



# Activiteitenplan 2020

## Theater Het Postkantoor

STEPS | Stede Broec | September 2019

# Inhoud

---

Inleiding	2
Ambities en speerpunten 2020-2022	3
Doelen en activiteiten	5
1. Beleven	5
a. Het theateraanbod bestendigen	
b. Vergroten klantinzicht t.b.v.	
i. Verhogen effectiviteit marketinginspanningen	
ii. Verbeteren dienstverlening	
2. Verbinden	7
a. Jeugd en Senioren (ver)binden	
b. Verbinding door samenwerking	
3. Inspireren	9
a. Hét podium zijn voor regionaal talent	
b. Hét podium zijn voor amateurs	
4. Ondernemen	10
a. De financiële positie versterken	
i. Groei inkomsten verhuur	
ii. Groei inkomsten horeca	
iii. Herintroduceren film	
iv. Sponsorwerving	
v. Gerichte fondsenwerving	
b. Aantrekkelijke werkplek zijn voor medewerkers en vrijwilligers	
c. Verantwoord beheer en onderhoud van het pand	
Cijfers en Feiten	18
Begroting	21
Samenvatting	22
Bijlage Bestuur en Organisatie	24

## Inleiding

---

Voor u ligt het Activiteitenplan 2020 van Theater Het Postkantoor. Hierin beschrijven wij wat wij het aankomend jaar gaan doen om onze ambities voor Het Postkantoor waar te maken. Deze ambities zijn omschreven in het Beleidsplan 2020-2022. Maar waar het meerjarenbeleidsplan richting geeft aan het theater, biedt dit activiteitenplan een gedetailleerde beschrijving voor de route die wij in 2020 gaan afleggen.

In dit activiteitenplan bouwen wij voort op het stevige fundament dat sinds de start van Het Postkantoor in 2012 is gelegd: een breed theateraanbod voor een groeiend aantal bezoekers; een hoge bezettingsgraad en goede waardering van bezoekers. Een vernieuwde theaterfoyer die zich ontwikkelt tot een rendabel onderdeel van het theater; een toename van het aantal schoolvoorstellingen en culturele verhuringen aan (semi)amateur verenigingen; het groeiend aantal (lokale) talenten dat in Het Postkantoor een podium. De onverminderde steun van vrijwilligers; onze ANBI-status sinds januari 2018; onze status van Erkend Leerbedrijf; en de prettige samenwerking met de gemeente Stede Broec.

Het afgelopen jaar, voorafgaand aan dit schrijven, kampte Het Postkantoor met interne onrust en de gevolgen van personeelsuitval. In deze periode hebben het bestuur en vrijwilligers op het roer recht gehouden. Voor 2020 kunnen wij -met gesmeerde motor- weer koers zetten op onze ambities voor de komende jaren en ons volledig richten op onze kerntaak: Stede Broec verrijken met cultuur.

### *Leeswijzer*

Wij starten met een korte beschrijving van de onze ambities en speerpunten, zoals deze zijn geformuleerd in ons Beleidsplan 2020-2022. In de daaropvolgende hoofdstukken lichten wij toe wat wij in 2020 willen bereiken en hoe wij dat doen. Wij sluiten af met feiten en cijfers. Hierin lichten wij onze doelen vanuit een financieel perspectief toe aan de hand van de meerjarenbegroting. Tenslotte volgt een korte samenvatting.

*September 2019*

*Namens het bestuur van Stichting Theater Exploitatie Theater Het Postkantoor Stede Broec*

*Maartje van Kraaij, algemeen manager*

## Ambities en speerpunten 2020-2022

---

In ons beleid voor de periode 2020-2022 richten wij ons op onze kerntaak: ‘Stede Broec verrijken met cultuur’. Daarin onderscheiden wij voor de komende planperiode vier ambities:

1. Theater Het Postkantoor biedt een kwalitatief cultureel aanbod, dat inspireert en verbindt; in het bijzonder jeugd en senioren (65+).
2. Theater Het Postkantoor draagt bij aan de ontwikkeling van talent; als podium én werkplek inspireren wij en zetten wij aan tot de ontwikkeling van eenieders talent.
3. Theater Het Postkantoor biedt haar bezoekers een totale theaterbeleving, zorgt voor dat ‘avondje uit-gevoel’; en is een plek voor ontmoeting en ontspanning.
4. Theater het Postkantoor is een cultureel ondernemer die verantwoordelijkheid neemt voor mensen en middelen, zowel binnen haar muren als daarbuiten.

Om deze ambities te realiseren hebben wij voor de planperiode 2020-2022 een viertal speerpunten geformuleerd:

### **Beleven**

Wij zetten in op een totale theaterbeleving, een bezoek dat van A tot Z klopt: van passend advies, een servicegerichte kaartverkoop en de bereikbaarheid en uitstraling van het pand; tot de gastvrije ontvangst, een ruim programma-aanbod en een drankje en hapje in ons sfeervolle theaterfoyer.

Voor een optimale totaalbeleving zijn de doelen voor de komende periode:

- a. Het theateraanbod (aantal en diversiteit) bestendigen
- b. Vergroten klantinzicht t.b.v.
  - i. Verhogen effectiviteit marketinginspanningen
  - ii. Verbeteren dienstverlening

### **(Ver)binden**

Het Postkantoor wil een verbindende factor zijn binnen het culturele leven van Stede Broec en op een actieve manier haar maatschappelijke betrokkenheid tonen. Dit resulteert in de volgende afgeleide doelen:

- a. Jeugd en 65+Senioren (ver)binden aan Theater Het Postkantoor
- b. Verbinding door samenwerking met sociale, culturele en/of maatschappelijke partners

### **Inspireren**

“Stede Broec verrijken met cultuur” betekent voor ons toch vooral mensen te kunnen *inspireren*. Enerzijds door een breed publiek te prikkelen met aansprekend theateraanbod; anderzijds door mensen uit te dagen en aan te zetten tot ontwikkeling van hun (culturele) talenten.

