



# MET ONZE BLIK GERICHT OP DE TOEKOMST

ARTISTIEK PLAN 2025-2028

Poor Things (2024)

**FILMHUIS ALKMAAR**

# INHOUD

1.	Inleiding	3
2.	Reflectie: Filmhuis Alkmaar (2022-2024)	4
3.	Inhoudelijke uitgangspunten	6
	• Missie	
	• Visie	
	• Doelstellingen	
4.	Programmering	9
5.	Filmeducatie & Talentontwikkeling	10
6.	Marketing & Communicatie	11
7.	Organisatie	16
	• Personeel & Vrijwilligers	
	• Raad van Toezicht	
	• Huisvesting	
	• Inclusie, diversiteit en duurzaamheid	
	• Regionale verankering beleid	
8.	Financiën & Planning	19
	• Risico-inventarisatie & beheersing	
	• Planning	
	 Bijlagen:	
1.	Bezoekersprofiel	23
2.	Analyse – SWOT	24
3.	Planning 2025 tot en met 2028	26
4.	Organigram	28

# 1. INLEIDING

In april 2024 bestond Stichting Filmhuis Alkmaar tien jaar. Tien jaar waarin er heel veel is gebeurd. De verhuizing van Filmhuis Alkmaar (FA) van Het Verdronkenoord naar de Pettemerstraat, uitdagingen als corona in 2020-2022, de druk op de arbeidsmarkt met explosief stijgende loonkosten, de hoge energierekening door de oorlog in Oekraïne, de extreme inflatiecijfers en een DDos-aanval die twee derde van onze bestanden infecteerde op de dag dat ik als directeur-bestuurder begon. Je zou kunnen stellen dat er in FA geen dag voorbijgaat zonder uitdagingen.

Maar ondanks deze 'hobbels' gaat het heel goed met FA. 2023 was met 123.285 bezoekers ons succesvolste jaar sinds de oprichting. Ofwel *All is well!*

Het eerste visiedocument van FA liep tot en met 2020. In 2021 bleek het, gezien de volatiele werkelijkheid, lastig om een realistische toekomstvisie te formuleren. In 2022 presenteerden we ons tweede visiedocument voor 2022 tot en met 2025. Hierin stelden we onszelf als doel nieuwe doelgroepen te bereiken, een groter verzorgingsgebied te bedienen, films op meer locaties te vertonen, een rol te spelen in het laten kennismaken van kinderen en jongvolwassenen met film en de filmindustrie, en bij te dragen aan talentontwikkeling.

Met nog een half jaar te gaan in 2024, kunnen we met trots concluderen dat we deze doelen als team ruimschoots hebben behaald. In dit derde visiedocument voor 2025 tot en met 2028 kijken we opnieuw vier jaar vooruit. Met een positieve blik op de toekomst, ruimte voor reflectie en aandacht voor nieuwe uitdagingen.

Voor de periode 2025 tot en met 2028 zijn onze speerpunten:

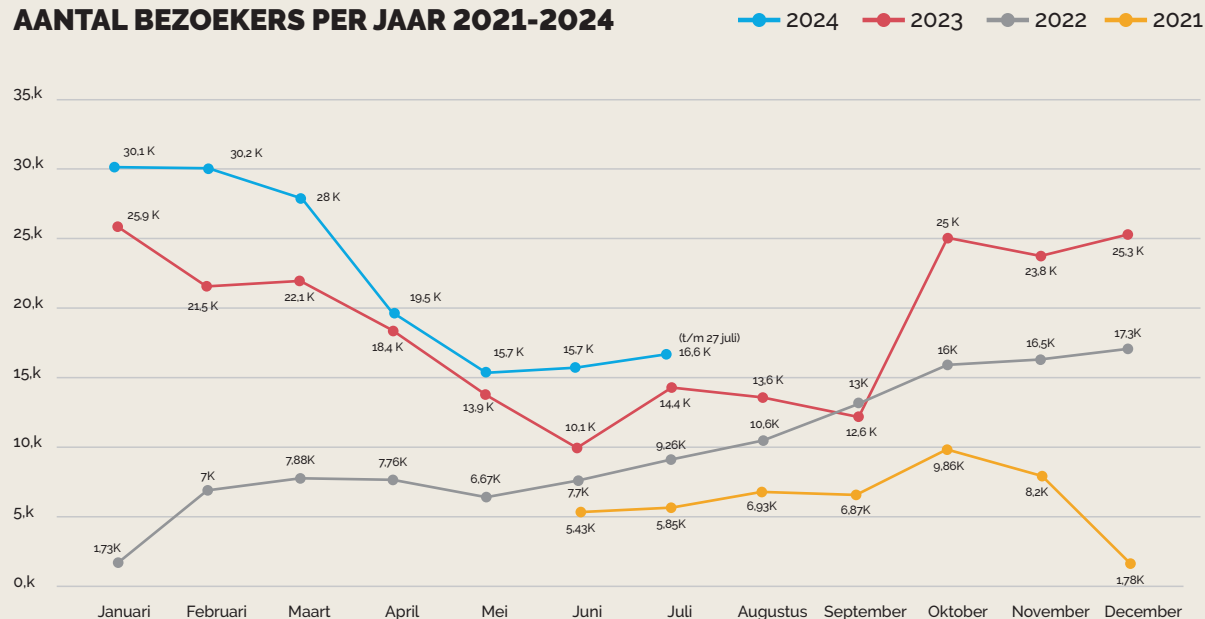
- We blijven een plek waar we een hoogwaardige selectie arthousefilms aanbieden.
- We willen de komende jaren een innovatieve plek worden met een focus op talentontwikkeling.
- Verdieping zoeken op het gebied van filmeducatie: We zien het als onze verantwoordelijkheid de jongere generatie op een gestructureerde manier van film te laten genieten, inclusief duiding en achtergrond.
- Meer focus op inclusie: In een snel veranderende maatschappij is het belangrijk dat we, zonder uitzondering, een plek zijn voor iedereen.
- De voorbereidingen op de komst van een nieuw en groter filmhuis in Alkmaar: Met 123.285 bezoekers in 2023 en 135.000 geprognostiseerde bezoekers in 2024 groeien we versneld uit ons jasje. Daarnaast zal het inwoneraantal van Alkmaar de komende jaren flink stijgen. De verwachting is dat Vue ons huurcontract in 2031 niet zal verlengen, omdat zij onze zalen graag zelf wil exploiteren.

De komende visieperiode zal in het teken staan van het managen van de groeiende bezoekersaantallen en de problemen die gepaard gaan met deze groeistuipe, en daarnaast de 'gezellige huiskamer van Alkmaar' blijven waar onze bezoekers genieten van ons kwaliteitsrijke filmaanbod.

Albert Schoemaker  
*Directeur-bestuurder Filmhuis Alkmaar*  
 (20 juli 2024)

# 2. REFLECTIE FILMHUIS ALKMAAR (2021-2024)

AANTAL BEZOEKERS PER JAAR 2021-2024



Cumulatief aantal bezoekers per jaar\*

- 2021: 40.000
- 2022: 85.000
- 2023: 123.000
- 2024: 81.014 (tot en met 18 juli = 22,1% stijging t.o.v. 2023)

(Bron: Maccsbox, exclusief Picl en besloten vertoningen)

## WAAR STAAN WE?

De bezoekersaantallen van FA zijn verdriedubbeld sinds de opening in 2016. Van 40.000 naar ruim 123.000 in 2023. Als gevolg van corona waren 2020 en 2021 moeilijke jaren. Pas in februari 2022 mochten we na een derde lockdown weer open. Maar toen was de beer ook los! Onze gasten kwamen weer in groten getale naar FA toe. Het hoge aantal bezoekers leidde, zeker in 2023, tot een capaciteitsprobleem. Met name de foyer, de toiletten en de koel- en opslagruimten waren niet op dit grotere aantal bezoekers berekend. In 2024 stijgt het aantal bezoekers nog verder: tot medio juli bezochten 80.000 bezoekers FA. Eind 2024 verwachten we rond de 135.000 bezoekers uit te komen.

Het zit de Nederlandse filmtheaters mee. De filmtheaters zijn als groep, na Pathé, de grootste van Nederland met 13,6% marktaandeel en laten bedrijven als Vue (11%) en Kinopolis (10%) achter zich. Ten opzichte van andere filmtheaters groeit FA, kijkend naar de periode 2021-2023, procentueel het hardst.

# CINEMA IS A MIRROR BY WHICH WE OFTEN SEE OURSELVES.

ALEJANDRO GONZALEZ INARRITU

# 2. REFLECTIE FILMHUIS ALKMAAR (2021-2024)

## WIE ZIJN ONZE BEZOEKERS?

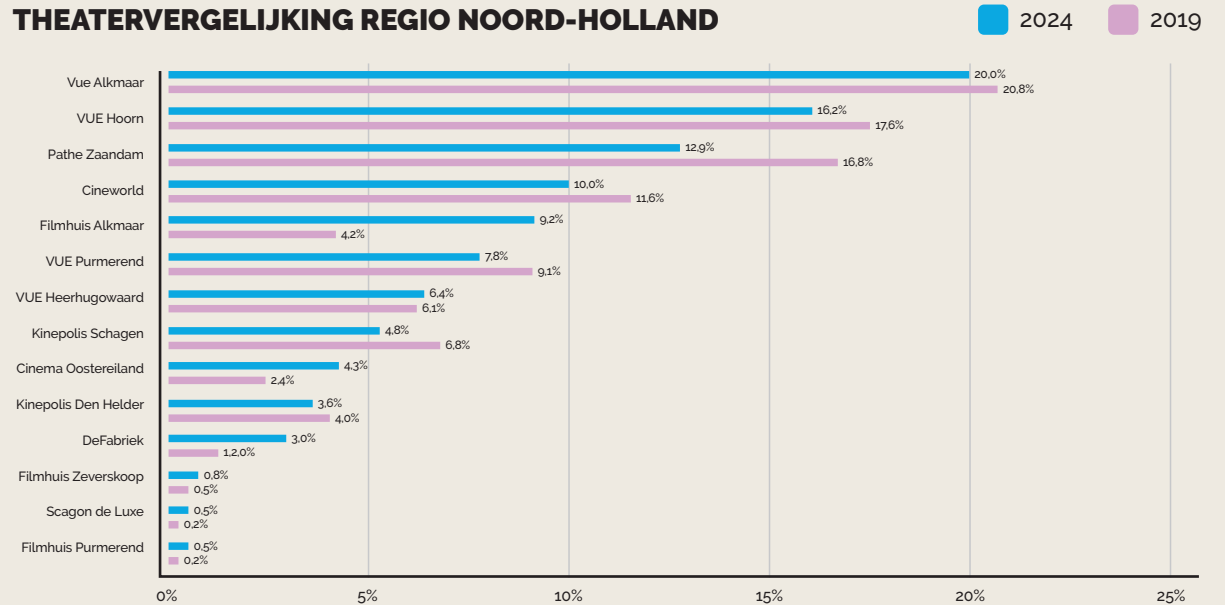
Het merendeel van de bezoekers van FA zijn vrouw (68%) en 45+ (95%). Dit komt overeen met het landelijke beeld. Op andere vlakken wijkt het bezoekersprofiel echter af van de gemiddelde filmhuisbezoeker in Nederland. Zo zijn zowel de reguliere bezoekers als de bezoekers met een Cinevillepas ouder dan het landelijk gemiddelde, is het percentage Cinevillepashouders veel hoger en de bezoekfrequentie (mede daardoor) ook. Het aantal unieke bezoekers is door de hoge bezoekfrequentie relatief lager.

