot werden er wederom verdiepende 'Filmcourses' verzorgd voor studenten van de studie Algemene Cultuurwetenschappen.

Ontmoeting

Bij verschillende films werden meet&greet of vraaggesprekken georganiseerd, veelal met de regisseurs van de films. Voorbeelden hiervan zijn de film *Billy*, waar Theo Maassen aanwezig was, *Sprekend Nederland* (John Appel) en de film *Dorst* (Saskia Diesing). Andere voorbeelden zijn de q&a's bij *Redbad* (Roel Reiné), *De Dirigent* (Maria Peters en cast) en *La Holandesa* (scenarioschrijver Daan Gielis).

De Nederlandse Filmnacht vond voor de derde keer plaats, georganiseerd door studenten en bedoeld om de Nederlandse (arthouse) film te promoten. Hierbij was acteur Chris Peters aanwezig om vragen van het publiek te beantwoorden.

In 2018 startten wij met voorstellingen van Gelders DOEK, een provinciaal platform voor filmmakers in de regio. Tijdens deze avonden worden de producties van deze (nieuwe) talenten getoond, en zijn de regionale makers aanwezig voor q&a's en gesprekken met het publiek.

Reeksen, festivals en eenmalige specials

De meeste events en festivals van 2017 kregen in 2018 weer een vervolg. Uiteraard vonden er mooie edities van de filmfestivals Go Short en InScience plaats, maar ook satellietprogramma's

van de festivals IFFR (International Film Festival Rotterdam) en IDFA beleefden weer een editie in LUX.

Daarnaast waren er reeksen van onder meer Movies that Matter on Tour, Psychoanalyse & Film, de Roze Film, IndoFilmCafé, LUXClassics en LUXdocs. Ook vond de Cineville top 10 weer plaats, werd er op de kortste en langste dag (kortste nacht) een kortfilmprogramma georganiseerd in samenwerking met Go Short.

In 2018 startten wij met vertoningen van reguliere premiëretitels met Engelse ondertiteling, zodat een breder publiek toegang heeft tot het Nederlandse en niet-Engelse filmaanbod. In de zomer van 2018 is er een reeks ZenZondagen georganiseerd, waarin de vertoning van spirituele films gecombineerd werd met yogasessies. De zomer werd afgesloten met een reeks openluchtvertoningen in onze 'buitenbios' op het Mariënburglein, met als thema Liquid Summer,

In het kader van 'alternative content' vertoningen werden de reeksen van The Royal Opera House (internationale opera's en dansvoorstellingen) en Exhibition on Screen (wereldberoemde museale exposities die verhalend worden vertoond in filmtheaters) gecontinueerd.

Naast de genoemde programma's vonden er ook andere eenmalige specials plaats, zoals de première van de speelfilm *Redbad*, met een uitgebreid voorprogramma over de film, waarin een historische context werd gegeven, en waar regisseur Roel Reiné vertelde over de realisatie van de film en het verschil tussen producties in Nederland en in de Verenigde Staten.

Er werd een speciaal evenement rondom cultklassieker *The Big Lebowski* georganiseerd, twintig jaar nadat de film uitkwam, met een quiz, een café en een Dude Day verkiezing.

Rond de film *Isle of Dogs* werden specials georganiseerd zoals een vertoning waar honden samen met hun baasjes naar de film mochten kijken, en een studentenavond.

Tot slot was er in 2018 ook een speciale filmprogrammering in het kader van de Marikenweek.

LUX Junior

Voor kinderen werden er in 2018 het hele jaar door kinderfilms vertoond, als onderdeel van de reguliere programmering. Daarnaast zijn er verschillende specials georganiseerd, waarvan het festival Cinekid een van de grootste evenementen voor een jonge doelgroep in 2018 was. Tijdens de herfstvakantie stonden er extra veel bijzondere, nieuwe kinderfilms op het programma, was er een interactief medialab en werden er speciale activiteiten georganiseerd. Zo konden kinderen meedoen aan rondleidingen achter de schermen van het filmtheater, waren er wandeltochten langs de Waal in combinatie met vertoningen van de natuurdocumentaire *WAD* (in samenwerking met De Bastei) en zijn er 'opblijfavonden' rondom kinderklassieker *Het Zakmes* georganiseerd.

3.2 FILMEDUCATIE

Het totaal aantal deelnemers aan de educatieve activiteiten en programma's van LUX in 2018 is 11.921. Ten opzichte van het jaar ervoor (8.941) is dit een groei van 33%. Het totaal aantal voorstellingen/activiteiten in 2018 was 150, ten opzichte van 2017 (105) is dat een groei van 43%.

Aanbod

Het aanbod bestond in 2018 wederom uit drie delen: het receptieve aanbod, het productieve aanbod, en de programma's op maat. Receptief aanbod zijn filmvoorstellingen (aangevuld met inleidingen, nagesprekken, lessen op school en lesmateriaal), productief aanbod betreft workshops, zoals Animatie, Documentaire maken, Vloggen of Nepnieuws. Ook zijn er verdiepende

activiteiten, zoals analyselessen. Tot slot zijn er programma's op maat georganiseerd, zoals een dag over muziek en geluid in film, en er vonden meerdere awardshows plaats in LUX. Hierbij worden zelfgemaakte films van leerlingen of studenten vertoond, omlijst met jureringen en uitreikingen van prijzen.

Bereik leerlingen

In 2018 betrof circa 70% van het bereik de receptieve en reflectieve afname, 30% van de afname ging naar de productieve en op maat gemaakte programma's (workshops, presentaties, activiteiten). Het productieve en op maat gemaakte aanbod is over het algemeen voor kleinere groepen bestemd, en veel arbeidsintensiever om voor te bereiden.

In 2018 werden verschillende scholen bereikt, van primair onderwijs (po) tot voortgezet onderwijs (vo) en ook studenten op het middelbaar en hoger beroepsonderwijs (mbo/hbo). De helft van de bereikte leerlingen zit op het middelbaar onderwijs, iets minder dan de helft (45%) betreft leerlingen in het voortgezet onderwijs. Het overgrote deel betreft scholen in de gemeente Nijmegen, een enkele school bevindt zich in een randgemeente.

We bereikten in 2018 ca. 36% van de Nijmeegse basisscholen (19 van de 53), waarvan het grootste deel (25%) binnenkwam via het Plusprogramma, als onderdeel van het Cultureel Jaarprogramma van Cultuur en School Nijmegen. Sommige scholen doen met een enkele klas mee, andere scholen met groepen van verschillende niveaus.

