

JAAARVERSLAG

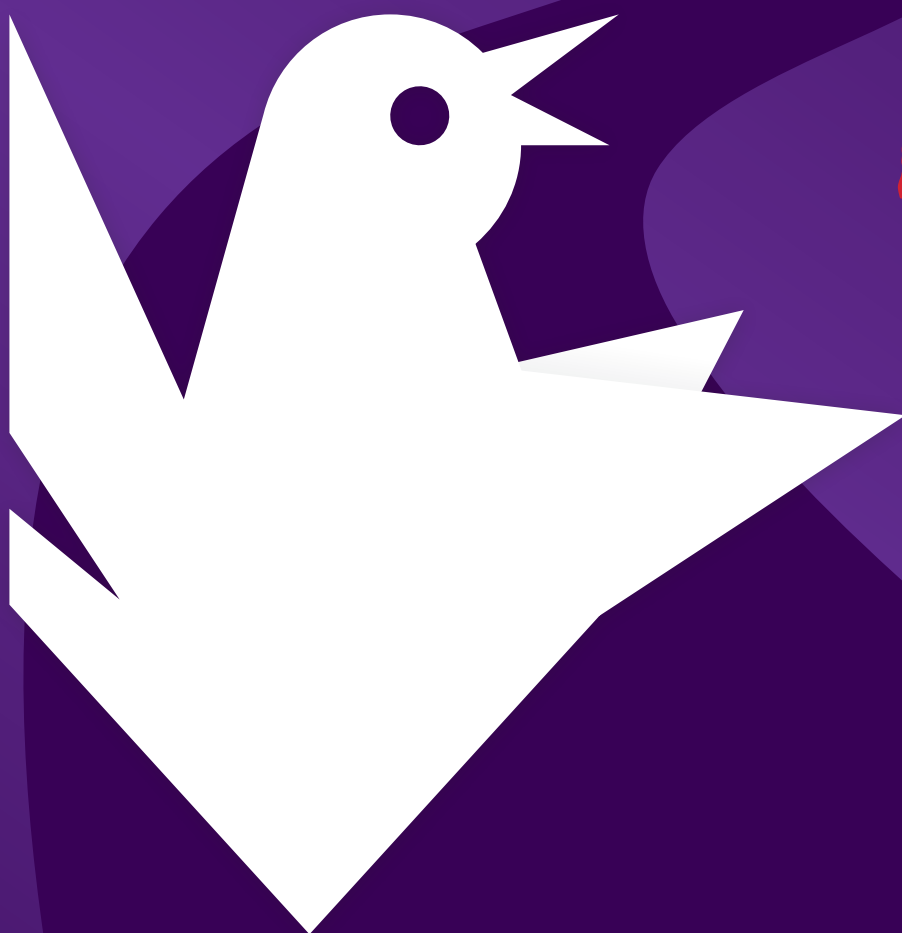
24 ▶ 25

CABARET

MUZIEK

DANS

AVONTUUR



SCHOUWBURG CUJK





INHOUD

Inleiding	5
Succesvolle programmering	6
Huis van Cuijk	10
Financiën	10
Marketing en communicatie	12
Horeca, verhuur en evenementen	14
Kunstencentrum LOUIS	14
Raad van Toezicht	16
Personeel en organisatie	17
Meerjarenbeleidsplan	18
Woord van dank	19

Bijlagen

Factsheet 24-25	20
Campagnes en uitingen	22





INLEIDING

Het afgelopen jaar (2024-2025) was een goed jaar voor Schouwburg Cuijk. De ingezette mix van groei, consolidatie en vernieuwing werd voortgezet, de samenwerking met BiblioPlus werd inhoudelijk en praktisch doorontwikkeld, de samenwerking met het inmiddels voluit van start gegane kunstencentrum LOUIS kreeg verder vorm en binnen de horeca- en verhuurdivisie Fraterhuis BV zagen we een voorzichtige, maar solide groei van het aantal zakelijke verhuringen, een aantrekkelijker aanbod in de theatermenu's en de VIP-arrangementen.



In het seizoen 24|25 konden we weer volledig draaien zonder onderbrekingen door verbouwingen of andere externe factoren. Daardoor kon het aantal voorstellingen toenemen.

