



JAARPLAN LUMEN 2023

Versie 23/12/22

MISSIE:

Filmhuis Lumen is dé plek in Delft voor cinema uit alle mogelijke landen, met eigen verteltradities en beeldculturen. Het Filmhuis wil (liever) geen oordeel vellen, maar hecht altijd belang aan de waarde van cinema; dat al die diverse uitingen daarvan, van zoveel talenten, tijden en plaatsen de verdiende kans krijgen om gezien te worden door iedereen in Delft en omgeving.

STREVEN:**Gezond bedrijf**

Na covid op de weg terug naar de bezoekersaantallen van 2019. Dat waren afgerond 53.000 verkochte tickets in 2019. Voor 2023 streven we naar 95% van 2019: 50.000.

Stroomlijnen van alle activiteiten en processen (huis op orde). Met meer (slim) gebruik van de datgene wat we al hebben. (mensen, middelen etc)

Maatschappelijk

Aan een breed publiek kwaliteitsfilms en bijzondere events bieden. En daarin wil Lumen inclusief zijn, zowel qua aanbod, bezoekers (bijvoorbeeld mensen met een fysieke beperking), communicatie en organisatie. Lumen wil er zijn voor iedereen.

Doelgroep focus

- Meer studenten en jongeren aantrekken: van 2,6% in 2019 naar 5% eind 2023
- Meer focus op aantrekken van kinderen door meer activiteiten te organiseren en het oprichten van een kidsclub),
- Meer Cineville bezoekers aantrekken: +50% meer pashouders in de omgeving Delft op 31-12-23
- Meer expats aantrekken door te starten met expat cinema.

Specials + evenementen

- We zullen de bestaande specials oppoetsen en versterken.
- Openluchtfilms vertonen (in augustus of september 2023)
- Terugkeer van Festo Iberico (juni 2023).

Verbinden en samenwerken met andere instanties

In 2023 zullen we samenwerking zoeken met andere lokale instanties zoals oa ANBO (Ouderenbond), DOK en Paagman.

Ontmoetingsplek voor film liefhebbers**Toewerken naar een meerjaren plan (Waar staat Lumen over 3 jaar)**

Lumen klaarstomen voor de verhuizing in 2025 naar de Hooghe Delft. Dit betreft oa marketing, organisatie, vrijwilligers en crowdfunding

DOELSTELLINGEN voor 2023 op:

1. Programma
2. Educatie
3. Marketing & publiciteit
4. Personeel/ vrijwilligers
5. ICT/ techniek/ gebouwbeheer
6. Horeca
7. Financieel
8. Subsidies
9. Hooghe Delft: actieplan

1. PROGRAMMA

- Opfrissen/ versterken vaste specials zoals sneak preview (loopt reeds: nieuwe vaste tijd + beeld + meer promotie), studentenavond, Ontbijt & Film, etc.
- De studentenavond gaat met ingang van 15-2-23 naar de woensdagavond. Onderzoek door Hogeschool Studenten en onze eigen studenten commissie onder TU studenten wees uit dat de woensdag een betere avond is. We gaan die avonden tevens van start met expat cinema: Niet-Engelstalige films vertonen met Engelse ondertitels. Niet alleen om studenten te trekken, maar ook om deze films beschikbaar te maken voor grotere doelgroep. De studenten commissie onderzoekt wat advertentiemogelijkheden op TU zijn en tevens wordt er gewerkt aan nieuwe poster en eventueel een flyer. Daarnaast staan er samenwerkingen met Students4Sustainability, STUD en OutSite op het programma voor het voorjaar. Ook is er 6.000 euro subsidie aangevraagd bij de Gemeente om de Studenten Avonden extra goed neer te zetten. Die subsidie is aangevraagd op het plotseling vrijkomen subsidiebudget van 300.000 euro Impuls Jongerencultuur van de Overheid aan Delft. Eind januari verwachten we te weten of subsidie wordt toegekend.
- Ontbijt & Film: aansluitend op ontbijtfilm de tweede zaal gebruiken om een andere film te programmeren. Idee: zondagochtend voorpremière, Goed moment om animo voor de zondagochtend te testen.
- Nieuwe specials/ samenwerkingen: paar keer per jaar Boek en Film met Paagman als partner en dus o.a. Expat Cinema.
- Meer inzet van voorpremières om films al eerder te promoten en voorverkoop te stimuleren
- Onderzoek naar avond van vaste specials als Movies that Matter en Deutsches Kino. Is de dinsdagavond een optie nu de studentenavond naar de woensdag gaat. Voordeel: voldoende ruimte voor première films op de donderdag.
- Meer events in de stad: extra openluchtvoorstelling(en), bijv in Doelentuin? Plannen worden voorjaar 2023 uitgewerkt met club Programma overleg.