Verjonging, diversiteit en het aantrekken van nieuwe doelgroepen staan daarom hoog op onze agenda voor de komende jaren. Dit komt terug in onze doelstellingen en plannen met betrekking tot huisvesting, programmering, educatie en marketingcommunicatie. Daarnaast blijven we focussen op het vasthouden van onze bestaande doelgroep (zie bijlage 1).

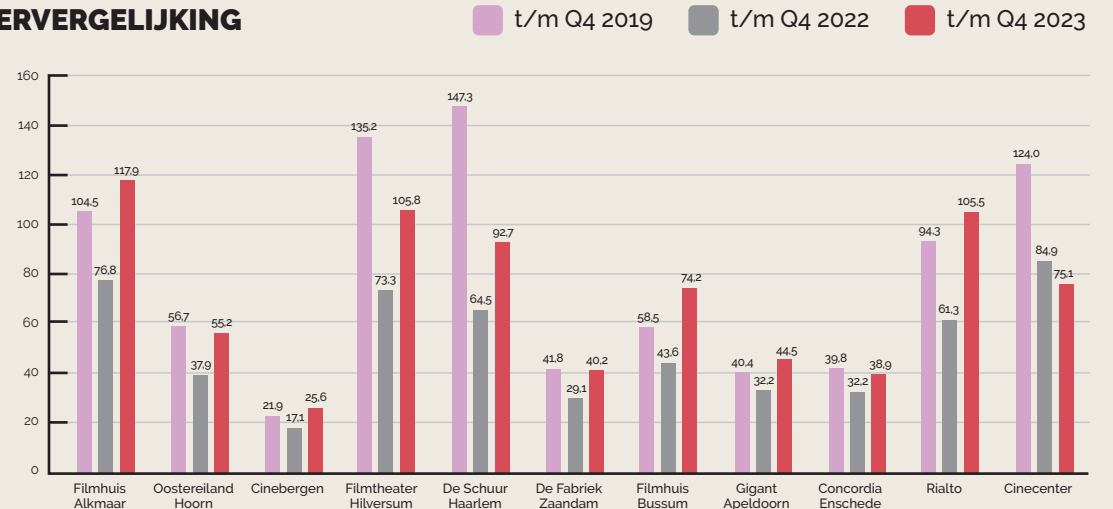
## KANSEN EN BEDREIGINGEN

FA heeft sterke kanten (zoals de populariteit en locatie) en zwaktes (bijvoorbeeld de tamelijk eenzijdige bezoekersgroep). Er zijn bekende kansen en bedreigingen, maar door de nieuwe, instabieler (internationale) werkelijkheid zijn er ook veel nieuwe kansen en bedreigingen ontstaan. De volledige sterke-zwakte-analyse (SWOT-analyse) is te lezen in bijlage 2.

## THEATERVERGELIJKING REGIO NOORD-HOLLAND



## THEATERVERGELIJKING



# 3. INHOUDELIJKE UITGANGSPUNTEN

## MISSIE

Waarom is er een filmhuis in Alkmaar? Vanuit welke gedachte opereert FA en wat is onze kern? Om hier antwoord op te geven hebben we onze missie als volgt geformuleerd:

*We zorgen door het aanbieden van een hoogwaardig **filmprogramma** en andere vormen van **audiovisuele producties** voor maatschappelijke verbinding en beleving. We bieden met onze activiteiten **beeldbegrip**, en een **verdiepende** en **diverse blik op de wereld**.*

### MAATSCHAPPELIJKE VERBINDING EN BELEVING

Het ervaren van film en andere vormen van audiovisuele producties, samen in de zaal of op andere manieren, zorgt voor een (collectieve) beleving die betekenis geeft. Deze beleving biedt de mogelijkheid om zowel te ontspannen als te ontsnappen uit de ene werkelijkheid om een nieuwe tot je te nemen.

- Verbinding binnen de organisatie: het verbindende element van het filmhuis begint bij de vrijwilligers en medewerkers onderling. Het is een bewuste keuze om een hybride organisatie te zijn met betaalde en onbetaalde medewerkers. We geloven dat FA een sociale, verbindende plek moet zijn waar medewerkers en bezoekers zich thuis voelen.

- Verbinding met bewoners: FA zoekt ook maatschappelijke verbinding met de bewoners van de regio Noord-Holland Noord en is natuurlijk en nadrukkelijk inclusief, vóór diversiteit en tegen polarisatie. Met onze programmering verbinden we de bezoekers en bewoners van de regio met de rest van de wereld.
- Verbinding binnen het maakproces: we bieden een sociale activiteit met verbinding en plezier door de gezamenlijke beleving, maar ook door de prettige foyer en horeca waar bezoekers ook gewoon lekker kunnen ontspannen.

### VERDIEPENDE EN DIVERSE BLIK

Door in een andere wereld te stappen, helpt filmbeleving om de wereld beter te begrijpen en begrip te krijgen voor andere perspectieven. We geloven dat een film met meer inhoud zorgt voor een rijkere ervaring én een leuker uitje. Daarom selecteren we films met diepgang en bieden we programma's en filmeducatie aan die deze ervaring versterken.

### BEELDBEGRIP

In een tijd waar bijna alles in beeld wordt uitgedrukt, is er extra aandacht nodig voor kritisch en begrijpend kijken. Hoe kijk je naar bewegend beeld? Hoe maak je film? Met filmeducatie en talentontwikkeling willen we huidige en nieuwe generaties handvatten bieden voor beter beeldbegrip. Dit creëren we door in te zetten op het ervaren, creëren en analyseren van audiovisuele producten.

# 3. INHOUDELIJKE UITGANGSPUNTEN

## VISIE

De afgelopen vijf jaar heeft FA haar onmiskenbare positie als toonaangevende culturele onderneming bewezen. Hoe gaat FA de komende vier jaar haar missie volbrengen? Dit hebben we geformuleerd in onze visie en doelstellingen.

*We koesteren de **duurzame relatie** met ons terugkerende publiek en blijven deze doelgroep bedienen en prikkelen. We bouwen onze positie als **culturele onderneming** verder uit en versterken onze regiofunctie, waarbij we de aanjager zijn van het bevorderen van het **creatieve ecosysteem**. We streven ernaar een **inclusieve organisatie** te zijn, waar een **breder en diverse doelgroep** zich welkom en gerepresenteerd voelt, en we aandacht hebben voor inwoners voor wie cultuurparticipatie niet vanzelfsprekend is.*

## CULTURELE ONDERNEMING

Cultureel ondernemerschap zien wij als een kracht. We willen niet volledig afhankelijk zijn van subsidie. Dit maakt ons inventief en flexibel, maar ook zakelijk scherp. We willen de komende periode een gezonde organisatie blijven en duurzame beslissingen nemen om verder te groeien. Een culturele onderneming heeft ook de taak om in te spelen op maatschappelijke onderwerpen. Verder zullen we onze culturele toevoegende waarde effectief inzetten door bijvoorbeeld te zoeken naar duurzame samenwerkingen op het gebied van talentontwikkeling en sponsoring.

## REGIOFUNCTIE

Alkmaar heeft een belangrijke regiofunctie voor Noord-Holland Noord. Dit betekent dat inwoners uit de hele regio naar Alkmaar komen voor ons brede aanbod op het gebied van kunst en cultuur. We zien hier een belangrijk rol voor onszelf als filmhart van Alkmaar. We willen een verbinder zijn en door middel van duurzame samenwerkingen een programma aanbieden dat tegemoetkomt aan de behoeften van diverse doelgroepen.

## CREATIEF ECOSYSTEEM

Regio Alkmaar is een creatieve regio, maar er is nog veel potentie voor groei. Vooral voor de lokale (jonge) filmmakers en -liefhebbers zien we nog veel onbenutte mogelijkheden die wel ten goede zouden komen aan een levendige lokale filmcultuur. We hebben de ambitie om als Talenthub kansen te creëren binnen de regio, zodat we regionale infrastructuren verbeteren, gelden efficiënter kunnen besteden en het hele (creatieve) ecosysteem kunnen bevorderen, waardoor meer regionale makers komen én blijven.

## INCLUSIEVE ORGANISATIE

Zowel in de bedrijfsvoering als de programmering dragen we uit dat we een plek zijn voor iedereen. We zetten actief in op het bereiken van een brede en diverse doelgroep, en hebben daarbij ook aandacht voor representatie en bezoekers met een beperking.



# 3. INHOUDELIJKE UITGANGSPUNTEN

## DOELSTELLINGEN

Praktisch hebben we onze visie vertaald in een aantal doelstellingen. Voor 2025-2028 is het onze ambitie om onze bezoekersaantallen voorzichtig en goed gemanaged te laten groeien tot een, gezien de capaciteit, absoluut maximum van 150.000 bezoekers.

	2025	2026	2027	2028
<b>Bezoekers</b>	<b>140.000</b>	<b>145.000</b>	<b>150.000</b>	<b>150.000</b>
<b>Bezoekers</b>	<b>8.400</b>	<b>9.500</b>	<b>10.250</b>	<b>10.500</b>

Zie voor andere kwantitatieve doelen bijlage 3 'Planning 2022-2025'. In kwalitatieve bewoordingen zijn onze doelen:

- FA is op dit moment het toonaangevende filmtheater in de regio NHN en wil haar regiofunctie versterken en uitbouwen.
- FA vertoont een actueel en hoogwaardig arthouseprogramma inclusief randprogrammering.
- Bij FA is (nu nog beperkte) ruimte voor experiment en innovatie.
- FA draagt aantoonbaar bij aan filmeducatie en talentontwikkeling in de regio NHN.
- FA richt zich op meer diversiteit en een groei in bezoekers, door nieuwe doelgroepen aan zich te binden en vaste bezoekers te behouden.
- FA blijft een gezonde financiële, culturele onderneming met de behoefte om te sparen voor later.
- FA behoudt de hybride organisatiestructuur en versterkt haar professionaliteit.
- FA investeert in lokale, regionale en (inter)nationale samenwerkingen.