De programmering in 2024-2025 was wederom succesvol. Schouwburg Cuijk gaf het podium aan acteurs, cabaretiers, bands, zangers, dansers, schrijvers, koren en orkesten. Zowel professionals als amateurs/liefhebbers brachten een rijk palet van genres op onze planken: toneel, muziek, comedy, cabaret, musical, literatuur, theatercolleges, familievoorstellingen en onverwachte extra's.

2 SUCCESVOLLE PROGRAMMERING

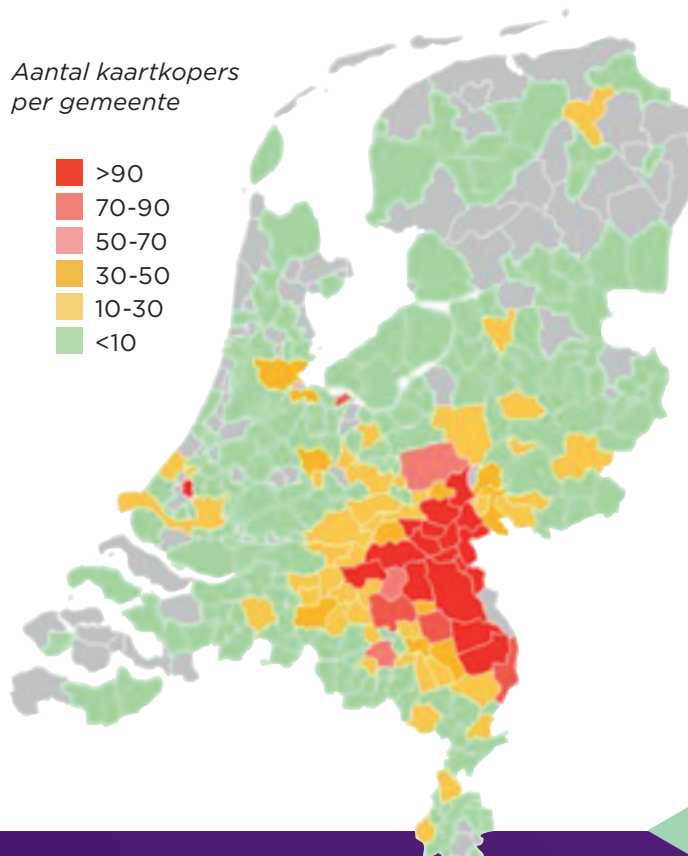
Met dat brede palet bedienden we een breed publiek - van jong tot oud, van nieuwsgierige nieuwkomer tot ervaren theaterbezoeker. En dat is precies wat we willen en waar we voor zijn: een toegankelijke, bereikbare, gastvrije schouwburg waar je vrijwel alle grote bekende artiesten uit Nederland kunt zien en horen, maar waar ook de groep 8 eindmusical, het lokale of regionale amateurtheatergezelschap of de harmonie een volwaardige plek hebben.

In het seizoen 24|25 konden we weer volledig draaien zonder onderbrekingen door verbouwingen of andere externe factoren. Daardoor kon het aantal voorstellingen toenemen, waar meer bezoekers op af kwamen. **Het totaal aantal bezoekers nam toe van 50.892 in seizoen 23|24 naar 57.802 in seizoen 24|25, een toename van 13,5%.** We hebben onze goede naam daarmee verder uitgebouwd; het publiek vertrouwt op de kwaliteit en diversiteit van ons aanbod. We wisten daarbij niet alleen ons trouwe vaste publiek te behouden, maar ook nieuwe bezoekers te bereiken.

De afbeelding hiernaast laat zien dat bezoekers uit de wijde omtrek ons weten te vinden. Het genoemde aantal kaartkopers betreft het totaal aantal kaartkopers in seizoen 24|25.

