



RABO THEATER DE MEENTHE

INITIEERT

INSPIREERT

VERMAAKT

RABO THEATER DE MEENTHE **DE M =**

BELEIDSNOTA | APRIL 2019

ONTMOETINGSPLEK MIDDEN IN DE SAMENLEVING

Rabo Theater De Meenthe bestaat in 2020 vijftig jaar. In die tijd is het complex uitgegroeid van multifunctioneel centrum van Steenwijk tot volwaardige theater- en evenementenlocatie voor Steenwijkerland en regio. De Meenthe is een sterk merk geworden. Daar zijn we trots op!

De Meenthe staat midden in de samenleving. Het is een belangrijke ontmoetingsplek voor inwoners uit de wijde regio met als doel gasten te inspireren en te vermaken. De ambitie is om betekenisvol te zijn door een programma te bieden voor een breed publiek waarbij lokale producties als kers op de taart gelden. Daarnaast worden initiatieven ondersteund die in het verlengde liggen van de cultuurfunctie.

Steenwijk is de centrumplaats van de gemeente Steenwijkerland, met belangrijke basisvoorzieningen zoals een theater en een bioscoop. De Meenthe past uitstekend in het culturele landschap dat de gemeente en haar inwoners voor ogen hebben.

Tot slot: De Meenthe maakt deel uit van een snel veranderende wereld die vraagt om voortdurende aanpassing en innovatie. Daarom werken we steeds met passie en veel plezier aan optimalisatie van ons programma, de horeca-uitstraling en stand van de techniek. We zijn flexibel, vernieuwend en creatief tot in de vezels. In deze nota wordt daarvan een compleet beeld gegeven.

Namens het bestuur van Stichting De Meenthe,

Han Evers, Directeur

Warner ten Kate, Voorzitter

LEESWIJZER

Dit document schetst de visie van De Meenthe op onze bedrijfsonderdelen, het publiek, het programma en de organisatie voor de periode 2019-2022.

We benoemen onze ambities op hoofdlijnen. We beschrijven onze rol en waar de accenten komen te liggen.

De Meenthe is al vijftig jaar de spil in het culturele landschap van Steenwijkerland. De Meenthe biedt een brede, onderscheidende programmering. Het aanbod is divers, vernieuwend en op de regio gericht. De Meenthe maakt eigen producties en voorstellingen. Daarnaast heeft De Meenthe een publieke functie als de ontmoetingsplaats voor de bewoners van Steenwijkerland en wijde omgeving. Het maatschappelijk belang voor de gemeente Steenwijkerland, krijgt inhoud door nadrukkelijk amateurgroepen van 'alle pluimage' te faciliteren en expliciet jongeren te betrekken bij het theater.

Het aanbod richt zich op diverse doelgroepen. De komende jaren worden de accenten gelegd bij jongeren en dertigplussers. Daarmee wordt bereikt dat ook toekomstige generaties theaterbezoek aan De Meenthe worden gebonden. Diverse trends en ontwikkelingen zijn uitdagingen, waarbij internet en sociale media zorgen voor een nieuwe dynamiek in marketing. Daar wordt op ingespeeld. De Meenthe weet waar ze goed in is, maar ook wat aandacht behoeft, wat bedreigingen zijn en welke kansen worden geboden. Investeren in (personele) deskundigheid om die kansen te benutten is van belang om ook in de toekomst een sterk merk te blijven.

De ambities voor de toekomst vloeien voort uit een aantal kernwaarden, de markt waarin we opereren en de trends en ontwikkelingen waarbij we aansluiten. Faciliterend en inspirerend, met een breed aanbod voor de samenleving en een uitstekende dienstverlening. Gesteund door goed personeelsbeleid maar ook door de organisatie financieel gezond te houden en maatschappelijk betrokken.

Dat vereist keuzes te maken op hoofdlijnen. Waar het gaat om theater, onze maatschappelijke functie, evenementen, het filmhuis, het producent schap, de horeca, investeringen in de zalen en de marketing en communicatie.

De personele bezetting van De Meenthe is de afgelopen jaren toegenomen met gemiddeld twee fte, om de stijging van het aantal theaterbezoekers in goede banen te leiden. Desondanks is de personele organisatie onverminderd kwetsbaar. De Meenthe ontvangt nog steeds hetzelfde bedrag aan subsidie als 13 jaar geleden. Van indexering is geen sprake geweest. De benchmark met omliggende theaters geeft aan dat door de gemeente toegekende subsidie omgerekend per inwoner erg laag is. Subsidieverhoging is daarom noodzakelijk. Gebeurt dat niet dan is De Meenthe genoodzaakt het businessmodel aan te passen. Dit zal zeker impact hebben op de culturele programmering en de investeringen in een duurzame toekomst.

In 2020 bestaat De Meenthe vijftig jaar. Hiervoor zal budget nodig zijn om de inwoners en organisaties in de regio een passend programma te bieden om deze mijlpaal te gedenken en te vieren.

Dit document schetst de visie van De Meenthe op de diverse bedrijfsonderdelen, het publiek, het programma en de organisatie voor de periode 2019-2022.

INHOUD

Ontmoetingsplek midden in de samenleving	2
Leeswijzer	
SAMENVATTING	3
1. Midden in de samenleving	6
1.1 Missie	
1.2 Visie	
1.3 Kernwaarden	7
1.4 Motto	8
1.5 ons aanbod en belang ervan voor de samenleving	8
1.6 Doelgroepen	10
1.7 Trends en Ontwikkelingen	11
1.8 S.W.O.T. Analyse	13
2. Onze ambities	15
3. Theater	16
4. Meerwaarde door maatschappelijke functie	18
5. Evenementen	20
6. Filmhuis	21
7. Producent en Meenthe als concept	22
8. Horeca	23
9. Marketing en communicatie	24
10. Personeel en organisatie	25
11. Financieel	27
Bijlage 1 grafieken bezoekersaantallen, subsidie & fte	29
Bijlage 2 kengetallen grafieken & meerjarenbegroting	33

1. MIDDEN IN DE SAMENLEVING

De Meenthe is al vijftig jaar de spil in het lokale en regionale culturele landschap van de gemeente Steenwijkerland. De Meenthe zorgt voor inspiratie en beleving door live podiumkunsten en evenementen aan te bieden in alle vormen. Het aantal theaterbezoekers steeg in seizoen 2017/2018 met maar liefst 20%, tot 52.300. In 2017 startte De Meenthe een filmhuis, met in het eerste jaar 2.755 bezoekers.

Het overzicht van het aantal theaterbezoekers in de afgelopen jaren staat in bijlage 2.

1.1 MISSIE

Rabo Theater De Meenthe, staat in het hart van het culturele leven van Steenwijkerland en de regio. Het biedt een breed palet aan podiumkunsten en evenementen, voor elk wat wils, van jong tot oud. De programmering gaat van vernieuwend, nog onontdekt, via zelf-geïnitieerd en geproduceerd tot amusement voor een breed publiek.

1.2 VISIE

De Meenthe is een belangrijke ontmoetingsplaats voor de regio Steenwijkerland. De Meenthe staat voor: podiumkunsten en evenementen in de breedste zin van het woord, gastvrije dienstverlening, uitstekende kwaliteit en bereikbaarheid.