Het bereik onder Nijmeegse middelbare scholen is 90%, het bereik binnen deze scholen is echter zeer wisselend. Het omvat scholen die elk jaar met enkele jaarlagen deelnemen, of vanuit verschillende vakken participeren, maar ook scholen die met een enkele klas van een specifiek niveau deelnemen. Hoewel het bereik dus groot is, varieert het bereik en de insteek binnen de school sterk.



Minister van Engelshoven kijkt hoe kinderen zelf een stop motion filmpje maken in Studio LUX 02-07-2018

3.3 PODIUM

In 2018 presenteerde LUX in totaal 127 voorstellingen aan 18.302 bezoekers. Als we de aantallen vergelijken met 2017, zien we een lichte daling ten opzichte van het totaal aantal bezoekers, maar een groei van de gemiddelde bezoeker per voorstelling (9,9%). Het aantal voorstellingen nam t.o.v. vorig jaar (143) af, omdat we de programmering meer in balans hebben gebracht door minder muziek te programmeren. Het aantal concerten in de serie De Ontmoeting halveerde, we zijn gestopt met muziekserie OPMAAT en in de hele breedte van het muziekaanbod nam het aantal concerten licht af.

Bovenstaande cijfers betreffen het gehele podiumaanbod, inclusief het aanvullende aanbod in samenwerking met culturele partners (Popronde, Kunstnacht, Doornroosje, Festival Jazz International Nijmegen, Popquiz) en de Vierdaagse-programmering op het LUX-plein.

Voor de kernprogrammering - zonder bovengenoemd aanvullende aanbod - zien de cijfers er in 2018 als volgt uit: 89 voorstellingen (48 theater, 24 muziek, 17 dans) werden bezocht door 10.425 mensen. In 2017 waren er 12.806 bezoekers voor 111 voorstellingen (49 theater, 46 muziek, 16 dans). Absoluut is dat - conform de verwachting - een daling van het aantal bezoekers (2188), gerelateerd aan de afname van het aantal voorstellingen (22). Belangrijker is de stijging van het gemiddelde bezoek met 3% t.o.v. 2017. Dit komt vooral door groei van het gemiddelde concert- en dansbezoek, respectievelijk 23% en 6%. Bij het theaterbezoek zien we een afname van 7%.

Theater

Deze daling is deels conform de landelijke trend en deels te verklaren door de toename van vernieuwend aanbod en jong talent. In 2018 hebben we ook meer ruimte gemaakt voor regionale nieuwe makers (aanbod uit het Oosten) en makers uit Nijmegen. Zo hebben we een start gemaakt met de serie OosterOogst waarin we Nijmeegse professionele makers een podium bieden. Na deze voorstellingen gaan de makers met elkaar en hun publiek in gesprek. Over het maakproces, maar ook over de inhoud en hun drijfveren.

Dans

Wederom bleef het aandeel dansvoorstellingen mooi op peil en groeide de belangstelling voor deze meest kwetsbare vorm van podiumkunsten opnieuw gestaag. Hier zijn we zeer trots op. Meldenswaardig is de samenwerking met 5 belangrijke dansproductiehuizen voor het driedaagse festival Moving Futures. Dit event wordt steeds meer omarmd door een nieuwsgierig, jong en enthousiast publiek. Ook hier staan ontmoeting en verdieping centraal. LUX maakte haar naam als belangrijk danspodium in het Oosten opnieuw waar.

Muziek

Voor de muziekprogrammering werd inhoudelijk de lijn van voorgaand jaar doorgezet. Met een mooie balans tussen theaterconcerten, de steeds verrassende en eclecticische muzikale zondag matineereeks De Ontmoeting en een spannende (inter)nationale jazzlijn van iconen en pioniers.

Actualiteit

LUX zet een gevarieerd programma neer dat zich kenmerkt door actualiteit en urgentie. Een programma met het interessant vlakkevloeraanbod voor een zo breed mogelijk publiek. Kwaliteit staat voorop, het publiek aan het denken zetten is het doel. In 2018 heeft LUX een diversiteit aan

theater-, dans- en muziekvoorstellingen geprogrammeerd, waarbij het publiek werd aangezet tot anders kijken, op het maatschappelijke, kunstzinnige en politieke vlak.

Daarbij hebben we wederom scherp gestuurd op beheersbaarheid van het gebodene en de kwantiteit bewaakt om zo beter op bijkomende kosten te kunnen sturen. Voorop bleef staan: een spannende, uitdagende en geëngageerde programmering waarin ruimte wordt geboden aan (ver)nieuwe(nde) makers en jong talent.

FJIN

De derde editie van Festival Jazz International Nijmegen was zeer succesvol. Dit jazzfestijn dat LUX en De Lindenberg samen met hun stedelijke partners op het gebied van actuele muziek en Jazz International Rotterdam realiseerde, trok een breed stedelijk en regionaal publiek en haalde volle zalen op bijna alle locaties (gem. zaalbezetting van 88%). Nieuw waren de Vereeniging als extra locatie en de serie gratis toegankelijke concerten "Free Jazz" op verrassende (nieuwe) locaties (STOOM, Thiemeloods, Bieb, café LUX).

LUX PodiumPas

De PodiumPas was opnieuw een doorslaand succes. De passen waren, evenals voorgaande jaren, snel uitverkocht. Dit zorgde voor extra bezoek en vergrootte de betrokkenheid van onze meest frequente bezoekers. Belangrijker nog was ook het consolideren van een basispubliek voor nieuwe makers en nog (relatief) onbekend werk. Uit onderzoek is gebleken dat de bezoekers met een doorlopende pas nieuw aanbod durven uit te proberen.

De omzet van de podiumprogrammering in 2018 bedroeg €127.287. De gemiddelde omzet per voorstelling daalde. Een van de redenen hiervoor was dat studenten en scholieren meer gebruik maakten van de kortingsregelingen (€10,-) en meer mensen gebruik maakten van de LUX PodiumPas (onbeperkt bezoek voor € 175,-).

De podiumbrochure 2018/2019 werd uitgebracht in eigen beheer. Daarnaast was er zoals gebruikelijk overleg en afstemming met andere stedelijke culturele instellingen over het programma.

