

F

/



**JAARVERSLAG
2025**

FILMHUIS Breda
/ **BOTANIQUE**

VOORWOORD

Filmhuis Breda, gestart in 2026 als pop-up cinema, is sinds augustus 2023 gevestigd in Chassé Botanique met twee kleine filmzalen en een filmcafé.

Onze missie

‘Een intiem filmhuis met lekker eten, waar je graag komt voor film, cultuur en ontmoeting’

Filmhuis Breda heeft de sfeer, de locatie en de kwaliteit in huis om bezoekers een paar interessante en aangename uren te bezorgen. Het filmhuis staat voor kleinschaligheid, intimiteit en gezelligheid. Gasten en bezoekers die de weg naar ons weten te vinden zijn enthousiast.

Toch bleef de vindbaarheid en de aantrekkingskracht als ‘cultureel filmuitje’ in aanvang wat achter. Daarom hebben we in 2025 een plan van aanpak in werking gezet, gericht op het versterken van beleving, gezellig samenzijn, verbetering van de zicht- en vindbaarheid en verhoging van de bezoekersaantallen. Doel: een toekomstbestendig en financieel gezond filmhuis.

Met de komst van een nieuwe programmeur, een marketingstrategie om de zichtbaarheid en vindbaarheid te vergroten en het upgraden van de horeca is in 2025 stevig ingezet op groei van zowel filmbezoek als dat van de horeca. Met succes: het aantal filmbezoekers is verdubbeld, de horecaomzet is met 40% gestegen. Daarnaast is in 2025 de organisatie verder geprofessionaliseerd, zowel op bestuurlijk als operationeel niveau, en is de financiële basis op orde gebracht.

De ambitie van bestuur en organisatie is om de ingezette groei verder te verankeren en door te zetten in 2026. We gaan dit nieuwe jaar met vertrouwen tegemoet.

*Namens Bestuur Filmhuis Breda,
Chiel Rottier
Breda, maart 2026*





FILMTHEATER HORECA EVENTS FESTIVALS



FILMHUIS
BOTANIQUE

PROGRAMMERING

In de loop van 2024 bleek dat de filmprogrammering nog niet helemaal aansloeg bij het publiek. Het aanbod was te niche, te moeilijk voor een breder publiek. Begin 2025 is o.l.v. programmeur Sam Simons een nieuwe programmajijn ingezet: een combinatie van “second run” filmvertoning (premièrefilms, die we vertonen 3-4 weken na vertoning in de “first run” theaters), een beperkter aanbod van niche films en een uitbreiding van het FilmPlus programma, zoals de Ladies Lunch, Aanschuiftafel, Film & Music, Klassiekers, 5 sterren avond en film+muziek. De mix in de programmering maakt het mogelijk om een breder publiek aan te trekken; de resultaten van de bezoekersaantallen tonen dat deze mix aanslaat bij een breder publiek.

