

ROYAL IN BEELD

Ruimte voor beeldcultuur



Businessplan

Voor een nieuwe invulling van
Theater Royal Heerlen

Stichting Filmhuis De Spiegel

24 mei 2024



Royal in Beeld
Ruimte voor beeldcultuur
Businessplan

Stichting Filmhuis De Spiegel
Heerlen, 24 mei 2024

Inhoud

Inleiding	3
1 Waarom en waartoe?	7
2 Royal Cinema	14
3 Royal Studio's	19
4 Royal Food & Drinks	21
5 Verhuur en evenementen.....	24
6 Organisatie	26
7 Financiële onderbouwing	28
8 Conclusie	31
 BIJLAGEN	32
Benchmark Filmhuizen	33
Intentieverklaring CineSud	35
Partners	37

Inleiding

In het hart van Heerlen ligt een van de mooiste bioscoopgebouwen van het land: het Royal Theater. Ontworpen door dé Limburgse architect van het nieuwe bouwen Frits Peutz, opende de grote bioscoop in 1937 haar deuren en was vanaf die dag de culturele trots van de stad. Het Royal Theater heeft voor veel oudere inwoners van de stad en de regio een emotionele waarde. Het staat voor een bijzondere periode uit de lokale geschiedenis.

Bijna 90 jaar later is het gebouw in de kern nog steeds een architectonische parel, maar het is in verval geraakt en wordt – in afwachting van renovatie en een nieuwe bestemming – slechts in nu nog beperkte mate gebruikt door Filmhuis De Spiegel. Gelukkig wil de gemeente het Royal Theater nieuw leven inblazen. Een leven als bioscoop – maar dan van deze tijd. Een leven als ruimte voor alle vormen van film en andere ‘beeldcultuur’, zoals het in het culturele veld wordt genoemd (gaming, social media, documentaires, enzovoorts).

Beeldcultuur

Beeldcultuur speelt een cruciale rol in het leven van de inwoners van de stad en regio. Elke dag spat het beeld van onze schermen. Van de telefoon tot de televisie, van de gamecomputer tot in de bioscoop. Hoe we op een goede manier omgaan met al die beelden, al die informatie, al die prikkels, dat is een kunst op zich. Maar ook hoe we de kansen benutten van en hoe we nieuwe beeldcultuur ontwikkelen, dat allemaal vraagt aandacht. En het vraagt letterlijk om ruimte.

Die ruimte voor beeldcultuur willen we met een nieuwe invulling van het Royal Theater realiseren. En daarom is dit plan niet alleen gericht op het renoveren en opnieuw in gebruik nemen van Theater Royal als filmhuis. Met dit plan willen we een stap verder gaan en Heerlen tot een belangrijke plek – een hub – maken voor het vertonen en ontwikkelen van nieuwe beeldcultuur.



Royal in Beeld

Filmhuis de Spiegel heeft, met steun van de gemeente en in samenwerking met verschillende partners, een plan opgesteld om het Royal Theater als centrum voor de nieuwe beeldcultuur te ontwikkelen: met in de kern een flimhuis voor de bewoners van de stad en de regio, met

daarmee verbonden de (Eu)regionale 'filmhub' van CineSud, gericht op de ontwikkeling van professionele film en andere beeldmakers.

We geven dit totaal van filmhuis en filmhub, plus alle activiteiten, onderwijs en festivals opgeteld een titel: 'Royal in Beeld'. En daaronder geven we meteen de missie weer: 'Ruimte voor Beeldcultuur'.

Met Royal in Beeld krijgt Heerlen een nieuwe en voor de regio belangrijke culturele – maar ook economische – functie in de stad. Een functie die niet alleen de bewoners een fijn filmhuis biedt, maar ook een functie die Heerlen als het regionaal knooppunt voor de ontwikkeling van professionele beeldcultuur (films, documentaires, games, etc). Daarmee stimuleert de creatieve sector in de regio en biedt het voor de film en andere beeldmakers een alternatief voor onder andere Amsterdam.

Samenwerking

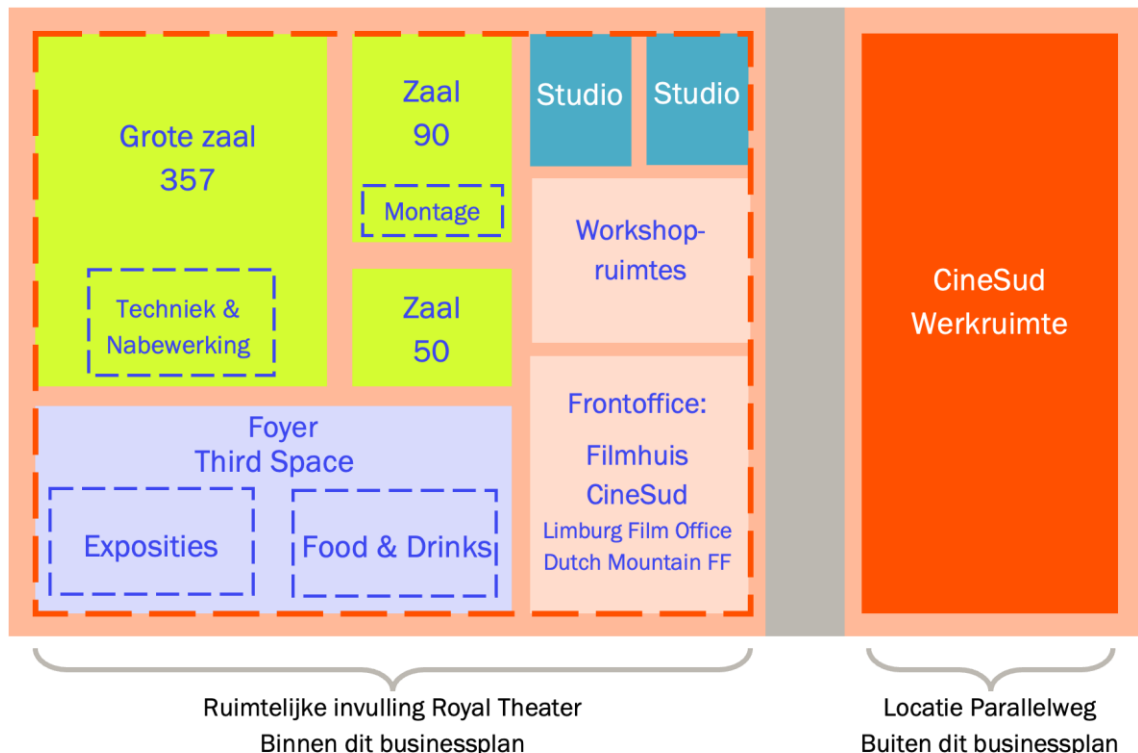
De eerste invulling van 'Royal in Beeld' is nu ontwikkeld vanuit met name twee partijen: Filmhuis De Spiegel en filmhub CineSud. De komende periode zullen meer samenwerkingspartners aansluiten en een specifieke rol gaan invullen. Denk daarbij aan het onderwijs (van po/vo tot hoger onderwijs), maatschappelijke organisaties, bedrijfsleven, de bibliotheek, enzovoorts. Met deze partners zijn of gaan we nog in gesprek. Kijk voor een overzicht van partners (van Limburg Film Office tot Dutch Mountain Film Festival) en inspirerende samenwerkingen in de bijlage.



Businessplan voor het Royal-gebouw

Het businessplan dat nu voor ligt, is het resultaat van een goede samenwerking tussen De Spiegel, CineSud en andere partijen. We stellen dit plan echter op vanuit één penvoerder, één exploiterende partij. En dat is Stichting Filmhuis De Spiegel. Op termijn zal de naam van deze organisatie en mogelijk ook de governance van de organisatie worden aangepast.

Het plan richt zich op een situatie waarin het Royal-gebouw gerenoveerd en uitgebreid is en ruimte biedt aan onderstaande functies (binnen de oranje stippellijn). Op basis van deze ruimtebehoefte heeft architectenbureau Mecanoo een voorlopig ontwerp gemaakt (zie hoofdstuk 1).



De ruimtebehoefte van CineSud zijn grotendeels buiten dit businessplan gelaten. De front office van CineSud zal binnen de muren van de Royal voorzien worden. De overige CineSud ruimte, de makersplekken, wordt voorzien aan de overkant van het Royal Theater, aan de Parallelweg, en de activiteiten worden uit de begroting van CineSud zelf bekostigd. Zie rechter vlak in het schema.

Activiteiten

De activiteiten die nu in het businessplan zijn meegenomen, beperken zich in deze fase tot:

- Royal Cinema: filmvertoning in drie filmzalen
- Royal Studio's i.s.m. CineSud: studioverhuur, nabewerking op groot doek, workshops (van podcasts tot examenfilm)
- Royal Food & Drinks: restaurant/café
- Verhuur aan derden (commercieel, maatschappelijk en cultureel)

In een latere fase kunnen hieraan worden toegevoegd (onder andere):

- Eigen festivals
- Opleidingen (van/met onderwijspartners)

- Exposities

Gedegen ontwikkeling

Het businessplan is een realistisch plan. Het is gebaseerd op een gedegen onderzoek naar de haalbaarheid (i.s.m. horeca-analyse door bureau Van Spronsen & Partners) en een financiële onderbouwing (i.s.m. expert Alexander Ramselaar). Er is advies ingewonnen van Filmhuis Lumière in Maastricht dat een vergelijkbaar traject van oud pand naar nieuwbouw doorlopen heeft. Bovendien zijn verschillende filmhuizen in Nederland bezocht (o.a. Bussum, Hilversum en Arnhem).

Adviesbureau Blueyard heeft ondersteund bij het maken van een recente benchmark en de strategische positionering, mede met het oog op toekomstige exploitatie en betrokkenheid van externe financiers en fondsen.

Tot slot

Hoewel het iconische Royal Theater vanwege de monumentale status bepaald geen gemakkelijk gebouw is, zijn we maar wat blij dat we zo'n bijzonder gebouw hier in de stad hebben. Want het geeft tegelijkertijd elan én diepgang aan een de film- en andere beeldcultuur in de stad en wijde regio. Royal in Beeld biedt ruimte voor de liefhebbers én de professionals, ruimte voor het genieten en het maken, kortom, ruimte voor de nieuwe beeldcultuur.

Wij hopen dat u na het lezen van dit plan net zo enthousiast bent als wij en meehelpt onze droom waar te maken. Veel leesplezier!

Geert Pizlo
Stichting Filmhuis De Spiegel

1 Waarom en waartoe?



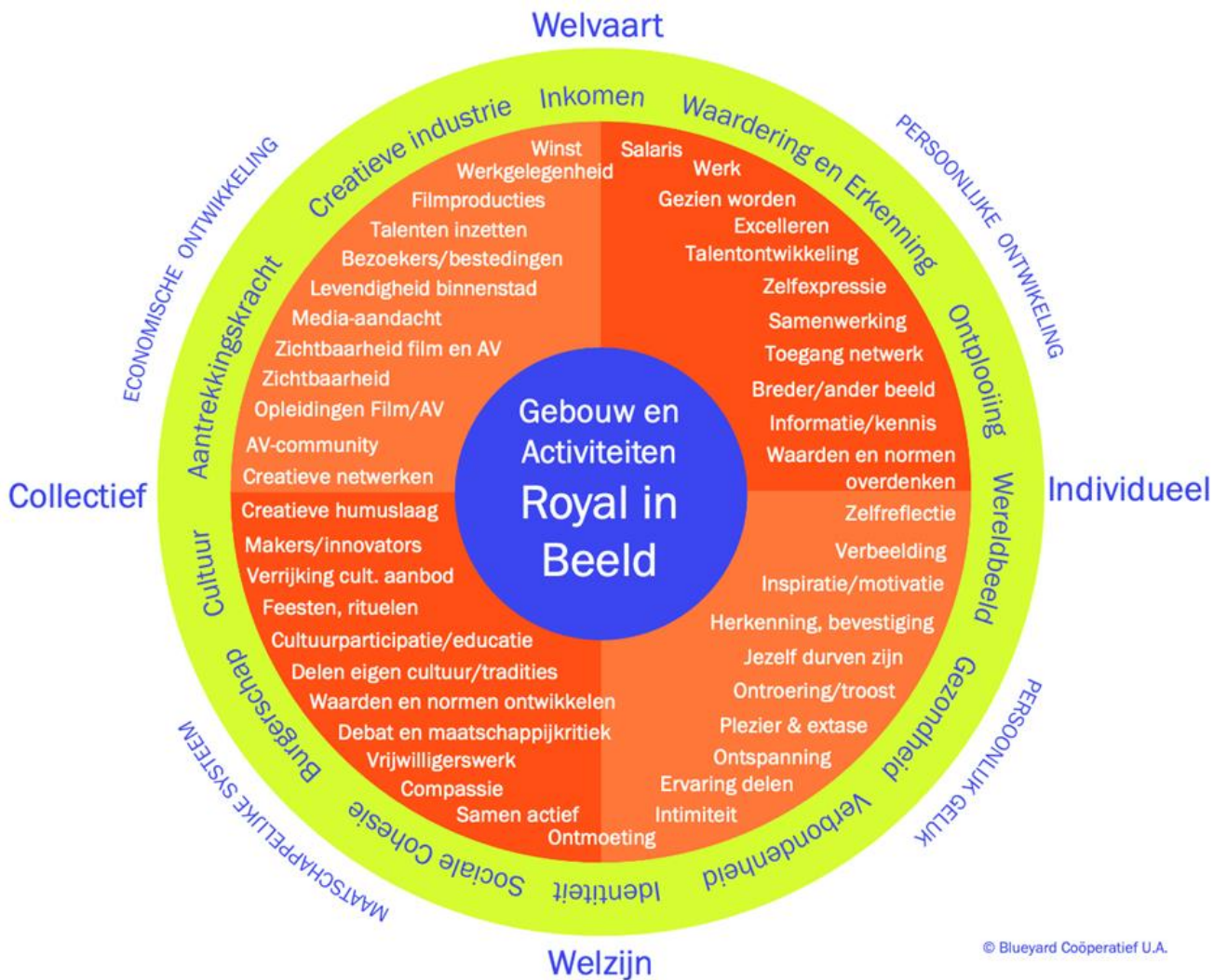
Het plan voor Royal in Beeld begint bij het samenkomen van een heel aantal opgaven en kansen. Opgaven en kansen die juist hier in Heerlen en de omliggende regio actueel en relevant zijn.