Toppers

De best bezochte theatervoorstellingen:

1. Toneelgroep Oostpool – Cinema (4 voorstellingen)	457 bezoekers
2. Toneelgroep Oostpool – Romeo en Julia (2 voorstellingen)	344 bezoekers
3. Theo Maassen – Situatie gewijzigd	208 bezoekers
4. Theater Utrecht & New Dutch Connections - The Bright Side of Life	180 bezoekers
5. Saman Amini – Samenloop van omstandigheden	175 bezoekers

De best bezochte dansvoorstellingen:

1. Korzo – Samir Calixto & Cello8tet Amsterdam-Summa	174 bezoekers
2. Jens van Daele's Burning Bridges - Nachthexen I	173 bezoekers
3. Korzo – Ryan Djojokarso – Giovanni's Room	145 bezoekers
4. ArtEZ, eindvoorstelling Dans	137 bezoekers
5. Panama Pictures – Go North and See What Those Strangers Do	137 bezoekers

De best bezochte concerten:

Staconcert

- | | |
|------------------|---------------|
| 1. Suzan & Freek | 346 bezoekers |
|------------------|---------------|

Zitconcerten

- | | |
|--|---------------|
| 1. Eric Vloeimans & Egbert Derix | 216 bezoekers |
| 2. Eric Vloeimans – Levanter | 209 bezoekers |
| 3. Mary Gauthier – Rifles & Rosary Beads | 206 bezoekers |
| 4. Gert Vlok Nel | 197 bezoekers |
| 5. Alex Roeka – En toen ineens | 192 bezoekers |

3.4 DEBAT

In 2018 kreeg een breed scala aan onderwerpen een plek in de LUX debatprogrammering. We voerden het gesprek over actuele maatschappelijke thema's als duurzaamheid, lokale verkiezingen, wonen, diversiteit en wetenschappelijke innovatie. Onze debatten wortelen in relevante maatschappelijke kwesties van nu en hebben vaak een sterke lokale basis. Zo besteedden we onder meer aandacht aan Nijmegen Green Capital, de gemeenteraadsverkiezingen, de Vrede van Nijmegen Penning en maakten we een programma rond de rol die bewonersorganisaties kunnen spelen in de energietransitie. Dit deden we in nauwe samenwerking met de Nijmeegse woonkoepel Platform Nijmeegse Wooncorporaties. Daarnaast gingen we in gesprek met deskundigen en publiek naar aanleiding van films en documentaires. Bovendien maakten we een start met twee nieuwe series: De Nieuwe Mens en Het Dilemma. De eerste neemt de toekomstige mens in relatie tot medische innovatie onder de loep en Het Dilemma belicht hedendaagse morele levensvragen vanuit een persoonlijk perspectief. Ook experimenteerden we met verschillende gespreksvormen. Groter is niet per definitie beter, we kozen dan ook vaker bewust voor intiemere en kleinere gesprekken waar de verbinding tussen mensen beter tot stand komt.

Het afgelopen jaar heeft LUX 76 debatprogramma's gemaakt die in totaal 11.834 bezoekers trokken. Dit is een toename van 47% ten opzichte van 2017. Dit wordt vertekend door het Waalzinnig festival, een tweejaarlijks festival dat met 2000 bezoekers een grote impact op het totale aantal bezoekers heeft. Als we dit evenement buiten beschouwing laten, zien we evengoed een significante stijging van het gemiddelde bezoek van 118 naar 131 per programma. Dat is een stijging van 11%. Het gemiddelde bezettingspercentage van de gehele programmering was 82%. Hiervan waren bijna 40% van de debatten uitverkocht.

Gemeenteraadsverkiezingen

In de periode 29 januari tot en met 22 maart 2018 is er een succesvolle reeks gemeenteraadsverkiezingsdebatten georganiseerd. Noviteit was een theaterdebat in de Raadszaal van het stadhuis i.s.m. Matzer theaterproducties over de hedendaagse rol en verantwoordelijkheid van (lokale) politici en geëngageerde burgers.

Verschillende onderwerpen passeerden de revue waaronder het tekort aan starterswoningen, het Nijmegen van de toekomst, de rol van (lokale) politici, maar ook het Nijmegen van de studenten en werkzoekenden. Hiervoor is samengewerkt met meerdere partners zoals het Platform Nijmeegse Woningcorporaties, het Architectuurcentrum Nijmegen en de jongerenafdelingen van

de deelnemende politieke partijen. Het slotdebat vond op 19 maart plaats, waarin de belangrijkste thema's nog eenmaal besproken werden met de lijsttrekkers van alle partijen. De reeks werd 22 maart afgesloten met 'The Day After' waar we terugblikten op de uitslag van de gemeenteraadsverkiezingen. Voor de laatste twee debatten sloeg LUX de handen ineen met *De Gelderlander*.

Het Dilemma

Het Dilemma is een programmareeks van Radboud Reflects en LUX. Deze avonden draaien om een persoonlijk moreel dilemma. In een intieme setting verkennen we samen verschillende kwesties waar mensen vandaag de dag mee worstelen. Hoe staan we bijvoorbeeld tegenover ons vlieggedrag in deze tijd van klimaatverandering? En tegen welke dilemma's loop je als gelovige aan in een seculiere samenleving? Niet de sprekers staan centraal, maar de deelnemers. Door onszelf en elkaar te bevragen, zoeken we samen naar afwegingen en antwoorden. Twee experts geven het gesprek inhoudelijk focus en houden iedereen scherp.

De Nieuwe Mens

De biomedische wetenschap ontwikkelt zich razendsnel. De ene na de andere innovatie dient zich aan. Het werd dus hoog tijd voor een reeks verhelderende gesprekken. Want wat kan er al? Wat kan nog lang niet? En wat vinden we daarvan? In De Nieuwe Mens verkennen Radboudumc en LUX de ontwikkelingen. Kunnen we leven maken? Onze intelligentie verhogen? Onsterfelijk worden? Hoe ver is de wetenschap? We scheiden feiten van mythes en kijken wat we kunnen verwachten in de toekomst.

Radboud Reflects

Radboud Reflects is de grootste samenwerkingspartner voor debatten van LUX, waarmee we in 2018 samen 24 debatten maakten. De meest intensieve samenwerking was het publieksprogramma voor De Vrede van Nijmegen Penning. De vijf publieksprogramma's over de gevolgen van een globaliserende wereld en vervuilend consumentisme, centreerden zich rond de vraag "Hoe schoon is je telefoon?". In totaal bezochten 498 bezoekers het gratis toegankelijke publieksprogramma van de Vrede van Nijmegen Penning. Een zeer geslaagde dag waarin bezoekers konden kiezen uit verschillende programma's: een film en gesprek voor kinderen over het produceren van afval, een film en gesprek over de bloederige conflicten rond telefoongrondstoffen, een experimenteel concert waarin de natuur verbonden werd met kunst en live muziek (Talking Trees), een filosofische workshop over het redden van de wereld, een reeks lezingen over de verschillende effecten van het kopen van een telefoon – met als hoofdspreker Ruben Terlou.

In alle 24 programma's van Radboud Reflects waren 3393 bezoekers aanwezig met een bezettingspercentage van 91%.