**EVERY TIME I GO  
TO A MOVIE, IT'S  
MAGIC, NO MATTER  
WHAT THE MOVIE  
IS ABOUT.**

**STEVEN SPIELBERG**



# 4. PROGRAMMERING

In de filmprogrammering van FA volgen we onze missie om een hoogwaardig arthousefilmaanbod te bieden, waarmee we zorgen voor beleving en maatschappelijke verbinding. Met zowel onze reguliere als speciale programmering bieden we de bezoeker beeldbegrip en een verdiepende en diverse blik op de wereld. Bij het organiseren van activiteiten en het programma van FA houden we rekening met onze vijf pijlers: de Gidsfunctie, Samenwerkingen, Verdiepende programma's, Satelliet activiteiten en Educatie & Talentontwikkeling.

## 1. GIDSFUNCTIE

Uit het grote arthouse- en crossoverfilmaanbod, dat de afgelopen jaren gestaag bleef groeien, maken we een selectie van hoogwaardige kwaliteit, maatschappelijke urgentie en publiekspotentie. Met onze selectie willen we de bezoeker wegwijzen maken en een expertfunctie vervullen. We blijven een divers filmaanbod bieden aan de bezoeker, met publieksfilms, films van gerenommeerde makers, documentaires, kwetsbare arhousetitels uit alle continenten, kinderfilms en festivalontdekkingen. Ook door films een kader te geven – denk aan voorpremières, klassiekers, retrospectieven, thema- en focusprogrammering – nemen we onze bezoeker aan de hand. We willen met ons programma het publiek laten ontspannen en ontsnappen, begrijpen en ontdekken.

## 2. SAMENWERKINGEN

FA heeft een trouw publiek waarvan de bezoekfrequentie en loyaliteit hoog is. Om dit publiek te blijven verrassen en aan te spreken, maar óók om een bredere doelgroep te bereiken – waaronder LHBTIQ+

personen, muziek- en kunstliefhebbers, een jongere doelgroep en bewoners van bepaalde wijken in Alkmaar – gaat FA middels specials samenwerkingen aan met lokale en regionale partijen, waaronder Stedelijk Museum Alkmaar, Theater de Vest, Bibliotheek Kennemerwaard, platenzaak Pop-Eye / Velvet, Podium Victorie, HAL 25, Alkmaar Pride, landelijke filmfestivals (IDFA, Nederlands Film Festival, Cinekid, Movies that Matter) en filminitiatieven (Kijk Ons). Dit heeft ook als functie om urgent te blijven en midden in de samenleving te staan.

## 3. VERDIEPENDE PROGRAMMA'S

Bij FA geloven we in de kracht van film; de kracht om in een andere wereld te stappen, maar ook om de wereld (van film) een stukje beter te begrijpen. Door het organiseren van inleidingen, nagesprekken, debatten, cursussen en andere vormen van verdieping bieden we de bezoeker achtergrond, kennis en houvast. Ook zijn we een plek waar filmmakers een podium krijgen en we door middel van Q&A's zorgen voor verbinding tussen publiek en maker.

## 4. SATELLIET ACTIVITEITEN

FA is op twee manieren bezig met satelliet activiteiten; door als locatie te fungeren waar landelijke festivals en filmprogramma's hun nieuwe aanbod presenteren, en door actief naar buiten te treden met FA. Middels samenwerkingen, vertoningen en events hebben we de afgelopen jaren stappen buiten de muren van het filmhuis gezet. Dit zetten we door, om onze naam nog meer te vestigen in de stad en de regio, en doelgroepen die we (nog) niet goed weten te bereiken kennis te laten maken met FA.

# 5. FILMEDUCATIE & TALENTONTWIKKELING

Als filmhuis investeren we in de nieuwe generatie film liefhebbers en -makers. Dit doen we door een uitgebreid programma aan te bieden voor kinderen, jongeren en startende filmmakers. Filmeducatie en talentontwikkeling zijn essentieel voor een dynamische en inclusieve samenleving. Kinderen en jongeren leren niet alleen over storytelling en cinematografie, maar ontwikkelen ook hun creativiteit, kritisch denken en vermogen voor samenwerken. Onze ambitie om ondersteuning te bieden aan jonge makers, te investeren in cultuureducatie en de jongerencultuur te stimuleren, ligt precies in lijn met de Cultuurverkenning 2040 van Blueyard en in het huidige coalitie-akkoord (pagina 24-25).

## FILMEDUCATIE

Filmeducatie bij FA gaat verder dan film kijken. Onder filmeducatie verstaan we het ervaren, creëren en analyseren van audiovisuele beeldcultuur. We geloven dat filmeducatie de wereld van kinderen en jongeren kan vergroten. Het opent deuren naar de verbeelding en creëert begrip voor andersdenkenden. Onze programma's, gericht op primair/voortgezet onderwijs en mbo/hbo, sluiten aan op de belevingswereld van de leerlingen en spelen in op actuele onderwerpen. Film is hierbij een krachtig medium om diverse perspectieven te belichten, moeilijke thema's bespreekbaar te maken en debat te stimuleren.

Om deze doelen te behalen, zullen we ons ook in meerdere mate gaan richten op deskundigheidsbevordering van (toekomstige) leraren/docenten, zodat filmeducatie laagdrempelig toegankelijk wordt voor iedereen in regio Alkmaar.

## TALENTONTWIKKELING

Talentontwikkeling bij FA richt zich op het ondersteunen en inspireren van regionaal filmtalent (16 t/m 30 jaar). We willen als Filmhuis een plek zijn waar beginnende filmmakers naartoe komen, zich thuis voelen, een podium krijgen en waar ze zich verbonden voelen met de lokale en nationale filmwereld. Ons doel is om een Talenthub te creëren, die net als succesvolle voorbeelden in Zuid- en Noord-Nederland, een impuls geeft aan de lokale economie en creatieve sector en een blijvende impact heeft op de regionale filmwereld.

We formuleren hierbij de doelen:

- FA is een regionaal podium voor beginnend filmtalent, waar experiment gestimuleerd wordt en impactvolle producties hun publiek vinden.
- FA creëert netwerk mogelijkheden, zodat filmmakers de kans krijgen om waardevolle contacten te leggen met gelijkgestemden en relaties op te bouwen die hen kunnen helpen bij toekomstige projecten.
- FA programmering geeft verdieping om (bestaande) audiovisuele skills verder te ontwikkelen, nieuwe kennis op te doen en onderling te delen.
- FA biedt ondersteuning in de breedste zin van het woord. Dit willen we doen door bijvoorbeeld nieuwe ontwikkel mogelijkheden te faciliteren, aan te sluiten op bestaande (landelijke) initiatieven, financiële/facilitaire middelen ter beschikking te stellen en begeleiding te bieden in professionele ontwikkeling.

We organiseren verschillende activiteiten die makers handvatten bieden om verder te groeien op creatief én zakelijk vlak. Hierbij sluiten we aan op bestaande landelijke en lokale netwerken en werken we samen met lokale aanbieders en organisaties. Daarnaast integreren we ook talentontwikkeling in onze terugkerende events als het Film Festival Alkmaar en de buitenvertoningen Sunset Cinema.

# 6. MARKETING EN COMMUNICATIE

Filmhuis Alkmaar staat de komende jaren voor de transitie van traditioneel filmhuis waarin we een thuis zijn voor filmliefhebbers, maar ook een plek voor innovatie en talentontwikkeling. Bij FA kun je niet alleen film kijken, maar ook leren over film: de kracht van beeldtaal en de creativiteit en techniek die bij het maken van film komen kijken.

Deze transitie betekent een verbreding van de rol van het filmhuis, waarmee we niet alleen nieuwe doelgroepen zullen aanspreken en nieuwe samenwerkingen zullen initiëren, maar het filmhuis zich als culturele instelling nog steviger zal verankeren in Alkmaar en de regio. Onze bezoekers, (jonge) makers, inwoners en culturele partners zullen we via onze marketingcommunicatiemiddelen in dit proces meenemen.

## MARKETINGCOMMUNICATIE DOELSTELLINGEN 2025-2028

*Zie voor een planning van de doelstellingen bijlage 3.*

### 1. HET BINDEN VAN ONZE VASTE BEZOEKERS

Onze reguliere- en Cinevillebezoekers zijn onze 'core', onze vaste bezoekersgroep.

Cinevillebezoekers zijn bezoekers die een maandelijks bedrag betalen voor de Cinevillepas, waarmee ze onbeperkt naar de film kunnen bij de bij Cineville aangesloten filmtheaters in Nederland.

Het aandeel Cinevillebezoekers is in de periode 2020-2023 gegroeid van 43,5% naar 47,3%. De doelstelling is om het aandeel Cineville te laten groeien naar 60% in 2028. De bezoekfrequentie van onze Cinevillebezoekers is gemiddeld 2,7 keer per maand, wat zeer hoog is

ten opzichte van het landelijk gemiddelde. Ook is opvallend dat onze Cinevillebezoekers de oudste Cinevillebezoekers zijn van Nederland (gemiddeld 63 jaar versus 49 jaar landelijk). Gezien het hoge percentage Cinevillers is Cineville voor ons een belangrijke partner, waar we nauw mee samenwerken. Zo organiseren we een aantal keer per jaar het Cineville Keuzemenu, waarbij bezoekers kunnen stemmen welke film ze willen zien, het Cineville Speciaaltje, waarbij Cinevillers een gratis introduc e mogen meenemen en een kortlopend abonnement voor bezoekers van Filmfestival Alkmaar.

Onze FA-'fans' informeren we continu over het programma, specials, activiteiten en acties via onze eigen kanalen (nieuwsbrief, website en projecties in de foyer), via reclame in de stad en via lokale media. Herhaalbezoek is voor ons prioriteit  n de graadmeter of we erin slagen onze vaste bezoekers aan FA te blijven binden.