Buitenbios

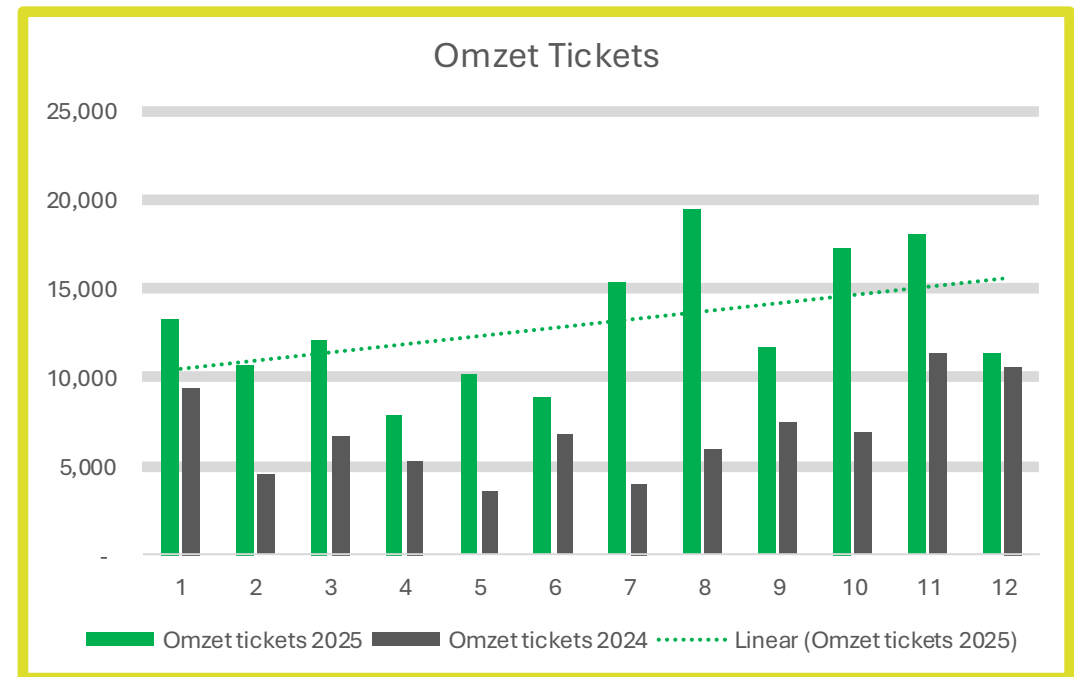
Voor de zomerperiode is in 2025 is gestart met een pilot Buitenbios Botanique. Twee keer per week is een film vertoond in de buitenlucht, gedurende 6 weken. Insteek: kleinschalig en intiem, zoals ook de reguliere voorstellingen. Dit is een groot succes gebleken. Hiermee is ook de verwachte zomerdip voor een belangrijk deel opgevangen.

Samenwerken

Filmhuis Breda werkt graag samen met andere instellingen en organisaties uit de stad. In 2025 is samengewerkt met o.a. Avans, Curio, Buaz, Thebe Extra, GoodMood, Mezz, Van Goghuis en Stadsgalerij, Stadsarchief, About Freedom en Cineville.

**BEZOEKERSAANTAL
VAN 716 NAAR 1380
PER MAAND
(VERDUBBELING T.O.V. 2024)**

**TOTAAL
FILMBEZOEKERS
16.795
(2024 = 8.567)**



PLUS PROGRAMMERING

FILMHUIS Breda
BOTANIQUE

FILMHUIS BOTANIQUE

Presenteert

Maand van de geschiedenis 2025:
Viermaal op zondag in oktober, aanvang 16.00 uur



MND VD
GESCHIE
DENIS



F CULTURELE BENEFIET FILMAVOND



TALKSHOW MET PETER BUWALDA



FILMHUIS
DRAAIT
DOOR

07/08
MAART

FILMHUIS BOTANIQUE
PRESENTEEFT
INTERNATIONALE
VROUWENDAG

FESTIVAL STRIJDBARE VROUWEN

MET SPRAAKMAKENDE GASTEN

FILMS • DOCUMENTAIRES • DEBAT • LEZINGEN
FILMHUIS DRAAIT DOOR • STORYTELLING & THE ESSENTIAL
LIVE MUZIEK • BRUNCH • DINER • FADO-LOUNGE

INFO, PASSEPARTOUT



NIEUW CINE-MAATJE VR 24 OKT



FILMCLUB
FILMHUIS
BOTANIQUE
Carpe Cinema

MARKETING

De marketing- en communicatie rondom het Filmhuis was in 2023/2024 nog beperkt. In 2025 is de marketingstrategie verder uitgewerkt, met een plan van aanpak, gericht op het versterken van beleving, gezellig samenzijn, verbetering van de zicht- en vindbaarheid en dus verhoging van de bezoekersaantallen.

Kernpunten marketingstrategie

Re-branding: Filmhuis Breda is gevestigd op een uitstekende, goed bereikbare, gezellige locatie: Botanique. Het ligt op een plek in Breda die ver verwijderd is van het drukke uitgaansleven. De vriendelijke, groene en toegankelijke uitstraling van Botanique wordt onderdeel van de verdere ontwikkeling van Filmhuis Botanique Breda.