1. Als eerste is er een uniek, historisch filmtheater: Theater Royal. Dit monumentale pand, met zijn belangrijke historische betekenis in de stad, is toe aan een grote renovatie en moet een passende bestemming krijgen. Het pand staat voor veel meer dan alleen een bijzondere bioscoop. Voor de inwoners van Heerlen is het een iconisch baken in hun geschiedenis. Mede daarom zet Heerlen zich in om dit pand een betekenisvolle functie te geven en daarmee de binnenstad extra aantrekkingskracht.
2. Ten tweede is er de behoefte om het huidige filmhuis De Spiegel (met nu maar één zaal) flink uit te breiden. De regio Parkstad biedt voldoende potentie voor publiek. In de afgelopen jaren heeft het filmhuis zich sterk ontwikkelt, maar de ruimte is (nog) niet meegegroeid in deze ontwikkeling.
3. Ten derde is er de regionale filmhub CineSud die ambities heeft om haar functie en betekenis uit te breiden – en daarvoor ruimte nodig heeft. CineSud wil in de Euregio een stevige, professionele film- en AV-cultuur (audiovisuele) helpen ontwikkelen, een antwoord op de dominantie van Amsterdam in dit veld, maar vooral een impuls voor de creatieve industrie in de Euregio.
4. Ten vierde is er de ontwikkelambitie van Heerlen. Al geruime tijd investeert de stad juist in cultuur om het leefklimaat, de binnenstad, de economie en de aantrekkingskracht van de stad te versterken.
5. Daarbij komt de wens van zowel de provincie en de regio om juist in hier in Zuid-Limburg – als aanvulling en alternatief voor de sector in de Randstad – de professionele film- en AV-sector te ontwikkelen. Met méér aandacht voor het film- en AV-vak in het regionale hoger onderwijs, en met meer professionals die in dit veld werken en kwaliteitsproducten maken. Daarbij is de samenwerking in Euregio-verband ook een kans.
6. Tot slot is er een meer inhoudelijke urgentie: de beeldcultuur zelf. Het is namelijk met name de beeldcultuur die steeds meer het leven van mensen stuurt, keuzes beïnvloed, opinies vormt, en zo de cultuur van samenleven bepaalt. Beeld zegt meer dan duizend woorden, wordt wel eens gezegd. En zo is het precies, beeld is de grootste influencer in de wereld. En daarmee kunnen we niet genoeg aandacht aan dit fenomeen besteden. Er ligt dan ook een gezamenlijke verantwoordelijkheid om mensen hiervan bewust te maken en hen handvatten te geven om te kunnen omgaan met de nieuwe beeldcultuur waarin we zijn beland.

1.1 Impact in beeld

Er is dus alle reden om letterlijk en figuurlijk ruimte te bieden aan beeldcultuur. Met het plan voor Royal in Beeld hebben we dan ook een grote betekenis op veel gebieden; we doen ertoe; we hebben impact.

In onderstaande 'impactcirkel' laten we schematisch onze impact zien voor het welzijn en de welvaart in de stad en de regio. Daarbij staat in het midden de culturele waarde: onze activiteiten en ons bijzondere gebouw. Daaromheen zien de effecten van onze activiteiten en ons gebouw (de veranderingen die meteen ontstaan, en kort aanhouden). In de buitenste ring zien we de daadwerkelijke impact: wezenlijke veranderingen, die lang aanhouden en die veroorzaakt worden door de effecten.



Wie onze impactcirkel nader bekijkt, ziet dat we op elf verschillende domeinen impact realiseren. En dat willen we ook echt. We willen dat ons werk, ons gebouw, de activiteiten ertoe doen in het leven van mensen: we willen bijdragen aan een gelukkiger en gezonder leven; aan meer sociale cohesie in de stad, maar ook aan de ontwikkeling van de cultuur en de creatieve industrie, juist in dit deel van Nederland; van Europa.

1.2 Missie: waar staan we voor?

De urgenties, de opgaven en onze potentiële impact geven ons een duidelijke reden van bestaan; een opdracht voor de lange termijn; een missie. Met Royal in Beeld willen we letterlijk en figuurlijk ruimte geven aan beeldcultuur in de Euregio. We willen hier zowel ruimte scheppen voor het tonen en beleven als voor het ontwikkelen en het maken van film en andere beeldcultuur. We willen bovendien ruimte geven aan de makers, aan hun denken, aan hun creativiteit. En tot slot beschikken we ook nog eens letterlijk over de benodigde ruimte... Daarom houden we onze missie kort en bondig:

Ruimte voor beeldcultuur

Wij maken film en beeldcultuur toegankelijk voor iedereen. Royal in Beeld is een thuishaven voor film liefhebbers, talent & professionals. Een plek waar AV cultuur bloeit, een plek voor een heerlijk avondje uit, een plek waar je inspiratie krijgt, een plek die werkt.

De corebusiness van Royal in Beeld is het vertonen van cinematografisch en maatschappelijk relevante films en beeldcultuur gekoppeld aan verdieping door middel van randprogramma en filmeducatie. Maar rond die kern biedt Royal in Beeld ruimte aan alle mogelijke vormen van creatieve inhoud die verbonden is met de beeldcultuur waarin we leven.

Ook Virtual Reality (VR) en Gaming vormen onderdeel van de nieuwe beeldcultuur.



De naam Royal

De naam Royal verwijst uiteraard naar het beroemde filmtheater Royal dat in de jaren dertig van de vorige eeuw werd ontworpen door de Limburgse architect van het nieuwe bouwen: Frits Peutz. Het Royal Theater zou tot ver na de sluiting van de mijnen eind jaren 70 voor veel mensen in de stad hun belangrijkste bioscoop blijven.

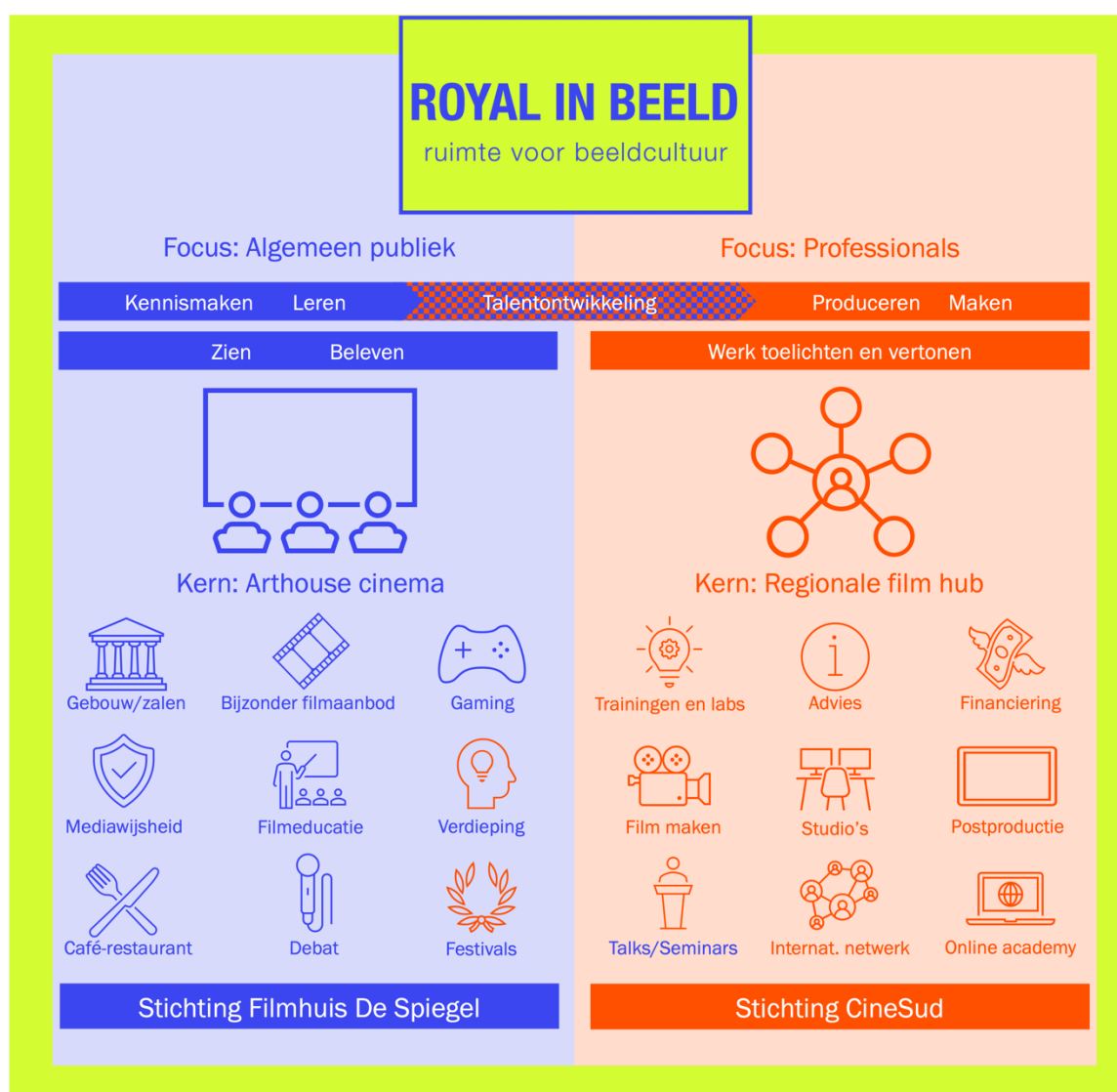
Met de werktitel voor het totaalconcept Royal in Beeld verwijzen we ook naar het royaal ruimte te geven van de hedendaagse beeldcultuur. Van makers hier uit de regio tot de internationale cinema en gaming wereld. We werken daarbij inclusief en bieden een grote mate van diversiteit in beeldcultuur. Ook daarin zijn we royaal.

Met Royal in Beeld zetten we de beeldcultuur in de Euregio op de kaart. En daarmee krijgt Heerlen een nieuwe, bijzondere culturele functie in het hart van de stad.

1.3 De strategie

Om de impact te realiseren waar we voor gaan, bundelt Royal in Beeld een heel aantal functies en activiteiten. Maar in de kern bestaat het nieuwe fenomeen uit twee elementen: een hedendaags veelzijdige arthouse-bioscoop (een filmhuis) en een regionale filmhub. En die dubbelfunctie komt overeen met de twee kernpartners van Royal in Beeld: Filmhuis De Spiegel en CineSud. Daarbij heeft het filmhuis de focus meer op het algemene publiek (inclusief scholieren) en CineSud heeft meer de focus op de (film- en AV-)professional.

We zetten de aandachtsgebieden en activiteiten in één schema (zie hieronder).



In dit businessplan wordt voornamelijk uitgegaan van de activiteiten van Stichting Filmhuis De Spiegel (de blauwe linkerzijde van het schema). De activiteiten van CineSud worden door de organisatie zelf bekostigd uit subsidies en activiteit-gebonden inkomsten.

Stichting Filmhuis De Spiegel is penvoerder en primaire exploitant in dit businessplan. In sommige projecten (zoals bij festivals en verdiepende programmering) wordt nauw samengewerkt met (o.a.) CineSud.

1.4 Vier exploitatie-elementen in dit businessplan

De verschillende onderdelen van Royal in Beeld beïnvloeden, stimuleren en versterken elkaar. Samen vormen ze een sterk geheel. In dit businessplan spelen twee inhoudelijke en twee commerciële elementen een cruciale rol voor de exploitatie. We stippen ze hier kort aan, maar lichten ze in de komende hoofdstukken nader toe.

1.4.1 Royal Cinema

In de nieuwe Royal kunnen activiteiten van het filmhuis zowel in kwantiteit als kwaliteit uitgebreid worden. Door de bouw van twee extra zalen worden er niet alleen méér films geprogrammeerd maar ontstaat er ook meer ruimte voor meer verdiepende en contextuele programmering. Royal Cinema zal zich ook gaan richten op het programmeren van andere aspecten van het audiovisuele spectrum zoals animatie, gaming, e-sports, virtual reality etc. Daarbij wordt er nadrukkelijk de verbinding gezocht met subculturen of bijvoorbeeld bewoners uit stadsdelen met een lagere participatie in cultuur, zoals Heerlen Noord. Programmeren kan door middel van het vertonen van films en documentaires, maar ook door het organiseren van debat, inleidingen, Q&A's, of thema-avonden.