### Data

Q3 2023 is een dataverrijkingstraject gestart, waarbij meer data van bezoekers volgens de AVG-richtlijnen wordt vastgelegd. Zo is het sinds 2024 bij het aanmaken van een nieuw account verplicht om naast naam en e-mailadres ook postcode- en geboortedatumvelden in te vullen. Dit geeft ons veel meer inzicht in het profiel van de FA-bezoeker en welk type films op welke tijdstippen wordt bezocht. Ook is bestaande accounthouders gevraagd hun accountgegevens aan te vullen, met als dank een gratis ticket, waarmee het aantal compleet ingevulde bestaande accounts steeg van 18,5% naar 56%. Op basis van de inzichten uit deze data leren we onze bezoekers beter kennen en kunnen we beter inspelen op behoeftes en kansen.

## 6. MARKETING EN COMMUNICATIE

FA voert daarnaast jaarlijks meerdere klanttevredenheidsonderzoeken uit, onder andere onder reguliere bezoekers, bezoekers van Filmfestival Alkmaar, (potentiële) jonge bezoekers en leden van de Filmclub. De uitkomsten van deze onderzoeken worden intern besproken en ingezet om de tevredenheid van onze klanten, de kwaliteit van ons aanbod en het bereiken van nieuwe doelgroepen verder te verbeteren.

### *Filmclub Alkmaar*

Om filmfans meer verdieping te bieden en community building te stimuleren is in oktober 2018 de Filmclub Alkmaar opgericht. Filmclubleden ontmoeten elkaar elke tweede vrijdagochtend van de maand om samen een voorpremière te bekijken, inclusief een inleiding door onze programmeur. Na een pauze tijdens corona is de club uitgegroeid tot een enthousiaste en trouwe groep van inmiddels ruim 150 leden. Kijkend naar seizoen 2023-2024 bestond de Filmclub voor 33% uit leden die al sinds 2018 lid zijn en voor 32% uit nieuwe instroom. Van de leden is 90% tevreden tot zeer tevreden over het filmaanbod en 82% over de sfeer in de foyer.

Vanwege de beperkte capaciteit in de foyer en de wens om de club de ruimte te geven de komende jaren verder te groeien, is de Filmclub vanaf seizoen september 2024 – mei 2025 opgedeeld in een ochtend- en middagclub. Elke club komt samen in één filmzaal, wat de mogelijkheid biedt tot een uitgebreidere inleiding en een centrale nabespreking in de zaal. Met de Filmclub spelen we in op de groeiende behoefte aan verbinding en gemeenschappelijk gedeelde ervaringen.

### *Bezoekersinteractie*

Met de geavanceerde projectiemogelijkheden in de foyer willen we actief gaan inzetten op interactie met onze bezoekers. Denk hierbij aan het beoordelen van films of het achterlaten van een quote via een QR-code in de foyer, het stemmen op Zomertoppers of het Cineville Keuzemenu, het vinden van een filmaatje en de mogelijkheid om trailers te bekijken via je mobiel, je mening te geven over films via de socials et cetera.

### *Huisvrienden*

FA heeft sinds 2020 een huisvriendenregeling, waarbij vrienden van het filmhuis FA ondersteunen met een bedrag van € 50,- per jaar. Huisvrienden nodigen we minimaal twee keer per jaar uit voor besloten evenementen en ze profiteren daarnaast door het jaar heen van kortingsacties. Elk jaar rollen we een campagne uit om bestaande Huisvrienden te behouden en nieuwe te werven.

Naast Huisvrienden kijken we voor de komende periode ook naar de introductie van een regeling voor 'Bedrijfsvrienden'.

# 6. MARKETING EN COMMUNICATIE

## 2. VERJONGING: MEER BEZOEKERS IN DE LEEFTIJDSCATEGORIE 25-45 JAAR

Het publiek van FA is gemiddeld 55+, wat landelijk ook het geval is bij andere filmhuizen. We zien potentie in de doelgroep 25-45 jaar. Uit onderzoek blijkt dat het filmhuis niet 'top of mind' is bij deze groep en onvoldoende zichtbaar. Hier gaan we specifiek actie op ondernemen.

- Door onze communicatie specifiek te richten gaan we zorgen dat we beter zichtbaar zijn voor deze doelgroep, zowel op sociale media, in de stad en op plekken waar de jongere doelgroep nu wel komt.
- We gaan een vast moment in de week creëren, afgestemd op de wensen en behoeften van deze groep met andere programmering later op de avond, aangepaste muziek, personeel uit dezelfde leeftijdscategorie, Film & Food-concepten et cetera. Bijvoorbeeld 'Out of work cinema' op vrijdag of een vaste studentenavond met een aangepaste ticketprijs op donderdag.
- Animé is een filmgenre dat populair is onder jongeren en waar we op in gaan spelen.
- Uit eerder onderzoek weten we dat jongeren interesse hebben in documentaires. We gaan ons nieuwe documentaireprogramma Docu Salon (inclusief inleiding) actiever onder de jongere doelgroep promoten.
- We gaan verder inzetten op samenwerkingen en acties met Alkmaarse jongerenorganisaties.
- Filmfestival Alkmaar gaan we prominenter bij de doelgroep 25-45 jaar op de kaart zetten.

- Drukbezette jonge ouders zullen we actiever wijzen op de mogelijkheid om films thuis te bekijken via Picl.
- We organiseren filmvertoningen op locaties buiten het filmhuis waar de jongere doelgroep komt.

Zoals eerder genoemd is onze doelstelling om het aantal bezoekers in de leeftijdscategorie 5-45 jaar te laten groeien van 8.400 in 2025 naar 10.500 in 2028.

## 3. EEN MEER DIVERSE BEZOEKERSGROEP

We zien dat FA bepaalde groepen nog onvoldoende bereikt. Voor de periode 2025-2028 hebben we vier groepen gedefinieerd waar we ons binnen deze planperiode specifiek op gaan richten om onze doelgroep te verbreden en de diversiteit te vergroten.

### *Bewoners van de wijken De Mare en Overdie*

Uit onderzoek blijkt dat FA nauwelijks bezoekers trekt uit de wijken De Mare en Overdie. We willen hieraan werken door FA naar de wijk te brengen in plaats van andersom, en inwoners op die manier met het filmhuis kennis te laten maken. Sinds 2023 zijn we onderdeel van het Move The City Festival, wat in 2023 plaatsvond in De Mare en in 2024 in Overdie. We dragen bij aan het festival met onder andere openluchtvertoningen en workshops. In de planperiode proberen we de activiteiten in deze wijken verder uit te breiden door samenwerkingen aan te gaan met buurthuizen, de bibliotheek en scholen in de wijk.

## 6. MARKETING EN COMMUNICATIE

### *Kinderen*

Familiefilms trekken nog te weinig publiek in FA en het huidige aanbod is te klein. Alleen het jaarlijkse Cinekid Festival in de herfstvakantie is altijd een groot succes met ca. 1.000 bezoekers in zes dagen tijd. Vanaf 2024 gaan we ook door het jaar heen intensiever met Cinekid samenwerken om het aanbod uit te breiden en meer op kinderen gerichte activiteiten te organiseren. Ook het promoten van kinderfilms bij de huidige bezoekers (ouders en grootouders) zal meer aandacht krijgen. We denken daarnaast aan kortingsacties in samenwerking met crèches en BSO-locaties en promotie in samenwerking met Cinekid. Tijdens het Cinekidfestival willen we kinderen uit minder draagkrachtige gezinnen de mogelijkheid bieden het festival gratis te bezoeken.

### *Specifieke, titelgebonden doelgroepen*

Sommige films trekken in potentie een bepaalde (nieuwe) doelgroep aan. Hier spelen we tot nu toe onvoldoende op in, maar het plan is om hier de komende periode actief mee aan de slag te gaan. Denk hierbij aan bijvoorbeeld films gericht op bijvoorbeeld de Indische of Poolse gemeenschappen in Alkmaar, bezoekers met interesse in het thema duurzaamheid/klimaat, doelgroepen met betrekking tot jongerenproblematiek et cetera.

### *AlkmaarPas-houders*

FA biedt houders van de AlkmaarPas sinds 2022 korting en een jaarlijks gratis filmbezoek aan. In 2024 voegden we hier de mogelijkheid aan toe om een bezoek aan FA te betalen vanuit het saldo op die pas. Hiermee stellen we een groep minder draagkrachtige Alkmaarders in staat om het bedrag dat zij als financiële ondersteuning krijgen vanuit de gemeente ook bij FA te kunnen besteden.

### *LHBTIQ+*

In samenwerking met Alkmaar Pride organiseren we elk jaar een evenement met een passend filmprogramma, borrels en rand-programmering. Daarbij werken we naast Alkmaar Pride ook samen met de organisaties SafeSpace en Pink Society.

### *Eenzame ouderen*

Viermaal per jaar stellen we FA open voor eenzame ouderen die het filmhuis gratis mogen bezoeken. We zorgen voor een gastvrij ontvangst met een lunch en een drankje. We werken hierin samen met Alkmaarse zorginstellingen en/of Stichting Zonnebloem.

## **4. NAAR BUITEN TREDEN/UITBREIDEN VAN CAPACITEIT**

FA heeft de ambitie om ook buiten de muren van het filmhuis zichtbaar te zijn, bijvoorbeeld door filmvertoningen op satellietlocaties (pop-up cinema). Qua communicatie zorgen we voor extra publiciteit rondom deze evenementen, waar mogelijk in combinatie met de lokale locatie/organisatie.

Tot nu toe komen er in verhouding weinig Heerhugowaarders naar FA. In 2024 promoten we FA in Heerhugowaard via uitingen in de HaH-krant Nieuwsblad Dijk en Waard, via radiospotjes en online campagnes via NH Nieuws en een gerichte actie in samenwerking met Cineville. Ook worden gesprekken gevoerd over het creëren van een satellietlocatie in samenwerking met Theater Cool in Heerhugowaard. Ook starten we met het oog op capaciteitsuitbreiding binnenkort als pilot met een extra zaal bij Vue Alkmaar.

# 6. MARKETING EN COMMUNICATIE

## 5. PROMOTIE VAN HET EDUCATIE & TALENTONTWIKKELINGSPROGRAMMA

Voor de komende planperiode zetten we stevig in op educatie en talentontwikkeling, zowel qua programma als qua promotie. Onderdeel hiervan is het versterken van de banden met en het informeren van scholen, zoals InHolland, en docenten en het promoten van ons talentontwikkelingsprogramma richting jonge makers en creatieve opleidingen.