De best bezochte debatprogramma's:

- | | |
|---|----------------|
| 1. Waalzinnig festival | 2000 bezoekers |
| 2. De slotbijeenkomst van het Duurzaamheidscafé | 300 bezoekers |
| 3. Het jongeren verkiezingsdebat | 230 bezoekers |
| 4. Het verkiezingsdebat met het ACN | 228 bezoekers |
| 5. Het duurzaamheidscafé over biodiversiteit | 210 bezoekers |

De best bezochte Radboud Reflects programma's:

- | | |
|---|---------------|
| 1. Het geweld van geld | 200 bezoekers |
| 2. De ziel in Oost en West | 198 bezoekers |
| 3. Concert Talking Trees (Vrede van Nijmegen) | 192 bezoekers |
| 4. Superintelligentie | 192 bezoekers |
| 5. Leve de alledaagsheid | 192 bezoekers |



In gesprek over 'De Nieuwe Mens'; De Nieuwe Mens komt uit het lab.

3.5 VERMOGEN

In 2018 hebben de bovenstaande activiteiten geleid tot een positief resultaat van €64.000. Dit positieve resultaat is toegevoegd aan het eigen vermogen van Stichting LUX dat eind 2018 op een stand staat van €258.000. Dit positief eigen vermogen is ter dekking van eventuele toekomstige tekorten voor het leveren van DAEB diensten. Gezien de hoogte van de stand van het vrij besteedbare vermogen gaan we in 2018 twee bestemmingsreserves vormen, te weten een bestemmingsreserve voor de vervanging van de filmprojectoren ad €53.952 en een bestemmingsreserve voor het jubileum van LUX in 2020 ad €10.000.

3.6 HET JAAR 2019

In het jaar 2019 gaan we door met het realiseren van de ambities geformuleerd in ons jaarplan. Onderdeel van de planning is de renovatie van een tweede filmzaal van LUX. Samen met een aantal andere investeringen proberen we op deze manier het achterstallig onderhoud in te halen en een veilige en inspirerende omgeving te creëren.

In 2019 hebben we een omzet begroot die ongeveer gelijk is aan de gerealiseerde omzet in 2018, namelijk een omzet van €3.500.000 en een positief resultaat van €25.000.

In het najaar van 2019 zal in een nieuw ondernemingsplan verder ingegaan worden op de visie en strategie voor de periode 2020 tot en met 2024.

KETENINTENDANT FILM & MEDIA

De keten Film en Media is een kleine, overzichtelijke keten, bestaande uit podia, festivals, kleine organisaties en zelfstandige makers. Zowel talentontwikkeling als productie en presentatie zijn hierin vertegenwoordigd. LUX heeft als ketenintendant de opdracht om deze spelers bij elkaar te brengen, te fungeren als verbinder, aanjager en ondersteuner. De spelers binnen de keten weten elkaar makkelijk te vinden, en uitwisseling vindt op een laagdrempelige manier plaats.

In het najaar van 2018 vond een stadsbreed onderzoek en een zelfevaluatie plaats van de keten. De kracht van de keten is de stevige aanwezigheid van grotere organisaties, zoals LUX, Go Short en InScience, en de verbinding met de kleinere organisaties en zelfstandige makers. Gezien de budgettaire beperkingen worden momenteel echter nog weinig kansen benut op het gebied van talentontwikkeling en begeleiding, zoals het organiseren van workshops en masterclasses voor het veld, als ook adviesbijeenkomsten waar landelijke partijen en fondsen bij aanwezig zijn. De bedreiging die daaruit volgt is het vertrek van veel talent naar de Randstad. Het beter organiseren van de volwaardige keten wordt dan ook als een grote kans omschreven.

LUX is in het najaar van 2018 begonnen met het vertonen van films van het Gelders DOEK, een platform voor lokale en regionale filmmakers. Gekoppeld aan deze voorstellingen zijn de makersmiddagen, een moment waarop zelfstandige makers hun werk aan collega's kunnen presenteren en daar feedback op kunnen vragen.

In december 2018 vond een ketenbijeenkomst plaats, waar vooral werd gesproken over de ontwikkelingen op het gebied van filmeducatie, door middel van de landelijke hub, en de kansen die een proeftuin Film met zich mee kan brengen. Vanuit verschillende kanten werd de behoefte uitgesproken aan het ontwikkelen van een broedplaatsfunctie en een filmclub, waar nieuwe talenten verder worden begeleid. Dit in aansluiting op de evaluatie van de keten. Het meer bundelen van financiële middelen zou in de vorm van een Gelders Filmfonds gerealiseerd kunnen worden. Daarbij liggen voor het medium film vooral ook veel kansen in de verbinding met andere disciplines, zoals beeldende kunst, muziek en literatuur. Alle deelnemers wilden graag betrokken zijn bij de ontwikkelingen van deze plannen.

Naast de ketenbijeenkomst is er ook een Jaarbijeenkomst geweest van CNN, waar alle leden van de verschillende ketens voor werden uitgenodigd, zo ook de leden van de keten Film en Media. Een van de onderwerpen die hier aan de orde kwamen was O25, de stedelijke regio Arnhem en Nijmegen.

4. ORGANISATIE EN OVERIGE ACTIVITEITEN

5.1 RAAD VAN TOEZICHT

Stichting LUX wordt bestuurd volgens het Raad van Toezicht model. LUX onderschrijft de 9 Principes van de Governance Code Cultuur en past deze toe. De Raad van Toezicht bestaat uit minimaal 5 leden en maximaal 7 leden welke worden benoemd voor een periode van 3 jaar met de mogelijkheid om twee maal herbenoemd te worden. Indien een lid tot voorzitter wordt benoemd kan een benoeming voor een vierde termijn plaatsvinden.

De samenstelling van de Raad van Toezicht was in 2018 als volgt:

- Ingeborg Vodegel - van den Broek, voorzitter
- Frans Funnekotter, secretaris (tot juni 2018)
- Signe Zeilich-Jensen, lid/secretaris (vanaf juni 2018)
- Edwin van der Plas, lid
- Jan van der Meer, lid
- Henriette Honée, lid
- Ton Lenting, lid (vanaf september 2018)

Rooster van aftreden:

Naam	Deskundigheid	Aftredend (uiterlijk)/afgetreden
1. Ingeborg van den Broek	Voorzitter/ Juridisch	31-12-2019
2. Edwin van der Plas	Financiën	31-12-2017
3. Frans Funnekotter	Inhoudelijk/theater	Juni 2018
4. Signe Zeilich-Jensen	Inhoudelijk/film	31-12-2023
5. Jan van der Meer	Bestuurlijk/politiek	31-12-2023
6. Henriette Honée	Financiën	31-12-2025
7. Ton Lenting	Horeca	01-09-2027

De Raad van Toezicht (RvT) werkt met een gefaseerd rooster van aftreden. Gedurende het verslagjaar heeft de heer Funnekotter de RvT. De heer Lenting is in het verslagjaar tot de RvT toegetreden en brengt specifieke expertise en kennis op horecagebied mee. Tevens is gestart met de werving van een nieuw RvT-lid met een cultureel profiel. Naar verwachting zal deze vacature begin 2019 worden ingevuld. De heer Van der Meer is in 2018 voor een tweede termijn van 3 jaar benoemd. De RvT heeft reeds in 2017 uitdrukkelijk stilgestaan bij het feit dat de heer Van der Plas wegens het verstrijken van de maximale termijn in 2017 de RvT zou moeten verlaten. Er is voor gekozen om de heer Van der Plas desondanks voor een nieuwe termijn te benoemen vanwege zijn specifieke bijdrage en expertise op het gebied van financiën, waarbij de wens en noodzaak is uitgesproken om zijn kennis en ervaring geleidelijk over te dragen aan zijn opvolger.