Het filmaanbod is sinds januari dankzij samenwerking met een nieuwe programmeur breed, eigenzinnig en divers; de ticketverkoop is toegenomen. In 2025 is dit programma uitgerold en is extra winst behaald uit een verdere uitwerking, vernieuwing en actief in de markt zetten van de context en sideprogramming, FilmPlus.

Veel van de inspanningen van het Filmhuis hebben hun waarde al bewezen, maar zijn in 2025 vooral versterkt ingezet. Aanpassingen zijn gedaan, die snel resultaat opleveren, zoals restylen van de huisstijl en (doelgroep)gerichte inzet van social media.

Resultaat

- ✓ Groei filmbezoek
- ✓ Groei horecabezoek//omzet
- ✓ Groei aantal nieuwsbrieven en social media bereik

	2024	2025	%
Instagram	1833	2418	32%
Facebook	2557	2665	4%
LinkedIn	294	439	49%
Nieuwsbrief	1995	3657	83%

‘Met Film+ positioneren we Filmhuis Breda nadrukkelijker als de plek voor een inspirerende middag of avond uit’



HORECA

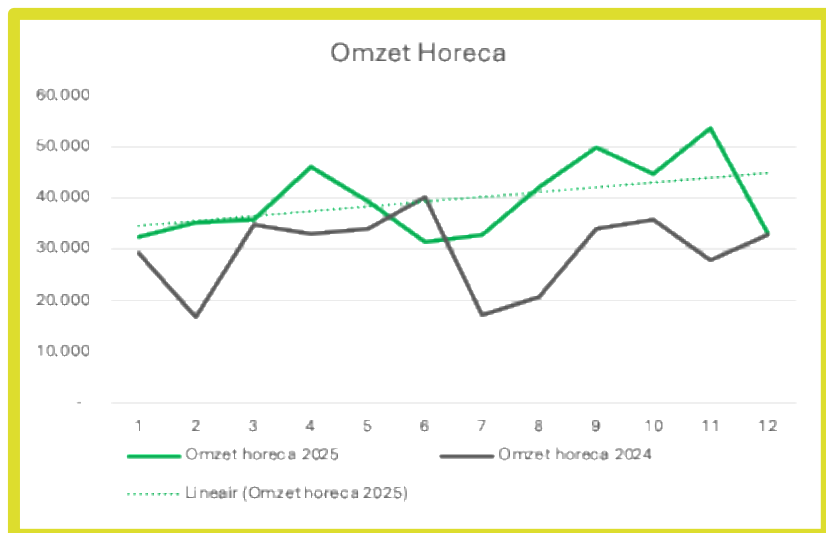
De horeca heeft vanaf de start goed gelopen en is daarmee een belangrijke pijler van het filmhuisconcept.

In het 1^e kwartaal '25 wordt duidelijk dat extra maatregelen nodig zijn om verdere groei mogelijk te maken. Uitgangspunt daarbij is dat we Filmhuis zijn, met ondersteunende horeca.

In de zomer is de keuken aangepast met extra apparatuur en een werkbank, zodat er meer capaciteit is. Ook heeft het interieur wat kleine aanpassingen gehad. In het najaar is een horecamanager aangetrokken, die verantwoordelijk is voor het Filmcafé en de inzet van betaalde medewerkers en vrijwilligers.

Een parttime kok is toegevoegd aan het team, zodat de keuken 2026 ook op dinsdag open kan. In 2026 krijgt ook het terras een upgrade.

De horecaomzet is in 2025 met ruim 41% gegroeid t.o.v. 2024.