## 6. SPONSORING/B2B SAMENWERKINGEN

In 2021 heeft FA een begin gemaakt met het benaderen van potentiële sponsors. Er zijn sponsorpakketten samengesteld en er is een brochure ontwikkeld. In 2023 was Voigt Travel sponsor van zaal 3. In 2024 is deze sponsoring overgenomen door filmproducent Film-macht. Naast de extra inkomsten die sponsors genereren, biedt het aangaan van B2B partnerships en verhuur de mogelijkheid om samen te werken met bedrijven in de regio.

## 7. OPTIMALISEREN MARKETING- EN COMMUNICATIEMIDDELEN

We werken continu aan het verbeteren van de kwaliteit en de inzet van onze communicatiemiddelen.

- De wekelijkse nieuwsbrief wordt door ruim 10.000 filmhuisbezoekers gelezen. In 2023 hebben we de nieuwsbrief visueel en inhoudelijk aangepast. In 2024 zijn we gestart met persoonlijkere en meer diverse content (o.a. bezoekersinterviews) en het plan is om dit de komende jaren verder uit te breiden.

- Ook op sociale media werken we aan gevarieerdere content en aan het stimuleren van betrokkenheid door de inzet van aftermovies van events, bezoekersinterviews, polls, horeca-updates et cetera.
- In 2023 is de website van FA volledig opnieuw gebouwd met betere zoekfuncties en veel meer ruimte voor onze specials en activiteiten op het gebied van educatie en talentontwikkeling. De komende planperiode kijken we naar verdere optimalisatie van de website.
- Het vullen van de website met filmbeeld en -beschrijvingen zullen we vanaf medio 2024 op een veel efficiëntere manier uitvoeren door te gaan werken via WordPress in plaats van ActiveTickets.
- Op sociale media maken we steeds meer gebruik van betaalde, gerichte campagnes. De komende jaren zullen we de inzet van betaalde campagnes uitbreiden en meer sturen op optimalisatie.
- Verder kijken we naar de mogelijkheden van gerichte mailings op basis van eerder film- of festivalbezoek, leeftijd of postcode.
- Ook gaan we intensiever inzetten op PR en het verstevigen van de contacten met de lokale (online) media.

## 8. EEN FILMHUIS VOOR IEDEREEN

FA is boven alles een filmhuis voor iedereen. Een inclusieve plek die voor alle doelgroepen toegankelijk is en waar iedereen zich thuis en welkom voelt. We communiceren actief de technische oplossingen voor slechthorenden en slechtzindenden en de mogelijkheden voor rolstoelgebruikers.



# 7. ORGANISATIE

Voor de periode 2025-2028 zullen we qua organisatie focussen op verdere professionalisering, vooral door het borgen van kennis in goede documentatie en het verduidelijken van processen en structuren.

## Projecten die opgepakt zullen worden zijn:

- Fair Pay Policy, in 2016 is de CAO Bioscoopbedrijf komen te vervallen. Sinds 2022 is er door FA met diverse andere Noord-Hollandse Filmhuizen en de NFO een salarishuis en AVR opgesteld. Wij hebben ons aangesloten bij de CAO van werkgeversvereniging Poppodia en -Festivals (CAO NPF). Ook de komende jaren hoort daar een uitgebalanceerde AVR bij, die bij elke verandering in CAO aangepast wordt aan onze specifieke omstandigheden.
- Het regelmatig updaten van het handboek voor personeel en vrijwilligers.
- Het opnieuw creëren van een werkende vorm van personeelsvertegenwoordiging. Voor het vaste personeel wordt er een nieuwe PVT gevormd. Voor ons grote vrijwilligerscontingent zal er een vrijwilligersraad worden opgericht. We laten daarbij de huidige vorm, vast personeel samen met vrijwilligers, achter ons, want de behoeften van beide partijen lopen te ver uiteen om daar een goed opererende PVT van te maken.
- Het beter gebruik maken van ons ter beschikking staande technische ontwikkelingen op het gebied van soft- en hardware. Daartoe aangezet in 2023 door de eerder benoemde DDoS aanval en alle gevolgen die die aanval heeft gehad, zijn we gaan nadenken over en investeren in al onze systemen en de veiligheid daarvan. Daar gaan wij ook de komende jaren gewoon mee door.

- We gaan kijken of we in het kader van onze CO2-footprint over kunnen stappen van onze huidige stroom vretende projectoren naar laserprojectoren die slechts een derde doen qua stroomverbruik van ons huidige.

## PERSONEEL & VRIJWILLIGERS

Een heldere organisatiestructuur staat aan de basis van een goedlopende organisatie. Afgelopen vijf jaar heeft de huidige structuur zich uitgekristalliseerd. Zie bijlage 4 voor het organigram. Momenteel is FA een hybride organisatie van 125 vrijwilligers en 4,6 fte aan vaste medewerkers en ZZP-ers. Het filmhuis drijft op een actief en stabiel vrijwilligersbestand, dat zorgt voor een brede ondersteuning in de organisatie. De verwachting is dat er de komende tijd meer betaalde uren nodig zijn voor horeca, educatie en specialsprogrammering.

## RAAD VAN TOEZICHT

Wij zijn in structuur van Bestuurs- naar Raad van Toezicht-model gegroeid. Dat heeft de organisatie eenduidiger en dus minder kwetsbaar gemaakt. Het is de doelstelling van de Raad om de komende jaren professioneel verder te groeien, ook als team. In de planning (bijlage 3) staan de stappen vermeld die we daarin zullen nemen.

# 7. ORGANISATIE

## HUISVESTING

Een belangrijke uitdaging voor de organisatie in de komende jaren is de huisvesting. Het huidige huurcontract met Vue loopt af op 14 februari 2026 (met optie tot verlenging tot 2031). Het filmhuis is te klein geworden voor de bezoekersstromen die we trekken. Bovendien heeft Vue met zoveel woorden uitgesproken dat we er rekening mee moeten houden dat we in 2031 gedwongen worden om ons heil elders te zoeken. We zijn begonnen met de voorbereidingen en laten in 2024 onderzoek doen naar de validatie van de te verwachten bezoekersaantallen tot en met 2031 en daarna. We zien op termijn een filmhuis verrijzen met zes zalen en ruim 200.000 bezoekers, waar voldoende ruimte is om te verblijven en te werken. Waar ruimte is voor ontwikkeling van Talent, waar we een multifunctionele zaal voor willen creëren. Een ruimte als broedplaats voor onze lokale filmhelden. Ons Open Doek Festival laat zien dat die helden er zijn!

We nemen, zoals eerder in het tweede visiedocument werd omschreven, afscheid van de gedachte om elders een tweede locatie te openen. Naast praktische overwegingen willen we onze bezoeker ook graag centraal blijven ontvangen. Een en ander sluit overigens niet uit dat we samenwerkingen blijven zoeken met Vue, De Vest, Victorie, Unieke Zaken, et cetera.

## INCLUSIE, DIVERSITEIT EN DUURZAAMHEID

We gaan onze huidige en toekomstige huisvesting en bedrijfsvoering, waar mogelijk, duurzamer maken en gaan tijd en geld investeren in het ontwikkelen van beleid op het gebied van duurzaamheid. De mogelijke overstap naar laserprojectoren is daarbij een belangrijk onderdeel. Qua diversiteit en inclusie hebben we de ambitie om 'by default' inclusief te zijn. Oftewel, dat in onze communicatie en bedrijfsvoering altijd rekening gehouden wordt met mindervaliden, we ons richten op diverse doelgroepen en iedereen gelijk behandeld wordt.



Playtime (1967)

# 7. ORGANISATIE

## REGIONALE VERANKERING BELEID

Op dit moment is er geen regionaal cultuurbeleid. De provincie Noord-Holland heeft dit (nog) niet geformuleerd. Er wordt wel gewerkt aan een cultuurprofiel Noord-Holland Noord, een eerste stap naar beleid. Tevens is er momenteel geen cultuurnota voor de gemeente Alkmaar, maar daar werkt de gemeente samen met haar sterkhouders hard aan. We verwachten dat Alkmaar eind 2024 de Cultuurverkenning 2040 klaar zal hebben. Het samenwerkingsverband van culturele instellingen (Stichting Uit in Alkmaar) heeft het voortouw genomen. De culturele instellingen hebben in januari 2022 de 'Cultuurvisie 2030' geschreven. Deze visie bestaat uit vijf punten en formuleert de ambitie tot 2030. Deze punten reflecteren waar de snelgroeende stad Alkmaar mee te maken krijgt en wat er gedaan moet worden om de stad en regio Noord-Holland Noord ook in de toekomst cultureel leefbaar te houden. Een daarvan is de ambitie om de jongerencultuur te stimuleren, met name wat betreft de ondersteuning van jonge makers. We refereren hierbij graag aan het huidige coalitieakkoord. Zie deze [link](#) (pagina 24-25).

Het is de ambitie van FA om leidend te zijn in het formuleren en uitvoeren van regionaal beleid voor beeldcultuur, filmeducatie en audiovisuele talentontwikkeling. Hiermee kunnen (inter)nationale geldstromen duurzaam naar de regio en Alkmaar stromen en kan FA uitgroeien tot het centrum van beeldcultuur in NHN. De gemeente Alkmaar speelt hierin een belangrijke rol. We kijken dan ook uit naar de borging van de Cultuurvisie 2040, waarbij FA als belangrijke partner aan tafel zit en de belangen van Cultuur minnend Alkmaar met verve behartigt.

De 'Cultuurvisie 2030' dient als inspiratiebron voor de komende cultuurnota van de Gemeente Alkmaar. Punten waarop FA aansluiting zoekt zijn:

- Het bieden van kwalitatief aanbod  
--> zie Gidsfunctie (blz. 9)
- Maak Alkmaar tot centrum van culturele talentontwikkeling in de regio  
--> zie Filmeducatie & Talentontwikkeling (blz. 10)
- Wees als Alkmaarse culturele instellingen trekker in regionale samenwerkingen, neem verantwoordelijkheid voor cultuur in de regio  
--> zie Programmering (blz. 9)
- Maak inclusie en diversiteit vanzelfsprekend  
--> zie Organisatie (blz. 15)
- Duurzaamheid  
--> zie Organisatie (blz. 15)

# 8. FINANCIËN EN PLANNING

De huidige financiële situatie van FA is ondanks alle kostenbedreigingen gezond te noemen, mede dankzij financiële steun van het Filmfonds, de Gemeente Alkmaar en donaties. FA heeft vijf inkomstenbronnen: kaartverkoop (ook digitaal via Picl), horeca, subsidie, reclame, sponsors/donaties en verhuur.