De afgeleide doelen zijn:

- a. Hét podium zijn voor regionaal talent
- b. Hét podium zijn voor amateurs

### ***Ondernemen***

Onze visie op cultureel ondernemerschap is op een verantwoorde, weloverwogen manier om te gaan met de mensen en middelen, zowel ín ons theater als daarbuiten. De doelstellingen die wij formuleren zijn:

- a. Onze financiële positie versterken (meer inkomsten uit verhuur, horeca en sponsoring)
- b. Een aantrekkelijke werkplek zijn voor medewerkers en vrijwilligers
- c. Goed beheer en onderhoud van het pand met duurzaamheid als belangrijk uitgangspunt

*Voor een uitgebreidere beschrijving van de speerpunten verwijzen wij u naar het Beleidsplan 2020-2022.*

In het volgende hoofdstuk lichten wij per speerpunten toe welke doelen, activiteiten en resultaten wij in 2020 willen realiseren.

## Doelen en activiteiten

---

Aan de hand van de ambities en speerpunten voor 2020-2022, die wij in het vorige hoofdstuk hebben toegelicht, werken wij hieronder per speerpunt en doelstelling uit welke activiteiten en resultaten wij in 2020 willen realiseren.

### **Speerpunt 1: Beleven**

Voor een optimale totaal-beleving zijn de doelen voor de komende periode:

1. Bestendigen van het aanbod
2. Vergroten van klantinzicht t.b.v.:
  - o Verbeteren dienstverlening
  - o Verhogen effectiviteit marketinginspanningen

#### *Ad 1.) Het theateraanbod bestendigen.*

De afgelopen jaren kenmerkte onze programmering zich door een breed aanbod, een stijgend aantal bezoekers en gemiddeld zaalbezettingspercentage boven de 80%. Dit is aanleiding om in de komende periode de artistieke beleidslijn van de afgelopen periode voort te zetten, waarbij wij ruimte laten voor eventuele aanpassingen in het aanbod om meer jeugd en senioren (65+) aan ons theater te verbinden. (zie volgend speerpunt)

De vaste programmering voor theaterseizoen 2019-2020 is reeds voltooid. In 2020 staat de programmering voor het seizoen 2020-2021 centraal.

#### *Activiteiten:*

- Programmeren voor 2020/2021
- Samenstellen en verspreiden theaterbrochure seizoen 2020/2021

#### *Beoogd resultaat 2020 en 2021:*

- ✓ Minimaal aantal voorstellingen 'vaste' theaterprogrammering: 65 (incl. Postkantoor Live)
- ✓ Lichte groei van totale aantal bezoekers (door aanbod nog beter te laten aansluiten op beoogd publiek): 2% per kalenderjaar
- ✓ Behoud van gemiddeld zaalbezettingspercentage: 80%.
- ✓ Behoud van diversiteit in het aanbod: cabaret (50%), toneel (10%), muziek (15%) en familie- en jeugdvoorstellingen (15%) en overig (lezing/dans/literair/etc. 10%)

## *Ad. 2) Vergroten Klantinzicht*

Om ons publiek uiteindelijk een optimale theaterbeleving te kunnen bieden, willen wij beter in kaart brengen wie onze bezoekers zijn en wat hun wensen en behoeften zijn. Dit klantinzicht is sleutel tot een effectiever marketing beleid en de verbetering van onze dienstverlening aan onze klanten. Hierbij merken wij op dat klantinzicht weliswaar richting geeft aan de professionalisering van de dienstverlening, maar dat voor de realisatie ervan de juiste 'mind-set' minstens zo belangrijk is. Om de dienstverlening te kunnen professionaliseren is het dus ook van belang om binnen het theater -onder de vrijwilligers en medewerkers- een cultuur te hebben, waarin de klant centraal staat. Een mind-set waarin medewerkers en vrijwilligers gedreven zijn/worden om het onze klanten naar de zin te maken en er plezier aan beleven om het beste uit zich zelf te halen. Dit betekent dat wij het belangrijk vinden om op de hoogte te blijven van nieuwe ontwikkelingen, technieken en inzichten, zodat wij onze bezoekers kunnen (blijven) verrassen met (ver)nieuw(d)e concepten

### *Activiteiten:*

- Overzicht maken van de beschikbare en ontbrekende data/informatie in relatie tot de gewenste klantinzicht.
- Optellen en uitvoeren van actieplan om informatieniveau op peil te brengen en te houden.
- Toepassen van verbeterd klantinzicht in marketingbeleid. Dit moet leiden tot een grotere effectiviteit van de marketinginspanningen en mogelijk tot efficiëntere inzet van het marketingbudget.
- Bepalen van gewenste niveau van dienstverlening op basis van verbeterd klantinzicht: wat mogen en kunnen onze bezoekers van een bezoek verwachten?
- Toepassen van een verbeterproces: hoe kunnen wij onze dienstverlening (blijven) verbeteren?
- Medewerkers en vrijwilligers faciliteren om op de hoogte te blijven van nieuwe ontwikkelingen, technieken en inzichten op hun taakgebied (gastheerschap, horeca, balie, etc). Dit kan door middel van kennisdeling, het bijwonen van workshops, trainingen, ed.

### *Beoogd resultaat 2020:*

- ✓ Beter inzicht in wie onze klanten zijn en hoe zij ons beoordelen
  - Inventarisatie informatiebehoefte versus informatieaanbod
  - Actieplan voor op peil houden/brengen informatieniveau
- ✓ Effectieve(re) toepassing marketingtools
- ✓ Klant- en servicegerichte mentaliteit

## ***Speerpunt 2: Verbinden***

Het Postkantoor wil een verbindende factor zijn binnen het culturele leven van Stede Broec en op een actieve manier haar maatschappelijke betrokkenheid tonen. In deze context zijn onze doelen:

1. Jeugd en Senioren (ver)binden aan Theater Het Postkantoor
2. Verbinden door samenwerking

### *Ad 1.) Verbinden van jeugd en senioren*

Wij streven naar verbinding met alle inwoners van Stede Broec en omgeving, maar de komende jaren in het bijzonder naar verbinding van jeugd en senioren (65+). De reden hiervoor is dat wij geloven dat kunst en cultuur bijdraagt aan de vorming van (jonge) mensen, hen bindt aan de samenleving en een belangrijke ontmoetingsplek kan zijn. Als theater willen wij die ontmoetingsplek zijn, omdat wij geloven dat de binding van jeugd en senioren aan het theater een breed positief maatschappelijk effect heeft.

Sinds onze start in 2012 zijn structureel inspanningen gedaan om jeugd en senioren naar Het Postkantoor te krijgen. Daarom zetten wij voor 2020 in op de consolidatie van wat goed gaat en de ontwikkeling van wat beter kan.

