

Toelichting en kaders businesscase Cinema Royal

Missie Royal in Beeld heeft als missie om film en beeldcultuur voor iedereen toegankelijk te maken. Het biedt een warme thuisbasis voor film liefhebbers, talenten en professionals, waar audiovisuele (AV) cultuur tot bloei komt en waar mensen zich kunnen laten inspireren. Hier kan men genieten van een heerlijke avond uit, nieuwe ideeën opdoen, en samenwerken in een omgeving die bruist van creativiteit en cultuur.

Corebusiness De belangrijkste focus is het vertonen van films die zowel cinematografisch als maatschappelijk relevant zijn. Dit wordt aangevuld met verdiepende programma's en filmeducatie, zodat bezoekers meer kunnen leren en ervaren. Royal in Beeld biedt daarnaast ruimte aan allerlei vormen van creatieve inhoud die de hedendaagse beeldcultuur weerspiegelen.

Naam en Historie De naam "Royal" brengt een stukje geschiedenis met zich mee. Het verwijst naar het iconische Royal Theater, ontworpen door de Limburgse architect Frits Peutz in de jaren dertig. Dit theater was een belangrijke ontmoetingsplaats voor de inwoners van Heerlen, en met Royal in Beeld krijgt die rijke traditie een eigentijdse invulling. Er wordt royaal ruimte geboden aan zowel lokale als internationale beeldcultuur, met een sterke focus op inclusiviteit en diversiteit.

Strategie Om de missie te realiseren, bundelt Royal in Beeld een verscheidenheid aan functies en activiteiten. Het concept bestaat uit twee hoofdelementen: een veelzijdige arthouse-bioscoop en een regionale filmhub. Deze functies worden vertegenwoordigd door Filmhuis De Spiegel, dat zich richt op het brede publiek inclusief scholieren, en CineSud, dat zich focust op AV-professionals. Samen creëren zij een dynamische plek waar iedereen welkom is.

Vier Exploitatie-elementen

1. Royal Cinema

- Met de uitbreiding van twee extra zalen kunnen meer films en diverse AV-programma's worden aangeboden, zoals animatie, gaming, e-sports en virtual reality.
- Er wordt gestreefd naar verbinding met verschillende subculturen en stadsdelen, zoals Heerlen Noord, waar cultuurparticipatie lager is.

2. Royal Studio's

- Werkplekken en faciliteiten voor AV-professionals zijn beschikbaar, waaronder media-labs en editruimtes.
- De grote zaal is geschikt voor colorgrading en test screenings, terwijl de kleine zaal ruimte biedt voor postproductie activiteiten. Ook zijn er een podcaststudio en creatieve werkruimtes beschikbaar.
- CineSud heeft hier haar frontoffice, waardoor Royal in Beeld een echte talent hub wordt.

3. Royal Food & Drinks

- Het horecaconcept biedt bezoekers een complete ervaring, met mogelijkheden voor lunch en diner, zowel voor filmbezoekers als voor mensen die gewoon even willen genieten van een hapje eten.
- Dit concept verhoogt de aantrekkelijkheid van een avondje uit bij Royal in Beeld en zorgt voor een gastvrije omgeving waar mensen graag terugkomen.

4. Evenementen en Verhuur

- Ruimtes worden aangeboden voor externe evenementen en bijeenkomsten, wat een belangrijke extra bron van inkomsten vormt.
- Dit biedt ook de mogelijkheid voor anderen in de stad en regio om te profiteren van de prachtige faciliteiten.
- Denk aan verhuur voor colleges, seminars, bedrijfspresentaties, en stadsdebatten, waarbij altijd de link met beeldcultuur wordt gelegd.

Ruimtebehoefte Royal in Beeld beschikt over drie filmzalen, waarvan één monumentale grote zaal en twee kleinere zalen. Deze zalen zijn ook beschikbaar voor AV-professionals, studenten en starters in de filmwereld voor montage en nabewerking van hun werk. Daarnaast zijn er bescheiden studio's voor audiovisuele makers, zoals een podcaststudio en montagestudio. Het gebouw is zo ontworpen dat er verschillende (semi-open) ruimtes zijn voor workshops en kleinschalige onderwijsactiviteiten.

Royal in Beeld wordt ook het thuis voor belangrijke film-partners zoals CineSud, Limburg Film Office en Dutch Mountain Film Festival. Hiermee krijgt het gebouw bewoners die perfect aansluiten bij de visie op beeldcultuur. Bovendien wordt Royal in Beeld een geliefde plek voor inwoners van Heerlen, een derde ruimte naast thuis en werk, waar men kan ontmoeten, ontspannen, studeren en genieten van exposities en kleine presentaties.