1.4.2 Royal Studio's

Royal in Beeld wordt ingezet als dé plek voor het maken van AV-beeldcultuur in de regio door de verhuur van ruimtes voor AV-professionals. De werkplekken aan de overkant van het pand aan de Parallelweg zullen ruimte bieden aan AV professionals uit de regio. Er zullen onder andere medialabs en editruimtes worden ingericht. In de nieuwe Royal is er vervolgens ruimte in de grote zaal voor colorgrading, test screenings. Ook in de kleine zaal zullen postproductie activiteiten kunnen plaatsvinden. De studios in het theater zijn een podcast studio en een creatieve werkruimte. Bovendien is de frontoffice van CineSud in het theater en houdt men hier kantoor. Royal in Beeld wordt hiermee een talent hub op gebied van film.

1.4.3 Royal Food & Drinks

Het nieuwe Royal concept geeft bewust de nodige ruimte aan Food & Drinks. Het horeca-concept is ondersteunend aan het filmhuis (zowel voor de filmbezoekers als ook voor het ondersteunen bij evenementen) en brengt de bezoeker een compleet avondje uit. Het restaurant richt zich ook op de externe bezoeker. Het aanbieden van een lunch of diner aan bezoekers die naar de film gaan maar ook die alleen voor een hapje eten komen is essentieel voor het concept van Royal in Beeld. Daarom krijgt Royal Food & Drinks een uniek karakter waarmee de potentiële bezoekers verleid kunnen worden.

Het staat vast dat andere filmhuizen in Nederland veel baat hebben bij het feit dat zij een restaurant-functie hebben. Het aanbieden van een compleet avondje uit waarbij vóór of na de film wat gegeten kan worden heeft een positief effect op de bezoekersaantallen. Filmhuis Lumière in Maastricht schat in dat het hebben van een horecagelegenheid ongeveer 20% meer bezoekers voor de film oplevert. Ook andere filmhuizen bevestigen deze inschatting.

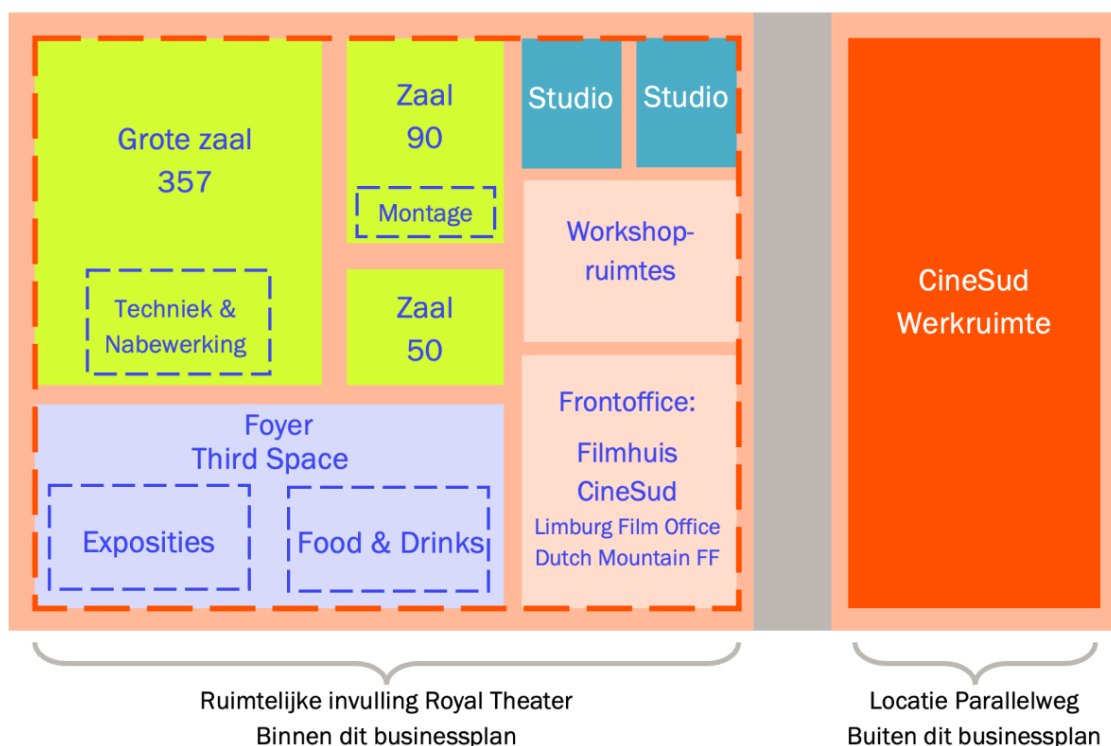
1.4.4 Evenementen en verhuur

Tot slot maakt ook het ruimte bieden aan derde partijen een belangrijk onderdeel uit van dit businessplan. Door de ruimtes van Royal in Beeld te voor evenementen en bijeenkomsten, realiseren we een belangrijke extra bron van inkomsten. Maar misschien wel belangrijker, met het bieden van die ruimte, bieden we spelers in de stad en regio de kans om ook te profiteren van het bijzondere gebouw dat we hier in Heerlen samen realiseren. Denk bij verhuur aan bijvoorbeeld verhuur aan het onderwijs (colleges of seminars), bedrijfspresentaties,

maatschappelijk, een stadsdebat. Maar ook bij verhuur zullen we de verbinding proberen te leggen met het DNA van Royal: de beeldcultuur.

1.5 Benodigde ruimte

Zoals we in de samenvattende inleiding al aangaven, laat de ruimtelijke vertaling van de vier exploitatie-elementen zich vertalen in onderstaande schets van de ruimtebehoefte.



Er zijn straks drie **filmzalen**. Uiteraard de monumentale grote zaal van Theater Royal, maar ook nog twee kleinere zalen. In de grote en in één van de kleinere zalen worden **technische faciliteiten** gerealiseerd waardoor deze zalen in de publieke ‘daluren’ te gebruiken zijn door film, game en andere AV-professionals uit de stad en de regio. Maar ook door studenten (opleidingen) en starters in de filmwereld. In de zalen kunnen zij hun werk op echt scherm ‘afmonteren’ of ‘nabewerken’.

Daarnaast biedt Royal in Beeld bescheiden **studio's** waarin de audiovisuele verhalenmakers kunnen werken. Bijvoorbeeld een podcaststudio (opname) en een montagestudio. Het gebouw wordt zo ontwikkeld dat er op verschillende plekken (semi-open) ruimtes zijn voor activiteiten, zoals **workshops** of kleinschalige onderwijsactiviteiten.

Royal in Beeld wordt ook het thuis van belangrijke film-partners. Want behalve het kantoor van het Filmhuis, is Royal straks ook voor CineSud, Limburg Film Office en Dutch Mountain Film Festival de **frontoffice**; het bezoekadres. Daarmee krijgt het gebouw de bewoners die naadloos aansluiten op de inhoud. Ze *zijn* de beeldcultuur!

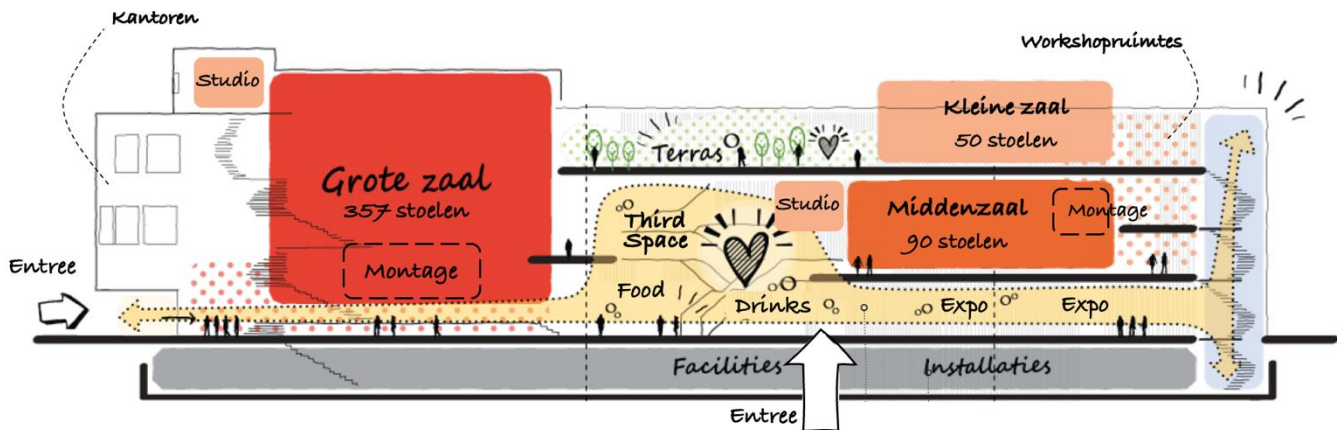
Vanwege de toch nog beperkte ruimte in het Royal-gebouw, betreft CineSud aan de overkant van Royal, aan de Parallelweg, een pand voor haar ‘backoffice’ en werkruimtes.

Tot slot – maar niet in de laatste plaats – is Royal in Beeld een plek waar je als inwoner van Heerlen graag komt. Een huiskamer van de stad, of met een Engelse term: a **third space** (naast

thuis en werk). Je komt hier om elkaar te ontmoeten, om te ontspannen, even wat te eten, een beetje te studeren. In deze third space is er ook ruimte voor exposities en kleine presentaties.

1.6 Voorlopig ontwerp

Architectenbureau Mecanoo (van Francine Houben, die ook onder meer het nieuwe stads kantoor ontwierp) heeft een voorlopig ontwerp ontwikkeld voor het nieuwe Royal Theater. Dat voorlopige ontwerp begint met een schets op basis van de ruimtebehoefte:



Vervolgens is de schets uitgewerkt in een voorlopig ontwerp. Dit ontwerp wordt op het moment van schrijven op onderdelen nog iets aangepast. Maar onderstaand beeld geeft een aardige impressie van hoe het vernieuwde Royal Theater eruit gaat zien. Met een aanbouw aan de achterkant, waarin behalve de twee zalen ook onder andere de *third space* en de horeca is opgenomen.



Beeld: Mecanoo Architecten

2 Royal Cinema

2.1.1 Wat is en doet het filmhuis De Spiegel?

Filmhuis De Spiegel is al zo'n vijftig jaar actief in Heerlen. Het is behalve een arthouse bioscoop vooral ook een levendige culturele ontmoetingsplek die optimaal verankerd wil zijn in haar omgeving, een relatie aangaat met de stad en haar inwoners. Het filmhuis presenteert een veelzijdige programmering van kwaliteitsfilms. Filmhuis De Spiegel verbindt mens, film en stad en fungeert als kompas in de wereld van bewegend beeld.

Filmhuis De Spiegel brengt verdieping met workshops, debatten, lezingen en educatieve voorstellingen. Ze geeft inzicht in de filmgeschiedenis, de huidige media- en beeldcultuur en de achterliggende technieken. Vraagstukken en problemen die actueel zijn in de stad en regio zet De Spiegel op haar agenda. Deze krijgen een plaats binnen diverse programma's.

Sinds 2019 heeft De Spiegel haar onderkomen in Theater Royal. De grote zaal van het theater heeft plek voor in totaal 357 bezoekers. Dat is veel voor een filmhuis-zaal.

In de nieuwe Royal kunnen activiteiten zowel in kwantiteit als kwaliteit uitgebreid worden. Door de bouw van twee extra zalen worden er niet alleen méér films geprogrammeerd maar ontstaat er ook meer ruimte voor meer verdiepende en contextuele programmering. Programmering gericht op andere aspecten van het audiovisuele spectrum zoals animatie, gaming, e-sports, virtual reality etc. Daarbij wordt er nadrukkelijk de verbinding gezocht met subculturen of bijvoorbeeld bewoners uit light-user stadsdelen zoals Heerlen Noord.

Programmeren kan plaatsvinden door middel van het vertonen van films en documentaires, maar ook door het organiseren van debat, inleidingen, Q&A's, of thema-avonden.



First-run / second-run

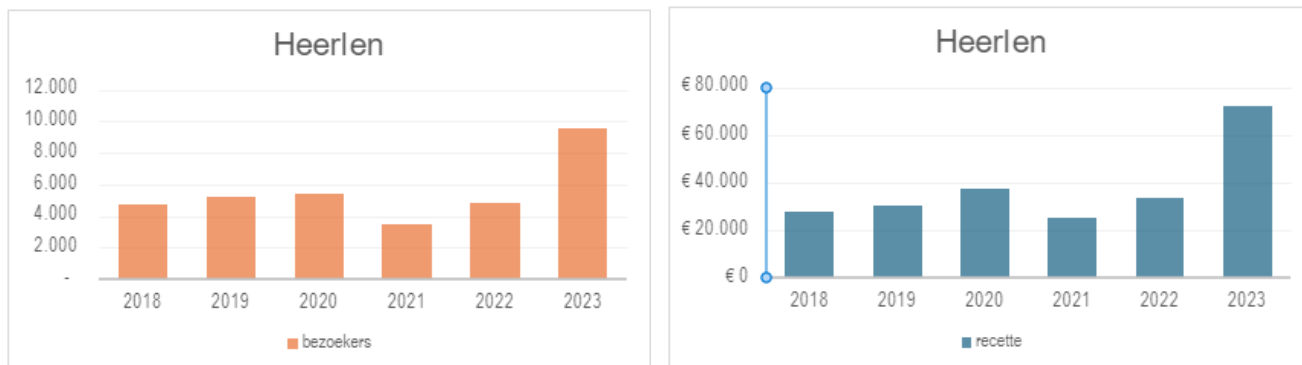
Op dit moment heeft Filmhuis De Spiegel één filmzaal met veel stoelen, namelijk 357. Maar doordat er maar één zaal is, is het filmaanbod beperkt. Belangrijker is echter dat het filmhuis daardoor tot de zogenaamde 'second-run theaters' behoort. Deze theaters zijn commercieel oninteressant voor filmdistributeurs, zodat zij ervoor kiezen om nieuwe films hier niet in première te laten gaan (geen first run). Gevolg daarvan is dat nieuwe films pas na een aantal weken vertoond kunnen worden waardoor een groot deel van het potentiële publiek de film al elders gezien heeft.