De RvT hecht er belang aan op te merken dat bij de werving van de nieuwe RvT-leden - met het oog op de diversiteit van de RvT - uitdrukkelijk is gezocht naar kandidaten met een diverse culturele achtergrond. Daarbij is onder meer gebruik gemaakt van een bureau dat zich specifiek richt op bestuurlijke diversiteit en zich in zet op het stimuleren van vrouwen, jongeren en biculturelen in besturen en raden van toezicht. Dit heeft tot op heden echter niet het gewenste

resultaat gehad. Vanzelfsprekend is de werving verlopen via openbare vacatures en de (sociale media) kanalen van LUX.

In het verslagjaar heeft de RvT een protocol “Introductieprogramma nieuwe raad van toezicht leden LUX” vastgesteld.

De Raad van Toezicht van LUX is in 2018 lid geworden van de NVTC (Nederlandse Vereniging Toezicht Cultuur). Individuele leden hebben bijeenkomsten bijgewoond van de NVTC.

Het toezicht

In 2018 heeft de remuneratiecommissie een jaargesprek gevoerd met de directeur-bestuurder en is de honorering aangepast waarbij uiteraard de WNT-normen zijn gerespecteerd. Voor het jaargesprek met de directeur-bestuurder is onder meer input gevraagd aan de Ondernemingsraad. Gezamenlijk is geconstateerd dat de benoeming van de directeur-bestuurder in 2017 vanuit eigen gelederen positief is uitpakend en dat LUX thans beschikt over een stevig fundament in de top van de organisatie.

In de zelfevaluatie over 2017 heeft de RvT besloten de frequentie van het aantal RvT-vergaderingen terug te brengen naar 4 reguliere vergaderingen per jaar. Gelijktijdig is een auditcommissie en remuneratiecommissie ingesteld en zijn er (nadere) afspraken gemaakt over de inrichting van een dashboard en het formuleren van KPI's in het kader van de informatieverstrekking van de bestuurder aan de RvT. Aan deze afspraken en werkwijze is in 2018 daadwerkelijk uitvoering gegeven. De RvT heeft in het verslagjaar derhalve 4 keer regulier vergaderd in het bijzijn van de bestuurder en onder meer het jaarverslag en de jaarrekening 2017 en de begroting 2019 conform de statuten goedgekeurd. De RvT heeft, voorafgaande aan de goedkeuring van de jaarrekening, een overleg gehad met de accountant waarin de financiële positie van de organisatie en de managementletter aan de orde zijn geweest. RvT en bestuurder hebben gezamenlijk met de accountant onder meer aandacht besteed aan het belang van het (verder) versterken van het weerstandsvermogen van LUX. Voorts is geconstateerd dat opvolging is gegeven aan de bevindingen van de accountant in het voorgaande verslagjaar ten aanzien van de administratieve organisatie en interne beheersing. In 2018 zijn door de accountant ten aanzien van de interne beheersing een viertal aanbevelingen gegeven die vooral liggen op het vlak van functiescheiding en debiteurenbeheer.

In het verslagjaar is – in overleg met de directeur-bestuurder - het besluit genomen om in 2019 een overstap te maken naar een andere accountant. Ten overvloede dient te worden vermeld dat dit besluit niet was ingegeven door de kwaliteit van de vorige accountant.

De RvT heeft voorts gedurende het verslagjaar eenmaal overleg gehad met de Ondernemingsraad over de gang van zaken binnen de organisatie en daarbij relevante informatie uitgewisseld.

De bestuurder heeft in nauw overleg met de RvT en de controller in 2017 – en onder begeleiding van een externe partij - een aanvang gemaakt met een gedetailleerde risico-inventarisatie. Het eerste deel van de inventarisatie was ultimo 2017 afgerond, het tweede deel in 2018. Uit beide inventarisaties kwamen geen wezenlijke risico's naar voren.

In het najaar van 2017 heeft de RvT een zelfevaluatie uitgevoerd en in december 2017 een uitvoerige governance-sessie gehouden gezamenlijk met de bestuurder. In 2018 is geen zelfevaluatie gehouden, maar deze staat gepland voor de eerste helft van 2019.

Honorering leden Raad van Toezicht

De leden van de Raad van Toezicht verrichten hun werkzaamheden voor LUX onbezoldigd. Wel krijgen de leden kosteloos toegang tot (een deel van) de activiteiten die door LUX worden georganiseerd.

5.2 OR

De Ondernemingsraad (OR) van LUX werkt volgens de regels van de Wet op de Ondernemingsraden (WOR), waarin is vastgesteld dat leden door het personeel gekozen worden, en zitting hebben voor een periode van maximaal 4 jaar. De verschillende afdelingen van de organisatie zijn vertegenwoordigd in de OR.

In 2018 werkte LUX met 5 OR leden, namelijk Karin Verwoert (voorzitter, publieksdiensten), Ruud Vos (secretaris, projectie), Leonie Bolleboom (horeca), Roel Zwiers (kassa), Sebastiaan Bevers (vrijwilligers). De OR kwam in principe eens per maand bij elkaar, en heeft 3 keer overleg gehad met de directeur-bestuurder. Ook was er een overleg met de Raad van Toezicht en werden agendapunten van het afgelopen jaar en de speerpunten voor het komende jaar uitgewisseld. De OR stuurt 1 maal per maand een nieuwsbrief naar alle medewerkers van LUX en stuurt 1 maal per jaar een jaarverslag. Belangrijkste punt afgelopen jaar was het instemmingsverzoek aangaande de implementatie van het loon- en functiegebouw Nederlandse Podia voor de stichting LUX.

Ambitie voor 2019 is een uitwisselingsbijeenkomst met OR leden van verschillende culturele instellingen in Nijmegen.