Met Royal in Beeld wordt de beeldcultuur in de Euregio op de kaart gezet en krijgt Heerlen een bijzondere, culturele ontmoetingsplek die warmte, inspiratie en creativiteit ademt.

Begroting Cinema Royal

De begroting gaat uit van een periode van vijf jaar. Vanaf de realisatie wil Cinema Royal groeien naar een stabiel filmhuis met een bezoekersaantal van 44.000 per jaar en een goedlopend Royal Food & Drinks waar circa 22.500 mensen per jaar komen eten. In totaliteit gaat men uit van circa 70.000 bezoekers op jaarbasis.

Opgeteld levert dit een meerjarenbegroting op die samengevat onderstaand beeld laat zien. Hierin is de gemeentelijke subsidie verwerkt, zowel het gedeelte dat thans reeds toegekend wordt aan het filmhuis aangevuld met de exploitatiebijdrage vermeld op pagina 22 van het raadsvoorstel.:

*1000		2027	2028	2029	2030	2031
Explotatie Cinema Royal						
A	Baten					
	Opbrengsten	925	976	1.049	1.056	1.064
	Externe Subsidies/bijdragen	20	25	30	35	40
	Subsidie gemeente Heerlen	481	481	446	383	373
	Totaal baten	1.426	1.482	1.525	1.474	1.477
B	Lasten					
	Salarislasten	711	734	768	774	781
	Huur	208	212	216	220	224
	Activiteitenkosten	67	67	69	70	71
	Reserveringen	20	20	20	-	-
	Beheerkosten	288	320	329	291	286
	Rente	53	48	42	36	31
	Afschrijvingen	79	80	81	83	84
	Totaal lasten	1.426	1.481	1.525	1.474	1.477
C = A - B	Exploitatieresultaat	0	1	0	0	0

Toelichting en kaders businesscase Het Romeins Museum

Positionering

Heerlen is een stad met een rijke en lange geschiedenis, van vele en grote transitieën, heel bijzondere monumentale panden en een uniek verhaal. Het vormt de basis voor onze identiteit, onze trots op Heerlen. Het onderscheidt ons van andere steden en maakt Heerlen toeristisch aantrekkelijk. Niet alleen het in stand houden van ons erfgoed maar ook het beter zichtbaar maken van het verhaal van de stad, zijn prioriteiten van ons cultuur- en erfgoedbeleid. Daarvan getuigen de diverse plannen om enkele monumentale panden te herbestemmen en een hedendaagse invulling te geven, zodat ze opnieuw een belangrijke plek in de maatschappij krijgen. Het zijn dragers binnen onze centrumontwikkelingen. Als centrumstad namen wij de verantwoordelijkheid voor een sterke culturele- en erfgoed infrastructuur voor Heerlen en de regio. We laten het hoogste niveau zien met ambitieuze projecten en creëren een kwalitatief hoogwaardig aanbod voor inwoners en bezoekers. Ons badhuis is ons topstuk in Het verhaal van Heerlen en krijgt met het Romeins Museum de internationale uitstraling die het verdient. Hiermee geven we uitwerking aan het coalitieakkoord 2022-2026 genoemde doel: Het Thermenmuseum wordt het eerste Romeins museum in Nederland met een euronale uitstraling.

Het Romeins Museum biedt een meerwaarde aan de samenleving op meerdere vlakken: door het beheer en behoud van het Romeins erfgoed, door educatie, door beleving, door te verbinden en door een economische impact voor de stad te genereren. Het Romeins Museum maakt het Romeins erfgoed van de stad en regio zichtbaar, tastbaar en beleefbaar. Het biedt ontspanning, plezier en inspiratie voor bewoners en bezoekers.