1.3 KERNWAARDEN

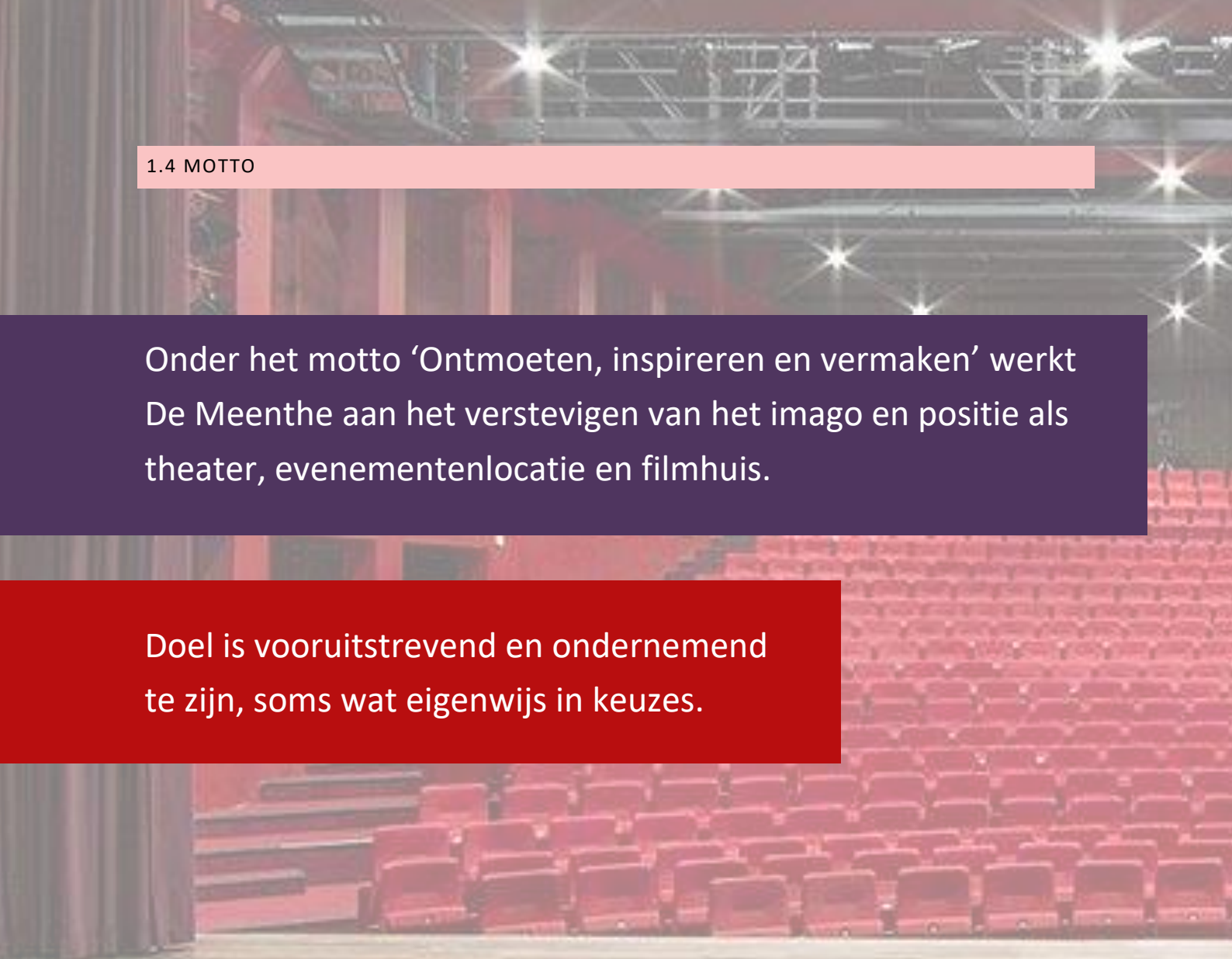
GASTVRIJ

DICHTBIJ

TOEGANKELIJK

GEPASSIONEERD

MAATSCHAPPELIJK BETROKKEN



1.4 MOTTO

Onder het motto 'Ontmoeten, inspireren en vermaken' werkt De Meenthe aan het verstevigen van het imago en positie als theater, evenementenlocatie en filmhuis.

Doel is vooruitstrevend en ondernemend te zijn, soms wat eigenwijs in keuzes.

1.5 ONS AANBOD EN BELANG ERVAN VOOR DE SAMENLEVING

Bezoekers komen naar De Meenthe door de brede programmering die onderscheidend is ten opzichte van andere theaters. Daarin ligt de sleutel tot het succes van de afgelopen jaren: steeds meer bezoekers weten De Meenthe te vinden.

Het aanbod is divers, vernieuwend, en regionaal. Er zijn eigen producties en voorstellingen die niet worden verwacht in een theater.

De Meenthe is laagdrempelig in alle opzichten. Er is sprake van een goede balans in de uitstraling: publiek in alle lagen van de bevolking voelt zich er thuis. De dienstverlening staat op een hoog niveau, bezoekers kunnen er gratis parkeren en de kaartjes zijn relatief goedkoop.

De Meenthe is voor Steenwijkerland een belangrijke culturele voorziening naast de bibliotheek, bioscoop, musea en andere binnen-accommodaties.

De Meenthe vervult belangrijke functies voor haar samenleving.

- Om ervoor te zorgen dat Steenwijkerland aantrekkelijk blijft voor inwoners en bedrijven is continuïteit van voorzieningen als De Meenthe belangrijk. Voor potentiële inwoners is het theater een reden om zich te vestigen.
- Het geven van een podium aan nationale, internationale en regionale artiesten die hun kunsten en boodschap in een vrije omgeving kunnen delen.
- De Meenthe is een creatieve, innovatieve omgeving die mensen inspireert en verbindt, wat voor de cohesie van de bevolking erg belangrijk is.
- Het theater initieert activiteiten van, voor en door de samenleving, die zich daardoor verder versterkt en ontplooit.
- De Meenthe zorgt voor bedrijvigheid in de directe omgeving, en levert aan- en toeleveranciers naar schatting minimaal 1 miljoen euro omzet op, op jaarbasis.
- De Meenthe biedt werkgelegenheid aan globaal 25 tot 30 personen.
- Het theater is een boegbeeld van Steenwijkerland en draagt met haar veelzijdigheid aan activiteiten mee aan het imago van de gemeente.
- Het theater is beeldbepalend voor de gemeente en het bedrijfsleven: goed om mee te scoren maar ook goed om zich aan op te trekken.
- De Meenthe is bij calamiteiten het crisiscentrum en opvanglocatie van de regio.

1.6 DOELGROEPEN

De Meenthe wil zoveel mogelijk doelgroepen in de samenleving bedienen. De volgende doelgroepen kunnen worden onderscheiden.

Kinderen:
2 t/m 10 jaar



Kindervoorstellingen, met als centrale kern de voorstellingen van Van Hoorne Producties. Voor de leeftijdscategorieën vanaf 2 jaar, 4+ en 6+ worden aparte voorstellingen ingekocht. In totaal bezoeken jaarlijks 3.500 kinderen De Meenthe.

Middengroep:
40 tot 60 jaar



Programmering in het genre cabaret, muziektheater, toneel, musical, dans, wereldmuziek, groot klassiek, show, festivals, theaterlezingen, literatuur, specials en regionale voorstellingen. Dit middensegment is goed voor 33.000 kaarten jaarlijks.

Jonge ouders:
60 tot 75 jaar



Een groeiende groep die veel naar muziektheater, musicals en regionale voorstellingen gaat. Deze groep bestond in het seizoen 2017/2018 uit 9.000 mensen jaarlijks.

Ouderen: 75 jaar
ouderen



Met de firma Polak als sponsor verleiden we sinds 2016 75-plussers naar het theater te komen. Bij deze doelgroep scoren regionale voorstellingen, muziekvoorstellingen en musicals. Het gaat jaarlijks om 4.500 bezoekers.

De samenleving verandert, evenals het consumentengedrag. Dit heeft gevolgen voor de vrijetijdsbesteding, en dus voor De Meenthe. De hieronder opgesomde trends vallen op. Deze trends geven ons inzicht in de motieven voor een bezoek of verblijf. Ze zijn daardoor mede van invloed op de marketing, promotie én het productaanbod van De Meenthe.

DEMOGRAFISCHE TRENDS

De samenstelling van de Nederlandse bevolking verandert. Er wordt de komende jaren een groei van de bevolking verwacht van zo'n 0,5%. Stijgende welvaart zal een toename van dagrecreanten en toeristen met zich meebrengen. Het gemiddelde opleidingsniveau stijgt, en er is sprake van vergrijzing. Momenteel behoort 14% van de Nederlanders tot de categorie 65-plussers. Naar verwachting is dit in 2040 bijna 23%. De diversiteit in de bevolkingssamenstelling neemt toe door immigratie.

Ook het aantal senioren (55-plussers) stijgt. Dit is een interessante doelgroep van De Meenthe. Vanaf 55 jaar neemt de gemiddelde netto arbeidsparticipatie fors af, en de vrije tijd neemt dus toe. Daarnaast heeft deze groep een relatief hoog besteedbaar inkomen.

Het aantal inwoners van deze regio zal stabiliseren.

NETTO VRIJE TIJD

Mensen worden steeds mobieler. Nieuwe

technologieën zorgen ervoor dat we sneller en verder kunnen reizen. Door die af te leggen grotere afstanden voor werk en privé is er sprake van minder vrije tijd. Daarnaast neemt het aantal een gezinshuishoudens toe; mensen besteden meer tijd aan huishoudelijke taken, en hebben minder vrije tijd.

Het vrijetijdsaanbod neemt tegelijkertijd steeds verder toe. De beperkte vrije tijd leidt ertoe dat mensen hun schaarse vrije tijd zo optimaal mogelijk willen besteden (quality time). Dit zorgt voor een andere trend: behoefte aan gezondheid en onthaasting, hedonisme en beleving. Niet het product staat centraal, maar de ervaring en de beleving ervan. Door verschillende activiteiten en producten te combineren, ontstaan nieuwe beleefbare vormen. Ook een combinatie van activiteit en locatie leidt tot nieuwe concepten.

BELEVING EN DIENSTVERLENING

Beleving is een steeds belangrijkere trend. Dit kan bijvoorbeeld beleving zijn van nostalgie, avontuur, natuur, cultuur etc. Door het combineren van verschillende activiteiten en producten ontstaan nieuwe beleefbare vormen. Ook een combinatie van activiteit en locatie kan leiden tot nieuwe concepten.