#### *Activiteiten:*

- Het bestendigen en mogelijk uitbreiden van het aantal schoolvoorstellingen
- Behoeftte van jongeren en senioren peilen op gebied van culturele activiteiten/programmering en waar mogelijk investeren in passende aansluiting op het aanbod
- Extra marketinginspanning op maat, gericht op de doelgroep jeugd en senioren(65+)
- Samenwerking met plaatselijke (welzijns-)organisaties die zich richten op jeugd en senioren (bv. 't Stadsplein/Inventas/seniorenraad)

#### *Beoogd resultaat 2020:*

- ✓ Ontwikkeling van initiatieven voor/door jeugd en senioren (65+)
- ✓ Toename van jeugdige bezoekers en senioren aan Theater Het Postkantoor.



## *Ad. 2) Verbinden door Samenwerking*

'Verbinden' willen wij ook door actief de samenwerking met andere partijen te zoeken. Wij geloven dat samenwerking met anderen meerwaarde oplevert voor onze bezoekers, onze zakelijke klanten en voor onszelf.

Wij blijven in de toekomst openstaan voor ideeën van anderen zolang deze passen bij onze doelstellingen, maar hopen vaker een voortrekkersrol te spelen in de samenwerking met andere partijen.

Concreet betekent dit dat wij inzetten op een intensivering van de samenwerking met de gemeente en met andere (sociaal-)culturele organisaties in Stede Broec en directe omgeving.

### *Activiteiten:*

- Periodiek overleggen met de gemeente Stede Broec; zij is de belangrijkste stakeholder van Theater Het Postkantoor. Goed en regelmatig contact is voorwaarde voor een hechte samenwerking en helpt ons om -samen met de gemeente- op een effectieve en efficiënte manier een waardevolle bijdrage te leveren aan de inwoners van Stede Broec.
- Voortzetten van de goede samenwerking met Stichting 't Stadsplein. Als gezamenlijke huurders van het pand werken wij nauw samen op het gebied van het dagelijks beheer en onderhoud van het pand. Daarnaast vinden wij elkaar regelmatig in de ontwikkeling van gezamenlijk (sociaal-)cultureel aanbod, bijvoorbeeld de combinatie van een knutselworkshop van 't Stadsplein met een kinderfilm van Het Postkantoor.
- Organiseren cultureel festival in Stede Broec. In 2019 is samen met 't Stadsplein het initiatief genomen tot de organisatie van het eerste Rondje Cultuur Stede Broec als opening van het culturele seizoen waaraan in totaal acht sociaal-culturele organisaties in Stede Broec deelnamen. Met dit initiatief is de basis gelegd voor verdere samenwerking met de overige partijen, zoals WF Bibliotheken en Muziekschool Stede Broec. Onze ambitie is ook om in de komende jaren het Rondje Cultuur Stede Broec uit te bouwen tot een jaarlijks terugkerend cultureel festival in Stede Broec.

### *Beoogd resultaat 2020:*

- ✓ Periodiek overleg met gemeente Stede Broec; tenminste 2 x pj en 1 x pj in het Theater
- ✓ Wekelijks overleg met dagelijkse leiding van 't Stadsplein; alsmede periodiek overleg tussen besturen van beide stichtingen.
- ✓ Regelmatig contact overige culturele instellingen, zoals WF Bibliotheken en Muziekschool Stede Broec
- ✓ Gezamenlijk (sociaal) cultureel aanbod met 't Stadsplein
- ✓ Jaarlijks terugkerend cultureel festival (bijv. Rondje Cultuur Stede Broec 2020)

### ***Speerpunt 3: Inspireren***

“Stede Broec verrijken met cultuur” betekent voor ons vooral mensen *inspireren*. Enerzijds door een breed publiek te prikkelen met aansprekend theateraanbod; anderzijds door mensen uit te dagen en aan te zetten tot ontwikkeling van hun (culturele) talenten. Binnen dit kader zijn onze doelen:

1. Hét podium te zijn voor regionaal talent
2. Hét podium te zijn voor amateurs

#### *Ad 1. ) Het podium voor regionaal talent*

Sinds 2018 bieden wij een podium voor aanstormend en gevestigd talent uit de regio. Dit brengt een grote toegevoegde waarde, want in de intieme setting van de theaterfoyer doen artiesten podiumervaring op en geniet het publiek van regionaal talent. In de komende jaren willen wij een toenemend aantal voorstellingen van regionaal talent aanbieden als vast onderdeel van onze (foyer)programmering onder de noemer Postkantoor Live.

#### *Activiteiten:*

- Naamsbekendheid van Het Postkantoor als podium voor regionaal talent vergroten onder artiesten en publiek door gerichte marketinginspanningen.
- Advies en begeleiding op maat bieden voor (onervaren) talent ten aanzien van voorstellingsvoorbereiding, publiciteit, ed.
- Programmeren van regionaal talent (scouten, contracteren, programmeren, begeleiden)

#### *Beoogd resultaat 2020:*

- ✓ Toename van het aantal optredens van regionaal talent: min. 10 optredens

#### *Ad 2.) Het podium voor amateurs*

Wij willen in de komende jaren de initiatieven van amateurverenigingen, die midden in onze gemeenschap staan, beter ondersteunen. Wij willen de weg naar ons theater voor hen beter ‘plaveien’. Want ondanks dat Stede Broec en omgeving een gevarieerd (amateur)verenigingsleven kent, maakt slechts een deel van deze verenigingen jaarlijks gebruik van onze faciliteiten, kennis en ervaring.

Centrale vraag is dan ook: Hoe kunnen wij amateurinitiatieven beter ondersteunen? Wij hanteren voor amateurverenigingen sterk gereduceerde tarieven, maar de noodzakelijke kosten die wij moeten doorberekenen, lijken hen af te schrikken. Wij geloven dat wij als professioneel theater meerwaarde kunnen bieden en amateurverenigingen kunnen ondersteunen op het gebied van advisering en begeleiding bij planvorming, fondsenwerving, publiciteit, etc.

*Activiteiten:*

- Amateurverenigingen actief informeren over onze mogelijkheden, gereduceerde tarieven, maatwerk-advies en -oplossingen.
- Amateurverenigingen laten kennismaken met Theater Het Postkantoor, bijvoorbeeld door introductie-tarieven aan te bieden of door een 'amateur-gala' te organiseren, waarbij amateurverenigingen zich op het podium aan het publiek kunnen presenteren.
- Maatwerk-advies en begeleiding bieden bij voorstellingsorganisatie, publiciteit, etc.