5.3 PERSONEEL

Het aantal fte in Stichting LUX op basis van het totaal aantal uitbetaalde uren per 31-12-2018 bedroeg 26,67 fte, ten opzichte van 25,66 fte per 31-12-2017. Daarmee is een stijging van 1 fte te constateren, dit betreft echter een toevoeging van een aantal uren bij verschillende afdelingen. Het totaal aantal medewerkers omvatte 42 betaalde krachten, ten opzichte van 41 aan het einde van het vorige jaar.

Het aantal fte in LUX BV op grond van het totaal aan gewerkte uren bedraagt 29,66 in 2018, tegen 29,83 Fte in 2017. Hiervan is in totaal 3,77 fte opgenomen voor de bedrijfsleiding en het management van de horeca. Bij de BV werkten in totaal 60 betaalde medewerkers.

Vrijwilligers

Op meerdere plekken in de organisatie worden vrijwilligers ingezet, zoals bij de zaalwacht, kassa, gastvrouw/heer, projectie, productie, marketing en incidenteel bij speciale projecten zoals ondersteuning bij programma. In totaal werkt LUX met 137 vrijwilligers.

Ziekteverzuim

De verzuimcijfers bij Stichting LUX geven aan dat we iets gestegen zijn ten opzichte van 2017 maar is nog steeds laag te noemen. Het landelijk ziekte verzuim in de culturele sector over 2018 is 3,3%. Hiermee blijven we met de Stichting onder het landelijke cijfer.

Alle ziekteverzuimmeldingen:

2017: 2,25%

2018: 2,80%

Exclusief langdurige zieken:

2017: 1,33%

2018: 1,40%

Bij de horeca zien we een stijging van het totale ziekteverzuim. Het landelijke ziekteverzuim van de horeca in 2018 is 2,1% Hiermee gaan we met LUX BV boven het landelijke cijfer.

Alle ziekteverzuim meldingen:

2017: 1,92%

2018: 2,87%, toename van bijna 1%. Betreft een aantal langdurig zieken

Exclusief langdurige zieken:

2017: 1,03%

2018: 1,24%, toename van 0,21%

In 2018 hebben we een stap gemaakt in de professionalisering van de personeelsprocessen. Grootste project in 2018 is de voorbereiding op de implementatie van een nieuw functie- en loongebouw op 1-1-2019. Het nieuwe functie- en loongebouw is ten tijde van het schrijven van dit jaarverslag succesvol geïmplementeerd.

In januari hebben we een personeelsuitje gehad met zowel de betaalde als de niet-betaalde medewerkers. We zijn naar Rotterdam afgereisd, naar het IFFR (International Film Festival Rotterdam) voor de vertoning van een korte film geregisseerd door een oud-LUX collega (A Dialogue with Cyberspace, Brian den Hartog) en de vertoning van de publieksfavoriet (The Guilty, Gustav Möller).

5.4 COMMERCIELE ACTIVITEITEN EN VERHUUR

In 2018 hebben we met € 112.823,- een mooie omzet weten te behalen uit verhuuractiviteiten. Dit is 10% groei ten opzichte van de omzet uit 2017 (€102.799,-). Het aantal verhuren heeft hierin bijgedragen, dit is gestegen van 107 verhuren in 2017 naar 164 in 2018. Echter is de omzet flink lager dan begroot. Met de verbouwing van het kassagebouw is een omzetprognose afgegeven voor Studio LUX, die niet realistisch is gebleken op het gebied van de mogelijkheden van de Studio.

De 5 grootste partijen die bij ons hebben gehuurd afgelopen jaar zijn Nijmegen Green Capital, Blixem internet, Musicalmakers, KNMG en Juridische Faculteit Nijmegen, Zij hebben in totaal 21% aan inkomsten opgeleverd. Kijkende naar de top 20 organisaties of initiatieven die ontvangen mochten worden omvatten zij tezamen 50% van de omzet.

De ruimte die het meeste verhuurd werd, was Café LUX, gevolgd door Studio LUX, en respectievelijk LUX 6 en LUX 7.

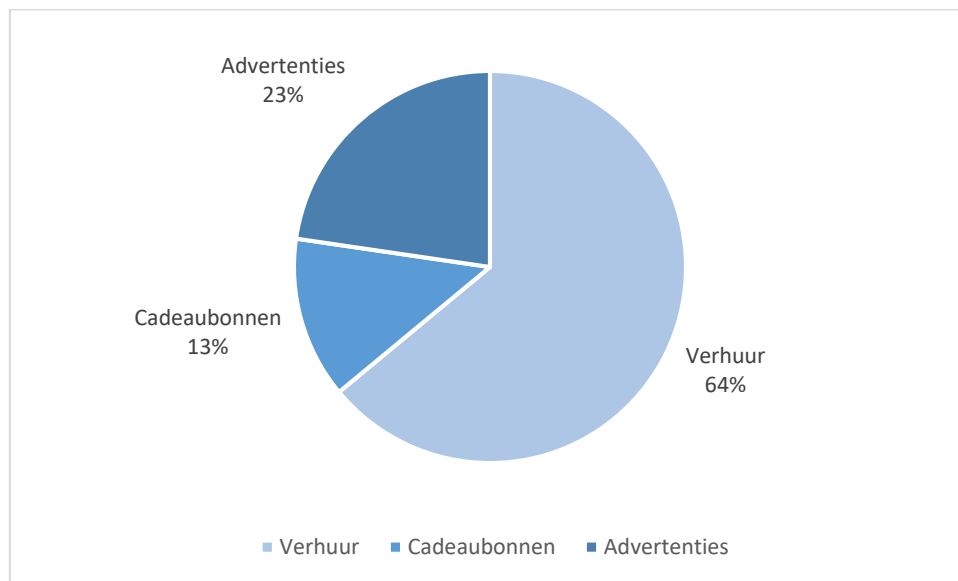
In totaal zien we een groei in de opbrengst uit verhuur. Er zijn dan ook diverse marketing activiteiten opgestart om verhuurmogelijkheden meer zichtbaar te maken. Zo is er een mooie flyer ontworpen, wordt op elk filmticket geattendeerd op de mogelijkheid evenementen te organiseren in LUX en is dit in de narrowcasting in en rondom LUX zichtbaar. Daarnaast zijn er 3 direct mailings verstuurd naar oude, bestaande en potentiële partijen.

We zien een forse stijging in het aantal aanvragen dat door de medewerker verhuur wordt verwerkt. Hiervoor zijn in 2018 meer uren beschikbaar gesteld.