We zijn niet alleen trots op de hoge bezoekerscijfers, maar zeker ook over de positieve feedback van ons publiek. In de evaluaties na elke voorstelling worden de goede bereikbaarheid, sfeervolle ambiance, voorzieningen en vriendelijke ontvangst steeds geroemd. Ook de bezoekende gezelschappen zijn positief over Schouwburg Cuijk, de theatertechnische voorzieningen en

Aantal kaartkopers per gemeente





Het totaal aantal
voorstellingen en concerten
nam toe van 173 naar 208
en we mochten daar
bijna 7.000 bezoekers
méér bij verwelkomen.

de professionaliteit van onze technische staf. Artiesten komen hier graag, voelen zich welkom en komen graag terug. Onderstaande tabel laat de ontwikkeling van het publieksbereik per genre en per zaal zien. Hierbij valt een aantal zaken op:

- Het totaal aantal voorstellingen en concerten nam toe van 173 naar 208
- We mochten daar bijna 7.000 bezoekers méér bij verwelkomen
- De toename van het aantal voorstellingen en concerten in seizoen 24|25 vond voornamelijk plaats in de genres waar doorgaans wat minder makkelijk hoge bezettingspercentages mee worden gehaald: dans, (klassiek) toneel, klassieke muziek, jazz.

Het is algemeen bekend dat cabaret, musical, show en populaire muziek (waaronder tribute bands) hoge zaalbezettingspercentages halen. Dat zie je ook terug in onderstaande tabellen.

- In het genre cabaret heeft een verschuiving plaatsgevonden van de Grote Zaal naar de Kleine Zaal, ook hier vanwege het wat avontuurlijker karakter van de programmering – wat meer gericht op jong cabaret-talent: van 30 Grote Zaal om 5 Kleine Zaal in 23|24 naar 19 Grote Zaal om 15 Kleine Zaal in 24|25.
- Ondanks de duidelijk avontuurlijkere, uitdagendere en, gevarieerdere programmering heeft Schouwburg Cuijk in 24|25 toch vrijwel hetzelfde bezettingspercentage gehaald.

	SEIZOEN 23-24				SEIZOEN 24-25			
Zaal - Genre	Aantal	Capaciteit	Tickets	Bezetting	Aantal	Capaciteit	Tickets	Bezetting
Fraterhuis	2	130	108	83%	2	50	50	100%
Overig	2	130	108	83%	2	50	50	100%
Grote Zaal	108	67062	45774	68%	123	76254	50315	66%
Amateur	13	8143	5840	72%	20	12441	9137	73%
Cabaret	30	18780	14758	79%	19	11893	9445	79%
Dans	2	1252	470	38%	5	3130	1399	45%
Jeugd/Familie	10	6260	3773	60%	11	6671	3710	56%
Muziek	25	15099	10898	72%	33	20502	13891	68%
Muziektheater, musical	5	3130	1900	61%	8	5008	3009	60%
Overig	7	4382	2419	55%	7	4233	2905	69%
Show	7	4382	3282	75%	7	4239	3161	75%
Toneel	9	5634	2434	43%	13	8137	3658	45%
Het Boothuis	2	130	106	82%	1	70	70	100%
Muziek	2	130	106	82%	1	70	70	100%
Huistheater De Steenakker (Haps)	1	65	3	5%				
Overig	1	65	3	5%				
Kleine Zaal	56	7636	4584	60%	80	10950	7028	64%
Amateur	12	1794	1575	88%	16	2249	1912	85%
Cabaret	5	685	549	80%	15	2039	1888	93%
Jeugd/Familie	6	638	525	82%	5	682	331	49%
Muziek	15	2055	1036	50%	19	2583	1580	61%
Overig	17	2327	854	37%	23	3125	1123	36%
Toneel	1	137	45	33%	2	272	194	71%
St. Martinuskerk	4	960	317	33%	2	480	339	71%
Muziek	4	960	317	33%	2	480	339	71%
Eindtotaal	173	75983	50892	67%	208	87804	57802	66%

HUIS VAN CUIJK



Het samenwonen met de bibliotheek (BiblioPlus) is een goede zet geweest. We zagen een verheugende toename van het aantal bezoekers aan het 'Huis van Cuijk' (de naam die we bezigen voor de gecombineerde functies van Schouwburg Cuijk, kunstencentrum LOUIS en Bibliotheek).

Deze samenwerking heeft geleid tot een levendigere en meer diverse bezoekersgroep, met name onder jongeren en senioren. Inhoudelijk zoeken Schouwburg Cuijk en BiblioPlus elkaar steeds meer op, met combinaties tussen theater en literaire programma's (Boek & Praat) jeugdvoorstellingen rondom kinderboeken (Kinderboekenfestival) of actuele thema's, programmering op het snijvlak tussen cultuur, educatie en maatschappelijke thema's en evenementen die cultuur toegankelijk maken voor blinden en slechtzienden.