Met de komst van twee extra filmzalen met een capaciteit van 90 en 50 stoelen, komt het totaal op drie filmzalen waardoor films vaker en langer vertoond kunnen worden. Daarmee wordt de positie van Royal in Beeld ten opzichte van de distributeurs aanzienlijk verbeterd en kunnen er premièrefilms vertoond worden. Naast het feit dat drie zalen per definitie meer bezoekers trekt heeft het vertonen van de nieuwste films ook een aanzienlijk effect op het bezoekersaantal.

Filmhuis De Spiegel is op dit moment een kleine organisatie die in hoge mate afhankelijk is van de inzet van een trouwe schare vrijwilligers (zie ook hoofdstuk organisatie).

2.2 Bezoekersontwikkeling

De bezoekersaantallen van 2018 (laatste jaar Schunk), en 2019-2023 (Royal) laten het volgende beeld zien:



Net als de meeste filmhuizen in het land, maakt ook Filmhuis De Spiegel de laatste jaren een duidelijk groei door. Wanneer er meer zalen waren geweest, was deze groei aanzienlijk sterker geweest.

In de tabel hierboven zien we een daling in 2021 en 2022. Deze heeft uiteraard te maken met de coronapandemie. De cijfers van 2023 laten een sterke stijging van het aantal bezoekers zien. Daarmee volgt Filmhuis De Spiegel de landelijke trend waarbij in 2023 het corona-herstel is afgerond. In dat jaar werden er ongeveer 12.500 filmtickets verkocht. Het aantal gebruikers van de Royal lag nog veel hoger, namelijk op 22.500.

Mede op basis van landelijke trends en benchmarks, zien we echter een stevige potentie van Royal in Beeld voor wat betreft bezoekersaantallen. De cijfers laten zien dat er veel meer potentieel in Heerlen en de regio zit dan dat we nu kunnen bedienen. De verwachte groei onderbouwen we hieronder.

Aantal vertoningen

Filmzaal	Stoelen	Ma	Di	Wo	Do	Vrij	Za	Zo	Per week
Filmzaal 1	360	1	1	2	3	3	4	4	18
Filmzaal 2	90	2	2	2	4	4	4	4	22
Filmzaal 3	50	2	2	2	4	4	4	4	22
Totaal	540	5	5	6	11	11	12	12	62

2.2.1 Ontwikkelingen

Om een realistische inschatting te maken van de te verwachten bezoekers hebben we onderzoek gedaan en een benchmark uitgevoerd (zie ook bijlage). Over landelijke bezoekcijfers en filmtheaterbezoek weten we (bron: bioscoopmonitor NVBF):

- Het bezoek in 2023 was landelijk 31,6M, dit was een stijging van 27% t.o.v. 2022. Toch is dit nog steeds 14% lager dan tijdens de pre-corona periode (2017-2019). Nederland is dus bijna, maar nog niet helemaal hersteld.
- In 2023 kwamen er 15 doeken bij in Nederland. Dit bracht het gemiddelde op 5,4 doeken per bioscoop. Het aantal stoelen per zaal neemt al jaren af en zit nu op 155 (algemeen en 102 per doek voor filmtheaters).
- In 2023 bezocht 14% van de Nederlandse bevolking een filmtheater. Dit zijn ruim 2,2 miljoen bezoekers. Dit is gelijk aan het pre-corona jaar 2019.
- Over het algemeen zijn bezoekers van filmtheaters vaker hoger opgeleid en gepensioneerd dan de totale groep bioscoopbezoekers. De gemiddelde leeftijd is hoger en ze gaan iets vaker naar de film dan bezoekers van een commerciële bioscoop.
- Bereik en bezoekfrequentie: mensen uit stedelijke gebieden gaan vaker naar de bioscoop dan mensen uit landelijke gebieden.

De cijfers van 2023 zijn het meest representatief als eerste volledige post-corona jaar. 2019 (het laatste pre-corona jaar) is ook een goed vergelijkingsjaar, maar was in veel opzichten een uitzonderlijk goed bioscoopjaar. Bioscopen en filmtheaters verkochten samen 38 miljoen tickets. Dat is niet alleen een forse stijging ten opzichte van 2018 (+6,4%), maar ook het beste resultaat sinds 1964. Deze grote stijging in bezoek was zowel bij bioscopen als filmtheaters zichtbaar. Ook 2023 was met onder andere Barbie en Oppenheimer een uitzonderlijk goed bioscoopjaar. Toekomstprognoses moeten dus met enige voorzichtigheid geformuleerd worden. Voor de volledigheid hebben we een benchmark uitgevoerd voor de jaren 2018-2023.



2.3 Benchmark met Amersfoort, Den Bosch en Zwolle

Voor een uitgebreidere analyse zijn Amersfoort, 's-Hertogenbosch en Zwolle met Heerlen vergeleken. De volledige analyse vindt u in de bijlage. Als criteria voor de benchmark zijn gehanteerd:

1. verzorgingsgebied met 125.000 - 175.000 inwoners;
2. één commerciële bioscoop / multiplex of commercieel arthouse aanwezig;
3. één filmtheater en geen ander (commercieel) arthouse aanwezig;
4. weinig of geen HBO en WO opleidingen

2023

	Amersfoort	Den Bosch	Zwolle	gem.	Heerlen	Parkstad
inwoners	160.902	160.740	132.441	151.361	87.122	255.000
bioscoop bezoek	691.554	567.448	644.397	634.466	48.682	366.256
filmtheater bezoek	72.212	162.932	55.325	96.823	9.604	9.604
aantal filmtheaterschermen	3,0	5,0	2,0	3,3	1,0	1,0
bezoek filmtheater per scherm	24.071	32.586	27.663	29.047	9.604	9.604
filmtheaterbez. als % van inwoners	45%	101%	42%	64%	11%	4%
filmtheaterbez. als % van bios.bez.	10%	29%	9%	15%	20%	3%

Wat opvalt

- Heerlen scoort in de benchmark relatief laag als filmstad (366.000 bezoeken ten opzichte van 635.000 bezoeken in de vergeleken steden)
- Filmhuis De Spiegel scoort relatief laag op bezoek filmtheater per scherm (10.000 t.o.v. 30.000 per scherm).

De benchmark laat zien dat Heerlen en de regio Parkstad duidelijk de potentie hebben om te stijgen in filmtheaterbezoek. Het gemiddeld aantal inwoners per scherm ligt namelijk lager dan het landelijk gemiddelde. Verder ligt de kaartprijs lager dan in de andere steden, deze kan ondanks het lagere inkomenspeil in Limburg wel iets stijgen.

Van de drie steden is het gemiddelde filmtheaterbezoek per scherm 29.000, dit zou neerkomen op een potentie van 87.000 bezoekers per jaar. Dit is voor Heerlen iets te kort door de bocht, want de stad is kleiner dan de vergeleken steden en Parkstad wijkt op sociaal-demografisch gebied af ten opzichte van de andere benchmark-steden. Wanneer we kijken naar filmtheaterbezoek als percentage van het aantal inwoners is het logischer te kijken naar de stad Heerlen. De potentie is dan bijna 56.000 bezoeken. Als we kijken naar filmtheaterbezoek ten opzichte van het totale bioscoopbezoek, is het logischer om naar heel Parkstad te kijken. Maar ook dan komt het potentieel boven de 50.000 bezoeken uit: zo'n 55.000 bezoeken per jaar.

Potentieel aantal filmbezoekers Royal in Beeld per jaar

scenario 64% van inwoners = aantal filmtheaterbezoekers	
Heerlen (87.122 inwoners)	55.758
Parkstad (255.000 inwoners)	163.200
scenario 15% van bioscoopbezoek = aantal filmtheaterbezoekers	
Heerlen (48.682 huidig bioscoopbezoek)	7.302
Parkstad (366.256 huidig bioscoopbez.)	54.938

2.3.1 Conclusies groei bezoekersaantallen

Zowel het huidige bezoekersaantal dat gerealiseerd wordt met 1 zaal, de landelijke cijfers op het gebied van filmhuisbezoeken, als ook de uitgevoerde benchmark laten zien dat er ruimte is in Heerlen en Parkstad voor een filmhuis met drie zalen.

Wetende dat de verschillende onderzoeken een potentieel laten zien van gemiddeld zo'n 55.000 bezoeken, kunnen we stellen dat het potentiële bezoekersaantal in Heerlen tussen de 40.000 tot 70.000 bezoekers ligt. Wanneer we extra rekening houden met een lager gemiddeld inkomen in de regio, en ook het opleidingsniveau van de populatie, is het verstandig om aan de onderkant van deze bandbreedte te gaan zitten.

Daarom gaan we in onze verdere berekeningen in dit Businessplan uit van 45.000 bezoeken per jaar. Dat is jaarlijks een bescheiden 15.000 bezoeken per scherm. Er zal wel een groeiperiode aan vooraf gaan, maar het potentieel is er. Wat verder zal bijdragen aan de groei van bezoekers is:

Marketing

Tot op heden is onvoldoende ruimte geweest voor het opzetten van een professionele marketing- en communicatiestrategie. Hierdoor is het nog relatief onbekend dat Filmhuis De Spiegel gehuisvest is in het Royal Theater. Door het ontbreken van deze strategie is het benaderen van potentiële filmbezoekers, het vergroten van de zichtbaarheid van het filmhuis en cultureel ondernemerschap onderbelicht geweest. Met goede gerichte marketing is letterlijk en figuurlijk ongelooflijk veel winst te behalen.

Samenwerkingen

Het veel meer inzetten op duurzame maar ook incidentele samenwerkingen met lokale en regionale partijen biedt ontzettend veel kansen. Daarbij kan gedacht worden aan samenwerkingen met het bedrijfsleven in Parkstad (kortingsacties, combitickets etc.), de horeca in Heerlen (gedeelde evenementen) en andere maatschappelijke of culturele organisaties.



Beeld: Mecanoo Architecten

3 Royal Studio's

Onder de titel Royal Studio's biedt Royal in Beeld ruimte en faciliteiten aan de maker; de filmmaker en andere creatieven. Royal Studio's biedt in belangrijke mate ook ruimte voor het aanstormende talent en de nieuwe generatie makers. En binnen Royal Studio's is er ruimte voor filmeducatie en andere ondersteunende activiteiten op filmgebied. De ruimte die Royal in Beeld biedt, is daarmee zowel fysiek als inhoudelijk.

Limburg ontwikkelt zich meer en meer als een belangrijke speler op audiovisueel gebied en Royal in Beeld ziet het als haar rol en missie om daar ook een bijdrage aan te leveren. Door het aangaan van samenwerkingen, als faciliterende partij op te treden voor jonge makers, studenten en filmprofessionals kan deze rol ingevuld worden.



De audiovisuele sector krijgt vaste grond onder de voeten in Limburg. Beeld: Al.

3.1.1 Ruimte en faciliteiten voor CineSud

Belangrijkste partners in deze ontwikkeling zijn CineSud en daaraan gekoppeld het Limburg Film Office. CineSud fungeert inmiddels al tien jaar als *talent hub* voor filmmakers. Door CineSud worden met name studenten en young professionals verder opgeleid, gefaciliteerd en ondersteund. De stichting heeft sinds 2013 kantoorruimte in Heerlen, maar heeft niet de beschikking over een eigen thuis, waar het (nieuwe) makers kan faciliteren en bedienen en van waaruit activiteiten kunnen worden georganiseerd voor, door en met filmmakers.

Voor CineSud is Royal in Beeld een locatie waar minimaal de volgende functies kunnen worden gefaciliteerd/uitgevoerd voor (nieuwe) makers (en het filmveld):

1. (pre-)productionele faciliteiten, zoals vergader- en repetitielocatie(s)
2. post-productionele faciliteiten, zoals edit-, color- en sound-suite(s)
3. eigen vertoningsfaciliteit
4. workshoplocatie(s) - vaste (kleine tot medium) netwerkklocatie en huiskamer voor film(makers) binnen de bestaande ruimtes

CineSud zal testscreenings en premières organiseren van producties, maar ook festivals en grotere evenementen. Verder valt te denken aan conferenties en netwerkbijeenkomsten.