Het Romeins Museum staat voor het beheer, behoud en de presentatie van het Romeins badhuis – een rijksmonument – en de bijzondere Heerlense Romeinse collectie (met bijbehorende documentatie). Hiermee is het museum een schatkamer van lokale, regionale en nationale betekenis. Het bevat verhalen waarmee het wil prikkelen, inspireren en fascineren door een open informele leeromgeving aan te bieden aan drie generaties, waar men bewust en onbewust, bedoeld of onbedoeld, dingen leert. Voor scholen uit de regio is het museum een vaste waarde en integraal onderdeel van hun lesprogramma. Het Romeins Museum maakt impact middels:

- **collectie/erfgoedwaarde:** Het Romeins badhuis, het oudste stenen gebouw van Nederland, is een gevestigde waarde en de trots van Heerlen. Goed beheer en behoud van de collectie is de basis voor betekenisvolle presentatie en kennisdeling. Onderzoek door studenten, archeologen en specialisten naar de archeologische collecties van het museum is een nadrukkelijk onderdeel van het museum ter verdieping van de kennis van de collectie en ter onderbouwing van de presentaties. Het Romeins Museum wordt het logisch aanspreekpunt voor Romeinse archeologie in de regio.
- **educatieve waarde:** Beleving. Ervaren. Onderzoeken. Fascineren. Ontmoeten. Verdiepen. Tijdsdiepte – een groter perspectief op tijd is de rode draad die door het museum heen loopt. Het Romeins Museum specialiseert zich in erfgoededucatie waarmee de sporen uit het verleden betekenis krijgen in het heden en richting geven aan de toekomst. Dit drieluik van verleden – heden – toekomst biedt de basis voor al het aanbod.
- **belevingswaarde:** Het Romeins Museum maakt het Romeins erfgoed van de stad en regio zichtbaar, tastbaar en beleefbaar.
- **verbindende waarde:** Het Romeins Museum neemt de voortrekkersrol en gaat allianties aan met de gemeenschap, ondernemerschap en culturele partners om samen betekenisvolle projecten tot stand te brengen.

- economische waarde: De economische waarde van Het Romeins Museum komt tot uiting in zowel zachte waarden op het vlak van imago en bijdrage aan de ontwikkeling van de stad als in harde waarden in de vorm van directe en indirecte economische bestedingen.

Samenwerking met Rijksmuseum van Oudheden

Samen met partners staan we sterker. Dit kunnen partners zijn waarbij de nadruk ligt op organisatorische samenwerking. Kostenbesparing en efficiency zijn hierbij drijfveren voor de samenwerking; een clustering van ondersteunende taken die door culturele organisaties samen worden opgepakt biedt voordelen voor exploitatie. De nadruk kan ook gelegd worden op inhoudelijke samenwerking met een (inter-)nationale oriëntatie. De focus ligt dan zowel op lokaal, (Eu)regionaal als landelijk publieksbereik. De samenwerkende instellingen maken daarbij gebruik van elkaars expertise en netwerk.

Voor Het Romeins Museum, hoeder van een rijksmonument dat tevens het enige Romeins gebouw in de Collectie Nederland is, maakt een samenwerking met het Rijksmuseum van Oudheden (ruim 207.000 bezoekers in 2023) het verhaal van Het Romeins Museum groter en meer zichtbaar. Tentoonstellingen zijn bijvoorbeeld kostbaar om alleen te maken en in de markt te zetten. Samenwerking met het Rijksmuseum van Oudheden, dat beschikt over een collectie van Romeinse topstukken uit het hele land inclusief topstukken uit Heerlen, Parkstad en Limburg, is onmisbaar. Het Rijksmuseum van Oudheden ondersteunt de plannen van Heerlen om een Romeins Museum in Heerlen te ontwikkelen. De twee musea sluiten een Memorandum of Understanding af, waarin zij voor de periode 2024 en 2025 gaan verkennen hoe er op het gebied van kennisdeling, collectie, educatie, presentatie en organisatie samengewerkt kan worden. Na 2025 wordt de conclusie getrokken hoe en in welke vorm er daarna samen wordt opgetrokken. Het Leidse Museum is niet betrokken bij de financiering en realisatie van het nieuwe gebouw voor Romeins Museum de Thermen.

Kaders voor Stichting Het Romeins Museum

Stichting Het Romeins Museum heeft als doel het verwerven van externe middelen zoals fondsen en subsidies en t.z.t. het exploiteren van Het Romeins Museum. Een zelfstandige stichting maakt het mogelijk om externe fondsen te werven voor het maken van tentoonstellingen en het inrichten van het nieuwe museum en om samenwerkingsallianties voor het nieuwe museum voor te bereiden. De bestaande museumorganisatie krijgt hierdoor ook meer ruimte om samenwerkingen aan te gaan en zich nóg sterker te positioneren.