De samenwerking draagt bij aan de levendigheid van het 'Huis van Cuijk'.



Schouwburg Cuijk en BiblioPlus zoeken elkaar inhoudelijk steeds meer op

4 FINANCIËN

We sluiten het boekjaar (=theaterseizoen) 24|25 af met een verlies van €8.300,-, dat vooral het gevolg is van incidentele kosten. We brengen deze -/- €8.300,- ten laste van het eigen vermogen, dat op balansdatum 30 juni 2025 €142.000 bedraagt.

Directie en Raad van Toezicht van Schouwburg Cuijk zetten voor de periode 2025-2029 stevig



We zetten voor 2025-2029 in op een geleidelijke toename van het eigen vermogen

in op een geleidelijke toename van het eigen vermogen, door middel van een combinatie van verhogen eigen inkomsten (met name uit de zakelijke verhuur), besparingen (inkoopkosten programmering en horeca, contracten met leveranciers, energiebesparende maatregelen,) en een verantwoorde, geleidelijke verschuiving van de inhuur van ZZP'ers naar het in dienst nemen van vaste medewerkers.



SCHOUWBURGCUUK



Igone de Jongh
van 2 Feb. t 20.00u

SCHOUWBURGCUUK



Muziek op Schoot - Lente
af 27 Feb. t 10.00 u

SCHOUWBURGCUUK



Anneke van Gierbergen
af 8 Feb. t 20.00u



Naast de vaste werkzaamheden ten behoeve van de promotie van het programma en de vaste campagnes rond de start kaartverkoop in mei, de feestdagen in december/januari en het begin van het seizoen in augustus/september, zijn de onderstaande projecten gerealiseerd.

MARKETING EN COMMUNICATIE

Positionering als culturele en zakelijke hotspot

We constateren een stijgende belangstelling voor de schouwburg als aantrekkelijke locatie voor zakelijke verhuur, evenementen en culturele verhuuringen. Voor het Fraterhuis zijn visuele middelen ontwikkeld om aanvragen te ondersteunen, waaronder beeldimpressies met informatie over de verschillende zalen. Ook zijn uitingen en de communicatie over mogelijkheden voor onder meer (crew)diners en arrangementen rondom programmering doorontwikkeld. De samenwerking met partners als BiblioPlus en LOUIS kreeg een prominente plek in de communicatie door middel van gezamenlijke campagnes en evenementen.

Toegankelijkheid en inclusiviteit

In lijn met de missie van Schouwburg Cuijk om cultuur voor iedereen toegankelijk te maken, is extra aandacht besteed aan inclusieve communicatie. Voorstellingen met audiodescriptie voor blinden en slechtzienden en activiteiten voor diverse doelgroepen werden actief gepromoot. We werkten samen met lokale organisaties om nieuwe publieksgroepen te bereiken, zichtbaarheid te vergroten en barrières te verlagen.

Uitbreiding narrowcasting

Op een digitaal informatiescherm in de Foyer wordt via een nieuw gerealiseerde koppeling met het plansysteem Yesplan op voorstellingsavonden of matinee informatie getoond over de voor-

stelling (titel voorstelling, Grote of Kleine Zaal, aanvangstijd, hoe laat pauze, verwachte eindtijd).

MerletKaart

In samenwerking met de programmeur is voor het nieuwe seizoen de MerletKaart ontwikkeld: een lidmaatschap waarmee je voor 99 euro een seizoen lang minimaal 3 voorstellingen per maand gratis kunt bezoeken. We willen op die manier nieuw publiek kennis laten maken met 'avontuurlijker' voorstellingen. Voorstellingen die wellicht niet direct voor de hand liggen, maar wel degelijk kwaliteit hebben en de moeite waard zijn.

VriendenAvond

Om het programma voor seizoen 25|26 feestelijk te presenteren is een VriendenAvond georganiseerd voor opnieuw een record aantal Vrienden (stijging van 25% ten opzichte van seizoen 23|24). Medewerkers van verschillende afdelingen presenteerden hun persoonlijke favoriet uit het programma, omlijst door previews (video's) en muzikaal begeleid door pianist Bern van den Bos. De avond was succesvol en krijgt in een aangepaste opzet een vervolg in het nieuwe seizoen.