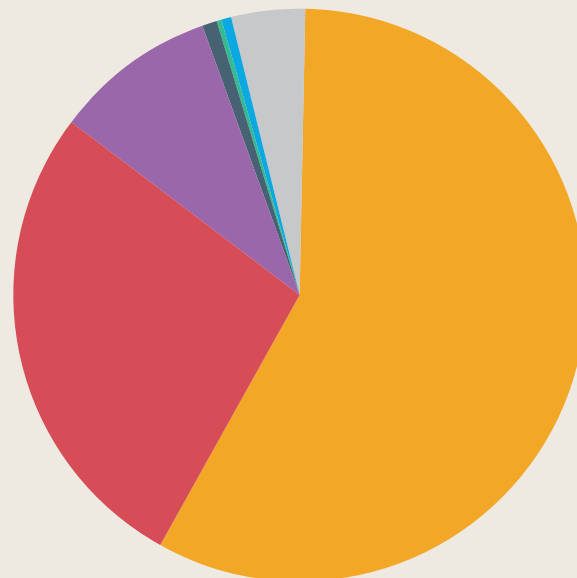
## KAARTVERKOOP & HORECA

Het merendeel van de inkomsten komen uit kaartverkoop en horeca. De prijzen van de tickets en horecaproducten zullen de komende jaren met een gemiddeld percentage van 5% worden geïndexeerd. Het reguliere bioscoopkaartje is inclusief een kopje koffie of thee voorafgaand aan de voorstelling.

FA is ook bezig met het verbeteren van haar inkoopposities. Hiermee hopen we de horeca-inkomsten en -marges te verhogen. De komende jaren verwachten we een blijvende groei in bezoekers en daarmee in kaartverkoop en horeca. Daarnaast zal de gemiddelde besteding per bezoeker blijven stijgen. Niet alleen als gevolg van prijsstijgingen, maar ook omdat ons team meer stuurt op up- en cross-selling. Daarnaast koopt de consument steeds meer exclusievere producten, wat de gemiddelde kassa-aanslagen verhoogt. Denk aan speciaalbiere en goede wijn. De verkoop van maaltijden wordt onderzocht en getest, maar zal nooit een substantieel onderdeel van de bedrijfsvoering worden. Dit zien we meer als additionele service. Aan het eind van 2024 zal er een nieuwe, veel beter geoutilleerde bar zijn in het filmhuis. Ook die investering gaat de komende jaren haar vruchten afwerpen in efficiëntie en omzet per bezoeker.

Naast ons fysieke filmaanbod bieden we onze films ook digitaal aan via streamingplatform Picl. We plannen om een bescheiden aandeel van onze inkomsten via Picl te genereren. Specifiek ouders van jonge kinderen kunnen we op deze manier bedienen, tot het moment dat ze ons weer gemakkelijker fysiek kunnen bezoeken.

**OMZETBRONNEN 2023**



- kaartverkoop (57,8%)
- horeca (27,4%)
- subsidie (9,3%)
- sponsoring (0,6%)
- verhuur (0,3%)
- reclame (0,7%)
- overig (7%)

## 8. FINANCIËN EN PLANNING

### SUBSIDIE & CULTUREEL ONDERNEMERSCHAP

Inmiddels is de organisatie subsidiearm. Nog maar 9% (en elk jaar verder dalend) van de begroting wordt in 2023 gefinancierd door de Gemeente Alkmaar. Wel hebben we als organisatie inmiddels verschillende andere subsidies aangeboord. Zo wordt er op incidentele basis subsidiegeld aangevraagd en ingezet voor (samenwerkings) projecten en festivals. Dit zijn regionale en (inter)nationale overheids-gelden, of fondsen. Verder ontvangen we jaarlijks een subsidie van Europa (Europa Cinemas) voor het draaien van Europese arthousefilms en een bijdrage van het Filmfonds voor het vertonen van Nederlandse titels. Vooral op het gebied van filmeducatie en talentontwikkeling gaan we de komende jaren extra subsidie aanvragen.



FA zal in de komende jaren blijven focussen op cultureel ondernemerschap. We willen een toekomstbestendige organisatie zijn, die haar eigen broek kan ophouden. De kernactiviteit, het vertonen van actuele, hoogwaardige arthousefilms, zal met zo min mogelijk subsidie (maximaal 10% van de kosten) uitgevoerd worden. Hiermee verplicht FA zich om een hybride, maar professionele organisatie te blijven. FA zal zakelijk duurzame beslissingen nemen en subsidiegelden alleen inzetten voor maatschappelijke en culturele uitdagingen zoals geformuleerd door de (lokale) overheid.

### SPONSORS/DONATIES

In de afgelopen jaren hebben we als ANBI-instelling donaties mogen ontvangen van individuen en organisaties. Verder ontvangen we sponsorgelden van Grolsch en via onze Huisvrienden. We hebben de eerste voorzichtige stappen voor een sponsorprogramma gezet en dat zal in de komende jaren worden uitgerold. Vanaf juli 2024 is Film-macht, een Alkmaars duurzaam filmproductiebedrijf, tegen een lage commerciële vergoeding, naamgever geworden van zaal 3.

### VERHUUR & RECLAME

De zalen en foyer worden met regelmaat verhuurd aan organisaties. Maar de verruimde openingstijden beperken de mogelijkheden tot verhuur en we verwachten dan ook dat er niet veel groei zal zitten in deze inkomstenstroom. De 'verhuur' van het doek in de vorm van reclame-inkomsten hebben we eind 2023 verder uitgebreid met bewegende commercials.





Working Girl (1988)

## RISICO-INVENTARISATIE EN BEHEERSING

Hieronder zetten we de financiële risico's van de komende vier jaar uiteen en omschrijven we hoe FA deze risico's zal beheersen:

- Terugval van bezoekers: de coronapandemie heeft ons geleerd dat om diverse redenen het publiek ineens kan wegvallen. Om toekomstige (pandemische) situaties op te kunnen vangen zal een continuïteitsreserve opgebouwd worden. Dit in overleg met Gemeente Alkmaar.
- Verminderen/wegvallen subsidie: indien (door veranderd politiek klimaat of anderszins) de (gemeentelijke) subsidie vermindert of zal komen te vervallen, zal FA zich naar rato focussen op de kerntaak. Het vertonen van actuele hoogwaardige arthousefilms zal dan de boventoon gaan voeren en ook horeca zal dan belangrijker worden. Versobering van de programmering in combinatie met het zoeken van commerciële sponsors zou afdoende mitigerend moeten zijn.
- Wegvallen huisvesting: er is geen oplossing indien de huisvesting volledig wegvalt. Daarom zal de directeur-bestuurder met de Raad van Toezicht dit potentiële risico prioriteren en samen optrekken in de komende jaren om dit te voorkomen.
- Wegvallen content: ondanks dat bij commerciële bioscopen het wegvallen van Amerikaanse content voor tegenvallende resultaten heeft gezorgd, is het wegvallen van (een gedeelte van) de content voor filmtheaters geen (groot) probleem. De missie van FA om het brede spectrum van hoogwaardige internationale titels te vertonen mitigeert het risico van gebrek aan content. Het filmhuis is niet afhankelijk van Amerikaanse of lokale content. De ambitie om ook in te zetten op nieuwe (cross-mediale) beeldcultuur mitigeert zelfs een eventuele daling in interesse van de bezoeker in (klassieke) speelfilms. We zien vooral groei in bezoek aan documentaires en muziekfilms!

# BIJLAGEN

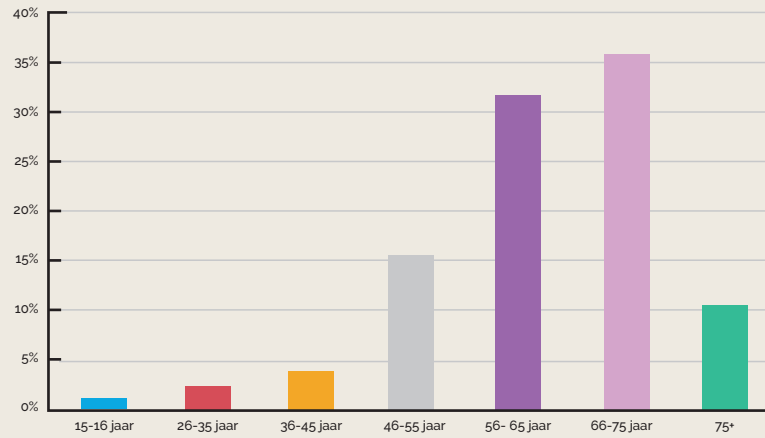


# BIJLAGE 1: BEZOEKERSPROFIEL

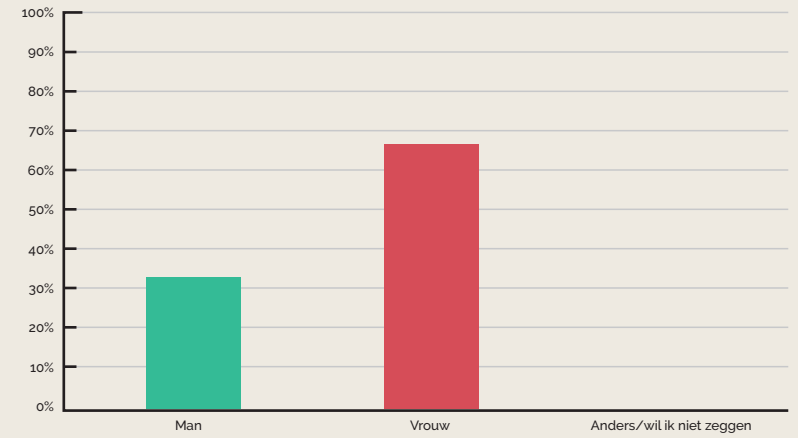
Hieronder het bezoekersprofiel van de huidige bezoekers van Filmhuis Alkmaar.

(Bron: klanttevredenheidsonderzoek 2023-2024).

**LEEFTIJDSCATEGORIE BEZOEKERS**



**GESLACHT BEZOEKERS**



# BIJLAGE 2: ANALYSE - SWOT

De kansen en bedreigingen van FA zijn weergegeven in onderstaand SWOT. Er is gekeken naar zowel interne als externe factoren.