- Onderzoek naar uitbreiding programma met meer slots.: Zondagochtend vast open? Eventueel ook de zaterdag. In samenwerking met roosteraars wordt gestart aan een plan hiervoor. Onderzoek naar dus ruimere openingstijden maar ook naar meer flexibiliteit, bijvoorbeeld de starttijden van de films. Tevens – via contact met collega filmtheaters – onderzoek doen hoe we onze huidige roostertijden kunnen aanpassen, daar ze als lang worden ervaren en potentieel geïnteresseerde (nieuwe) vrijwilligers afschrikt.
- Voor de donderdagmiddagen, die wat minder drukbezocht zijn, wordt samenwerking gezocht met ouderenbonden en wordt gekeken naar het eerder verkopen van tickets en daarmee gepaard eerder publiceren van het programma.
- Samenwerking met Cinekid: aanbieden workshop in herfstvakantie + onderzoeken of we schoolvoorstellingen met Cinekid programma kunnen opzetten.

2. EDUCATIE

- Voortzetten samenwerking VAK/ OPEN: Klik. Naast PO ook VO Klik.
- Opzetten educatie team: poule van vrijwilligers die schoolvoorstellingen willen draaien, scholen benaderen (Lumen promoten) en wil zorgen voor (inhoudelijke) activiteiten tijdens schoolvakanties (voorjaars/ mei/ herfst en winter).
- Cinekid schoolvoorstellingen in gaan zetten
- Tijdens Cinekid optie verkennen van aanbieden van workshop (van Cinekid) in 3e ruimte
- Onderzoeken of er ruimte is bij Gemeente voor stukje structurele subsidie voor educatieprojecten.

3. MARKETING & PUBLICITEIT

- Vergroten van online bereik + adverteren van alle voorstellingen via een Google Grant. Hoe: investeren in aanvraag en onderhoud van een Google Grant door online marketingbureau INTK. Dit word al eind 2022 ingezet.
Kosten: jaarlijks €2880 voor opzetten campagnes + eenmalig €450 opstartkosten.
Opbrengst: jaarlijks \$120.000 aan google ad campagnes/ dagelijks budget is vastgesteld op \$329 USD, wat gelijk is aan ongeveer \$10,000 per maand. Doel: minimaal 750 bezoeken meer per maand aan onze website en hogere ticketverkoop.
- Budget inruimen voor betaalde getargete campagnes via social media. (Insta + FB)
- Heel actief overal (on- en offline) Cineville promoten. Doel: minimaal 50% meer pashouders eind 2023 (aantal pashouders 21-12-2023 is 398). Promotie niet alleen via nieuwsbrief/ website/ socials/ posters en flyers maar ook door inhoudelijke samenwerking. (Cineville Speciaaltjes rond voorpremières + randprogramma: al gepland januari 2023 en februari.)
- Doel instagram (belangrijkste social mediakanaal): van 1370 naar minimaal 2.000 volgers.

- Nieuwsbrief: van 2000 abonnees naar minimaal 2500 + betere conversierate (nu opent zo'n 33% het bericht. (d.m.v. extra promotie/ centralere plek op nieuwe website)
- Nieuwe website live. Planning: februari/ maart 2023. Site is responsive/ geschikt maken voor ecommerce/ en d.m.v. betere koppelingen met Active en Filmdepot snellere + efficiëntere backoffice. Meer ruimte voor specials, events en bijzondere evenementen van Lumen.
- Maandfolder/flyer herintroduceren + verspreiden in stad. ESTA: voorjaar 2023.
- Gedetailleerd Marketing & publiciteitsplan opstellen. Voorjaar 2023.
- Social media kalender verfijnen + zoeken extra vrijwilliger hiervoor totdat er teamuitbreiding mogelijk is.
- Naast films en programma de (sociaal-maatschappelijke) identiteit van Lumen belichten op de socials. (foto's delen en info van events/ vrijwilligers/ bezoekers, etc)
- Communicatieplan naar Hooghe Delf toe: bezoekers meenemen met verhuisplannen. (bijvoorbeeld tekenen koopcontract, delen plannen, etc.).
- Samenwerking met Cutuurbarbaren hernieuwen. (voor promotie kinderfilm/ activiteiten)
- Evenementen op FB+Uitagenda Delft delen. En hiervoor tevens een vrijwilliger vinden.
- Gerichter en beter gebruik van slides + trailers.
- Plan maken: 50 jaar Lumen (25 januari 2024)