LOUIS

De opstartfase van het nieuwe kunstencentrum vroeg extra tijd en aandacht omdat alles nieuw was. Niet alleen moesten we vormgeven aan de samenwerking met de coördinatoren, ook de marketing en communicatie zelf, zowel de mate



als de inhoud, moesten worden ontwikkeld. Voor de inhoud verwijzen we naar het jaarverslag van LOUIS.



In samenwerking met de programmeur is de MerletKaart ontwikkeld

Ten aanzien van de vrijgemaakte capaciteit ten behoeve van LOUIS merken we op dat deze in de opstartfase onvoldoende was en de werkdruk en -last te hoog. Dit bleek tevens uit signalen van medewerkers. Volgend seizoen moet blijken of de werkzaamheden voor LOUIS ook structureel te veel van de afdeling eisen en/of de capaciteit wel/niet voldoende is.

Online marketing: data!

De ontwikkelingen op marketinggebied volgen zich razendsnel op. Dit vergt een voortdurende tijdsinvestering waarbij we ook kritisch moeten zijn waar we wel of (nog) niet mee aan de slag gaan. Dit seizoen lag de aandacht op het nieuwe ticketsysteem Tixly dat vorig seizoen werd geïmplementeerd en waarvan we nog lang niet alle mogelijkheden kenden én Peppered, het platform voor de website. Verder richten we ons met name op data: het verzamelen en analyseren van. Zo leren we onze

bezoekers beter kennen waardoor we die gericht kunnen benaderen, maar willen we zeker ook doelgroepen in beeld krijgen die we nog niet over de vloer krijgen. Stappen die we hebben gezet:

1. We hebben de **conversion API in Meta ingericht** waardoor we de resultaten van onze campagnes beter kunnen meten (daadwerkelijke aankoop ipv alleen bezoek webpagina).
2. Daarnaast hebben we ons verdiept in en kennisgemaakt met het **Culturele Doelgroepenmodel** en de tool **Publieksdata Brabant** van Kunstloc Brabant dat gebaseerd is op dit model en gebruik maakt van de Whize doelgroep segmentatie-gegevens.
3. Tot slot zijn wij aangesloten bij de **publieksmonitor van DIP** die het mogelijk maakt gegevens uit ons eigen **ticketsysteem te analyseren** en vertalen naar grafieken en diagrammen. Ook kunnen we verkoopresultaten (in percentages) benchmarken met vergelijkbare, aangesloten theaters.

Resultaten en vooruitblik

De inspanningen van de afdeling Marketing & Communicatie hebben geleid tot een hoge publiekswaardering, stabiele bezoekersaantallen en een groeiende naamsbekendheid in de regio. Voor komend seizoen ligt de focus op verdere digitalisering, het versterken van de relatie met vaste bezoekers én het bereiken van nieuwe doelgroepen, met speciale aandacht voor jongeren en zakelijke partners.

De horeca, ondergebracht in Fraterhuis BV, blijft als BV onder stichting Schouwburg Cuijk in eigen beheer. Een grotere mate van efficiency werd bereikt door de twee afzonderlijke management-functies (horeca enerzijds, verhuur anderzijds) aan elkaar te schakelen en onder te brengen bij één persoon.

HORECA, VERHUUR EN EVENEMENTEN

Hierdoor konden potentiële huurders (zakelijke markt én culturele verhuringen) sneller worden geantwoord vanuit één account. We zagen dit terug in een toename van het aantal aanvragen voor zakelijke verhuringen. Vanwege de planning en logistiek zal deze toename vooral merkbaar zijn in het seizoen 25|26.

De samenwerking met SDC voor de ontvangst van gasten overdag is voortgezet. Hoewel dit per saldo in seizoen 24|25 voor het Fraterhuis een kostenpost heeft betekend, vinden we vooralsnog de maatschappelijke waarde van deze samenwerking doorslaggevend.

In het voorjaar van 2025 is gehoor gegeven aan een regelmatig terugkerende klacht van het

bezoekende publiek over een aantal tekortkomingen op het gebied van toegankelijkheid van het gebouw voor mensen met een beperking. Er werd een rolstoel aangeschaft en een aantal aanpassingen gedaan voor bezoekers met een scootmobiel. In het TheaterCafé is de vaste verhoging (podium) verwijderd en vervangen door een vlakke vloer. Dit vergroot de toegankelijkheid van dat deel van het TheaterCafé.