*Beoogd resultaat in 2020:*

- ✓ Stijging van het aantal voorstellingen door amateurverenigingen naar min. 5 voorstellingen per jaar.

#### ***Speerpunt 4: Ondernemen***

"Cultureel ondernemerschap" betekent voor ons dat wij op een verantwoorde manier omgaan met de mensen en middelen in ons theater én daarbuiten. De doelstellingen die wij formuleren zijn:

1. Onze financiële positie versterken (meer inkomsten uit film, verhuur, horeca, sponsor- en fondsenwerving)
2. Een aantrekkelijke werkplek zijn voor medewerkers en vrijwilligers
3. Het pand goed beheren en onderhouden: duurzaamheid als belangrijk uitgangspunt

##### *Ad. 1) Onze financiële positie versterken*

Wij streven naar een gezonde financiële situatie om de toekomst van Het Postkantoor te kunnen borgen. Dit betekent dat wij streven naar hogere inkomsten uit verhuur, horeca; de filmprogrammering weer oppakken; en inzetten op inkomsten uit fondsenwerving.

o *Groei inkomsten uit zakelijke Verhuur*

Wij zetten in op een omzetstijging van de zakelijke verhuur en de hieraan gerelateerd horeca-inkomsten. Wij willen dit realiseren door het aantal verhuringen te vergroten en de opbrengsten per verhuring te optimaliseren.

Om het aantal verhuringen te laten stijgen willen wij Het Postkantoor als ideale locatie voor zakelijke verhuur beter op de kaart zetten. Cruciaal hierin zijn extra marketing-inspanningen en goed relatiebeheer. Daarnaast moet zakelijk huren aantrekkelijk worden door een flexibel en oplossingsgericht offertetraject, passende concepten voor eten en drinken, een vlotte administratieve afhandeling en een proactief aftersalesgesprek.

Daarnaast willen wij de opbrengsten per verhuring optimaliseren, bijvoorbeeld door een ruime keuze aan faciliteiten, een goede wifi-verbinding, ruime cateringmogelijkheden, opties voor maatwerk- verhuringen (bijvoorbeeld gecombineerde vergader/theaterarrangementen).

*Activiteiten:*

- Gerichte marketinginspanningen doen voor doelgroep zakelijke verhuur.
- Opzetten van relatiebeheer: nieuwe relaties maken en bestaande relaties onderhouden
- Aanbieden van een vlot en flexibel offertetraject, d.w.z. een efficiënt traject met ruimte voor maatwerk-advies en -oplossingen.
- Uitbreiden cateringmogelijkheden door middel van samenwerking met plaatselijke restaurateurs/cateraars/bakkerijen.
- Vlot afhandelen van administratie, zoals facturering.
- Voeren van aftersales gesprekken en verbeterpunten meenemen in verbeterproces (zoals eerder beschreven in Beleven: verbeteren dienstverlening)
- Het goed onderhouden van verhuur-faciliteiten: aankleding verhuurruimtes, kantoorbenodigdheden (flipovers, markers, laptops, beamers, etc), wifi, etc.

*Beoogd resultaat in 2020:*

- ✓ Omzetstijging verhuur met €20.000
  - o toename aantal zakelijke verhuringen
  - o toename gemiddelde verhuurinkomsten per verhuring

o *Groei inkomsten uit Horeca*

Op het gebied van eten en drinken zijn er verschillende mogelijkheden om de horeca omzet te vergroten. Wij onderscheiden hierin twee sporen, die gelijktijdig bewandeld kunnen worden. Het eerste spoor betreft het optimaliseren van de horeca-omzet binnen de mogelijkheden van de bestaande vergunning; het tweede spoor is de verkenning van mogelijkheden voor het voeren van een terras en de verruiming van de bestaande vergunning, zodat personeelsfeesten, recepties en commerciële presentaties in Het Postkantoor mogelijk worden.

Om de omzet binnen onze huidige vergunning optimaliseren, richten wij ons op het ontwikkelen van nieuwe, verrassende horecaconcepten, die een waardevolle aanvulling zijn op ons theater-, film- en verhuuraanbod. Een mogelijkheid kan bijvoorbeeld zijn om een daghap te reserveren op voorstellingsavonden. Daarnaast willen wij (nieuwe) culturele evenementen organiseren met een bijpassend horeca-concept. Bijvoorbeeld een Moederdag-evenement met film, muziek en bijbehorende hapjes en drankjes. Tenslotte willen wij de afname tijdens de voor- en nazit bevorderen door middel van een speciaal horeca-arrangement; en door aantrekkelijke randprogrammering (live muziek of een mooie expositie). Maar ook valt nog veel te behalen door onze horeca-vrijwilligers extra te trainen, bijvoorbeeld op het bedienen aan tafel.

Naast bovengenoemde aandachtspunten, willen wij de komende planperiode de mogelijkheden voor een terras en de verruiming van de vergunning in kaart brengen, alsmede de bijbehorende omzetstijging.

*Activiteiten:*

- Ontwikkelen en realiseren culturele verhuringen waarin horeca-concept optimale opbrengsten oplevert
- Organiseren randprogrammering t.b.v. verhoging afname tijdens voor- en nazit
- Trainen van horeca-vrijwilligers t.b.v. verhoging afname door bezoekers
- Onderzoeken mogelijkheden voor een terras
- Onderzoeken mogelijkheden tot verruiming van vergunning
- Opstellen ondernemingsplan voor theaterfoyer voor terras en/of verruimde vergunning

*Beoogd resultaat in 2020:*

- ✓ Omzetstijging horeca met €5000

- *Filmprogrammering herintroduceren*

In 2020 blazen wij nieuw leven in de filmprogrammering. In 2018 werd de filmprogrammering gestopt in verband met tegenvallende bezoekersaantallen en een organisatorisch te zware belasting voor het kleine team filmvrijwilligers.

Gestreefd wordt om met de filmprogrammering een positief resultaat te behalen.