INTERNET

De afgelopen jaren heeft internet een dominante positie ingenomen in de sector, evenals in de marketing- en promotiestrategie van bedrijven. Meer dan driekwart van de Nederlandse consumenten oriënteert zich via internet en meer dan de helft van alle transacties vindt inmiddels plaats via het web. 69% van de consumenten geeft aan dat internet de belangrijkste informatiebron is. Circa 45% boekt via internet of e-mail. Hierdoor is online één van de belangrijkste kanalen van marketing en promotie.

MARKETINGTRENDS

In de marketing volgen diverse trends elkaar in snel tempo op. De belangrijkste zijn:

A. PERSONALISERING

Massacommunicatie transformeert naar massamaatwerk. De effectiviteit van marketing is groter als deze op de consument is afgestemd. Bijvoorbeeld door de inhoud van een website aan te passen aan de behoeften van een consument op basis van een profiel of surfgedrag. Of door één-op-één-mailingen via e-mail of post. Belangrijk hierbij is de kennis over de consument aanzienlijk te versterken en te gebruiken voor aansprekende marketingacties.

B. MOBIELE MARKETING

Slechts 6% van de tieners en 8% van de ouders heeft tegenwoordig geen mobiele telefoon, en ook senioren bezitten steeds vaker een mobieltje. Smartphones worden steeds goedkoper, krijgen grotere schermen en meer mogelijkheden. De mobiele telefoon biedt, gekoppeld aan 'location based services', daardoor ook kansen voor marketingdoeleinden.

C. SOCIAL MEDIA EN COMMUNITIES

Een nog sterkere toename is te verwachten van social media. Consumenten creëren zelf de informatie in plaats van dat een bedrijf of organisatie ze van informatie voorziet. Denk aan Wikipedia of beoordelingssites zoals Zoover en Tripadvisor. De ontwikkeling van communities of gemeenschappen speelt een belangrijke rol binnen social media. Mensen met gezamenlijke interesses ontwikkelen een platform (een website, forum of een netwerk) waarbij ze informatie met elkaar wordt gedeeld.

D. VIDEO

Beelden zeggen meer dan woorden en spreken ook meer aan. Videowebsites worden daardoor steeds populairder. Voorbeelden hiervan zijn YouTube, en digitale reisreportages en beoordelingen van vakanties ondersteund met filmpjes.

Bovenstaande trends en ontwikkelingen, gekoppeld aan de functie die De Meenthe heeft in de samenleving zijn van belang voor de positionering in het aanbod van voorstellingen en events ten opzichte van andere theaters en evenementenlocaties. Daarvoor is inzicht nodig in de sterke en minder sterke punten van De Meenthe.

STERKTES:

- Gevarieerd theateraangebod.
- Regionale uitstraling van naamsbekendheid en imago.
- Uniek gebouw:
 - 600 stoelen in de grote zaal;
 - 2.500 staanplaatsen in de sport- en evenementenhal en
 - Vestzak- en filmhuis theater met 127 zitplaatsen.
- Eigen voorstellingen en festivals.
- De Meenthe staat midden in de samenleving.
- Aanbod voor alle doelgroepen.
- Toegankelijk en laagdrempelig van opzet.
- Zeer dienstverlenend en gastvrij personeel.
- Eigen horeca en keuken.
- Uitstekende ligging aan het intercitystation.
- Eigen gratis parkeervoorzieningen.

KANSEN:

- De enorme toeristische stroom die naar Giethoorn en Frederiksoord trekt.
- Eigen producties met regionale binding blijken publiekstrekkers.
- Veelzijdigheid van zalen.
- Zakelijke markt mist faciliteiten en voldoende functionele zalen.
- Status Land van Weldadigheid, mogelijk UNESCO (congressen/symposia).
- Congresregio Giethoorn komt op stoom.
- Theater op locatie ontwikkelt zich stormachtig; van een vijftigtal producties over het gehele land vijf jaar geleden tot ruim driehonderd producties in het afgelopen jaar.

ZWAKTES:

- Fragiele en kwetsbare organisatie met één directeur en 0,5 programmeur.
- Sport- en evenementenhal verdient aanpassingen aan de eisen van de tijd.
- Qua techniek is het theater verouderd.
- We hebben geen theaterkap, grote voorstellingen kunnen we niet plaatsen.
- De podiumdiepte van 10 meter vormt een beperking voor een aantal voorstellingen.
- In Steenwijk en omgeving leeft cultuur niet sterk.
- Weersomstandigheden hebben invloed op bezoek aan De Meenthe.
- Media-technisch liggen we in een lastig gebied doordat we grenzen aan Friesland en Drenthe.
- Geringe subsidie van de gemeente in vergelijking met andere theaters/evenementenhallen.
- Bekendere artiesten hebben Steenwijk niet top-of-mind.

BEDREIGINGEN:

- A-artiesten spelen liever een langere periode in een theater met een groot aantal stoelen dan dat zij naar een klein theater komen.
- Grote theaters hebben de macht om artiesten op eigen risico te laten spelen, waar kleinere theaters zelf het risico moeten dragen als een productie flopt.
- Artiesten en producties zijn duurder geworden dan je op grond van de stijging van het algemene prijspeil mag verwachten.
- Het publiek in de regio accepteert geen hoge toegangsprijzen. Waar bezoekers in Amsterdam voor een act makkelijk 35 euro betalen, ervaart onze regio deze prijs als te hoog.
- Concurrentie door buitenfestivals en theaterproducties in de omgeving.
- Bezuinigingen door de gemeente of provinciale politiek.
- Door krapte van de arbeidsmarkt is het moeilijk goed personeel te vinden.
- Gebrek aan investeringen om De Meenthe bij de tijd te houden.
- Als de economie afzwakt, dalen de bezoekersaantallen direct.
- De jongere doelgroep is moeilijk te bereiken.
- Bezoekers zijn onvoorspelbaarder, doen impulsaankopen.
- Bezoekers boeken wanneer zij willen en zijn daarin moeilijk te sturen.
- Het publiek ziet, door het grote aanbod van theaterproducties en evenementen, door de bomen het bos niet.
- 'Food' is een belangrijkere factor geworden dan 'drink'.

2. ONZE AMBITIES

De ambities vloeien voort uit de kernwaarden, de markt waarin we opereren en de trends en ontwikkelingen waarop wordt ingespeeld.

- Een ondernemende organisatie, binnen en buiten De Meenthe-muren, met een breed aanbod.
- Ruim baan gegeven aan amateurs en semiprofessionals uit de regio.
- De dienstverlening is uitstekend, en er wordt een goede service geboden.
- De Meenthe staat midden in de samenleving en is maatschappelijke betrokken.
- Faciliteert en inspireert op cultureel - en evenementengebied.
- Het initiëren en produceren van voorstellingen voor de regio.
- Een gezonde onderneming, zowel in personele als in financiële zin.

3. THEATER

Doelstelling: *Een sprankelende programmering passend bij Steenwijkerland en regio.*

Het bieden van een artistiek sprankelend en toegankelijk aanbod; muziek, dans, toneel, cabaret, show, jeugdtheater en veel regionale producties.

Met de programmering worden maatschappelijk thema's geraakt daarbij de toegankelijkheid voor bezoekers niet uit het oog verliezend. Alle lagen van de bevolking kunnen zich in de programmering herkennen. Hierdoor onderscheidt het theater zich van theaters in de omgeving maar ook landelijk. Landelijk bezoekt 23% van de bevolking het theater en De Meenthe streeft voor de regio Steenwijkerland en omgeving dat naar 35% te tillen. Door zelf te produceren, direct regionale gezelschappen en groepen te inspireren maar ook door stads en regionale initiatieven uit te dagen.

De Meenthe vervult voor de gemeente Steenwijkerland een voortrekkersrol om culturele initiatieven aan te jagen door inzet van expertise en ervaring in de podiumkunsten.

Aangenaam theaterbezoek staat of valt bij goed geluid, licht en klimaat. De Meenthe zal daarom blijven moeten investeren in techniek en daarvoor is een toereikend budget noodzakelijk voor techniek die van deze tijd is.

De Meenthe streeft ernaar de huidige status in het theaterlandschap te behouden. De Meenthe wordt gezien als vooruitstrevend en zeer ondernemend, vernieuwend en vasthoudend. Die elementen hebben het theaterbezoek boven de 50.000 bezoekers gebracht in seizoen 2017-2018. Daardoor heeft het theater meer status gekregen en is het een prachtig uithangbord voor Steenwijkerland geworden. Dat betekent dat het theater moet kunnen rekenen op een stabiele personele organisatie met een sterk technisch team en een uitmuntende afdeling marketing & ticketing. Ook zal om de status te behouden de rol van de programmeur verstevigd moeten worden want een goed programma staat of valt met het aanboren van het juiste bezoekerspotentieel.