De samenwerking met SDC voor de ontvangst van gasten overdag is voortgezet.

KUNSTEN- CENTRUM LOUIS

Kunstencentrum LOUIS is sinds september 2024 volledig operationeel als zelfstandige stichting, met een breed aanbod aan kunstlessen voor kinderen en volwassenen. Kunstencentrum LOUIS maakt voor de onderdelen marketing en com-

municatie, administratie/financiën en directie gebruik van de backoffice van Schouwburg Cuijk, waardoor er bij LOUIS een forse kostenbesparing wordt gerealiseerd.





De Raad van Toezicht is onbezoldigd en volgt de Governance Code Cultuur van Cultuur + Ondernemen.

8 RAAD VAN TOEZICHT

De samenstelling van de Raad van Toezicht is per 30 juni 2025:

- **Rob Hoffmann**, voorzitter, aangetreden per 1 juni 2021, 1e termijn, herbenoembaar per 1 juni 2025;
- **Iedje Heere**, portefeuille cultuur, educatie en amateurkunst, aangetreden per 1 januari 2023, herbenoembaar per 1 januari 2027
- **Wiel Peter van Bergen**, portefeuille financiën en control, aangetreden per 1 juni 2021, 1e termijn, herbenoembaar per 1 juni 2025
- **Anton de Weerd**, portefeuille

commerciële bedrijfsvoering en ondernemersnetwerk, aangetreden per 1 juni 2021, 1e termijn, herbenoembaar per 1 juni 2025

- **Marc van de Ven**, portefeuille juridisch, hrm, personeel en organisatie, aangetreden per 1 januari 2023, herbenoembaar per 1 januari 2027.

Het verslag van de Raad van Toezicht wordt binnen zes maanden na afloop van het boekjaar separaat gepubliceerd, conform de artikelen 14.3 en 18.1 uit het reglement Raad van Toezicht.



Er is ingezet op een gezond werkklimaat, scholing en ontwikkeling, en het behouden van een efficiënte en professionele organisatie, o.a. door het samenvoegen van de twee afzonderlijke management functies in horeca en verhuur.

Het team van Schouwburg Cuijk bestaat uit een mix van vaste medewerkers, oproepkrachten en vrijwilligers, hoofdzakelijk werkzaam onder de CAO Nederlandse Podia; een enkele vaste medewerker valt (nog) onder de Horeca CAO, net als de oproepkrachten.

9 PERSONEEL EN ORGANISATIE

Met ingang van seizoen 25|26 wordt voor alle vaste medewerkers van Schouwburg Cuijk én Fraterhuis BV de CAO Nederlandse Podia toegepast. De directeur wordt gehonoreerd conform de Richtlijn bezoldiging directeuren private theaters en concertgebouwen (VSCD / WNP).

In 2024-2025 is ingezet op een gezond werkklimaat, scholing en ontwikkeling, en het behouden van een efficiënte en professionele organisatie, onder andere door het samenvoegen van de twee afzonderlijke management functies in horeca en verhuur (zie hierboven).

Het Kernteam vergaderde eens per drie weken in een gecombineerde samenstelling (Kernteam Schouwburg Cuijk en Kernteam LOUIS). Het Kernteam heeft besluiten genomen over o.a.

- de verwijdering van het podium in het TheaterCafé,
- de personeelsregeling, de regeling lief en leed,
- de visie op programmering,
- de interne organisatie en daarmee gepaard gaande herverdeling van taken,
- het vrijwilligersbeleid,
- de intensivering van de samenwerking met de nabijgelegen theaters in Boxmeer en Mill
- het uitwisselen van kennis en ervaring met de vergelijkbare schouwburgen in Venray en Uden
- het werken met afdelingsbudgetten, jaarplannen en functioneringsgesprekken.