*Activiteiten:*

- Formuleren van een filmbeleid met aandacht voor:
  - Werven filmdraaiers
  - Doelgroepen: accent op jeugd, senioren (65+)
  - Programmeren films
  - Uitvoeren marketing/publiciteit

*Beoogd resultaat in 2020:*

- ✓ Omzet film: €7500
  - min. aantal bezoekers: 1000

- *Groei inkomsten uit Sponsorwerving*

Sponsoring is momenteel geen belangrijke bron van inkomsten (meer). In 2020 streven wij naar een herstel van inkomstenniveau in 2018 en zelfs een toename. Daarbij richten wij ons op drie aandachtsgebieden:

- Binnenhalen van zakelijke sponsors: door sponsorpakketten, maatwerk, business club
- Het werven van donaties en ondersteuning door particulieren, bijvoorbeeld door het opzetten van een vriendennetwerk. Ook onze eigen vrijwilligers kunnen hierin een ambassadeursrol vervullen.
- Belangrijk is in dit kader om de fiscale voordelen van giften en sponsoring van Het Postkantoor als ANBI uit te dragen.

*Activiteiten:*

- Samenstellen van informatie over fiscale voordelen van giften en sponsoring aan Het Postkantoor als ANBI.
- Werven zakelijke sponsors
  - o Actieve acquisitie
  - o Gerichte promotie en publiciteit
  - o Samenstellen maatwerk-sponsorpakketten
  - o Onderzoeken bestaansrecht van business club
- Werven particuliere sponsors
  - o Opzetten Vriendennetwerk
  - o Gerichte promotie en publiciteit
  - o Tegenprestatie is 'sneak-preview' in april: 'vrienden' van Het Postkantoor worden in de gelegenheid gesteld om te genieten van voorproefjes door artiesten die het aankomend seizoen naar Bovenkarspel komen.

*Beoogd resultaat in 2020:*

- ✓ Omzetstijging sponsorwerving van €0 naar €4000
  - o Zakelijke sponsors: €1500
  - o Particulieren: 100 particuliere sponsoren a €25 pp.
- ✓ Informatiepakket ANBI
- ✓ Sneak preview / tegenprestatie voor sponsoren
- ✓ Start oprichting Vriendennetwerk (particuliere sponsors)
- ✓ Start Business Club (zakelijke sponsors)

o *Gerichte subsidieaanvragen bij fondsen*

In de afgelopen jaren is voor de programmering van voorstellingen die financiële risico's met zich meebrachten, de zogenaamde SKIP Subsidie aangevraagd. Deze subsidie is voor ons belangrijk, omdat het ons in staat stelt om ook artiesten te programmeren die (nog) minder bekend zijn en/of slechts een kleinere doelgroep aantrekken. Voor de komende planperiode zeten wij in op de maximale SKIP subsidie per jaar.

Voor bijzondere projecten zullen wij subsidieaanvragen indienen bij particuliere en overheidsfondsen. Eén van deze projecten is de aanschaf van een concertvleugel. De aanwezigheid van een vleugel is voor veel artiesten een belangrijke voorwaarde om in ons theater te komen spelen. Momenteel huren wij regelmatig een vleugel.

Hoewel de kansen op honorering van de subsidie - gezien het grote aantal aanvragen - zeer klein is, zullen wij de bestaande mogelijkheden optimaal benutten.

*Activiteiten:*

- Declareren t.b.v. de subsidieaanvraag SKIP en voorbereiden nieuwe aanvraag in 2021
- Opstellen en indienen subsidieaanvraag bij Prins Bernhard Cultuurfonds t.b.v. aanschaf vleugel
- Werven van aanvullende fondsen t.b.v. aanschaf vleugel.

*Beoogd resultaat in 2020:*

- ✓ Skipsubsidie: €5000
- ✓ Aanschaf concertvleugel (dit bedrag is buiten de begroting gehouden)

*Ad 2.) Aantrekkelijke werkplek voor medewerkers en vrijwilligers*

Het Postkantoor wil een aantrekkelijke werkplek zijn: een plek waar aandacht is voor positieve sfeer, persoonlijke aandacht, oprechte waardering, prettige onderlinge samenwerking en werk dat bij je past. Wel zijn er twee belangrijke aandachtspunten: een zeer beperkte FTE (1,3) met daaraan gerelateerde hoge werkdruk voor de medewerkers; en de sterke afhankelijkheid van een relatief grote groep vrijwilligers (51).

Het Postkantoor heeft een vaste bezetting van 1.3 FTE, verdeeld over de Algemeen Manager en Manager Programmering en Marketing. Daarnaast zijn op ZZP-basis een Coordinator Techniek en een Programmeur werkzaam. De werkdruk op de medewerkers is groot en het beperkte FTE is op zijn minst 'uitdagend' met betrekking tot de uitvoering van de dagelijkse taken, en 'remmend' in de realisatie van nieuwe ambities voor Het Postkantoor.

Het beperkte aantal FTE heeft ook tot gevolg dat het theater sterk leunt op de vrijwilligers. Zij zijn voor Het Postkantoor onmisbaar in de uitvoering van o.a. baliewerkzaamheden en de technische- en horeca-ondersteuning. De grote afhankelijkheid van vrijwilligers maakt het theater in operationeel opzicht kwetsbaar en benadrukt het belang van een goed vrijwilligersbeleid.

Om een aantrekkelijke werkplek te zijn voor medewerkers en vrijwilligers formuleren wij de volgende doelen:

- Het voeren van een goed vrijwilligersbeleid dat de samenwerking met de vrijwilligers versterkt en van waarde is in het behoud en de verbetering van de service en kwaliteit



van de dienstverlening. Dit betekent o.a. regelmatig (groeps)gesprekken met vrijwilligers houden t.b.v. evalueren en verbeteren vrijwilligersbeleid.

- Het periodiek voeren van evaluatiegesprekken om knelpunten in de realisatie van onze doelen tijdig te signaleren en te voorkomen dat deze medewerkers (en vrijwilligers) 'overvraagd' worden.