3.1 KERNWOORDEN

Breed publiek

Actueel

Waarde voor de samenleving

Alle lagen bevolking aanspreken

Hoogwaardige dienstverlening

Aandacht voor de regio

Totaalbeleving

Gastvrij onthaal

3.2 KEUZES OP HOOFDLIJNEN

- Basisprogramma van minimaal 115 professionele voorstellingen (breed, landelijke A-inkoop i.c.m. regionaal aanbod.)
- Ruimte voor extra voorstellingen die voor eigen risico optreden.
- Risico van voorstellingen maximaal € 480.000 per seizoen.
- Gericht op een bezoekersaantal van 50.000 per seizoen.
- Ruimte om in te spelen op trends; actuele inkoop, boeken en binnen 3 maanden een voorstelling op de planken laten staan.
- Abstract toneel, dans en klassiek worden niet geprogrammeerd.
- Ondersteunen van regionale groepen acteurs/zangers.
- Samenwerking met scholen
- Regionale producties maken, plaatsen en stimuleren.
- Investeren in hoogwaardige licht en geluidstechniek voor optimale beleving.

TOELICHTING

Theater De Meenthe zoekt na de verbouwing van 2013 naar de juiste balans in aantal voorstellingen en aan te bieden genres. Door het snel veranderende aanbod is de juiste koers niet altijd duidelijk. Door in te spelen op koersveranderingen wordt de unieke status te behoud en uitgebouwd. 50.000 theaterbezoekers in Steenwijk is geen vanzelfsprekendheid en landelijk gezien ver boven de norm.

4. MEERWAARDE DOOR MAATSCHAPPELIJKE FUNCTIE

De Meenthe staat in het hart van de podiumkunsten in Steenwijkerland en de regio. De Meenthe toont lokaal ondernemerschap.

Participatie is belangrijk: meer mensen, van jong tot oud, die activiteiten kunnen ontplooiën, meedoen en genieten. Deze functie genereert geen inkomsten, maar biedt grote meerwaarde voor de regio: de leefbaarheid neemt toe, het woongenot stijgt, en daardoor ontstaat meer sociale cohesie. Voorbeelden van bijdragen aan die maatschappelijke functie zijn:

- Kopje Cultuur: een jaarlijks festival in de binnenstad van Steenwijk met een grote culturele bijdrage vanuit de gemeente.
 - In samenwerking met Orca theaterproducties worden kinderen en volwassenen via educatie en voorstellingen in aanraking gebracht met podiumkunsten, tentoonstellingen van regionale clubs en verenigingen zoals Kunst in de Kop.
 - Sinterklaastoneel.
 - Regionale festivals met koren en korpsen. De Meenthe is mede-initiator van de Pazar, Stone City Run en Steenwijk Danst.
 - Gala's zoals het Business- en het Sportgala.
 - Eindejaaractiviteiten voor de scholen.
 - Inhoudelijke programma's samen met de Bibliotheek, Scala, musea en Vuso.
 - Op Woensdag-toneel.
 - Shakespeare Diever.
- Het betrekken van maatschappelijke organisaties zoals:
- Basis- en vo-scholen in Steenwijkerland.
 - Ouderenorganisatie zoals de ANBO, Ouderwerk, Zonnebloem en 'Vier het Leven'.
 - Thuiszorg Steenwijkerland.
 - Stichting Mont Ventoux, Groot verzet tegen kanker.
 - Dagopvang als De Slinger en Frion met podiumsessies en toneel.
 - Timpaangroep voor het jongerenwerk en De Buze.
 - Ondernemersclubs zoals BCS, KNS, ZME, VOC, Vestingstad.
 - Sportclubs zoals de hockey-, skeeler-, voetbal- en korfbalvereniging.

WIE DE JEUGD HEEFT,
HEEFT DE TOEKOMST

4.1 CULTUUREDUCATIE

“Wie de jeugd heeft, heeft de toekomst”.

De Meenthe brengt kinderen met podiumkunsten in aanraking door hun talenten te ontwikkelen, als investering in hun toekomst. Via het Cultuurplatform voor basisscholen komen jaarlijks honderden kinderen naar het theater. De volgende activiteiten worden in dit kader ontplooid:

- Samenwerken met CKV-docenten in Steenwijkerland en de regio en het jaarlijks bezoeken van hun klassen. Die klassen gaan vervolgens naar een voorstelling in De Meenthe.
- Ontwikkelen leer- en kennismiddelen voor het onderwijs.
- Organiseren van activiteiten voor het Cultuurplatform basisscholen.
- Stimuleren van regionale kinder- en jongerenproducties.
- Produceren van kinderproducties.



5. EVENEMENTEN

De Meenthe organiseert spraakmakende en bijzondere evenementen voor een breed publiek. Er wordt gekozen voor een combinatie van regionale events met specifieke thema's, zoals zeekoren, blaaskapellen, jazz en bigbands en bekende artiesten. Organiseren van beurzen op het gebied van wonen, uitvaart, 50+, bedrijvenpromotiedagen en activiteiten als een preuvenement valt te rekenen tot de door De Meenthe ontplooiende activiteiten. Uitgangspunt bij al die evenementen is dat die financieel geen risico voor De Meenthe mogen opleveren.

5.1 KERNWOORDEN

Breed publiek

Toegankelijk

Waarde voor de regionale
samenleving
(Noord-Nederland)

Hoogwaardige dienstverlening

Gastvrij onthaal

Gevarieerd

5.2 KEUZES OP HOOFDLIJNEN

Dit leidt tot de volgende keuzes op hoofdlijnen:

- Een basisprogramma met dansfestivals en eigen festivals, beurzen, sportevents en zelf ontwikkelde activiteiten.
- Zeer dure bands en acts worden niet geprogrammeerd.
- Het richten op een breed spectrum van doelgroepen, qua leeftijd en interesse.
- De technische ondersteuning en ontwikkeling zijn up-to-date.

6. FILMHUIS

In 2017 is De Meenthe succesvol een filmhuis gestart. Door de aangebrachte voorzieningen in het Vestzaktheater is deze zaal nu zowel voor theater als film geschikt. Een vrijwillige zeer actieve filmraad zorgt voor de programmering.

6.1 KERNWOORDEN

Bioscoop beleving minimaliseren

Actuele films

Eigen cultuur en uitstraling

Filmhuisfilms en art-house films

Maatschappelijke thema's

6.2 KEUZES OP HOOFDLIJNEN

Dit leidt tot de volgende keuzes op hoofdlijnen:

- Tussen de 30 en 40 voorstellingen per jaar.
- Geen pauzes in films van 2 uur en 10 minuten.
- De filmraad bepaalt het aanbod van films.
- Minimaal 50 personen op een filmavond.



7. PRODUCENT EN MEENTHE ALS CONCEPT

Het publiek omarmt regionale producties en festivals. Sinds 2016 produceert en initieert De Meenthe daarom actief voorstellingen, zowel binnen als buiten de muren. Door creatieve en innovatieve ideeën tot uiting te brengen wordt een nieuw publiek aangeboord. De ambitie is om iedere zomer een productie te maken. Dit als invulling voor de stille periode in de zomer om de continuïteit in de bedrijfsvoering te verbeteren en de inkomsten ook in die periode op peil te houden.

Twee ‘productielijnen’ zijn te onderscheiden:

Lijn 1

Initiëren en produceren van festivals:

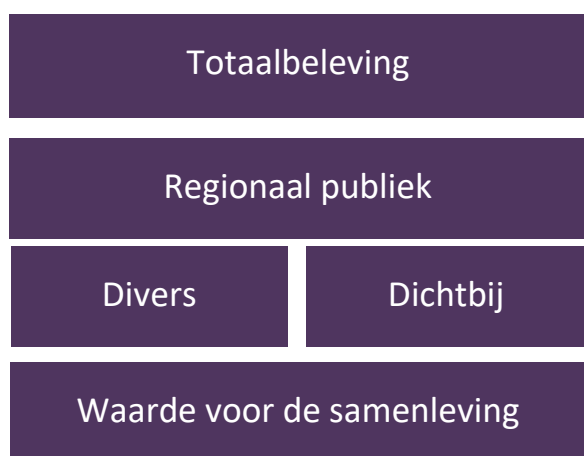
- Blaaskapellen festival,
- Popkoor festival,
- Big Band Festival
- Koorfestival
- Grootz concert,
- Zeekoren festival,
- Mannenkoor festival.

Lijn 2

Maken, initiëren en produceren van theatervoorstellingen:

- Terug naar Steenwijk
- Theatergroep Op Woensdag
- Garriet en Annegien
- Storm over Beulaeke
- Droom XXL
- Het Mysterie Wardenier

7.1 KERNWOORDEN



7.2 KEUZES OP HOOFDLIJNEN

Dit leidt tot de volgende keuzes op hoofdlijnen:

- Streven naar vier (nu drie) eigen producties per jaar.
- Kiezen voor regionale thema's.
- Als producent moet de Meenthe toegevoegde waarde hebben, zowel inhoudelijk als financieel.
- Onderbrengen van de productietak in aparte stichting “Externe Projecten”



8. HORECA

De Meenthe wil het avondje uit completeren met horeca vooraf, tijdens en na de voorstellingen. Daarbij wordt ingespeeld op het type voorstelling en de doelgroep. Met een goede prijs-kwaliteitverhouding en een gastvrije ontvangst is het doel voor een opwaartse lijn in het bestedingspatroon te creëren. De marketing van het restaurant richt zich op nieuwe doelgroepen en op gezondheid. Daarnaast moet de horeca meer een ontmoetingsplek worden.