Samenstelling teams

- **Theatertechniek 1+4 FTE:** Edith Molmans (hoofd), Hans Poels, Herm Kersten, Daniël Theunissen, Cornel Gartsen
- **Marketing en publiciteit 2,4 FTE:** Babette Pul (hoofd), Dorien Pool, Noa Klabbers
- **Administratie 2,5 FTE:** Lineke Wellens (controller) Iryna Karymava (boekhouding), Leonie van Hees (bespreekbureau), Bjorn Jansen (administratief medewerker)
- **Programmering:** Loek Muijsenberg (ZZP)
- **Horeca en commerciële verhuur verzorgd door Fraterhuis BV 2,6 FTE.** De personeelskosten komen ten laste van de exploitatie van Fraterhuis BV. Samenstelling team: Cecile Willems (hoofd), Wilma Centen (1e medewerker), Pascal van Straaten (1e medewerker, tot april 2025), Saskia Sustrunck (organisatorische en secretariële ondersteuning, vanaf januari 2025) en een pool van circa 16 oproepkrachten in de horeca (ca 1,2 FTE)
- **Verhuur en evenementen 0,7 FTE:** Myrthe Bouwklamp (hoofd) tot december 2024, daarna anders ingevuld.
- **Directeur/bestuurder 1,0 FTE:** Frans Funnekotter, directeur-bestuurder van Schouwburg Cuijk en kunstencentrum LOUIS
- **Team van circa 30 vrijwilligers** (ontvangst, kaartcontrole, zaaldienst, garderobe, artiestenfoyer)

In totaal gemiddeld 13,9 FTE
(excl. oproepkrachten en vrijwilligers)

In de periode november – december 2024 is een begin gemaakt met het meerjarenbeleidsplan 2025-2029.

10 MEERJAREN- BELEIDSPLAN

Alle vaste medewerkers hebben deel kunnen nemen aan een aantal gespreksrondes over vijf deelonderwerpen:

- kunstencentrum LOUIS
- cultuur en samenleving
- zakelijke verhuur en evenementen
- samenwerking podia en opleidingen
- professionele programmering

De opkomst bij deze thema-sessies was groot; vrijwel elke medewerker, inclusief de leden van de Raad van Toezicht en de vrijwilligers (gastvrouwen/-heren) heeft/hebben aan één of meer gespreksrondes meegedaan. De Raad van

Toezicht heeft bovendien nog een aparte sessie gehouden waarin de bevindingen en vervolgstappen naar aanleiding van deze thema-sessies werden besproken. De sessies werden begeleid door Pim Halkes.

In het voorjaar van 2025 werd duidelijk dat er voor het zinvol doorwerken van de uitkomst van deze sessies meer tijd nodig was, evenals meer input vanuit de gemeente Land van Cuijk m.b.t. de samenwerking tussen de podia in Cuijk, Boxmeer en Mill. Daarom is besloten om het meerjarenbeleid verder uit te werken en definitief te maken in de periode oktober – december 2025.



WOORD VAN DANK

In het jaar 24|25 heeft schouwburg Cuijk opnieuw het vertrouwen van de gemeente gekregen om dé schouwburg te zijn voor alle inwoners van Land van Cuijk. De gemeentelijke structurele exploitatiesubsidie maakt het mogelijk om een rijk, gevarieerd, aansprekend programma te realiseren: betaalbaar, bereikbaar en bevlogen. Directie, Raad van Toezicht en medewerkers zijn de gemeente dankbaar voor dit vertrouwen.

Dankbaar zijn wij ook voor de trouwe inzet van onze ruim 30 vrijwilligers, die onvermoeibaar en met een grote glimlach onze gasten ontvangen, begeleiden en wegwijs maken. Zonder hen zouden we niet kunnen draaien!

Dank ook voor het vertrouwen van onze bezoekers: gasten bij de voorstellingen, huurders, amateurverenigingen, orkesten, scholen, professionele bespelers, impresariaten... we zetten ons met veel plezier in om van elk bezoek aan de schouwburg weer een feestje te maken en dat zullen we blijven doen. Want kunst en cultuur geeft kleur en contour aan het leven, bindt samen, zorgt voor ontwikkeling, ontmoeting en ontspanning.