**OOK
VRIJWILLIGER
WORDEN?
MAIL NAAR
INFO@FILMHUISBREDANL**



ORGANISATIE

Filmhuis Breda werkt vanaf de start als vrijwilligersorganisatie, met ca. 70 vrijwilligers en enkele betaalde krachten. De vrijwilligers zijn een belangrijk onderdeel van het concept en worden zeer gewaardeerd door de gasten. Het Filmhuis is inmiddels wel een bedrijf en vraagt om een meer professionele aansturing en uitvoering. In 2025 is ingezet op verdere professionalisering van de organisatie. De personele bezetting is in lijn gebracht met wat het bedrijf nodig heeft:

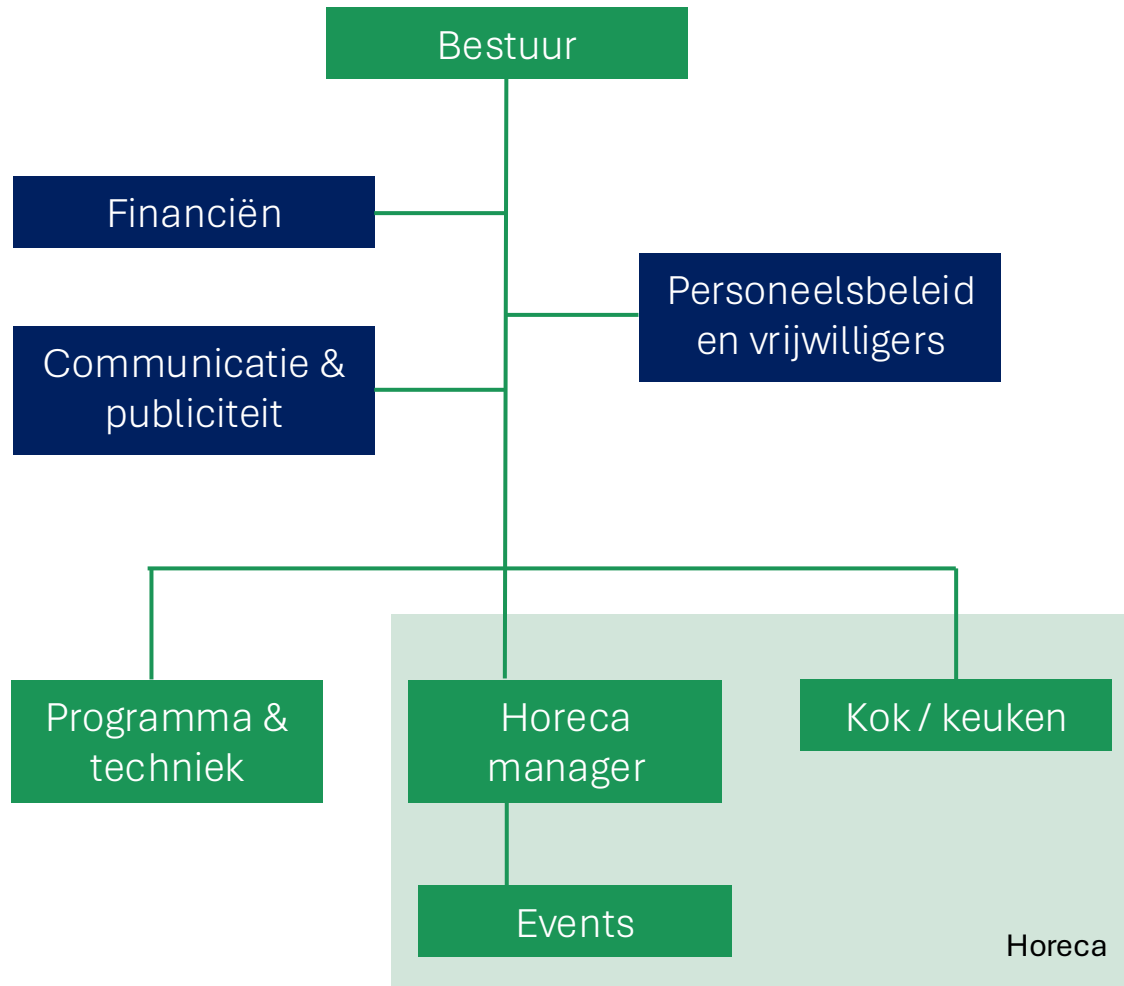
- Voor de horeca is in het najaar een fulltime manager aangesteld.
- Er is een extra kok aangenomen, zodat ook de keuken op dinsdag open kan.
- Voor de bediening zijn inmiddels drie oproepkrachten werkzaam.
- Er is een technicus in dienst voor de filmtechniek en ICT.
- Er is een programmeur en een contentmanager voor social media en communicatie ingehuurd.
- Er is een vrijwilligersbeleid ontwikkeld, dat in 2026 wordt geïmplementeerd door de horecamanager en bestuur.