4. PERSONEEL EN VRIJWILLIGERS

- Research naar werktijden/ rooster/ roostertijden: wat doen collega filmtheaters. Wat werkt wel/ wat werkt niet. Wat kan beter?
- Onderzoek naar uitbreiding openingstijden, voorsortierend op verhuizing media 2025 naar Hooghe Delft: opstellen personeelsplan.
- Test: inplannen minder vrijwilligers op rustige momenten. Bijvoorbeeld matinee met 2 ipv 3 medewerkers. Dat is mogelijk als we zorgen dat er achter de bar een kassa komt waarmee we ook tickets kunnen verkopen. Op rustige momenten is kassa dan ook aan de bar. Eventueel daarnaast Cineville zuil waar bezoekers zelf tickets kunnen afhalen/ scannen. Dat scheelt zo'n 20% kassabezoek. Service naar bezoekers ook.
- Duidelijk in kaart brengen hoeveel vrijwilligers we nodig hebben
- Duidelijk schema met taken/ rollen en verantwoordelijkheden
- Instellen (verplichte) opfriscursus bar/kassa (1 a 2x per jaar)
- BHV en ontruimingsoefeningen
- Jaarlijks vrijwilligersuitje plannen
- Vergoeding vrijwilligers goed bekijken en updaten: medewerkersvoorstelling/ gratis naar films, etc.

5. ICT/ TECHNIEK/ GEBOUWBEHEER

- Nieuwe projectoren bestellen en plaatsen + onderhoudsplan/ contract voor resttijd in Lumen en periode daarna.
- Vaststellen wie wat doet. Waar ligt expertise en wie doet de contacten. En wat zijn de kosten.
- ICT: keuze maken hoe te werken. Opslag in OneDrive/ Sharepoint? Of toch externe server. Doel: alle documenten van Lumen op 1 plek en daarmee op de drive of server van Lumen.
- Schilderen toiletten
- Vaste service partner/ back-up op alle gebieden
- Nieuwe monitor kassahok
- Energie/Klimaat: contactpersoon aanstellen + regelen back-up & draaiboek voor als zaken niet werken en wie er dan te contacten valt.

6. HORECA

- Pin only per 1 april
- Horeca kassa/ Barkassa instellen met Active Tickets module. Dit maakt verkoop inzichtelijk en tevens helpt het met voorraadbeheer.
- Daarnaast is het mogelijk om via de barkassa ook tickets te verkopen op rustige momenten. Voordeel: 2 ipv 3 medewerkers benodigd.
- Terras aantrekkelijker maken Door betere verlichting. Meer planten (ala Hanno). Onderzoeken of we aan buitenkant en aan zijde plein de film en filmhuis zichtbaarder kunnen maken.
- Assortimentsbeheer optimaliseren en monitoren. Opvolger voor Job vinden en kijken of we – als we in weekend bijvoorbeeld op zondagochtend opengaan – wellicht taart kunnen verkopen, etc.

7. FINANCIËEL

- Pin only (ingang 1-4-23)
- Ticketprijzen jaarlijks per 1-1/ minder kortingen meer vaste prijzen
- Horecaprijzen jaarlijks 1-1 indexeren en aanpassen
- Leveranciers: prijscheck
- Autorisatie matrix (goedkeuring betalingen, etc.)
- Start vriendenpas voorjaar 2023. Kosten pas: 30 euro. Waarvoor in ruil 1 euro korting per film + extra voordelen (nog te bepalen), Doel: minimaal 300 leden voor 31-12-2023.

8. SUBSIDIES

- Relatie met Gemeente bestendigen
- Meer projectsubsidies aanvragen, oa voor openluchtfilms
- Onderzoek of we stukje subsidie kunnen aanvragen voor educatie projecten

9. HOOGHE DELFT: actieplan

- Communicatieplan naar Hooghe Delft toe: bezoekers meenemen met verhuisplannen. (bijvoorbeeld tekenen koopcontract, delen plannen, etc.).
- Opstarten crowdfunden