*Activiteiten:*

- Samenstellen informatiemap voor (startende) vrijwilligers
- Toepassen methodiek Vrijwillige Inzet Goed geregeld, een online instrument ten behoeve van verbeteren van ons vrijwilligersbeleid
- Houden van evaluatie-rondes met vrijwilligers onder noemer 'kopje koffie doen'.
- Inplannen en uitvoeren van periodieke evaluatie-gesprekken met medewerkers en bestuur

*Beoogd resultaat in 2020:*

- ✓ Tevreden medewerkers en vrijwilligers
  - ✓ Vrijwilligersbeleid, dat samenwerking met vrijwilligers versterkt en ondersteunt in behoud van kwaliteit van dienstverlening
  - ✓ NOV-keurmerk *Vrijwillige inzet Goed geregeld*
  - ✓ Evaluatiecyclus medewerkers/bestuur

*Ad 3.) Het pand verantwoord beheren en onderhouden*

Het pand waarin wij zijn gehuisvest, is -naast onze vrijwilligers en medewerkers- ons meest waardevolle kapitaal. Goed onderhoud en beheer van het pand zijn voor de toekomst van Theater Het Postkantoor essentieel. Deze verantwoordelijkheid delen wij als huurder met gemeente Stede Broec, de eigenaar van het pand; en deels met 't Stadsplein als medehuurder van het pand.

Deze verantwoordelijkheid vertaalt zich o.a. in het voeren van periodiek overleg met gemeente Stede Broec en 't Stadsplein en het treffen van voldoende voorzieningen voor vervangingsinvesteringen in de toekomst.

Als (cultureel) ondernemer dragen wij ook een verantwoordelijkheid voor onze omgeving, voor de wereld waarin wij en toekomstige generaties leven. 'Duurzaamheid' is daarom in het onderhoud en beheer van ons pand een belangrijk uitgangspunt. Hoe gaan wij om met onze energiebronnen, hoe kunnen wij de belasting op ons milieu beperken? Kunnen wij als theater (beter) gebruik maken van natuurlijke energiebronnen, bijvoorbeeld door de toepassing van

zonnepanelen? Kunnen wij afval beperken, bijvoorbeeld plastic rietjes vervangen door rietjes van natuurlijk materiaal? En wat is ons antwoord op de stijgende energiekosten? Een visie en agenda voor de verduurzaming van het plan moet op deze vragen antwoord geven. Hierin betrekken wij graag de gemeente en 't Stadsplein.

*Activiteiten:*

- Opstellen visie en agenda voor verduurzaming pand, zoals het gebruik van zonnepanelen.
- Overleggen op regelmatige basis met gemeente en 't Stadsplein
- Actualiseren opbouw Voorzieningen, d.w.z. specificeren posten, controleren vervangingstermijnen en vervangingskosten

*Beoogd resultaat in 2020:*

- ✓ Beleidsvisie en agenda t.a.v. duurzaamheid van het pand
- ✓ Periodiek overleg over onderhoud en beheer met gemeente en 't Stadsplein
- ✓ Voldoende voorzieningen voor onderhoud en vervanging

## Feiten en Cijfers

---

### Feiten

De organisatie Stichting Theater Exploitatie 'Het Postkantoor' Stede Broec (STEPS) heeft als rechtsvorm het stichtingsmodel, met een bestuur. De Stichting volgt de Governance Code Cultuur.

Per 2019 telt de organisatie 1,3 fte's die verdeeld zijn over 2 medewerkers, te weten de Algemeen Manager en de Manager Programmering en Marketing. Daarnaast zijn op ZZP-basis twee mensen betrokken als respectievelijk Hoofd Techniek en Programmeur. De balie, de kaartverkoop, de dienstverlening aan het publiek bij voorstellingen en evenementen, het opzetten en organiseren van evenementen en randprogrammering, inspanningen op het gebied van publiciteit en marketing, de technische ondersteuning en horeca activiteiten zijn ondergebracht bij een team van vrijwilligers. Deze groep bestaat uit 51 vrijwilligers (peildatum september 2019).

STEPS heeft geen winstoogmerk en heeft sinds januari 2018 de status van culturele ANBI status (Algemeen Nut Beogende Instelling). Dit betekent dat giften en bijdragen van bedrijven en particulieren aftrekbaar zijn voor de belastingen.

STEPS ontvangt jaarlijks een exploitatiesubsidie van de gemeente Stede Broec, gericht op het (cultureel) exploiteren van Het Postkantoor. Het pand is eigendom van de gemeente en wordt door STEPS -samen met Stichting 't Stadsplein - van de gemeente gehuurd. STEPS ontvangt van de gemeente huurcompensatie.

Naast de subsidie van de gemeente Stede Broec verwerft de STEPS inkomsten uit: de recettes van voorstellingen; de zaalverhuur voor zakelijke en culturele evenementen; de horeca. De bijdragen van sponsors is minimaal en veelal incidenteel. Daarnaast worden tevens inkomsten geworven uit de verkoop van advertenties in de jaarlijkse theaterbrochure.

Het financieel boekjaar is gelijk aan het kalenderjaar. Theater Het Postkantoor is btw-plichtig. STEPS is een erkend leerbedrijf en is aangesloten bij de cao Nederlandse Podia.

### Cijfers

Een eerste voorwaarde voor een gezonde bedrijfsvoering van Theater Het Postkantoor is een stevige financiële basis. De afgelopen jaren is een redelijk constante stroom inkomsten gerealiseerd uit de kaartverkoop voor voorstellingen, zakelijke en culturele verhuur, horeca-activiteiten en- in zeer beperkte mate- fondsenwerving. In 2019 is de omzet echter achtergebleven bij de begroting; en hebben wij te maken gehad met een toename van de kosten, in het bijzonder personeelskosten en accountantskosten ten gevolge van personeelsuitval in 2018 en 2019.

Met een compleet team willen wij de komende jaren de verschillende inkomstenstromen waar mogelijk verder uit te bouwen, met in het bijzonder aandacht voor een omzetgroei uit de zakelijke verhuur en horeca; de herintroductie van de filmprogrammering en sponsorwerving.

Waar wij in de voorgaande hoofdstukken hebben beschreven wat wij willen en hoe wij dit in 2020 doen, zullen wij in de volgende paragraaf deze doelstellingen vanuit financieel perspectief toelichten aan de hand van de meerjarenbegroting 2020-2022.