8.1 KERNWOORDEN



8.2 KEUZES OP HOOFDLIJNEN

Dit leidt tot de volgende keuzes op hoofdlijnen:

- Creëren ontmoetingsplekken, zoals een nieuw theatercafé.
- De dienstverlening is van hoog niveau.
- Het samenwerken met horecaopleidingen.
- In het laagseizoen worden medewerkers in andere horecagelegenheden ingezet.
- Het kiezen voor biologische, fairtrade en regionale producten.

8.3 EXTERNE HORECA

De Meenthe heeft het afgelopen jaar het restaurant “Weldadigheid” in Frederiksoord gedraaid. Gedurende een aantal op verzoek van ‘WBG beheer’ wordt het Veerhuys ondersteund op personeelsvlak. Hierdoor kunnen wij de medewerkers in de stille zomerperiode in deze horecagelegenheden inzetten. Uitgangspunt is daarbij dat we personeel op deze manier in dienst kan worden gehouden in de rustige zomerperiode en tevens dat personeel zich breder kan oriënteren zonder daarbij de lokale horecabelangen te schaden.

9. MARKETING EN COMMUNICATIE

De concurrentie op het terrein van vrijetijdsbesteding neemt toe, waarbij de budgetten van theaters geen gelijke tred houden. De Meenthe investeert daarom in marketing om het onderscheidend aanbod goed in de markt te kunnen zetten. Op die manier kan het positieve imago worden bestendigd en verder worden uitgebouwd en worden bijgedragen aan omzetverhogingen.

De marketing en communicatie is een mix van online- en offline-communicatie. Het publiek als ambassadeurs van De Meenthe worden gezien. Doelgroepenanalyse staat aan de basis voor de contactstrategie. Samenwerking met andere partijen in de regio zoals detailhandel, sponsors en kaartverkooppunten maakt daar belangrijk onderdeel van uit.

De komende jaren richt de aandacht op 30-plussers en jongeren. Door hen meer met theater in aanraking te laten komen, kan deze groep de vertoonde teruglopende tendens qua bezoek die deze groepen vertonen worden omgebogen. Er wordt gedacht aan slimme Social media-acties, specifieke programmering en inzet van de doelgroepen zelf om de eigen generatie aan te spreken.

Door online acties zal meer omzet uit de zakelijke markt worden gehaald.

9.1 KERNWOORDEN

Zichtbaar

Inspelen op actualiteit

Verkoop stimuleren
Nieuwe relaties leggen

Klantgerichte database gestuurde
marketing

Persoonlijke communicatie

9.2 KEUZES OP HOOFDLIJNEN

Dit leidt tot de volgende keuzes op hoofdlijnen:

- Een combinatie van offline en online inzet van communicatiemiddelen.
- Het inzetten van een contactstrategie dus doelgroepen duidelijk identificeren en daarop gericht aanbod maken.
- Het ontwikkelen van een ambassadeursteam.
- Samenwerking met derden zoals collega theaters, bibliotheek, Scala, Personeelsverenigingen, Uitgaansplatformen zoals VanPlan en Overuitin en loyalty platformen.

10. PERSONEEL EN ORGANISATIE

Medewerkers zijn het visitekaartje van De Meenthe. De medewerkers zijn toegewijd en weten waar De Meenthe voor staat. Zij krijgen vakgerichte scholing, en training op het gebied van gastvrijheid. Ook worden specifieke vaardigheden getraind.

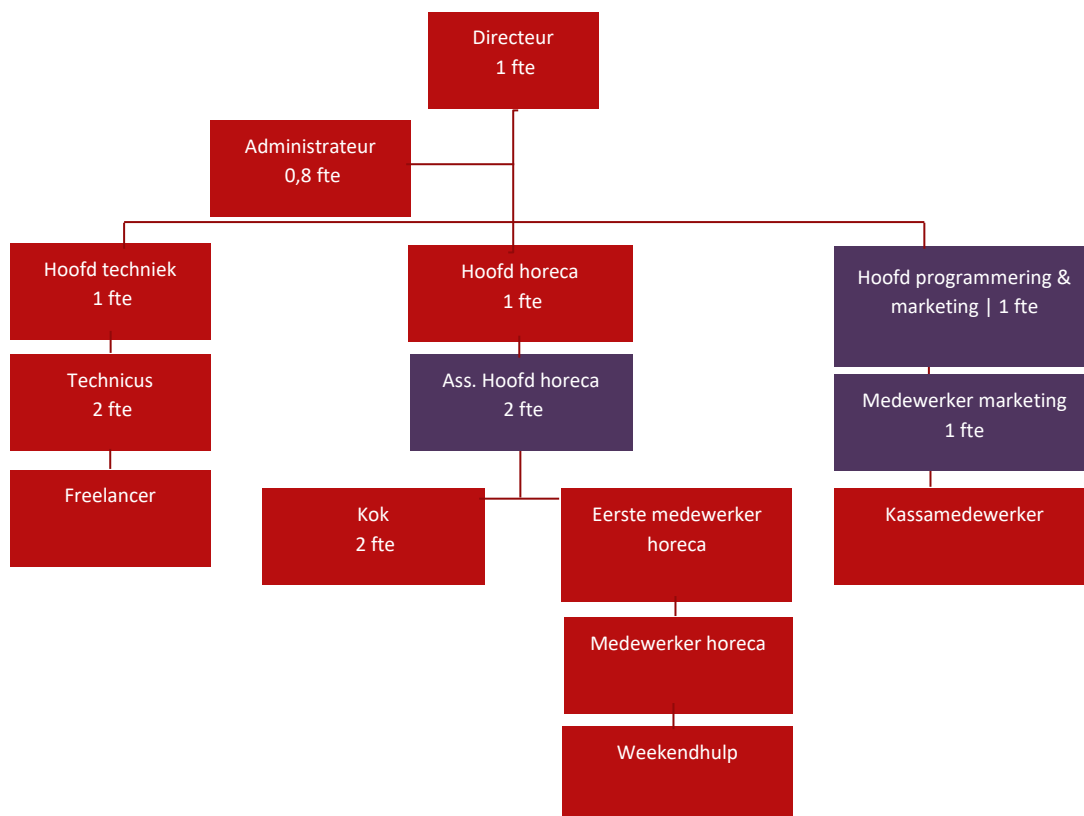
Om gasten een leuke avond uit te bezorgen, is het van belang dat de medewerkers De Meenthe als een uitdagende werkplek ervaren met een aantrekkelijk werkklimaat.

10.1 DUURZAME INZET

Duurzaamheid betekent ten aanzien van het personeelsbestand: personeel vasthouden, zorgen dat medewerkers gezond zijn en blijven met de daarbij behorende passende salariëring. Mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt worden mogelijkheden geboden om bij De Meenthe te werken.

10.2 ORGANISATIESTRUCTUUR

De Meenthe heeft een platte organisatiestructuur met een kleine kern van vaste basised medewerkers met een grote schil van flexibel inzetbare medewerkers daaromheen. Figuur 1.1 geeft het organogram van De Meenthe weer. Om de continuïteit te waarborgen en de fragiele organisatie te verstevigen, zal de komende jaren de functies Hoofd Programmering en Marketing en medewerker Marketing fulltime moeten worden uitgeoefend.



Figuur 1.1 Organogram De Meenthe

10.3 DUURZAAM

De afgelopen jaren heeft De Meenthe al een aantal stappen gezet om duurzamer te werken.

- Reduceren van stroom- en gasverbruik met 1/3 te behalen in samenspraak met de gemeente.
- In 2023 komt 1/3 van het stroomverbruik van zonnepanelen.
- Afvalstroom verminderen met 1/3, door beter te scheiden en te werken met leveranciers die minder verpakkingsmateriaal gebruiken.
- Het personeel krijgt een duurzaamheidstraining.
- Terugdringen van het gebruik van schoonmaakmiddelen met 40%.
- Verspilling van voedsel terugdringen.
- Het theater krijgt ledverlichting.
- Aantal elektrische laadpalen voor auto en fiets verhogen.
- Kiezen voor meer biologische en regionale producten in de horeca.
- Minder plastic gebruiken.

11. FINANCIËEL

De verkoop van het gebouw aan de gemeente heeft De Meenthe geholpen meer focus te leggen op het theaterbedrijf. Dat was een succesvolle keuze. Het totaal aantal theaterbezoekers is, vergeleken met het seizoen 2013/2014 met bijna 35% gestegen (zie figuur 2 in bijlage 1). Dit is een prestatie van formaat! Helaas vertaalt die ontwikkeling zich onvoldoende in het financiële resultaat van De Meenthe.