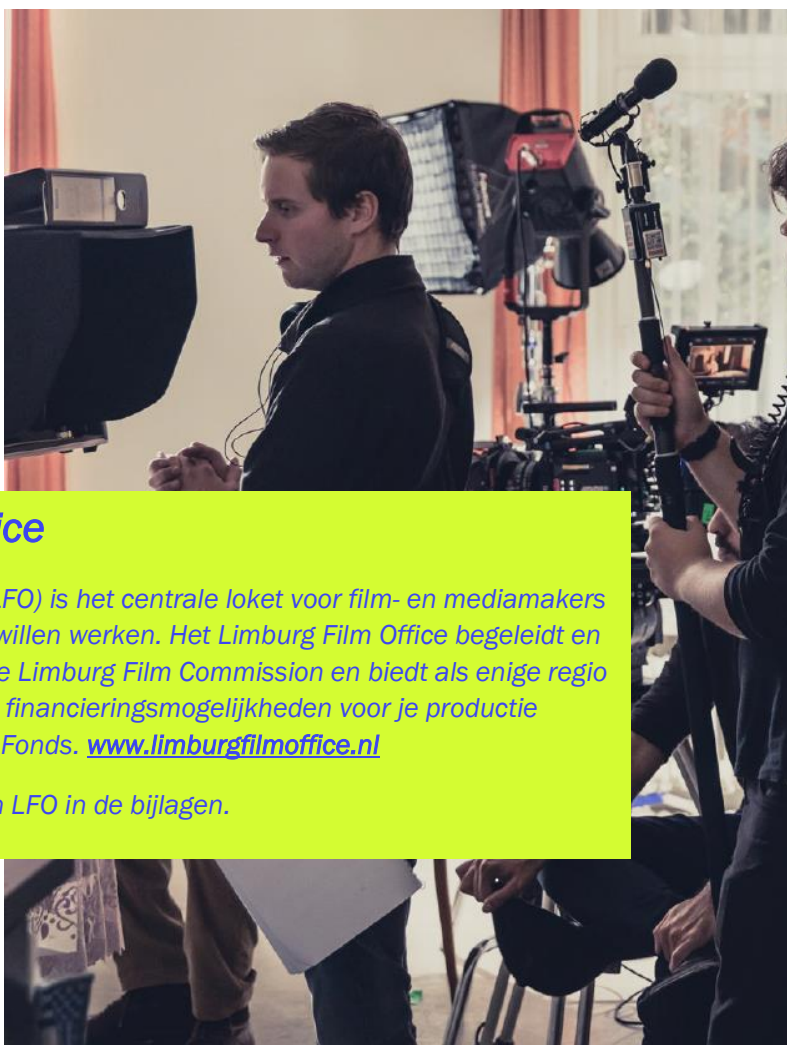
Er wordt gezocht naar een zo optimaal mogelijke indeling van de nieuwbouw en het faciliteren met o.a. horeca om zo veel mogelijk van de wensen van CineSud te faciliteren.

In de nieuwbouw komt er ruimte voor:

- kantoorunits voor CineSud
- workshops en educatieve activiteiten (in bestaande ruimtes)
- een voorvertoningszaal/post-productieruimte
- colorgrading en andere av-gerelateerde activiteiten (in de grote zaal)
- een podcaststudio

3.1.2 Ruimte voor Limburg Film Office

Het Limburg Film Office heeft aangegeven graag haar thuis in Royal te maken. Hiermee krijgt Royal in Beeld een relevante aanvulling met veel mogelijkheden voor samenwerking en kruisbestuiving binnen haar muren.



Limburg Film Office

Het Limburg Film Office (LFO) is het centrale loket voor film- en mediamakers die in Limburg werken of willen werken. Het Limburg Film Office begeleidt en ondersteunt makers via de Limburg Film Commission en biedt als enige regio in Nederland aanvullende financieringsmogelijkheden voor je productie middels het Limburg Film Fonds. www.limburgfilmoffice.nl

Lees ook de factsheet van LFO in de bijlagen.

4 Royal Food & Drinks

Essentieel onderdeel van het Royal in Beeld is een volwaardige, unieke en bij het concept passende horecagelegenheid. Een sterke horeca dient meerdere doelen:

1. De mogelijkheid tot **het bieden van een avondje uit** voor de filmbezoeker. Op dit moment is dat niet mogelijk. Uit onze rondgang langs andere filmhuizen die recentelijk de transitie maakten naar filmhuis mét restaurant-functie is duidelijk geworden dat het bezoek aantoonbaar is gestegen. De verwachting is dat door het kunnen aanbieden van lunch en/of diner het aantal filmbezoeken met 20% zal doen stijgen.
2. **Extra exploitatie inkomsten voor** Royal in Beeld. De verwachting is dat een goedlopende horecagelegenheid financieel een nettoresultaat zal kunnen bewerkstelligen. De verdien capaciteit zal relevant zijn voor de totale exploitatie van Royal in Beeld.
3. Het **aantrekkelijker maken van één van de entrees van Heerlen**. Een unieke horecagelegenheid met grootstedelijke uitstraling kan daar een belangrijke bijdrage aan leveren.
4. **Catering ondersteuning bij verhuur en evenementen**. De zalen, en met name de grote zaal zal regelmatig worden ingezet als evenementenlocatie. Daarbij kan gedacht worden aan conferenties, bedrijfspresentaties, en natuurlijk culturele evenementen. Dit gaat vaak gepaard met catering. Een zelfstandige keuken kan de gewenste catering faciliteren en externe inhuur is dan niet meer nodig.

De vierkante meterprijs voor de horeca zal marktconform zijn. Tevens is er het voornemen om de horeca exploitatie in een aparte juridische entiteit onder te brengen. Op die manier wordt er voorkomen dat er eventueel sprake is van oneerlijke concurrentie met andere horeca in de (binnen)stad.



Voorbeeld: het café van arthouse LUX Nijmegen. Foto: Café LUX

4.1 Marktanalyse

De regionale markt voor horeca is niet makkelijk. Ook liggen de inkomens en gemiddelde bestedingsruimte in de regio Parkstad lager dan het landelijke gemiddelde. Daarom is ervoor gekozen om een horeca-analyse te laten uitvoeren door extern bureau Van Spronsen & Partners. Zij zijn gespecialiseerd in het uitvoeren van waardebeoordelingen, levensvatbaarheidschecks, haalbaarheidsstudies en marktanalyses op het gebied van horeca.

Van Spronsen & Partners heeft de uitgangspositie beoordeeld (bereikbaarheid, filmhuisbezoek, imago, passantenstroom etc.), een analyse van de marktpositie en concurrentie gemaakt, kansrijke product-marktcombinaties geïnventariseerd, kansrijke conceptrichtingen bepaald en een financiële doorrekening met omzetprognose opgesteld. De belangrijkste uitkomsten van het onderzoek worden hieronder beknopt weergegeven. De volledige analyse is opgenomen als bijlage.

Bij de kwantitatieve marktanalyse wordt er vooral cijfermatig gekeken naar de omgeving. Wat is de verhouding tussen het aantal restaurants en het aantal inwoners? Wat voor restaurants zijn dat en waar liggen dus mogelijkheden? Wat is de oppervlaktedichtheid? Er is gekozen om Heerlen af te zetten tegen Parkstad, vergelijkbare gemeenten in Limburg (Venlo, Roermond, Sittard-Geleen) en de provincie Limburg zelf. De analyse geeft aan dat er ruimte is voor uitbreiding van het restaurantaanbod. Veel keukenrichtingen zijn vertegenwoordigd, daarom is de noodzaak voor een onderscheidend concept groot.

Bij de kwalitatieve marktanalyse is gekeken naar de kwaliteit van de bestaande restaurants in Heerlen om zodoende de concurrentie en kansen in te schatten. Deze analyse laat zien dat er ruimte in de markt is omdat er niet veel restaurants in Heerlen zijn met een hoge uitstraling, aantrekkelijk interieur en uniek karakter. Het advies is dan ook om Royal Food & Drinks een dusdanig unieke, grootstedelijke en vernieuwende uitstraling te geven zodat het daadwerkelijk een nieuwe hotspot in Heerlen kan worden. Daarbij wordt aangeraden om geen concessies te doen in deze uitstraling omdat dat een groot deel van het succes bepaalt. Daarbij kan onder andere gedacht worden aan de inrichting, de menukaart en het totaalconcept.

De doelgroep die de horeca het meest bezoekt is de leeftijdsgroep tussen de 25 en 65 jaar. Deze groep is in Heerlen en Parkstad vergelijkbaar met Nederland vertegenwoordigd. Daar tegenover staat dat het inkomensniveau in Heerlen lager ligt dan het gemiddelde. Dit heeft uiteraard een negatief effect op de horecavraag.

Toch maakt de analyse ook duidelijk dat, met de weinig diverse en onuitgesproken markt in Heerlen, er ruimte is voor een nieuw horecaconcept met de volgende conceptrichtlijnen:

- een concept dat aansluit bij het verleden en de toekomst van Royal in Beeld
- een concept met een hoogwaardige uitstraling en/of opvallend interieur
- een concept met een (enigszins) afwijkende kaart
- een concept dat een toegankelijk prijsniveau heeft, maar waar ook de optie is om wat meer te besteden

Het uiteindelijke concept zal goed moeten aansluiten bij het hoofddoel van Royal in Beeld. Naast dat de interne markt bediend wordt (filmbezoekers) zal er vooral ook ingezet moeten worden op bezoekers die alleen voor de horeca komen. Alleen op die manier is een horecagelegenheid haalbaar.

4.2 Verwacht bezoekersaantal voor horeca

Onderstaande tabel laat zien dat het totaal aantal bezoekers geschat wordt op ongeveer 22.500 per jaar (werkelijk aantal bezoeken).

	Heerlen	Parkstad	Totaal
Inwoners	86.832	169.382	256.214
Gemiddelde bezoekfrequentie	14	14	14
Aantal restaurants	60	83	143
Theoretisch marketshare bezoek	12.764	18.999	31.763
Werkelijk aantal bezoeken	14.041	8.550	22.591

4.3 Exploitatievormen

Er zijn meerdere opties om het toekomstig restaurant te organiseren. De opties zijn als volgt:

1. **Verhuur aan externe partij (horecaondernemer):** Royal in Beeld krijgt maandelijks huurinkomsten. Meest simpele exploitatievorm en vergt geen investeringen.
2. **Verpachten aan externe partij:** hierbij investeert het filmhuis in de inrichting, het concept en alle inventaris en komt er een externe partij die het bedrijf exploiteert. het risico bestaat dat het merk wordt afgerekend op slechte prestaties van de pachter. Eenvoudige exploitatievorm om uit te voeren.
3. **Joint venture:** het filmhuis richt samen met een cateraar of horecaondernemer een joint venture op, oftewel een nieuwe BV. In deze constructie moet worden afgestemd wie wat investeert. Dit is een gunstige situatie voor het merk Royal in Beeld maar wellicht wel lastig uitvoerbaar met het huidige team.
4. **Horeca in eigen beheer uitvoeren:** Meest ingewikkelde vorm wat betreft uitvoering met het hoogste risico, vergt investeringen.

Er moet een afweging worden gemaakt tussen deze constructies. Weegt het afbreukrisico bij slechte prestaties zwaar (risico bij verpachten), de verdienmogelijkheid (het best bij alles zelf doen), of de zeggenschap over de vorm en concept van de horeca (verpachten)? En hoeveel expertise heeft de organisatie om alles in eigen beheer uit te voeren?

Als aanvulling op dit advies zijn er gesprekken gevoerd met Filmhuis Lumière, Filmtheater Focus (Arnhem) en Filmhuis Bussum die allen de horeca in eigen beheer hebben. Al deze filmhuizen geven aan het in eigen beheer hebben van de horeca te prefereren boven de andere mogelijke constructies. Zij tonen ook aan dit te kunnen. Inhoudelijk (kaart, uitstraling, programma) en financieel wegen de voordelen op tegen de risico's.

De winsten voor de cinema kunnen geoptimaliseerd worden en de zeggenschap over het restaurant wordt niet uit handen gegeven. Daarmee bestaat namelijk het risico dat de commerciële belangen van een huurder botsen met de belangen van het filmhuis dan wel het concept Royal. Ten aanzien van deze businesscase zal er gerekend worden met het in eigen beheer nemen van de horeca. Daarmee wordt niet gezegd dat dit ook de definitieve keuze gaat worden.

5 Verhuur en evenementen

Een belangrijk elementen van het businessmodel van Royal in Beeld wordt ingevuld door Royal te verhuren aan derden die hier eigen activiteiten en projecten realiseren. Dat kunnen partijen zijn uit de creatieve sector, maar ook uit het (hoger)onderwijs, maatschappelijke organisaties of het bedrijfsleven.

De grote, monumentale Royal-zaal is met zijn ruim 350 stoelen in de meeste gevallen te groot voor een regulier filmhuis. Het zal niet vaak voorkomen dat de zaal vol zit tijdens een reguliere voorstelling. De zaal leent zich echter wel goed als locatie voor culturele evenementen – en voor incidenteel verhuur aan derden.

5.1.1 Evenementen binnen de beeldcultuur

De evenementen die Royal in Beeld de ruimte biedt, betreffen als eerste culturele evenementen op het gebied van film en beeldcultuur, zoals filmfestivals (bijvoorbeeld het reeds bestaande Dutch Mountain Film Festival), film premières en specifieke vertoningen waarbij er wordt samengewerkt met interne partners zoals CineSud en Limburg Film Office, maar ook externe partners zoals bijvoorbeeld de Brightlands SSC, het Discovery Museum en Schunck.