### **Uitgangspunten**

- In 2020 is sprake van een lichte stijging van de personeelskosten. Dit is het gevolg van een CAO-loonindexering en een hoger activiteitsniveau (d.w.z. extra FTE). Dit laatste is het gevolg van de keuze om een deel van extern uitbestede werkzaamheden door de accountant intern uit te voeren. Dit levert een besparing op van de Accountantskosten (t.o.v. 2018 en 2019) en voorkomt dus een kostenstijging op de post Algemene Kosten.
- In 2020 is sprake van een subsidiekorting van 5% door de gemeente Stede Broec. In onze begroting gaan wij ervan uit dat er in de toekomstige jaren (2021 en 2022) geen extra kortingen meer plaatsvinden. De subsidiekorting voor 2020 vernamen wij nadat wij al financiële verplichtingen voor het theaterseizoen 2019-2020 waren aangegaan. Dit betekent dat wij aan de inkomstenkant onze ambities scherp hebben moeten bijstellen om de subsidiekorting te compenseren. Dit vertaalt zich in een begrote omzetsprong voor verhuur, horeca, film en sponsoring.
- Binnen de begroting voor 2020 bestaat geen ruimte voor de realisatie van het beleid t.b.v. jeugd en senioren. De kosten moeten dus passen binnen het bestaande budget en of kostenneutraal worden uitgevoerd. Een andere mogelijkheid is voor deze specifieke activiteiten/programmering sponsors te zoeken.
- Voor de beoogde omzetsprong in de zakelijke verhuur, film en sponsorwerving zijn extra marketing-inspanningen nodig, bijvoorbeeld voor drukwerk en/of een promotiefilm. De hiermee gepaard gaande extra kosten drukken op het publiciteitsbudget. Dit budget is hiertoe (binnen de minimale budgettaire mogelijkheden) maximaal verruimd, maar lijkt niet toereikend om onze groeiambities te ondersteunen. Maar wij hopen dat wij door het vergroten van ons klantinzicht de effectiviteit van onze marketinginspanningen kunnen verhogen en daarmee onze beperkte financiële middelen efficiënter te kunnen inzetten.
- De aanschaf van een concertvleugel in 2020 is in de begroting voor 2020 buiten beschouwing gelaten. Hiervoor zullen op projectbasis fondsen geworven moeten worden. Dit geldt ook voor eventuele extra onderhoudskosten voor de vleugel (t.o.v. het piano-onderhoud).
- Hoewel het sluitend maken van onze exploitatie in 2020 een stevige uitdaging is, bouwen wij in verder aan onze voorzieningen voor toekomstige, grote vervangingsinvesteringen in het theater.

## **De toekomst**

Voor 2020 ligt er een grote uitdaging om de exploitatie sluitend te maken en een klein positief resultaat te behalen.

De stijging van de personeels- en marketingkosten en de verminderde subsidiebatens ten gevolge van gemeentelijke bezuinigingen, moeten worden gecompenseerd met stevige groeiambities voor de zakelijke verhuur, horeca, film en sponsoring. Tegelijkertijd staat de realisatie van deze ambities onder druk (juist) door het beperkte aantal mensen en middelen. Maar het is een uitdaging die wij graag aangaan.

Om het resultaat onder de eindstreep recht te trekken, stropen wij het aankomend jaar de mouwen op om in 2020 te zaaien wat wij in de daaropvolgende jaren willen oogsten.

## **Begroting**

De begroting is op aanvraag in te zien bij Theater Het Postkantoor.

# Samenvatting

Doelstellingen 2020-2022	Beoogd resultaat 2020	KPI's / deelresultaten 2020	Activiteiten 2020	Planning Start	Planning Eind
<b>BELEVEN</b>					
<i>Theateraanbod bestendigen</i>	Aantal voorstellingen: minimaal 65 incl. Postkantoor Live-optredens Groei Bezoekersaantal: 2% Zaalbezettingpercentages: 80% Divers aanbod, bestaande uit cabaret, toneel, muziek en familie- en jeugdvoorstellingen en overig (lezing/dans/literair/etc.)	> 65 voorstellingen (incl. 10 PK Live) 2% 80% cabaret (50%), toneel (10%), muziek (15%) en familie- en jeugdvoorstellingen (15%) en overig	Programmeren theateraanbod 2020/2021 Samenstellen en verspreiden theaterbrochure seizoenen 20/21	1-jan 1-jan	31-mrt 30-apr
<i>Klantinzicht vergroten</i>	Beter inzicht in wie onze klanten zijn en hoe zij ons beoordelen	Inventarisatie-verslag Actieplan informatiepeil	Inventariseren van informatiebehoefte vs informatieaanbod Opstellen en uitvoeren van actieplan voor op peil brengen/houden informatieniveau.	1-jan 1-feb	31-jan 28-feb
<i>t.b.v. verhogen effectiviteit marketing</i>	Groei bezoekersaantal	2% Marketingplan	Effectieve(r) toepassen marketingtools Verwerken klantinzicht in marketingplan t.b.v. effectievere inzet marketingtools	1-jan 1-jul	31-dec 30-sep
<i>t.b.v. verbeteren dienstverlening</i>	Tevreden bezoekers	Positieve klantwaardering	Invoeren verbeterproces Faciliteren klantgerichte mentaliteit van medewerkers en vrijwilligers, bv. door trainingen, Organiseren publieksonderzoek 2021 (gericht Horeca)	1-apr 1-apr 1-jul	30-jun 30-jun 31-dec
<b>VERBINDEN</b>					
<i>Jeugd verbinden</i>	Toename van aantal jeugdige bezoekers <18 jr Ontwikkelen/Ondersteunen van initiatieven jeugdige bezoekers	zie Marketingplan Aantal schoolvoorstellingen min. 10	Bestendigen en zo mogelijk uitbreiden van het aantal schoolvoorstellingen	1-jan	31-dec
<i>Senioren verbinden</i>	Toename van het aantal 65+ bezoekers Ontwikkelen/Ondersteunen van initiatieven voor senioren bezoekers	zie Marketingplan zie Marketingplan	Behoeft peilen van jongeren op gebied van culturele activiteiten/programmering en waar mogelijk investeren in passende aansluiting op het aanbod Extra marketingspanningen op maat Samenwerking met plaatselijke (welzijns)organisaties, die zich richten op jeugd en jongeren.	1-jan 1-jan	31-dec 31-dec
<i>Verbinden door samenwerking</i>	Periodiek overleg met gemeente Wekelijks overleg met dagelijkse leiding van 't Stadsplein; jaarlijks overleg tussen besturen van beide stichtingen Regelmatig contact met overige culturele instellingen, zoals WF Bibliotheken, Muziekschool Stede Broec Jaarlijks cultureel festival (Rondje Cultuur Stedebroec 2020)	>3 keer per jaar wekelijks overleg	Behoeft senioren peilen op gebied van culturele activiteiten/programmering en waar mogelijk investeren in passende aansluiting op het aanbod Extra marketingspanningen gericht op senioren doelgroep Samenwerking met plaatselijke welzijnsorganisaties die zich richten op senioren (t Stadsplein/Welzijn/Seniorenraad) Aandacht voor activiteiten theater bij tehuizen	1-jan 1-jan 1-jan 1-jan	31-dec 31-dec 31-dec 31-dec
			Voortrekkersrol nemen in organisatie van jaarlijks festival	1-apr	1-sep