De Meenthe staat voor theater. Levert het theater geen winst op dan is dat geen reden om gelet op de hiervoor aangehaalde doelstellingen volop in te zetten om het de positie van het theater te consolideren verder uit te bouwen. Het bewaken van de continuïteit van De Meenthe is een belangrijke taak van directie en bestuur. Om uitvoering te geven aan het theaterbedrijf, is het nodig blijvend te kunnen beschikken over voldoende financiële middelen.

11.1 BLIJVEND FINANCIËEL GEZOND?

Op 1 april 2015 heeft R. van de Wielen namens onafhankelijk onderzoeksbureau UNO een onderzoek opgeleverd naar de mogelijkheden voor de toekomst van De Meenthe. Daaruit bleek:

- De positie van het theater in de markt is goed.
- De organisatie is fragiel en behoeft versterking.
- Het gebouw drukt te zwaar op de exploitatie van De Meenthe.
- De huidige financiële situatie staat continuïteit in de weg.

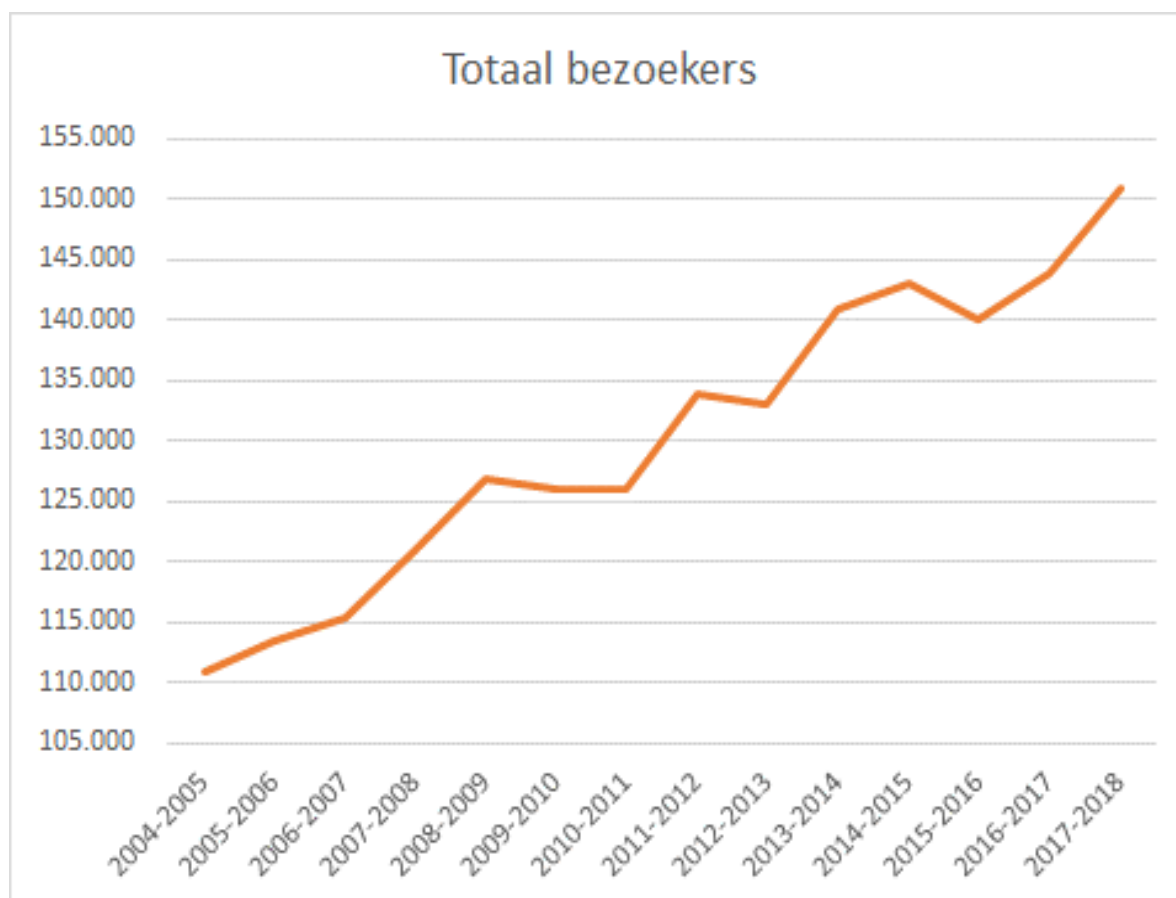
Het gebouw is verkocht aan de gemeente, maar de overige punten zijn nog actueel en behoeven op korte termijn aandacht.

De personele bezetting van De Meenthe is de afgelopen jaren toegenomen met gemiddeld twee fte, om de stijging van theaterbezoekers het hoofd te kunnen bieden. Dit is uit eigen middelen gefinancierd. Ondanks deze stijging van twee fte is de organisatie nog steeds fragiel: tegenover elke fte staan gemiddeld 2.906 bezoekers (zie figuur 5 in bijlage 1). In seizoen 2014/2015 waren dat er nog 2.350. Dit gemiddelde is een indicatie van de toenemende personele belasting binnen het theaterbedrijf.

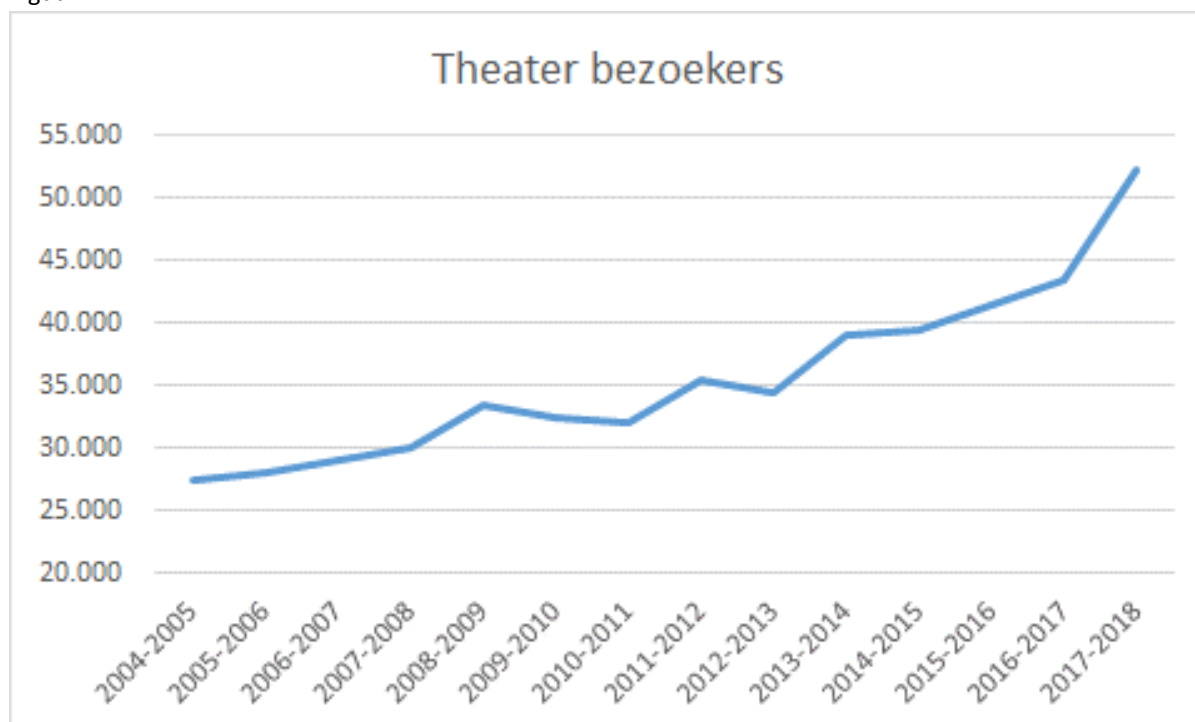
Het subsidiebedrag is sinds 2012 vastgezet rond euro 500k (zie figuur 4 in bijlage 1). De afspraak met de gemeente is dat er gekeken wordt naar een verhoging van deze subsidie om de kosten in de exploitatie blijvend te kunnen dragen. De Meenthe vindt een subsidieverhoging noodzakelijk aangezien nu nog steeds dezelfde subsidie als 13 jaar geleden wordt ontvangen terwijl inflatie en het algemene prijspeil is gestegen; de subsidie is onveranderd ten opzichte van 13 jaar geleden (zie figuur 3 & 4 in bijlage 1). Bij uitblijven van subsidieverhoging- en indexering is De Meenthe genoodzaakt het businessmodel aan te passen. Dit zal zeker impact hebben op de toekomstige culturele programmering in de toekomst. In de meerjarenbegroting is De Meenthe uitgegaan van een blijvende subsidieverhoging van euro 100k per jaar. Deze verhoging wordt gebruikt om de organisatie voldoende op sterkte te brengen.