De verzelfstandiging kent een juridische, organisatorische en fysieke kant. Minstens zo belangrijk bij de transitie van het 'oude' naar het 'nieuwe' museum zijn het inhoudelijke programma en de (organisatie-)cultuur. Dit transitiedocument is geen bedrijfsplan waarin een concrete weergave staat van wat het museum precies gaat doen voor wie. Het geeft de kaders aan waarmee de Raad van Toezicht en directeur-bestuurder een bedrijfsplan schrijven dat aan het college wordt voorgelegd. Naast de uitwerking van de bovenstaande positionering én de doelen zoals genoemd in de concept statuten zijn de volgende uitgangspunten voor het bedrijfsplan 2025-2028 van belang:

Publiek

1. Verdere uitwerking programmalijnen en doelgroepen.
Programmalijnen zijn: inspiratie uit de oudheid, reflectie op de oudheid, innovatie in de oudheid, verbinding tussen toen en nu.
Doelgroepen zijn inwoners Heerlen, onderwijs, recreanten en toeristen, cultuur- en erfgoedliefhebbers, maar ook vrienden/investeerders in de bouw van het nieuwe museum.
2. In het nieuwe museum is een vaste presentatie en minstens één tijdelijke tentoonstelling per jaar te zien.
3. Organiseer een randprogrammering en educatiepakketten door het jaar heen, die bijdragen aan de bezoekersdoelstelling van gemiddeld 40.000 bezoekers per jaar na opening van het nieuwe museumgebouw;
4. Werk samen met partners, zoals onder meer Via Belgica, aan projecten buiten de museum-muren. Geef vorm aan de taak als landelijk/euregionaal kenniscentrum voor Romeinse geschiedenis.

Collectie

5. Goed beheer en behoud van rijksmonument en museumcollectie na oplevering van de nieuwbouw (tijdens de bouw valt beheer en behoud onder het projectteam en bouwteam).

Bedrijfsvoering

6. Het vastgesteld budget voor Het Romeins Museum binnen Historisch Goud is taakstellend voor de exploitatie in 2025 en 2026.
7. Fondsenwerving voor de inrichting van het nieuw museumgebouw.
8. Voor 2027 wordt de eerste subsidieaanvraag ingediend met een sluitende begroting en dekking.
9. Fondsenwerving ten behoeve van projecten van het nieuwe museum vanaf 2027.
10. Naleven van de Cultural Governance Code, de Fair Practice Code en de Code Inclusiviteit en Diversiteit is een vereiste.

Marketing en communicatie

11. Werk aan de naamsbekendheid van Het Romeins Museum vanuit:
Missie: Een beter begrip van onze tijd, ons leven en de uitdagingen waarvoor wij ons gesteld zien door te spelen met tijd en daarmee met perspectief. Dat noemen wij tijdsdiepte.
Visie: Met een beleving die raakt vertellen objecten het verhaal van het dagelijks leven in het Romeinse rijk.
Merkwaarden die daarbij sturend zijn: dichtbij, met overtuiging, vernieuwend
Merkpositionering: Het Romeins Museum. De tijd verrassend vooruit.
12. Vergroot het online bereik van het museum.

Begroting Het Romeins Museum

De begroting gaat uit van een periode van vier jaar waarvan het laatste jaar ook het nieuwe museum open is. Uitgegaan wordt van 40.000 bezoekers die bij tentoonstellingen kunnengroeien naar 60.000 bezoekers. Gerekend is met 45.000 bezoekers

Opgeteld levert dit een meerjarenbegroting op die samengevat onderstaand beeld laat zien. Hierin is de gemeentelijke subsidie verwerkt, onder aan is het exploitatietekort zichtbaar dat opgenomen is in het raadsvoorstel.

(bedragen afgerond op € 1.000)		2024	2025	2026	2027
Exploitatie Museum		gemeente	gemeente	gemeente	stichting
A	Baten				
	Opbrengsten	82.000	20.000	20.000	475.200
	Externe Subsidies/bijdragen	-			400.000
	Subsidie gemeente Heerlen				1.895.000
	Afdekking uit begroting gemeente	1.563.000	1.563.000	1.563.000	
	Totaal baten	1.645.000	1.583.000	1.583.000	2.770.200
B	Lasten				
	Salarislasten	709.000	593.000	593.000	1.034.000
	Aankopen	10.000	10.000	10.000	10.000
	Huur	-	-	-	332.000
	Museum/Tentoonstellingskosten	926.000	387.000	387.000	1.564.000
	Transitielasten	-	593.000	593.000	-
	Totaal lasten	1.645.000	1.583.000	1.583.000	2.940.000
C = A - B	Exploitatieresultaat	-	-	-	169.800-