Het bestuur is uitgebreid met nieuwe leden. Hiermee zijn ook de disciplines uitgebreid en zijn taken goed verdeeld. Er zijn heldere afspraken gemaakt over taken, rollen en verantwoordelijkheden.

Het bestuur wordt in 2025/2026 ondersteund door twee externe adviseurs, gericht op het strategisch, operationeel en financieel navigeren. Zij monitoren en controleren maandelijks de organisatorische en financiële voortgang en brengen aanwijzingen/correctie in t.b.v. het bestuur.



ORGANOGRAM



GOVERNANCE

Filmhuis Breda is een culturele instelling die zich inzet voor een goed bestuur en transparante bedrijfsvoering. Wij onderschrijven de Governance Code Cultuur en hanteren deze als leidraad voor verantwoord en effectief bestuur.

Transparantie en Verantwoording

Filmhuis Breda werkt open en transparant en legt verantwoording af aan haar vrijwilligers en stakeholders. Wij publiceren jaarlijks een overzicht van onze activiteiten en financiën. Met enige regelmaat (2 á 3 maanden) vindt een zogenoemd 'Breed Overleg' plaats waarin bestuur, management en vrijwilligers met elkaar de activiteiten en de uitvoering daarvan bespreken, gericht op verbetering daarvan.

Onafhankelijkheid en Integriteit

Het bestuur en management handelen onafhankelijk, vermijden belangenverstrengeling en hanteren de Governance Code Cultuur om ethisch handelen te waarborgen.

Toezicht en Controle

Het bestuur bewaakt de naleving van de missie en strategie van Filmhuis Breda. Er vindt periodieke verslaglegging en bespreking plaats over het beleid. Dit gebeurt (statutair vastgelegd) twee keer per jaar met de founders en alle vrijwilligers.

In 2026 wordt een zelfstandige (statutaire) adviesraad met vertegenwoordigers uit Founders en Vrijwilligers en individueel benaderde deskundigen opgericht.

Financieel Beheer

Wij beheren onze financiële middelen zorgvuldig en verantwoord, met oog op duurzame exploitatie. Jaarlijks wordt een financiële verantwoording opgesteld en met de stakeholders (particuliere founders en banken) besproken.

FIMHUIS BRED A ONDERSCHRIJFT EN HANDELT NAAR
DE GOVERNANCE CODE CULTUUR



AMBITIE 2026 – ONZE FOCUS



1. Organisatie & medewerkers (bestuur, vrijwilligers en betaalde krachten filmcafé)

Doel: een stabiel, gastvrij en professioneel team dat meegroeit met de ambities.

2. Film & Horeca: Publieksbeleving & hospitality

Doel: Filmhuis Breda als warme, toegankelijke ontmoetingsplek.

3. Professionalisering van de Rode Zaal

Doel: volwaardige tweede filmzaal voor programmering, specials en verhuur.

4. Programmering gecombineerd met horeca

Doel: meer diversiteit in bezoekers filmhuis, hogere bezetting en sterkere aansluiting op publiek.

5. Marketing & zichtbaarheid

Doel: meer bezoekers bereiken en binden met een scherpe maatschappelijke propositie.

6. Bedrijfsresultaten inzichtelijk waardoor sturing mogelijk

Doel: financiële rapportage is adequaat zodat zowel bestuur als leidinggevenden beter in staat zijn te sturen op bedrijfsresultaten.