Doelstellingen 2020-2022	Beoogd resultaat 2020	KPI's / deelresultaten 2020	Activiteiten 2020	Planning Start	Planning Eind
<b>INSPIREREN</b>					
Podium voor regionaal talent	Toename van het aantal voorstellingen onder de noemer PK Live	>10 voorstellingen	Beter profileren als podium voor regionaal talent (marketinginspanningen) Advies en begeleiding op maat voor (onervaren) artiesten in de regio t.a.v. voorstellingsvoorbereiding, publiciteit ed.	1-jan 1-jan	31-dec 31-dec
Podium voor amateurs	Toename van het aantal verhuingen aan amateurverenigingen	> 5 verhuingen/voorstellingen	Amateurverenigingen actief informeren over onze mogelijkheden, gereduceerde tarieven, maatwerk-advies en oplossingen. Bieden van maatwerkadvies en begeleiding bij o.a. voorstellingsorganisatie, publiciteit ed.	1-jan 31-mrt 31-mrt	31-mrt 31-dec
<b>ONDERNEMEN</b>					
Financiële positie versterken	Groei inkomsten zakelijke verhuur	Toename met €20.000	Gerichte marketing en sales inspanningen t.b.v. verhuur aan zakelijke markt Relatiebeheer opzetten Offertetraject verbeteren Administratieve afhandeling verbeteren Aftersales-traject verbeteren Cateringmogelijkheden uitbreiden Goed onderhouden van verhuurfaciliteiten	1-jan 1-jan 1-jan 1-jan 1-feb 1-jan 1-jan 1-jan	31-dec 31-jan 31-jan 1-jan 1-jan 28-feb 28-jan 28-feb
	Groei inkomsten horeca	Toename met €5.000 Actieplan Horeca	(Nieuw) culturele evenementen met passend lucratief horeca concept. Stimuleren afname door middel van randprogramming en/of nieuw horeca arrangement	1-jan 1-apr	31-mrt 30-jun
	Herintroduceren film/filmomzet	Omzet €7.500 Bezoekersaantal >1000	Stimuleren afname door vrijwilligers te trainen op verkoopvaardigheden. Verkenning mogelijkheden voor het verruimen van de huidige horeca-vergunning	1-jan 1-jan	31-mrt 1-jun
	Groei inkomsten sponsoring	Omzet: €4.000 (zakelijk €1.500/particulier €2.500) Sponsorplan Informatiepakket ANBI Start business club Start Vriendennetwerk Sneak (vrienden)-preview	Opstellen ondernemingsplan verruimde vergunning Filmbeleid opstellen en uitvoeren (werving, marketing, programming)	1-jul 1-jan	31-aug 31-dec
	Groei inkomsten sponsoring	Omzet: €4.000 (zakelijk €1.500/particulier €2.500) Sponsorplan Informatiepakket ANBI Start business club Start Vriendennetwerk Sneak (vrienden)-preview	Werven inkomsten uit advertentieverkoop Samenstellen ANBI-informatiepakket Werven zakelijke sponsors door gerichte marketing, actieve acquisitie en relatiebeheer Werven particuliere sponsors / Opzetten vriendennetwerk Organiseren tegenprestatie: Sneak-preview	1-jan 1-jan 1-feb 1-jan 1-jan 1-jan	31-mrt 1-feb 31-mrt 1-apr 1-apr



Doelstellingen 2020-2022	Beoogd resultaat 2020	KPI's / deelresultaten 2020	Activiteiten 2020	Planning
Gerichte Fondsenwerving	Toekenning Skip subsidie € 5.000 Aanschaf vleugel	Vleugel	SKIP-declaraties opstellen	1-jan 31-dec
			Subsidieaanvraag opstellen en indienen Aanvullende fondsen werven t.b.v. vleugel	1-jan 1-mrt 1-jan 1-mrt
Aantrekkelijke werkkoliek	Tevreden medewerkers en vrijwilligers	Informatiemap (startende) NOV Keurmerk: vrijwillige inzet goed geregeld	Samenstellen informatiemap voor (startende) vrijwilligers	1-jan 1-feb
			Toepassen methodiek Vrijwillige Inzet Goed geregeld, een online instrument ten behoeve van verbeteren van ons vrijwilligersbeleid	1-jan 1-feb
Verantwoord beheer en onderhoud van het	Goede overleg met 't Stadsplein en gemeente Volloende voorzieningen voor vervanging en onderhoud in de toekomst	Evaluatiecyclus/evaluatieverlagen Kofierondje (evaluatie) met	Periodiek evaluatiegesprekken met medewerkers en bestuur	1-jan 31-dec
			Inplannen kofierondjes Uitvoeren kofierondjes Inplannen periodiek overleg	1-jan 31-dec 1-feb 31-dec
Visie, beleid t.a.v. duurzaamheid van het pand	Visie, beleid t.a.v. duurzaamheid van het pand	Zie Jaarverslag/ Jaarrekening 2020 Beleidsrapport voor verduurzaming	Actualiseren opbouw van Voorzieningen, d.w.z.: specificeren posten, controleren termijnen en vervangingskosten	1-jan 1-mei
			Visie en beleid ontwikkelen op duurzaamheid van pand	1-jan 1-jun

## Bijlage: Bestuur en organisatie in 2020

---

### Samenstelling bestuur

Voorzitter:	Patrick Eppink
Secretaris:	Bep Bregman
Penningmeester:	Hugo van Driel
Vice voorziter:	Astrid Honing

### Organisatie

Algemeen Manager:	24 uur pw. (0,6 FTE)
Manager Marketing en Programmering:	28 uur pw (0,7 FTE)
Hoofd Techniek:	ZZP
Programmeur:	ZZP

### Vrijwilligers:

Totaal 51 vrijwilligers in september 2019, verdeeld over de volgende taakgebieden:

Balie:	10
Gastvrouw:	5
Koks:	6
Horeca:	18
Techniek:	10
PR:	2