Directie en bestuur hebben in de afgelopen jaren alle creativiteit en energie gebruikt om De Meenthe te laten zijn wat die nu is. Dat is geen vanzelfsprekendheid. De Meenthe moet beschikken over een goed toegeruste personele organisatie worden voorzien van voldoende financiële armslag en technische middelen. Het is aan het gemeentebestuur van Steenwijkerland daar duidelijke standpunten over in te nemen.

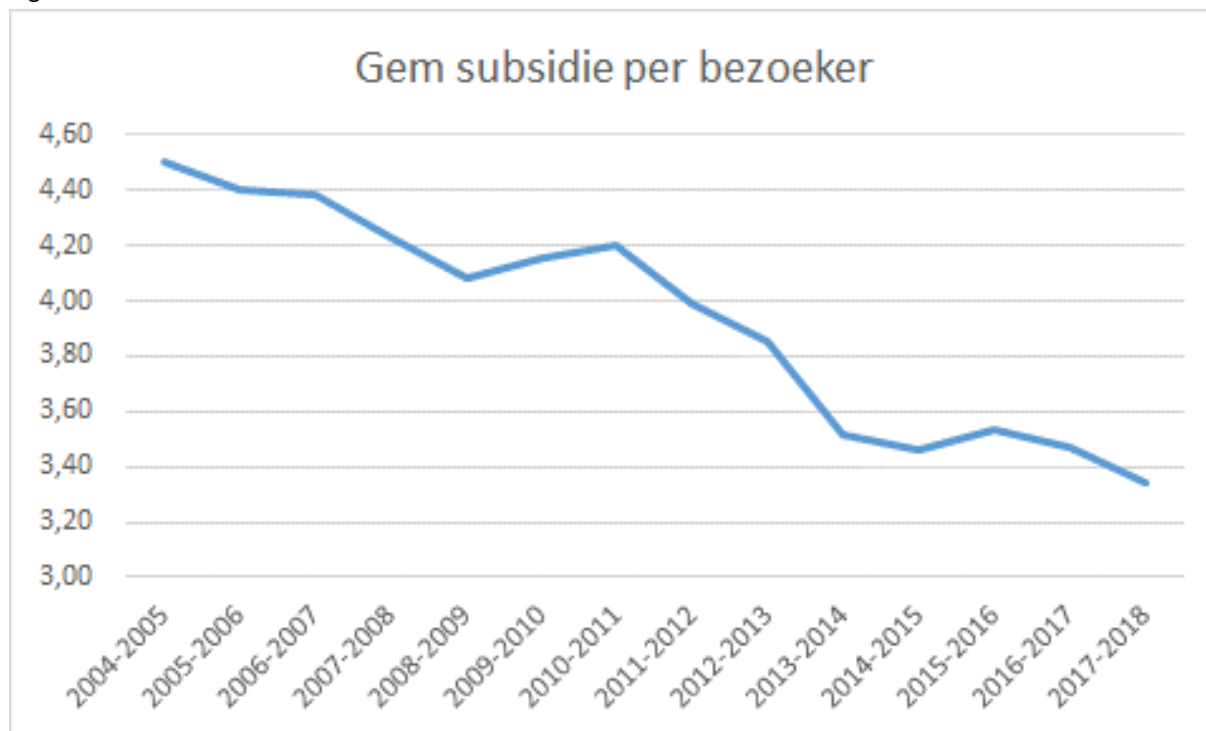
Figuur 1



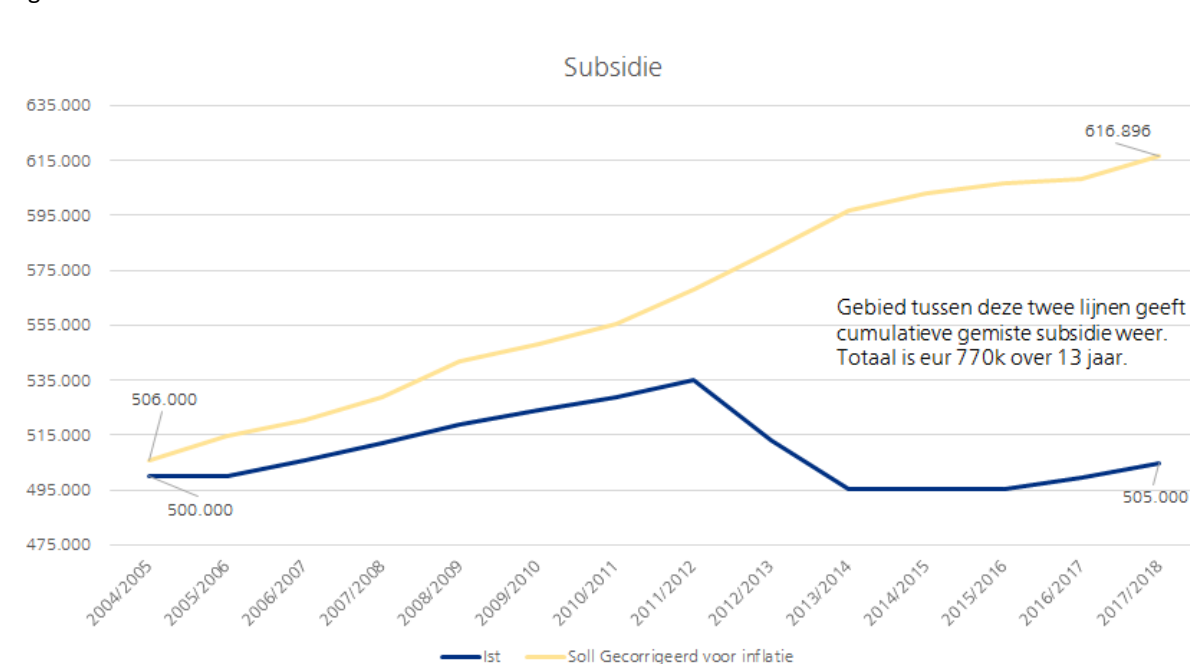
Figuur 2



Figuur 3



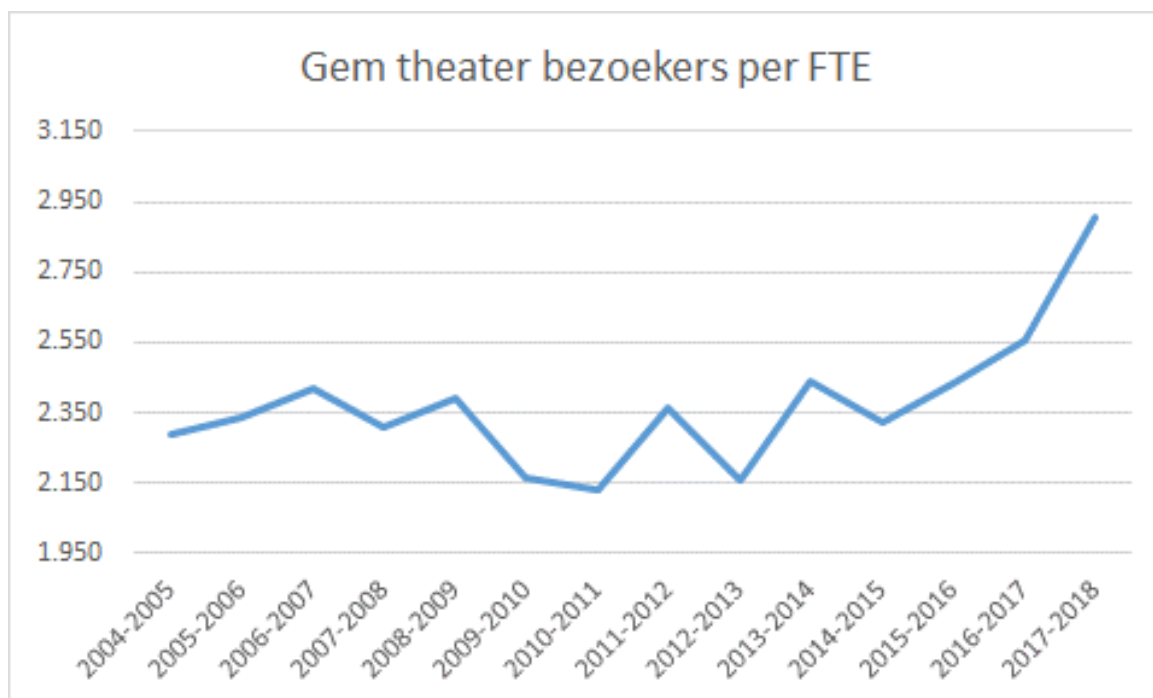
Figuur 4



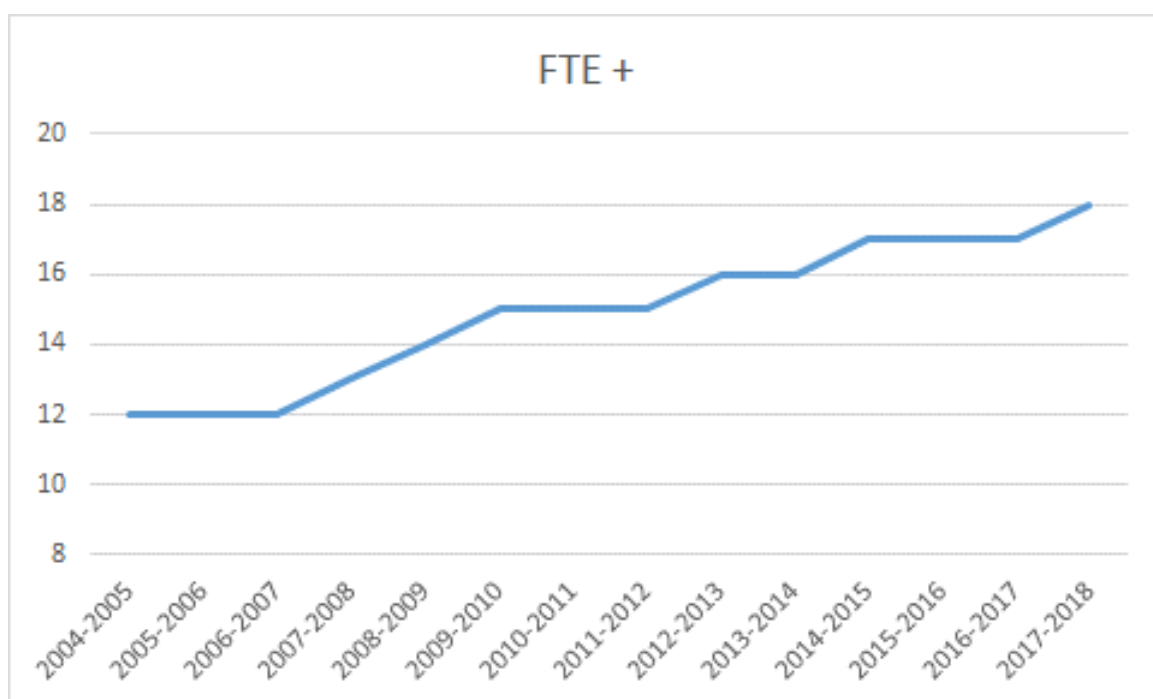
Subsidie per bezoekers is de totale subsidie gedeeld door het totaal aantal theaterbezoekers

Subsidie grafiek 2 geeft de hoogte van de huidige subsidie versus de subsidie als er niet gekort was en er jaarlijks indexering zou hebben plaatsgevonden weer.

Figuur 5



Figuur 6



Gemiddeld aantal theaterbezoekers per FTE is theaterbezoekers gedeeld door het aantal full time personeelsleden

FTE+, is de stijging van het aantal full-timers in de loop der jaren.

Seizoen	Theater bezoekers	Totaal bezoekers	FTE +	Gem theater bezoeker s per FTE	Gem subsidie per bezoeker	Ist Subsidie	Soll vorig jaar	Inflatie CBS	Soll Subsidie Gecorrig eerd voor inflatie	Verschil
2004-2005	27.500	111.000	12	2.292	4,50	500.000		0,012	506.000	-6.000
2005-2006	28.000	113.500	12	2.333	4,41	500.000	506.000	0,017	514.602	-14.602
2006-2007	29.000	115.500	12	2.417	4,38	506.000	514.602	0,011	520.263	-14.263
2007-2008	30.000	121.000	13	2.308	4,23	512.000	520.263	0,016	528.587	-16.587
2008-2009	33.500	127.000	14	2.393	4,09	519.000	528.587	0,025	541.801	-22.801
2009-2010	32.500	126.000	15	2.167	4,16	524.000	541.801	0,012	548.303	-24.303
2010-2011	32.000	126.000	15	2.133	4,20	529.000	548.303	0,013	555.431	-26.431
2011-2012	35.500	134.000	15	2.367	3,99	535.000	555.431	0,023	568.206	-33.206
2012-2013	34.500	133.000	16	2.156	3,86	513.000	568.206	0,025	582.411	-69.411
2013-2014	39.000	141.000	16	2.438	3,51	495.266	582.411	0,025	596.971	-101.705
2014-2015	39.500	143.000	17	2.324	3,46	495.266	596.971	0,01	602.941	-107.675
2015-2016	41.400	140.000	17	2.435	3,54	495.266	602.941	0,006	606.559	-111.293
2016-2017	43.444	144.000	17	2.556	3,47	499.500	606.559	0,003	608.378	-108.878
2017-2018	52.300	151.000	18	2.906	3,34	505.000	608.378	0,014	616.896	-111.896
										-769.052

Profiel ten opzichte van andere theater:

Capaciteit= Aantal zalen met aantal stoelen

Meppel: capaciteit 120/480

Artistiek/toneel/Klassiek/zwak regionaal

Hoogeveen: capaciteit 450 /800

Divers/Show/Muziek/weinig toneel

Heerenveen: capaciteit 380