De tweede focus zijn evenementen die binnen het concept Royal in Beeld passen. Denk aan evenementen op het gebied e-sports en games. Deze gaming en e-sports-markt is wereldwijd de omzet van film al voorbij. De gamingsector is echter nog relatief onontgonnen in onze regio en daarom zal Royal in Beeld, ook in het kader van talentontwikkeling hierop inzetten. Royal in Beeld verbindt zich met netwerken en communities in de gamingwereld om zodoende duurzame binding met deze specifieke doelgroep te krijgen. Hiervoor wordt een ervaren eventmanager aangetrokken.

Cultuur in Beeld zal zich collegiaal opstellen binnen het culturele veld van Heerlen en haar faciliteiten – als dat gewenst en mogelijk is – ook openstellen voor andere culturele disciplines en activiteiten zoals kleinschalig theater, muziek, of debat. Maar in essentie is Cultuur in Beeld een huis voor beeldcultuur en kunnen de andere culturele disciplines op locaties elders in de stad terecht.

5.1.2 Verhuur

Voor een gezonde exploitatie ontkomen we er niet aan om ook in te zetten op verhuur van ruimtes en faciliteiten. Bij het tarief voor de zaalhuur wordt er onderscheid gemaakt tussen commerciële activiteiten en culturele of maatschappelijke activiteiten waarbij er voor de eerstgenoemde een hoger tarief gehanteerd zal worden dan voor laatstgenoemde. Met het bieden van een maatschappelijk/cultureel tarief biedt Royal in Beeld elke organisatie in Heerlen de kans om evenementen in Royal te organiseren. Daarmee heeft Royal een nog bredere betekenis in de stad. In het businessplan gaan we uit van zo'n 30 procent maatschappelijke verhuur.

Het verhuren van de grote zaal maar ook de andere ruimtes, zoals de kleinere zalen en de workshopruimtes, levert een belangrijke bijdrage aan de exploitatie van Royal in Beeld. In de regio is er behoefte aan een goed geëquipeerde zaal met ruimte voor 300 tot 360 stoelen voor het organiseren van evenementen in het zakelijke segment. Met name de grote werkgevers in de regio (AZL, APG, Belastingdienst, OBVION etc.) maar ook de kleinere werkgevers met een groot

netwerk en bereik (Stadsregio Parkstad Limburg, Open Universiteit, Weller) hebben aangegeven dat deze behoefte bestaat.

De grote zaal, foyer en kantoorruimte werden in 2023 per kwartaal gemiddeld 24 keer verhuurd. Daarbij zaten grote en kleine evenementen. Belangrijke kanttekening die daarbij gemaakt moet worden is dat deze verhuren hebben plaatsgevonden zonder actieve acquisitie en mét de huidige beperkte faciliteiten (één zaal, geen lift, geen eigen horeca). Dat betekent dat de potentie in werkelijkheid nog hoger ligt. Rekening houdend met een ingroeiperiode is de jaarlijkse verhuurprognose volgens onderstaande tabel:

Zaal	Stoelen	Verhuringen p/j	Bezoekers p/j
Filmzaal 1	360 (gem. bezetting 50%)	80	16.000
Filmzaal 2	90	20	1.800
Filmzaal 3	50	20	1.000
Workshopruimte	15	40	600
Totaal		160	19.400

6 Organisatie

De ontwikkeling van het nieuwe Royal concept vindt voorlopig plaats onder de vleugels van Stichting Filmhuis De Spiegel. Zodra er meer zekerheden zijn over de financiering en doorgang, vormt de stichting zich om naar een bredere organisatie met een passende naam.

De stichting Filmhuis De Spiegel heeft een ANBI-status en is in 2022 overgegaan van een bestuursmodel naar een raad-van-toezichtmodel. Bij de benoeming van de leden van de Raad van Toezicht is rekening gehouden met de ambitieuze toekomstplannen van het filmhuis.

- Eke Zijlstra: voorzitter
- Mark Vluggen: Aandachtsgebied Film
- Marc Jetten: Aandachtsgebied Communicatie & Marketing
- Rob Seelen: Aandachtsgebied Financiën
- Stefan Hazen: Aandachtsgebied Horeca

Voor het realiseren van de ambities heeft het filmhuis reeds een route voor verdere professionalisering ingezet. De organisatie heeft onder andere geïnvesteerd in personeel, werkprocessen en kwaliteit van het programma. Er staat nu een meer professionelere organisatie. Bescheiden in omvang maar in staat om Royal in Beeld met betere service te exploiteren en goed op de kaart te zetten.

6.1 Bezetting nieuwe organisatie

De organisatie van Royal in Beeld zal zowel kwalitatief als kwantitatief wezenlijk verschillen van de organisatie van het huidige filmhuis, met meer vaste medewerkers voor Royal Cinema, Royal Studio, Royal Food& Drinks, verhuur en events. Er zal worden ingezet op voldoende personeel op het gebied van programma en inhoud, educatie, organisatie en management.

Om een onderbouwde inschatting te maken van de benodigde betaalde en vrijwillige functies, zijn er diverse bezoeken gebracht aan filmhuizen van vergelijkbare grootte mét horeca en is er nauwkeurig gekeken naar Filmhuis Lumière in Maastricht die jarenlange ervaring hebben en ook een transitie hebben doorgemaakt van kleiner filmhuis zonder horeca naar een nieuw filmhuis met meer zalen én horeca. Op basis daarvan én op basis van eigen ervaringen wordt er een personeelsplan opgesteld. Het is daarbij van groot belang dat de nieuwe personele organisatie past binnen het nieuwe Royal concept, programmatisch, in serviceniveau en in uitstraling. De personele bezetting zal in het begin bescheiden worden opgezet. Personele uitbreiding zal mogelijk zijn zodra er de groei in exploitatie gerealiseerd zal worden.

6.1.1 Vrijwilligers

Een filmhuis zonder vrijwilligers is ondenkbaar. Voorafgaand aan de opening zullen de taakomschrijvingen van de vrijwilligers worden geactualiseerd en zal het huidige vrijwilligersbestand worden uitgebreid. Vrijwilligers zullen met name ingezet worden voor:

- gastvrijheid
- service, ondersteuning
- techniek
- communicatie en publiciteit

Wij zijn ervan overtuigd dat met de komst van Royal in Beeld en de verbreding naar de maker en jonge talenten, vrijwilligers graag bereid zijn mee te doen en zich in te zetten. De ervaring bij andere filmhuizen die verhuisd én gemoderniseerd zijn laat dat ook zien. Royal in Beeld creëert voor haar vrijwilligers een eigen platform, regelmatig overleg en ruimte voor eigen inbreng. Ontmoeting tussen vrijwilligers (een reden voor veel mensen om vrijwilligerswerk te doen) zal meer gestimuleerd worden.

6.2 Bezetting horeca

De organisatie van de horeca gaat uit van een situatie waar er elke dag diner en lunch geserveerd wordt. Een ander uitgangspunt is het aantal geprognosticeerde restaurantbezoekers. Bij goed functioneren van het restaurant kunnen de openingstijden uitgebreid worden en zal er logischerwijs ook meer personeel geworven worden. Bij tegenvallende bezoekersaantallen zal de mogelijkheid tot afschalen ook onderzocht worden. Omdat het restaurant zal concurreren met andere restaurants in de binnenstad zullen er géén vrijwilligers in het restaurant gaan werken maar alleen professionals.

Het uitbaten van een restaurant behoort momenteel niet tot de kerntaken van de huidige organisatie. Het in eigen beheer nemen van Royal Food & Drinks biedt financieel en conceptmatig (zoals we in hoofdstuk 9 zullen zien) veruit de meeste voordelen, maar dan zal er geïnvesteerd moeten worden in goed personeel. Gelukkig laat onze verkenning langs de filmhuizen in het land zien dat dit zeker mogelijk is. Het zijn vaak drukbezochte plekken geworden die een essentiële bijdrage leveren aan de aantrekkelijkheid van de stad.

7 Financiële onderbouwing

7.1 Meerjarenbegroting

De begroting gaat uit van een periode van vijf jaar. Zoals eerder beschreven, willen we vanaf de realisatie groeien naar een stabiel filmhuis met een bezoekersaantal van 44.000 per jaar en een goedlopend Royal Food & Drinks waar ongeveer 22.500 mensen per jaar komen eten.

Opgeteld levert dit een meerjarenbegroting op die samengevat het volgende beeld laat zien:

* 1.000

	2027	2028	2029	2030	2031
Aantal bezoekers	39	41	43	44	44
Omzet film	€ 370	€ 396	€ 422	€ 433	€ 444
Inkopen film	€ (159)	€ (170)	€ (182)	€ (186)	€ (191)
	€ 211	€ 226	€ 241	€ 247	€ 253
Omzet horeca	€ 885	€ 934	€ 1.013	€ 1.013	€ 1.013
Inkopen horeca	€ (251)	€ (264)	€ (287)	€ (287)	€ (287)
	€ 634	€ 670	€ 726	€ 726	€ 726
Omzet film + horeca	€ 1.255	€ 1.330	€ 1.435	€ 1.446	€ 1.457
Omzet evenementen	€ 58	€ 59	€ 60	€ 61	€ 62
Omzet broedplaats	€ 11	€ 11	€ 11	€ 11	€ 11
Subsidie gemeente Heerlen	€ 481	€ 481	€ 446	€ 383	€ 373
Omzet sponsoring	€ 20	€ 25	€ 30	€ 35	€ 40
Omzet spiegelpashouders	€ 11	€ 11	€ 11	€ 11	€ 11
Totaal omzet	€ 1.835	€ 1.916	€ 1.993	€ 1.947	€ 1.954
Totaal inkopen	€ (410)	€ (434)	€ (468)	€ (473)	€ (478)
Bruto marge	€ 1.426	€ 1.482	€ 1.525	€ 1.474	€ 1.477
Personeelskosten beheer	€ (165)	€ (168)	€ (170)	€ (173)	€ (175)
Personeelskosten horeca	€ (310)	€ (327)	€ (355)	€ (355)	€ (355)
Personeelskosten activiteiten	€ (236)	€ (240)	€ (243)	€ (247)	€ (251)
Activiteitskosten	€ (67)	€ (67)	€ (69)	€ (70)	€ (71)
Beheerkosten	€ (496)	€ (532)	€ (545)	€ (511)	€ (511)
Reserveringen	€ (20)	€ (20)	€ (20)	€ -	€ -
Afschrijvingen	€ (79)	€ (80)	€ (81)	€ (83)	€ (84)
	€ (1.372)	€ (1.434)	€ (1.483)	€ (1.438)	€ (1.446)
Rente	€ 53	€ 48	€ 42	€ 37	€ 31
	€ (53)	€ (48)	€ (42)	€ (36)	€ (31)
Bruto resultaat	€ 0	€ 0	€ (0)	€ 0	€ (0)
Belastingen	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Netto resultaat	€ 0	€ 0	€ (0)	€ 0	€ (0)

7.2 Toelichting inkomsten & dekkingsplan

Filmbezoek

Inkomsten uit ticketverkoop na afdracht aan de filmdistributeur. De inkomsten die de bezoekers van filmvertoningen genereren in de horeca wordt meegenomen in de horeca.

Horeca

De omzet van Royal Food & Drinks bestaat uit meerdere componenten. De eerste is de omzet die gegenereerd wordt door de uitgaven van filmbezoekers. Het aandeel van de filmbezoekers die geld spenderen in de horeca is het aanlegpercentage. Op basis van uitkomsten van de survey aan filmhuisbezoekers en ervaringscijfers van vergelijkbare bedrijfstypes verwachten we een aanlegpercentage van 20% onder mensen die overdag naar de film gaan. Onder bezoekers van film in de avond verwachten we een aanlegpercentage van 30%.

De tweede component zijn bezoekers die alleen voor het restaurant komen en dus géén film bezoeken. Deze bezoekers zullen de meerderheid van de bezoekers zijn.

Verder haalt Royal Food & Drinks inkomsten uit de evenementen. De keuken is faciliterend voor de evenementen en verhuur. Er zijn evenementen waarbij er lunch of diner verzorgd moet worden maar ook filmpremières waarbij er een drankarrangement aangeboden wordt. In het model gaan we uit van het aanbieden van verschillende soorten arrangementen van drank tot compleet diner.

De energielasten, huisvestingskosten en kapitaallasten van de horeca vallen onder overheadkosten.

Verhuur zalen (omzet evenementen)

Er is een inschatting gemaakt hoe vaak de zalen verhuurd gaan worden. Daarbij is er een onderscheid gemaakt tussen een commercieel en een cultureel-maatschappelijk tarief. Dit is een gebruikelijke constructie bij culturele instanties die ook ruimtes verhuren. Er is gekeken naar het prijspeil van vergelijkbare faciliteiten in de regio en naar verhuurprijzen van zalen bij andere filmhuizen in Nederland.

Subsidie gemeente voor culturele activiteiten

Royal in Beeld kan niet zonder verhoogde subsidie geëxploiteerd worden. Het vertonen van de artistieke film, filmeducatie en talentontwikkeling zijn culturele en maatschappelijke activiteiten die alleen met additionele, structurele subsidies te realiseren zijn. Daarnaast vinden deze activiteiten deels plaats in een Rijksmonument uit 1938 met relatief hoge lasten. Het Royal Theater is eigendom van de gemeente Heerlen.