Commerciële activiteiten

De commerciële activiteiten van LUX omvatten verkoop van cadeaubonnen aan bedrijven en verkoop van advertentieruimte. Opbrengst uit cadeaubonnen was in 2018 € 23.500,-. Opbrengst uit bioscoopreclame is in 2018 gedaald van € 44.626,- naar € 34.143,-. Reden hiervan is dat adverteerders steeds meer naar het flexibele online adverteren trekken. Hoe zich dit de komende jaren zal ontwikkelen is moeilijk te voorspellen. Verder is er voor bijna € 6.500,- aan advertentieruimte verkocht in onze podiumbrochure en op onze tickets.

De totale omzet uit onze commerciële activiteiten en verhuur is als volgt verdeeld:



5.5 MARKETING & PUBLICITEIT

Op basis van de bezoekersaantallen kan gesteld worden dat LUX een culturele hotspot is van Nijmegen, waar een groot publiek nog steeds graag komt. Het doel van de marketing- en publiciteitsafdeling was afgelopen jaar dan ook het bekrachtigen van de communicatie van de onderscheidende identiteit en het onderscheidende programma, en het intensiveren van de publieksbinding.

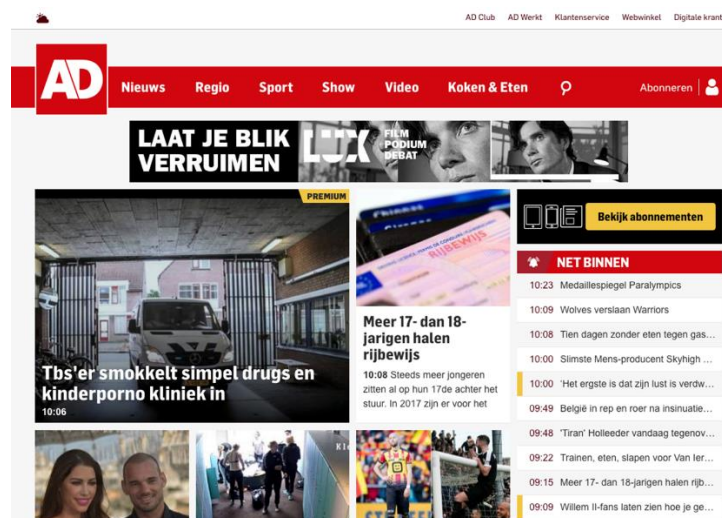
Om dit te bereiken zijn de volgende concrete afdelingsdoelen gesteld:

- Profilieren missie 'anders kijken', dmv corporate communicatie slogan 'Laat je blik verruimen';
- Verbeteren van balans in communicatie van alle pijlers: film, debat, podium, educatie, horeca en verhuur, dus het multidisciplinaire karakter van LUX;
- Het verhogen van de klantloyaliteit via de LUX-vriendenpas;
- Publieksspecifieker en -gerichter communiceren;
- Opstellen van een Social Media beleid;
- en een stap zetten in een meer duurzame werkwijze.

In 2018 zijn op het gebied van publiciteit een aantal stappen gezet. Er is in de dagdagelijkse werkzaamheden meer aandacht besteed aan de specifieke filmuitingen, en een betere balans

gebracht tussen film, theater, debat en horeca. Met name onze onderscheidende programmering en specials van film hebben een betere zichtbaarheid gekregen in onze gidstools. Naast extra aandacht voor de basis programmering hebben wij ingezet op meer aandacht voor de grotere incidentele (frontline) programma's. LUX biedt huis aan de twee grote filmfestivals Go Short en InScience, hiervoor werd afgelopen jaar ook op het gebied van publiciteit weer goed samengewerkt en werd ruimte geboden in de LUX uitingen. De eigen kleine festivals als Best of the Fest, Cinekid en IDFA hebben extra budget en inzet verkregen, om zo de beleving en het bereik van de juiste doelgroep te vergroten. Dit was dan ook terug te zien in de gestegen bezoekersaantallen.

Afgelopen jaar is er aandacht besteed aan de corporate communicatie van LUX. In maart is een grote stedelijke campagne gedaan rondom de branding en beleving van LUX, met als doel om de verbinding met ons publiek te vergroten. De slogan voor de campagne was 'Laat je blik verruimen', gelinkt naar de missie van LUX, 'Anders Kijken'.



Het meten van resultaten van (offline) marketing inspanningen is altijd lastig, echter als marketing effectiviteit afgemeten wordt aan het aantal bezoekers kan geconcludeerd worden dat we ook qua marketing een ontzettend succesvol jaar achter de rug hebben. Meer mensen dan ooit zijn naar LUX gekomen om een van de programma's bij te wonen. Om al onze programma's kenbaar te maken aan publiek is een diverse mix aan marketingtools ingezet. De website neemt, naast de weekfolder, een belangrijke plaats in voor de programmakeuze van publiek. In 2018 zijn dan ook weer 52 weekfolders geproduceerd, werden 1.055.192 website sessies geteld op lux-nijmegen.nl, dit aantal is licht gestegen. Traffic naar de website gaat met name via mobiel, hier is een groei te zien van 40% van de sessies via mobiel in 2017, naar bijna de helft van de sessies in 2018. Ook zien we een groei in het aantal transacties dat via de website/webshop wordt gedaan, van 25.600 in 2017 naar bijna 30.000 in 2018. Afgelopen jaar is er een Social media strategie opgezet, en zijn met name Facebook en Instagram vast onderdeel geworden in de communicatiemix. Ondanks alle onrust rondom Facebook, en de onzekere toekomst van dit kanaal is er toch een groei te zien in het aantal volgers, naar 10.453 voor Facebook en 2.775 volgers op Instagram.

Duurzaamheid

Verantwoord en bewust ondernemen zijn met name in 2018 een van de speerpunten voor de gehele organisatie geweest. Op het gebied van marketing zijn we een samenwerking gestart met de Nijmeegse ondernemer D'trash om onze kunststof promotiebanners te recyclen tot tassen. Dit is een barterovereenkomst waarbij LUX een aantal tassen ontvangt om aan sprekers te geven en zij de rest houden voor eigen verkoop.

Programmapubliciteit

We hebben afgelopen jaar met twee activiteiten bijzonder grote PR waarde gegenereerd. Dit waren twee filmspecials waar we iets unieks omheen hebben bedacht om hier aandacht voor te krijgen.

De nieuwste film van Wes Anderson, *Isle of Dogs*, was een stop motion film met honden in de hoofdrol. We hebben een eenmalig evenement georganiseerd, waarbij publiek samen met hun hond de film konden bekijken, met een aangepast geluids- en lichtplan. Met dit evenement hebben we de voorpagina van de Gelderlander gehaald.

Bij de première vertoning van de Nederlandse historische eposfilm *Redbad* van Roel Reiné mochten mannen met rode baarden gratis naar binnen. Dit hebben we op Facebook gecommuniceerd en dit bericht is trending gegaan via In de buurt Nijmegen, waar meer dan 23.000 reacties op zijn gekomen. Zelfs van buiten de stad- en landsgrenzen werd hier aandacht aan besteed.