Artistiek/Klein/ toneel/Dans/Eigen producties/zwak regionaal

Emmeloord: capaciteit 500

Divers/muziek/afwachtend/geen uitstraling/zwak regionaal

Zwolle: capaciteit 250/450/980

Alle genres/ artistiek/ stadsprogrammering

Assen: capaciteit 270/850

Divers/ Show/Muziek

Benchmark 2019

	Plaats	Inwoners gemeente	Bezoekers	aantal voorstellingen	Subsidie	Subsidie per bezoeker
THEATER						
De Meenthe	Steenwijk	43338	52344	124	509000	9,72
Ogterop	Meppel	33329	28960	115	1003500	34,65
Posthuis	Heerenveen	50200	23400	110	625000	26,7
Voorhuys	Emmeloord	46658	18500	90	575000	31,08
Odeon/Spiegel	Zwolle	123861	136000	322	3400000 *	27,45
Tamboer	Hoogeveen	55677	40000	120	1150000	28,75
Stadsgehoorzaal	Kampen	52000	30000	110	782500	26,08
Lawei	Drachten	55759	65800	301	1500000 **	23,07
Theater Sneek	Sneek	85000	44000	135	700000	15,9
Hoftheater	Raalte	37130	13500	84	330000	24,44
Voorvechter	Hardenberg	60594	29000	90	500000	17,24
Harmonie	Leeuwarden	107691	97000	220	3000000	30,92
Nieuwe Kolk	Assen	67633	58000	160	1435000	24,74
Atlas	Emmen	109000	61000	136	970000 ***	15,9
Geert Teis	Stadskanaal	32232	44000	145	764727	17,38

* 2 gebouwen

** Bedrag uit een totaalexplotatie

Gepubliceerd 2017, theater zit in een
totaalexplotatie

Tabel 2

Meerjaren begroting De Meenthe

Begroting	<u>2018/2019</u>	<u>2019/2020</u>	<u>2020/2021</u>	<u>2021/2022</u>
Omzet horeca	820.000	840.000	860.000	900.000
Sponsoring	45.000	50.000	55.000	60.000
Opbrengst verhuur	127.000	127.000	127.000	127.000
Opbrengst voorstellingen	900.000	920.000	940.000	960.000
Opbrengst evenementen	100.000	110.000	120.000	130.000
Opbrengsten Filmhuis	25.000	26.000	27.000	28.000
Opbrengsten Meenthe extern	25.000	25.000	25.000	25.000
Overige opbrengsten	70.000	70.000	70.000	70.000
Subsidie Provincie	15.000	16.000	16.000	18.000
Subsidie Gem. Steenwijkerland	<u>513.000</u>	<u>623.000</u>	<u>623.000</u>	<u>623.000</u>
Totaal opbrengsten	2.640.000	2.807.000	2.863.000	2.941.000
Inkoop horeca	220.000	225.000	232.000	250.000
Personeelskosten	785.000	900.000	915.000	930.000
Huisvestingskosten	95.000	95.000	96.000	96.000
Kosten voorstellingen	1.000.000	1.010.000	1.020.000	1.030.000
Kosten Filmhuis	15.000	16.000	15.000	16.000
Kosten evenementen	150.000	160.000	170.000	180.000
Algemene kosten	75.000	75.000	75.000	80.000
Keuken en huur algemeen	34.000	33.000	34.000	33.000
Reclame kosten	65.000	65.000	70.000	80.000
Energie	75.000	79.000	80.000	80.000
Afschrijvingen	50.000	50.000	50.000	50.000
Huur	93.000	96.000	99.000	101.500
Totaal kosten	<u>2.657.000</u>	<u>2.804.000</u>	<u>2.856.000</u>	<u>2.926.500</u>
Exploitatie resultaat	-17.000	3.000	7.000	14.500