Omzet Sponsoring

We gaan een sponsorplan opstellen en sponsors zoeken voor Royal in Beeld. We richten ons op de grote werkgevers in de stad en het midden- en kleinbedrijf. Het Royal Theater is een icoon in de stad en veel Heerlenaren dragen het Royal een warm hart toe. We zullen diverse sponsorpakketten van verschillende grootte aanbieden. Omdat dit nieuw is voor de organisatie en dit soort wervingscampagnes tijd kosten schatten we de inkomsten om te beginnen bescheiden in.

We zullen op regionaal, landelijk en Europees niveau op zoek gaan naar subsidies en kijken naar de mogelijkheid van crowdfunding.

Omzet pashouders

Naast inkomsten uit recettes, verhuur en horeca hebben we ook nog inkomsten uit onze kortingspas. Op het moment telt Filmhuis De Spiegel ongeveer 450 spiegelpashouders. Wij gaan in de begroting uit van groei in pashouders en een verhoging van de pasprijs. In de toekomst komen hier nog de inkomsten het abonnementen van CineVille bij.

7.3 Toelichting kosten

Personeelskosten horeca & beheer & activiteiten

Hieronder vallen de totale personeelskosten voor het hele Royal concept. Er kan een onderverdeling gemaakt worden tussen horecapersoneel en personeel ten behoeven van de andere activiteiten waarbij daar vanzelfsprekend een overlap is.

Huur & energielasten

Royal is een uniek gebouw dat zeker voor de toekomst bewaard moet blijven, maar daarmee is het nog niet een gemakkelijke locatie voor een hedendaags filmhuis en filmhub en sterker nog, voor geen enkele potentiële exploitant. De extra kosten die dit bijzondere gebouw met zich meebrengt kunnen niet gedragen worden door de culturele organisatie die we hier opbouwen. In de meerjarige exploitatieprognose is daarom rekening gehouden met een tegemoetkoming in de huurlasten. Wij stellen voor dat de organisatie een realistische huur en energievergoeding zal betalen. Onder realistische huur verstaan wij huur over de vierkante meters die Royal in Beeld gebruikt tegen een gebruikelijke huur voor filmtheaters. Hetzelfde geldt voor de energielasten. In deze begroting rekenen we met de werkelijke lasten (dus hoge huur en energielasten) en is onderdeel van de post “subsidie gemeente Heerlen” een huursubsidie

Activiteitenkosten

Verkoopkosten, marketingkosten, programmeerkosten, ticketingkosten, aanschaf materialen etc. De hoogte is gebaseerd op de huidige bedrijfsvoering van Filmhuis De Spiegel en de actuele uitgaven van andere filmhuizen.

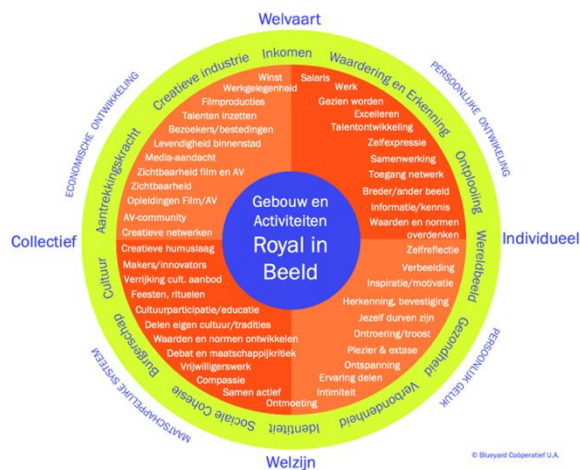
Afschrijvingen

Er is binnen de begroting rekening gehouden met initiële investeringen. De grootste daarvan zijn keukenapparatuur, interieur en zaal/projectietechniek. Er wordt vooralsnog géén uitspraak gedaan over wie deze investeringen bekostigt en waar de afschrijvingslasten zullen landen. Echter, voor de volledigheid gaat deze begroting uit van het scenario dat al deze investeringen ten laste van Royal in Beeld vallen.

8 Conclusie

Filmhuis De Spiegel staat samen met partner CineSud voor een flinke, maar ook betekenisvolle opgave met de realisatie van Royal in Beeld. Het initiatief onderscheidt zich van andere vertoningsplekken als eerste door de unieke locatie waar wij film en ander beeldcultuur tot een nieuw en hedendaags leven laten komen. Door de unieke samenwerking met CineSud, Limburg Film Office en andere waardevolle partners, zetten we iets neer dat niet alleen de stad en regio ten goede komt, maar ook landelijk in het oog zal springen.

Bij Royal in Beeld is de ontmoeting tussen het lokale publiek en de professionele beeldmakers uniek. Royal is de plek waar kijken en maken samenkomt. We verbinden en bouwen netwerken van talent en professionals. We maken, leren en vertonen en zorgen dat iedereen van jong tot oud beter leert kijken. En zo delen we niet alleen de beeldcultuur met de bewoners in de stad, samen dragen we ook bij aan de ontwikkeling van onze beeldcultuur van de toekomst.



Impact in de stad en de regio

Royal in Beeld is veel meer dan een kloppend businessplan. Het is vooral de impact van al onze activiteiten die voor Heerlen, voor de bewoners, organisaties en bedrijven van waarde is. Zoals we met de impactcirkel in hoofdstuk 1 al schetsen, zijn er verschillende domeinen van impact die een investering in een nieuwe Royal meer dan rechtvaardigen.

Een investering in Royal in Beeld is een investering in het welzijn en de welvaart van de stad. Het betekent onder andere...

1. Een gastvrij huis voor jouw beeldcultuur, of het nu speelfilm is, games of socials;
2. Het inspireren en (mentaal) verrijken van bewoners in de hele stad en regio;
3. Het kansen bieden aan de creatieve talenten van de stad en regio; ontplooiing;
4. Meer levendigheid in het centrum; méér bezoekers, méér inkomen;
5. Ontwikkeling (inter)nationale positie Heerlen in creatieve industrie/beeldcultuur;
6. Nieuwe werkgelegenheid/inkomens in de creatieve industrie en aanverwanten;
7. Persoonlijke ontwikkeling en empowerment, o.a. door filmeducatie & mediawijsheid
8. Meer sociale cohesie, door ontmoeting, vrijwilligerswerk en breder begrip;
9. Een bijdrage aan duurzaamheid, via duurzame bouw en energiegebruik;
10. Het versterken van identiteit en de ontwikkeling van een nieuwe trots op Heerlen: door op de fundamenteën van een uniek verleden, samen de kansen te zien en te omarmen die juist deze stad en deze regio biedt.

BIJLAGEN

Benchmark Filmhuizen

	2023					
	Amersfoort	Den Bosch	Zwolle	gem.	Heerlen	Parkstad
inwoners	160.902	160.740	132.441	151.361	87.122	255.000
bioscoop bezoek	691.554	567.448	644.397	634.466	48.682	366.256
filmtheater bezoek	72.212	162.932	55.325	96.823	9.604	9.604
aantal filmtheaterschermen	3,0	5,0	2,0	3,3	1,0	1,0
bezoek filmtheater per scherm	24.071	32.586	27.663	29.047	9.604	9.604
filmtheaterbez. als % van inwoners	45%	101%	42%	64%	11%	4%
filmtheaterbez. als % van bios.bez.	10%	29%	9%	15%	20%	3%

Bezoek Parkstad

parkstad = vue kerkrade, de spiegel en quatro bioscoop

	bezoek
filmhuis de spiegel	9.604
quatro bioscoop	39.078
vue kerkrade	317.574
totaal	366.256

Potentieel aantal filmbezoekers Royal in Beeld per jaar

scenario 64% van inwoners = aantal filmtheaterbezoekers

Heerlen (87.122 inwoners) **55.758**

Parkstad (255.000 inwoners) 163.200

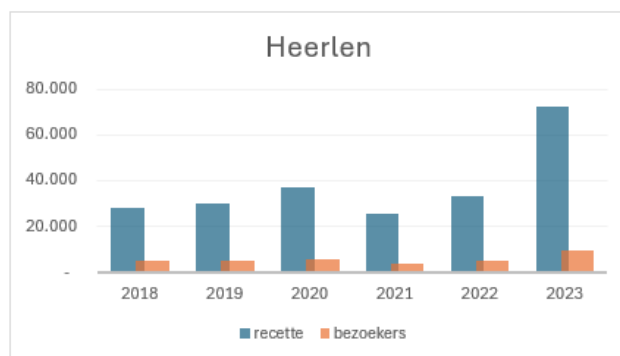
scenario 15% van bioscoopbezoek = aantal filmtheaterbezoekers

Heerlen (48.682 huidig bioscoopbezoek) 7.302

Parkstad (366.256 huidig bioscoopbez.) **54.938**

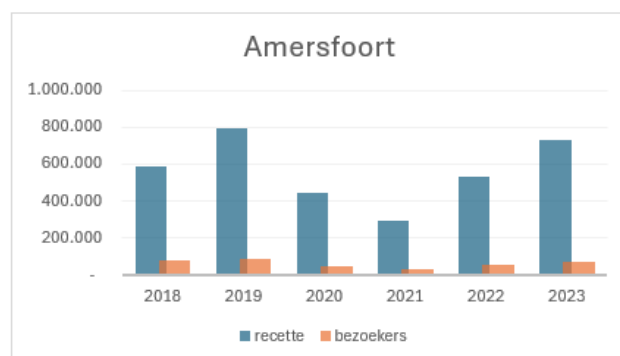
Heerlen: Filmhuis De Spiegel

	recette	bezoekers	gem kaartprijs
2018	27.896	4.745	€ 5,88
2019	30.184	5.251	€ 5,75
2020	37.172	5.444	€ 6,83
2021	25.228	3.528	€ 7,15
2022	33.376	4.857	€ 6,87
2023	72.380	9.604	€ 7,54



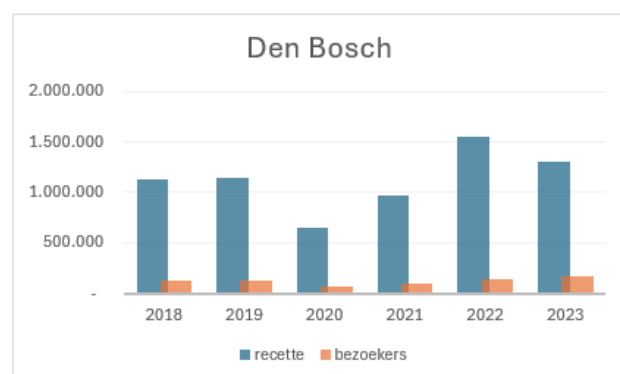
Amersfoort: Filmtheater de Lieve Vrouw

	recette	bezoekers	gem kaartprijs
2018	585.765	78.345	7,48
2019	797.198	82.459	9,67
2020	442.742	44.670	9,91
2021	294.018	27.979	10,51
2022	532.192	51.434	10,35
2023	731.375	72.212	10,13



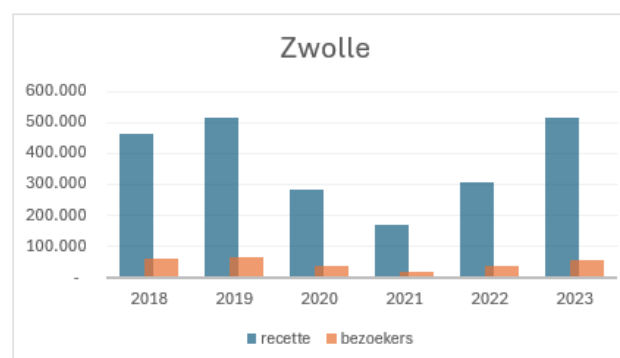
Den Bosch: De Verkadefabriek

	recette	bezoekers	gem kaartprijs
2018	1.130.391	131.441	8,60
2019	1.142.522	127.869	8,94
2020	648.043	73.870	8,77
2021	969.727	92.385	10,50
2022	1.546.307	141.438	10,93
2023	1.309.144	162.932	11,60



Zwolle: Filmtheater Fraterhuis

	recette	bezoekers	gem kaartprijs
2018	464.719	61.121	7,60
2019	514.417	64.647	7,96
2020	281.570	34.150	8,25
2021	167.242	19.284	8,67
2022	304.564	35.910	8,48
2023	514.761	55.325	9,30



Intentieverklaring CineSud

Intentieovereenkomst Tot huur en gebruik van kantoorruimte in het te ontwikkelen object Filmhub (werknaam) Royal

Intentie

Hierbij verklaren de (beoogd) huurder en verhuurder (Stichting Filmhuis De Spiegel) tegenover elkaar als ondertekenaars van dit document, vanaf nu te noemen 'de partijen', hun intentie om kantoorruimte in het nieuw te bouwen filmcomplex Royal te willen gaan gebruiken dan wel te huren voor een nader af te spreken periode waarbij Stichting Filmhuis De Spiegel de verhurende partij is en Stichting CineSud de hurende partij. Verder legt deze overeenkomst de uitgangspunten vast waarop de samenwerking is gebaseerd en waardoor partijen uiteindelijk zullen komen tot een huurovereenkomst.