## Positief

## Negatief

### Interne factoren

#### STERKTES

- Sterke programmering (première bioscoop) inclusief succesvolle verdiepende programma's
- Trouwe fan base
- Grote groep loyale vrijwilligers
- Zeer hoge bezoekfrequentie t.o.v. landelijk gemiddelde
- Hoogwaardige techniek (zalen en foyer) + comfort
- Goede locatie als verzamelgebouw met het oog op nieuwbouwwoningen en uitbreiding horeca op Overstad
- Doelgroep met relatief veel tijd en veel geld
- Goede relatie met gemeente
- Sterke samenwerking culturele instellingen Alkmaar die leidt tot concrete projecten (Cultuurvisie, Move The City Festival)

#### ZWAKTES

- Onvoldoende diversiteit (leeftijd, culturele achtergrond) bij de bezoekers
- Vergrijzende doelgroep
- Onvoldoende capaciteit
- Relatief kleine groep veel-gebruikers
- Nog onvoldoende marketingsegmentatie naar verschillende doelgroepen
- Onvoldoende zichtbaar en top-of-mind bij doelgroep 25-45 jaar
- Kinderfilms beperkt aantal bezoekers

### Externe factoren

#### KANSEN

- Sterke groei aantal inwoners Alkmaar (+ 20.000 woningen)
- Verbeteringsplannen foyer
- Kansen op het gebied van educatie en talentontwikkeling (onontgonnen terrein)
- Groeiende regiofunctie gemeente Alkmaar
- Samenwerking met lokale/regionale ondernemers (acties, sponsoring)
- Satelliet activiteiten in de stad/regio
- Investerings gemeente in herstructurering Alkmaarse binnenstad (aantrekkingskracht)
- Kans op extra fondsen en provinciale ondersteuning door het nemen van een voortrekkersrol regionaal cultureel beleid
- Vestiging internationale school in Alkmaar
- Beperkte activiteiten voor peuters en kleuters in Alkmaar
- Focus van Alkmaar op techniek en innovatie als kans voor het introduceren van nieuwe beeldcultuur

#### BEDREIGINGEN

- Huisvesting (aflopend huurcontract, onvoldoende capaciteit)
- Mogelijk oplaaien coronapandemie
- Situatie Oekraïne/mogelijke recessie
- Concurrentie in de regio en de programmering van Vue.
- Concurrentie streamingdiensten (day-and-date releases)
- Concurrentie groeiend aanbod in vrijetijdsactiviteiten buiten de deur
- Stijgende kosten voor een avondje uit (parkeerkosten, oppas etc)
- Verdere professionalisering van organisatie heeft potentieel impact op betrokkenheid bezoekers en (vrijwillige) medewerkers
- Hybride organisatie met betaalde en onbetaalde medewerkers heeft potentieel negatieve impact op kwaliteit
- Potentieel tekort aan mankracht ten opzichte van groeiambities
- Behoeft aan escapisme van publiek ten opzichte van verdiepende missie van FA

## BIJLAGE 2: ANALYSE - SWOT

**Uit de eerdere lange termijn analyse van FA (2017) zijn onderstaande trends nog steeds richtinggevend:**

- In het huidige digitale tijdperk zijn films overal verkrijgbaar. Via internet, televisie en je mobiel. Het grote doek moet zich definiëren ten opzichte van de (flexibiliteit van de) vele kleine schermen van de consument.
- Het aanbod van de vrijetijdsmarkt is enorm, de zogenaamde verdringingsmarkt. Als vertoner moeten we onze identiteit helder krijgen en een stevige plek genereren in onze omgeving.
- Het publiek wordt steeds veeleisender. Een avondje uit beperkt zich niet tot het bekijken van een film alleen, de bezoeker wenst een totaalbeleving. Een compleet arrangement. Alle zintuigen moeten worden geprikkeld.
- Het sociale aspect is heel belangrijk. Het Filmhuis is een ontmoetingsplaats. De consument kiest na de pandemie nog meer voor gezelligheid en een gezamenlijke beleving.
- De consument is leidend en vraagt een ad hoc benadering, authenticiteit en exclusiviteit. Ook comfort is waarde bepalend.



Cinema Paradiso (1988)

# BIJLAGE 3: PLANNING 2025-2028

PRESTATIE INDICATOREN	2025		2026		2027		2028	
	Q1 - Q2	Q3 - Q4	Q1 - Q2	Q3 - Q4	Q1 - Q2	Q3 - Q4	Q1 - Q2	Q3 - Q4
Bezoekers		140.000		145.000		150.000		150.000
Vertoningen (o.b.v. 26-29 bez. per vrst.)		5.000		5.000		5.000		5.000
Scholieren		1.500		1.750		2.000		2.000
Bezoekers 5-45 jaar		8.400		9.500		10.250		10.500
<b>PROGRAMMERING</b>								
Satellietactiviteiten	In ieder geval 4 events waarmee we in FA een podium bieden aan landelijke festivals en filmprogramma's en/of buiten de muren van FA treden, zoals met IDFA (januari), UPFest (april) en Kijk Ons (doortepend)	In ieder geval 4 events waarmee we in FA een podium bieden aan landelijke festivals en filmprogramma's en/of buiten de muren van FA treden, zoals met Move the City (juli), de buitenvertoningen bij HAL25 (augustus), het Nederlands Film Festival (september)	In ieder geval 5 events waarmee we in FA een podium bieden aan landelijke festivals en filmprogramma's en/of buiten de muren van FA treden	In ieder geval 5 events waarmee we in FA een podium bieden aan landelijke festivals en filmprogramma's en/of buiten de muren van FA treden	In ieder geval 6 events waarmee we in FA een podium bieden aan landelijke festivals en filmprogramma's en/of buiten de muren van FA treden	In ieder geval 6 events waarmee we in FA een podium bieden aan landelijke festivals en filmprogramma's en/of buiten de muren van FA treden	In ieder geval 6 events waarmee we in FA een podium bieden aan landelijke festivals en filmprogramma's en/of buiten de muren van FA treden	In ieder geval 6 events waarmee we in FA een podium bieden aan landelijke festivals en filmprogramma's en/of buiten de muren van FA treden
Verdiepende programma's	In ieder geval 6 vertoningen waarbij we een inleiding, nagesprek (met filmmakers of andere experts), of andere vorm van verdieping bieden aan ons publiek	In ieder geval 6 vertoningen waarbij we een inleiding, nagesprek (met filmmakers of andere experts), of andere vorm van verdieping bieden aan ons publiek	In ieder geval 7 vertoningen waarbij we een inleiding, nagesprek (met filmmakers of andere experts), of andere vorm van verdieping bieden aan ons publiek	In ieder geval 7 vertoningen waarbij we een inleiding, nagesprek (met filmmakers of andere experts), of andere vorm van verdieping bieden aan ons publiek	In ieder geval 8 vertoningen waarbij we een inleiding, nagesprek (met filmmakers of andere experts), of andere vorm van verdieping bieden aan ons publiek	In ieder geval 8 vertoningen waarbij we een inleiding, nagesprek (met filmmakers of andere experts), of andere vorm van verdieping bieden aan ons publiek	In ieder geval 8 vertoningen waarbij we een inleiding, nagesprek (met filmmakers of andere experts), of andere vorm van verdieping bieden aan ons publiek	In ieder geval 8 vertoningen waarbij we een inleiding, nagesprek (met filmmakers of andere experts), of andere vorm van verdieping bieden aan ons publiek
Samenwerkingen	In ieder geval 6 lokale/regionale/nationale samenwerkingen, met terugkerende events (Muziek & Film, Cineville Speciaaltje, Docu Salon) en jaarlijkse, zoals met partners als Alkmaar Pride (april/mei), Theater de Vest, Podium Victorie, Stedelijk Museum	In ieder geval 6 lokale/regionale/nationale samenwerkingen, met terugkerende events en jaarlijkse samenwerkingen	In ieder geval 7 lokale/regionale/nationale samenwerkingen, met terugkerende events en jaarlijkse samenwerkingen	In ieder geval 7 lokale/regionale/nationale samenwerkingen, met terugkerende events en jaarlijkse samenwerkingen	In ieder geval 8 lokale/regionale/nationale samenwerkingen, met terugkerende events en jaarlijkse samenwerkingen	In ieder geval 8 lokale/regionale/nationale samenwerkingen, met terugkerende events en jaarlijkse samenwerkingen	In ieder geval 8 lokale/regionale/nationale samenwerkingen, met terugkerende events en jaarlijkse samenwerkingen	In ieder geval 8 lokale/regionale/nationale samenwerkingen, met terugkerende events en jaarlijkse samenwerkingen
Filmfestival Alkmaar		De zesde editie van ons festival, met: • Panoramaprogramma, met exclusieve voorpremières van nieuwe films • Retrospectief • Focus op een land • Randprogrammering (inleidingen, video-essays, gesprekken)		De zevende editie van ons festival, met: • Panoramaprogramma, met exclusieve voorpremières van nieuwe films • Retrospectief • Focus op een land • Randprogrammering (inleidingen, video-essays, gesprekken)		De achtste editie van ons festival, met: • Panoramaprogramma, met exclusieve voorpremières van nieuwe films • Retrospectief • Focus op een land • Randprogrammering (inleidingen, video-essays, gesprekken)		De negende editie van ons festival, met: • Panoramaprogramma, met exclusieve voorpremières van nieuwe films • Retrospectief • Focus op een land • Randprogrammering (inleidingen, video-essays, gesprekken)
Cinekid Festival		Jaarlijks festival voor de jongste film liefhebbers, met een filmprogramma, workshops, games en randprogrammering		Jaarlijks festival voor de jongste film liefhebbers, met een filmprogramma, workshops, games en randprogrammering		Jaarlijks festival voor de jongste film liefhebbers, met een filmprogramma, workshops, games en randprogrammering		Jaarlijks festival voor de jongste film liefhebbers, met een filmprogramma, workshops, games en randprogrammering
Buitenvertoningen		In ieder geval 4 buitenvertoningen in de zomer. Na de buitenvertoningen van augustus 2024 gaan we andere mogelijke locaties in Alkmaar verkennen.		In ieder geval 4 buitenvertoningen georganiseerd op een externe locatie.		In ieder geval 4 buitenvertoningen georganiseerd op een externe locatie.		In ieder geval 4 buitenvertoningen georganiseerd op een externe locatie.
<b>EDUCATIE EN TALENTONTWIKKELING</b>								
Educatie programma aanbod	Schoolprogramma: • Vertoningen • Na/voor-gesprek • Eigen film op grote doek • Scholierenfilmfestival • Workshops  Inholland (Pabo en social work): • Studentententoonstelling + workshops • Verdiepende vertoningen	Schoolprogramma (aanvullend): • Vast thema programma PO • Deskundigheidsbevordering programma docenten/leraren	Schoolprogramma (aanvullend): • Vaste thema programma's VO • Pilots MBO • Grote evaluatie en aanpassing	Schoolprogramma (aanvullend): • MBO programma	Schoolprogramma (aanvullend): • Focus op verduurzamen relaties • Preschool programma • Buitenschools programma (BSO) • Evaluatie en aanpassing	Schoolprogramma (aanvullend): • HBO programma	Schoolprogramma (aanvullend): • Grote evaluatie en aanpassing	Schoolprogramma (aanvullend): • Filmschool/opleiding/vak opzetten regio NHH
Educatie programma ontwikkelen	• Deskundigheidsbevordering programma docenten/leraren • Vaste thema programma PO	• Vaste thema programma's VO • Aansluiting op MBO verkennen		• Preschool programma • Buitenschools programma (BSO)	• Aansluiting op HBO • Onderzoek naar opzetten filmschool	• Onderzoek naar opzetten filmschool	• Plan voor filmschool uitwerken	