In 2018 besloot de Lindenberg voor het seizoen 2018/2019 niet meer met een geprinte podiumbrochure te gaan werken. Voorgaande jaren hebben wij samen een brochure gemaakt, met daarin een duidelijk overzicht van het aanbod van kleine podia in Nijmegen voor het publiek. Wij besloten dat een gebundeld overzicht middels een geprinte brochure nog steeds een van de belangrijkste tools was om onze podiumprogrammering over de Bühne te brengen naar ons publiek. Deze werd positief ontvangen en was een mooi overzicht in de LUX huisstijl.

Samen met de Stadsschouwburg en de Lindenberg hebben we de eerste editie van de Expeditiekaart opgestart. Deze Expeditiekaart is bedoeld om jongeren kennis te laten maken met het theateraanbod en de theaterpodia van Nijmegen. Daarom hebben alle drie de podia, drie voorstellingen geselecteerd voor deze jongere doelgroep. Op deze manier bezochten ze in een periode van zes weken alle drie de Nijmeegse podia, voor een hele lage kennismakingsprijs. Voor de promotie is eigen artwork ontworpen, gericht op jongeren met een aansprekend overzicht van de stad. De Expeditiekaart was snel uitverkocht, we willen in 2019 dit concept dan ook herhalen.

5.6 HORECA

De horecafaciliteiten zijn van groot belang voor LUX, echter blijven deze ondergeschikt aan de hoofdfunctie. De horeca draagt bij aan de totaalbeleving van de bezoeker. Café LUX is het bruisende middelpunt waar bezoekers van verschillende programma's samenkomen voor lunch, diner of een borrel. Een evenwichtige horeca-exploitatie is noodzakelijk om de totale exploitatie financieel mogelijk te maken, kwalitatief, verrassende en vlotte horeca is dan ook belangrijk voor LUX en haar bezoekers. Café LUX is actief op zoek naar manieren om de beleving van de film- en theaterbezoekers te optimaliseren. Daarnaast is de horeca zich sterker gaan inzetten voor verduurzaming van haar assortiment en werkprocessen.

Ontwikkeling café-restaurant

De omzet van de BV laat ook in 2018 een stijgende lijn zien. De toename in omzet is toe te schrijven aan een aantal factoren:

- Een stijging van het aantal film- en theaterbezoekers heeft ook in het café extra omzet opgeleverd. Door het beter inzetten van de horeca oppervlakte en het gebruik van Studio LUX heeft de horeca meer bezoekers kunnen bedienen. De stijging is sterk zichtbaar in de maanden november en december;
- Er is een hogere omzet gedraaid tijdens het zomerseizoen. Er is grote stijging van keukenomzet zichtbaar in de maand mei t.o.v. het voorgaande jaar vanwege de keukenverbouwing in 2017;
- Er heeft een aanpassing van het assortiment plaatsgevonden dat meer aansluit bij de wensen van de bezoekers van LUX, waarbij vooral gedacht moet worden aan biologische producten. Hierdoor wordt vaker gekozen voor een speciaalbier, luxere wijn of koffie. In het restaurantgedeelte zien we een stijging van de omzet doordat de gast vaker kiest voor luxere gerechten i.p.v. pasta's en maaltijdsalades.

Rendement

Er is een verbetering van het rendement zichtbaar t.o.v. 2017. De inkoopkosten zijn stabiel, waardoor de brutomarge is toegenomen. Het jaar 2019 biedt veel onderhandelingsruimte om inkoopkosten te verlagen. De personeelskosten blijven echter onder druk staan door schaarste aan horecapersoneel en stijgende minimumlonen. De prijsaanpassingen die doorgevoerd zijn vanwege de verhoging van het lage BTW tarief heeft weinig invloed gehad op de bestedingen binnen de horeca. Er heeft een correctie op de afdracht van Stichting LUX plaatsgevonden die gaat over de periode 2016-2018. Dit draagt in grote mate bij aan het positieve nettoresultaat van de BV.

Horeca in combinatie met programma

De omzet die gerealiseerd wordt met activiteiten in zaal 7 blijven belangrijk voor de exploitatie van de horeca. De zalen binnen LUX worden in eerste instantie gebruikt voor programma dat past binnen de opdracht van LUX. Als er gaten vallen binnen dit programma, probeert de horeca deze in te vullen met andere activiteiten. Denk hierbij aan film met diner in de theaterzaal of dancefeesten (bijvoorbeeld SoulCity).

Jaarlijkse terugkerende festivals zijn voor de horeca zeer wenselijk, omdat deze naast reguliere drukte extra omzet opleveren. Voorbeelden hiervan zijn Best of the Fest, Go Short, InScience en Cinekid. Ook schoolvakanties dragen in verhouding meer bij aan de omzet dan de reguliere weken. De horeca initieert zelf evenementen samen met programma, zoals bijvoorbeeld arrangementen rondom film (The Dude Day bij de film *The Big Lebowski*) en een week lang buitenfilm in augustus. Evenementen waarbij horeca en programma samenkomen leveren extra beleving op voor de bezoekers. Hierin liggen nog veel kansen voor LUX om in bezoekersaantallen en omzet te groeien. Hier zal de horeca in de toekomst meer op gaan inzetten.

Arrangementen

Arrangementen zijn onverminderd populair en zijn een belangrijke tool waarmee LUX haar bezoekers een totaalbeleving kan bieden. Door de toenemende drukte merken we echter wel dat dit instrument onder druk staat. Het wordt steeds moeilijker voor gasten om te reserveren voor een arrangement, wat soms irritatie oplevert. Ook blijven veel tafels in drukte lang onbezet, omdat deze gereserveerd zijn voor arrangementen. Voor 2019 zullen de arrangementen aangepast worden zodat deze voor zowel de gast als LUX aantrekkelijk blijven.

Verduurzaming

Het assortiment in het café is bij veel verschillende productgroepen verduurzaamd. We serveren

inmiddels meerdere biologische/veganistische wijnen en bieren. Het aanbod aan biologische frisdranken is flink uitgebreid en ons totale snoepaanbod is aangepast. De M&M's zijn bijvoorbeeld vervangen door fairtrade chocola en de Pringles door biologische chips. Ook zijn er grote stappen gemaakt in de afvalscheiding. We scheiden inmiddels ook koffiedik, waarmee vervolgens oesterzwammen gekweekt kunnen worden. En zijn we volledig overgestapt op afbreekbare rietjes. De keukenbrigade draagt bij door de foodwaste te minimaliseren. De horeca gaat dus bewuster om met milieu en omgeving.