De ondergetekenden:

1. Stichting CineSud
Voor wie gerechtigd is te handelen:
De heer G. Franken
2. Stichting Filmhuis De Spiegel
Voor wie gerechtigd is te handelen:
De heer G.J.A. Pizlo (directeur-bestuurder)

Hierna te noemen De Partijen en/of huurders

Gezamenlijk te noemen Partijen en/of huurders

Stichting CineSud als toekomstig huurder genoemd onder 1.
Stichting Filmhuis De Spiegel als toekomstig (onder)verhuurder als onder 2 genoemd.

Overwegende dat:

1. De huurder voornemens is om met de verhuurder een intentieovereenkomst te tekenen;
2. Stichting CineSud zich primair in het nieuwe filmcomplex te willen huisvesten;
3. De gemeente Heerlen als eigenaar van het pand de hoofdverhuurder is;
4. Stichting Filmhuis De Spiegel optreedt als onderverhuurder namens de Gemeente Heerlen;

Partijen en/of huurder komen het volgende overeen:

1. Het programma van eisen m.b.t. de te huren kantoorruimte in gezamenlijkheid wordt opgesteld.
2. Zich zullen inspannen om gezamenlijk in het nieuwe complex te functioneren.
3. Zich in te spannen voor de leefbaarheid en aantrekkelijkheid van het nieuwe complex.
4. Samenwerking te organiseren daar waar de ene kwaliteit de andere versterkt.
5. Dat ten aanzien van de nu bekende financiële gegevens een bandbreedte van 10% wordt gehanteerd.
6. Er een separate overeenkomst wordt opgesteld ten aanzien van de huur en verhuur van de ruimtes niet zijnde kantoorruimtes maar die wel betrekking hebben op de activiteiten van stichting Cinesud.

Uitgangspunten huurovereenkomst:

1. Er wordt uitgegaan van een kale huurprijs van €114/m2 voor een oppervlakte van 95m2 wat en daarmee een totale huurprijs ter hoogte van € 10.800,- exclusief btw per jaar uitgaande van een belaste verhuur voor de BTW.
2. Er wordt uitgegaan van een huurperiode van 4 jaren met een optie tot verlenging met 4 jaren.
3. Het uitgangspunt voor de huurprijs kent als prijspeil 1 januari 2023 waarbij de huurprijs jaarlijks geïndexeerd zal worden;
4. De basis voor de huurprijs is de ruimte als casco inclusief de bouwkundige inbouwpakketten en de basisinstallatie (zie bijlage 1).
5. Prijs is exclusief de inventaris en de gebruiker specifieke wensen en inrichtingen.

6. Prijs is exclusief energiekosten en servicekosten. Deze kosten worden separaat in rekening gebracht op basis van het daadwerkelijk verbruik.

Basis voor de oppervlakte bepaling van de huursom

1. De basis voor de bepaling voor de exact te huren oppervlakte zal op basis van het definitief ontwerp nader worden vastgesteld.

Planvorming op basis van gebruiksvisie en behoefte

1. Het Programma van Eisen is nog nader op te stellen.
2. Het ontwerp wordt afgestemd op de wensen van de gebruikers / partijen welke onder deze intentieovereenkomst vallen, deze overeenkomst is de basis voor de verdere uitwerking van de planvorming.

Beëindiging Intentieovereenkomst

1. De overeenkomst wordt aangegaan voor de duur van de realisatie van het project en/of totdat overeenstemming bereikt is over een opvolgende overeenkomst.
2. Voorwaarden voor beëindiging:
 - Indien één der partijen in staat van faillissement wordt verklaard, surseance van betaling heeft gekregen of onder curatele wordt gesteld, heeft de wederpartij het recht de overeenkomst op deze grond op te zeggen;
 - Indien één van de partijen en/of huurders zijn/haar financiën aantoonbaar niet rond kan krijgen;
 - Indien de vergunningen niet worden afgegeven om het plan te realiseren;
 - Er geen goedkeuring van de gemeente wordt verkregen;
 - Er geen formele goedkeuring wordt gegeven door de R.v.T. dan wel het bestuur van een van beide partijen.

De datum van ingang is op de dag van ondertekening van deze overeenkomst. Na ondertekening zijn partijen akkoord, zonder nadere voorwaarden. De geldigheidsduur van deze intentieovereenkomst blijft van kracht tot aan het moment van opdrachtverstrekking tot realisatie. Voordat de opdrachtverstrekking tot realisatie wordt verstrekt wordt een definitieve huur- en exploitatieovereenkomst getekend.

Bij ondertekening

De partijen verklaren dat ze, binnen hun mogelijkheden, er alles aan zullen doen om de kansen op het welslagen en de samenwerking om te komen tot het genoemde huurcontract, waar mogelijk te versterken (inspanningsverplichting).

1. Stichting CineSud

Directeur



De heer G. Franken

Datum: 11-05-2023

Plaats: Heerlen

2. Stichting Filmhuis De Spiegel

Directeur-bestuurder



De heer G.J.A. Pizlo

Datum: 11-05-23

Plaats: Heerlen

Partners

Royal in Beeld gaat met meerdere organisaties samenwerken en wil partijen ook fysiek een plek bieden in het pand om kruisbestuiving en versterking van netwerken op een natuurlijke manier tot stand te laten komen. We willen met Royal in Beeld creativiteit ontsluiten en een economische impuls veroorzaken. Er zijn (verregaande) gesprekken met Limburg Film Office, Brightlands SSC, Open Universiteit en Euregion Film Forum (zie bijlage partners).

Limburg Film Office

Het Limburg Film Office heeft aangegeven graag haar thuis in Royal te maken. Hiermee krijgt Royal in Beeld een relevante aanvulling met veel mogelijkheden voor samenwerking en kruisbestuiving binnen haar muren.

Het Limburg Film Office is het centrale loket voor film- en mediamakers die in Limburg werken of willen werken. Het Limburg Film Office begeleidt en ondersteunt makers via de Limburg Film Commission en biedt als enige regio in Nederland aanvullende financieringsmogelijkheden voor je productie middels het Limburg Film Fonds. www.limburgfilmoffice.nl

Dutch Mountain Film Festival

Het internationaal bergfilmfestival krijgt ook zijn thuislocatie in het pand van Royal. Tevens zullen ze door het jaar heen op verschillende momenten programmering en events brengen. Hiermee zijn ze een jaarronde inhoudelijke partner voor Royal in Beeld.

Zuid-Limburg is een stukje buitenland in Nederland. Hier beginnen de bergen, dát is het decor voor het Dutch Mountain Film Festival. Op dit meerdaagse filmfestival staan berglandschappen, bergsport en bergculturen centraal. Het filmprogramma wordt aangevuld met lezingen, workshops, tentoonstellingen, clinics, een bergrun en een wielertocht. www.dmff.eu

Brightlands Smart Services Campus

Hoe vertel je verhalen en maak je films met behulp van AI? Voor zowel filmmakers als het filmhuispubliek zijn deze vragen prikkelend. In samenwerking met Brightlands willen we werken aan innovatieve experiences voor bezoekers, gaming en e-sports events opzetten en met makers onderzoeken hoe je AI kan inzetten in het productieproces.

Brightlands Smart Services Campus brengt onderzoekers en ondernemers samen en vormt de meest toonaangevende locatie voor innovatie in data science. AI-hub Brightlands is de Limburgse alliantie van bedrijven, kennisinstellingen, overheden en maatschappelijke organisaties, die met Artificial Intelligence maatschappelijke en bedrijfsuitdagingen aanpakt. www.brightlands.com/brightlands-smart-services-campus

Open Universiteit

De Open Universiteit verhuist binnenkort naar het Maankwartier. De OU heeft aangegeven open te staan om hun academische plechtigheden na de verhuizing niet in pandig te organiseren maar in het nieuwe Royal.

De Open Universiteit is een niet-traditionele, publieke universiteit met een bijzondere opdracht: het ontwikkelen, innoveren en aanbieden van open hoger onderwijs. www.ou.nl

Euregion Film Forum

CineSud heeft aangegeven het grootste filmfestival van de regio ook een plek in Heerlen te willen geven.

Het Euregion Film Forum is hét film-event in het hart van onze bruisende grensregio. Met onder meer (voor)premières van de nieuwste films uit onze regio, de Crossborder Film Conference, FilMatch, masterclasses en diverse pitches kunnen zowel nieuwe filmmakers als gevestigde professionals hun hart ophalen. <https://cinesud.nl/programma/euregion-film-forum-2024>

Factsheet Limburg Film Office

take
 limburg

Factsheet
Limburg
Film Office



Limburg
Film Commission

Limburg
Film Fund

Financieel & Productie Limburg Film Fonds

	2022	2023
Aantal aanvragen	58	72
waarvan fictie	29	49
waarvan docu	25	20
waarvan overig	4	3
Aantal gesteunde projecten	30	25
Aangevraagd	€778.500	€912.300
Limburg spend (ultgaven)	€1.653.300	€2.162.400
Productievolume	€7.940.500	€9.365.981

“Het Limburg Film Fonds trekt producenten, makers en publiek naar de provincie Limburg.”

IMPACT EN VRAAG

In totaal werd in 2023 voor €362.300.000 beschikbaar aan 25 projecten. 34 van de 72 aanvragers vroegen nog nooit eerder aan bij het fonds en waren nieuwkomers. Dit toont aan dat er een **brede diversiteit** aan makers en jaarlijks **nieuwe aanwas** is. De **multiplier** van het fonds bedroeg in 2023 ragenoeg 3 (elke euro die het Limburg Film Fonds in een project steekt, leverde drie euro aan bestedingen op in de provincie). De economische impact is zo eveneens groot.

2022

Limburg Film Fonds

Budget Limburg Film Fonds: €320.000
Gesteunde projecten: 30
Limburg Film Fonds **overvraagd**: €458.500
Limburg Film Fonds **overvraagd** (in %): 43%



2023

Limburg Film Fonds

Budget Limburg Film Fonds: €362.300
Gesteunde projecten: 25
Limburg Film Fonds **overvraagd**: €550.000
Limburg Film Fonds **overvraagd** (in %): 62%



Rijk en regio investeren samen in film

In 2023 lanceerden we het ontwikkel- en productietraject Het Belofde Land, i.s.m. onder meer het Nederlands Filmfonds, het Cultuurfonds en CFAP.

Elke euro die Limburg Film Office in het traject investeert, werd vervrijdigd door de financiële partners. Lokale makers en verhalen kregen hiermee unieke kansen.

We zetten in op een vervolg voor dit traject en maken ons levens hard voor de versteviging van regionale filmfondsen in het algemeen.

Sector

FESTIVALS EN DISTRIBUTIE

In 2023 waren Limburgse producties weer succesvol op nationale en internationale podia. Streamers als **Netflix**, **Prime Video** en **Videoland** evenals **NPO** draaiden in de provincie en werkten samen met Limburgse makers. Limburgse producties bereikten verder de grootste nationale- en wereldpodia met selecties en prijzen op onder meer de Berlinale, Venetië en het Nederlands Film Festival.



MAKERS

2016
100+
in database



“Onder meer talenten als Noël Loozen, Nicole Jechmann en Luca Meesters ontdekken en/of maken hun eerste lange productie met steun van het Limburg Film Fonds.”

2023
270+
in database



“Het Limburg Film Fonds maakt meer nationale én internationale Filmtfonds in een ontwikkel- en productietraject specifiek voor lokale makers en verhalen (uit Limburg).”

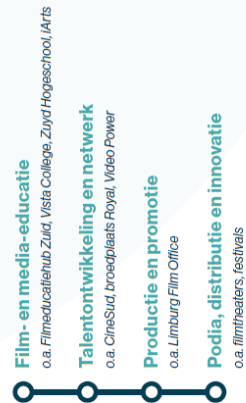
“2023 markeerde de eerste samenwerking van het Nederlands Filmfonds in een ontwikkel- en productietraject specifiek voor lokale makers en verhalen (uit Limburg).”

“Naast de culturele en creatieve (meer)waarde, is het fonds inmiddels ook een economische katalysator”

fili|nmburg

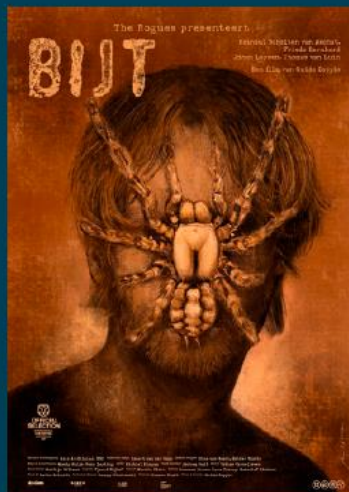
FILM IN LIMBURG ORGANISATIES

Limburg kent een bottom-up ingerichte regionaal dekkende en complementaire filminfrastructuur, waarin samen wordt gewerkt binnen de alliantie Film in Limburg*. Deze alliantie herbergt alle spelers in de keten, van opleidingen tot talent hubs tot de film office en festivals en podia. Uniek in Nederland en een voorbeeld voor andere regio's.



*zie www.filmnmburg.nl voor de samenwerkende kernorganisaties binnen de filmketen.

BRANDING



2022
227
draaidagen

2023
241
draaidagen

**109 projecten
gefaciliteerd**

36 fictie	7 overig
36 documentaire	30 televisie

*“Het Limburgse film ecosysteem
is het tweede filmhart van Nederland.”*