# BIJLAGE 3: PLANNING 2025-2028

	2025		2026		2027		2028	
	Q1 - Q2	Q3 - Q4	Q1 - Q2	Q3 - Q4	Q1 - Q2	Q3 - Q4	Q1 - Q2	Q3 - Q4
<b>EDUCATIE EN TALENTONTWIKKELING</b>								
Talent programma aanbod	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nieuwe Beeldmakers 2025</li> <li>Masterclasses/workshops</li> <li>Open Doek</li> </ul>	Talent programma (aanvullend): <ul style="list-style-type: none"> <li>Pilot met filmhuispartner uitvoeren</li> <li>Evaluatie en aanpassing</li> </ul>	Talent programma (aanvullend): <ul style="list-style-type: none"> <li>Toetreden als aspirant Talenthub</li> <li>Pilot met filmbedrijf en/of cultuurcentrum</li> </ul>	Talent programma (aanvullend): <ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluatie en aanpassing</li> <li>Pilot doorlopende leerlijn</li> <li>Pilot hobbyclub</li> </ul>	Talent programma (aanvullend): <ul style="list-style-type: none"> <li>Uitvoeren doorlopende leerlijn</li> </ul>	Talent programma (aanvullend): <ul style="list-style-type: none"> <li>Grote evaluatie en aanpassing</li> </ul>	Talent programma (aanvullend): <ul style="list-style-type: none"> <li>Talenthub officieel maken</li> </ul>	Talent programma (aanvullend): <ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluatie en aanpassing</li> </ul>
Talent programma ontwikkelen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kwartiermaken regio NHH (netwerk uitbreiden, focus filmhuizen)</li> <li>Programmateam van stakeholders oprichten Talenthub</li> <li>Pilot ontwikkelen met partner</li> <li>Aanvullende financiering zoeken</li> <li>Aansluiting op regionale/nationale scholen zoeken</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aanvullende financiering zoeken</li> <li>Kwartiermaken regio NHH (netwerk uitbreiden, focus filmbedrijven en cultuurcentra)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Partnerschappen verduurzamen</li> <li>Doorlopende leerlijn ontwikkelen educatie-&gt;talent</li> <li>Kwartiermaken regio NHH (netwerk uitbreiden, focus hobbyclubs)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Partnerschappen verduurzamen</li> <li>Doorlopende leerlijn ontwikkelen educatie-&gt;talent</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vast programmateam Talenthub vormen</li> <li>Structurele subsidie zoeken</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programma Talenthub definitief maken</li> <li>Structurele subsidie aanvragen, BIS 2029-2032 onderzoeken</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>BIS 2029-2032 aanvragen</li> </ul>	
<b>MARKETING</b>								
Een meer diverse bezoekersgroep	<ul style="list-style-type: none"> <li>Samenwerking met buurtcentra/ buurtambassadeurs/ SafeSpace etc.</li> <li>AlkmaarPas: introductie mogelijkheid besteden tegoed minima</li> <li>Titelgebonden promotie</li> <li>Nieuw familiefilmprogramma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Samenwerking met buurtcentra/ buurtambassadeurs/ SafeSpace etc.</li> <li>Samenwerking AlkmaarPas</li> <li>Titelgebonden promotie</li> <li>Familiefilmprogramma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Partner Move the City festival</li> <li>Samenwerking buurtcentra/ buurtambassadeurs/ SafeSpace etc.</li> <li>Samenwerking AlkmaarPas</li> <li>Titelgebonden promotie</li> <li>Familiefilmprogramma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Samenwerking met buurtcentra/ buurtambassadeurs/ SafeSpace etc.</li> <li>Samenwerking AlkmaarPas</li> <li>Titelgebonden promotie</li> <li>Familiefilmprogramma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nieuwsbrieven, website, social media</li> <li>Promotie Filmclub seizoen 2025-2026</li> <li>Klantonderzoek</li> <li>Inzetten op verhogen herhaalbezoek en klanttevredenheid</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nieuwsbrieven, website, social media</li> <li>Inzetten op verhogen herhaalbezoek</li> <li>Inzetten bezoekersdata uit ActiveTickets</li> <li>Behoud en werving nieuwe huisvrienden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nieuwsbrieven, website, social media</li> <li>Promotie Filmclub seizoen 2025-2026</li> <li>Klantonderzoek</li> <li>Inzetten op verhogen herhaalbezoek en klanttevredenheid</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nieuwsbrieven, website, social media</li> <li>Inzetten op verhogen herhaalbezoek</li> <li>Inzetten bezoekersdata uit ActiveTickets</li> <li>Behoud en werving nieuwe huisvrienden</li> </ul>
Naar buiten treden/meer capaciteit	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promotie FA in Heerhugowaard</li> <li>Vertoningen op locaties buiten FA (o.a. Ten Westen/ Gasfabriek)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promotie FA in Heerhugowaard</li> <li>Vertoningen op locaties buiten FA</li> <li>Samenwerkingen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vertoningen op locaties buiten FA</li> <li>Samenwerkingen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vertoningen op locaties buiten FA</li> <li>Samenwerkingen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Events i.s.m. jonge FA ambassadeurs</li> <li>Social media strategie gericht op jongeren</li> <li>Samenwerking organisaties gericht op jongeren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Events i.s.m. jonge FA ambassadeurs</li> <li>Social media strategie (jongeren)</li> <li>Samenwerking jongeren-organisaties</li> <li>Promotie Filmfestival Alkmaar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Events i.s.m. jonge FA ambassadeurs</li> <li>Social media strategie (jongeren)</li> <li>Samenwerking jongeren-organisaties</li> <li>Promotie Filmfestival Alkmaar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Events i.s.m. jonge FA ambassadeurs</li> <li>Social media strategie (jongeren)</li> <li>Samenwerking jongeren-organisaties</li> <li>Promotie Filmfestival Alkmaar</li> </ul>
Educatie & Talentontwikkeling	Promotieel ondersteunen activiteiten Educatie- en Talentontwikkeling	Promotieel ondersteunen activiteiten Educatie- en Talentontwikkeling	Promotieel ondersteunen activiteiten Educatie- en Talentontwikkeling	Promotieel ondersteunen activiteiten Educatie- en Talentontwikkeling	<ul style="list-style-type: none"> <li>Partner Move the City festival</li> <li>Samenwerking met buurtcentra/ buurtambassadeurs/ SafeSpace etc.</li> <li>Samenwerking AlkmaarPas</li> <li>Titelgebonden promotie</li> <li>Familiefilmprogramma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Samenwerking met buurtcentra/ buurtambassadeurs/ SafeSpace etc.</li> <li>Samenwerking AlkmaarPas</li> <li>Titelgebonden promotie</li> <li>Familiefilmprogramma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Partner Move the City festival</li> <li>Samenwerking met buurtcentra/ buurtambassadeurs/ SafeSpace etc.</li> <li>Samenwerking AlkmaarPas</li> <li>Titelgebonden promotie</li> <li>Familiefilmprogramma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Samenwerking met buurtcentra/ buurtambassadeurs/ SafeSpace etc.</li> <li>Samenwerking AlkmaarPas</li> <li>Titelgebonden promotie</li> <li>Familiefilmprogramma</li> </ul>
Sponsoring/B2B samenwerkingen	Sponsorwerving zaal 1 en 2	Werving Bedrijfsvrienden	Werving aanvullende sponsors	Verlenging sponsorcontract(en)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vertoningen op locaties buiten FA</li> <li>Samenwerkingen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vertoningen op locaties buiten FA</li> <li>Samenwerkingen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vertoningen op locaties buiten FA</li> <li>Samenwerkingen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vertoningen op locaties buiten FA</li> <li>Samenwerkingen</li> </ul>
Optimaliseren marketingtools	<ul style="list-style-type: none"> <li>Social media</li> <li>Meer betaalde social campagnes</li> <li>Bereik verhogen</li> <li>Inzetten gebruik van reels</li> <li>Creëren interactie Promotie walletool TicketKeeper</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluatie en optimalisatie website</li> <li>Optimalisatie gebruik projectie foyer optimaliseren</li> <li>Optimaliseren social media</li> </ul>	Optimaliseren/aanpassen website	Evaluatie marketingmiddelen en focus bepalen komend jaar	Promotieel ondersteunen activiteiten Educatie- en Talentontwikkeling	Promotieel ondersteunen activiteiten Educatie- en Talentontwikkeling	Promotieel ondersteunen activiteiten Educatie- en Talentontwikkeling	Promotieel ondersteunen activiteiten Educatie- en Talentontwikkeling
<b>ORGANISATIE</b>						Werving Bedrijfsvrienden		Verlenging sponsorcontract(en)
Raad van Toezicht	Training	Reflectie	Training	Reflectie	Training	Reflectie	Training	Reflectie
Huisvesting	Verlenging huurcontract voor 5 jaar vanaf 2026 in jan							
Pvt/Vrijwilligersraad	Verkiezingen		Verkiezingen		Verkiezingen		Verkiezingen	
Fair Pay Policy	Uitvoer en updates AVR en Salarishuis		Uitvoer en updates AVR en Salarishuis		Uitvoer en updates AVR en Salarishuis		Uitvoer en updates AVR en Salarishuis	
RI+E	2 jaarlijks uitvoeren				2 jaarlijks uitvoeren			
Vervangen projectie zaal 1, 2 en 3			Zaal 1	Zaal 2 en 3				
Vervanging stoelen	Zaal 1	Zaal 2 en 3						
Voorbereidingen nieuwbouw	On going proces		On going proces	update RI & E	On going proces		On going proces	

# BIJLAGE 4: ORGANIGRAM FA

- Dossiers verdeeld
- Vrijwilligersfunctie
- Betaalde functie