24|25 was mijn eerste seizoen als nieuwe directeur-bestuurder. Met een fantastisch team van gedreven medewerkers, vrijwilligers en oproepkrachten hebben we een succesvol seizoen gedraaid, met

hoge tevredenheidsscores en volop levendigheid in ons gebouw. De brede programmeringsmix, die zich in de afgelopen jaren reeds had bewezen, is voortgezet, waarmee we onze positie als regionale schouwburg met een eigen gezicht verder hebben verstevigd. Werken in de wereld van de kunsten betekent werken vanuit passie, betrokkenheid en met veel hart voor de zaak. Dat enthousiasme, gepaard aan een grote mate van professionaliteit, is dagelijks voelbaar in de organisatie. Elke dag zijn we ons ook bewust van onze taak om al dit mooie werk te doen met een scherp oog voor kostenreductie en efficiency. Schouwburg Cuijk draait, zo laat benchmark onderzoek zien, uiterst efficiënt en realiseert met minimale middelen maximaal resultaat. Het is aan het kernteam en de directie om ervoor te zorgen dat medewerkers hun werk ook op de lange termijn met plezier kunnen blijven doen: een gezond werkklimaat, voldoende tijd om taken te volbrengen, een aangename werksfeer en genoeg mogelijkheden voor scholing en ontwikkeling zijn daarbij essentieel. Die lijn zetten wij de komende jaren verder door.

Namens alle medewerkers en de raad van toezicht,

Frans Funnekotter
directeur-bestuurder
Schouwburg Cuijk
Oktober 2025



BUILAGE

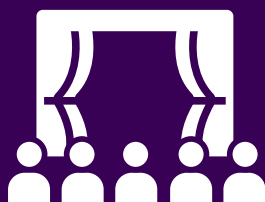
FACTSHEET 24 ► 25



57.802
bezoekers



208
voorstellingen



39
volle zalen

Hoogst gewaardeerd

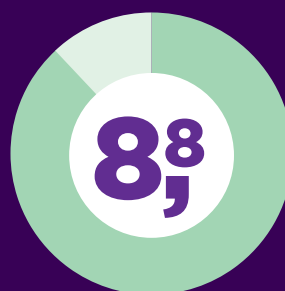


Douwe Bob	9.5
Stef Bos	9.5
BeeGees by MainCourse	9.5
Celtic Steps	9.4
Christel de Laat	9.4

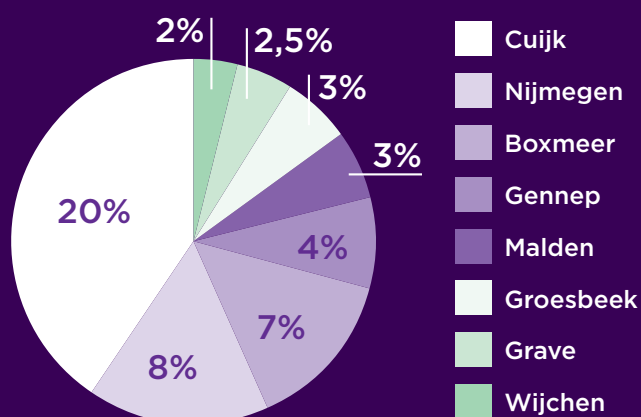
Best bezochte voorstellingen

1	Slagerij van Kampen 40 Jaar Jubileumtour	629
2	Douwe Bob I Believe in Fairy Tales	626
3	Christel de Laat En door!? (reprise)	625
4	Bouke & ElvisMatters Band Bouke Rocks Elvis	622
5	Arjen Lubach Comedy Tour! (reprise)	619

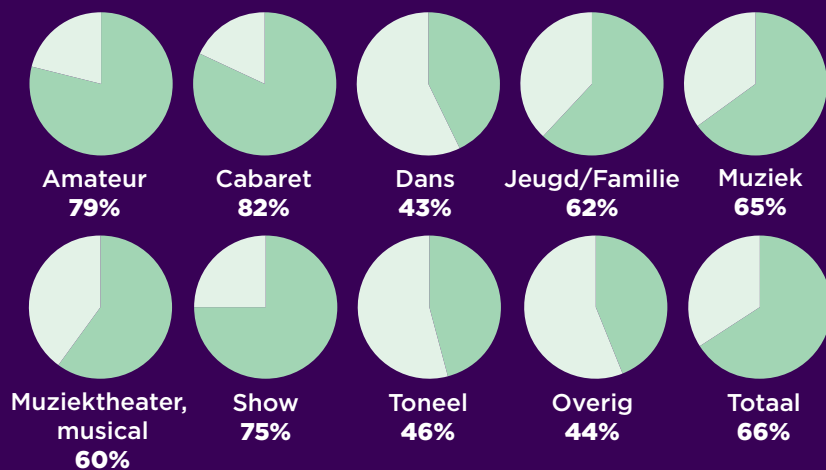
Waardering voorstellingen



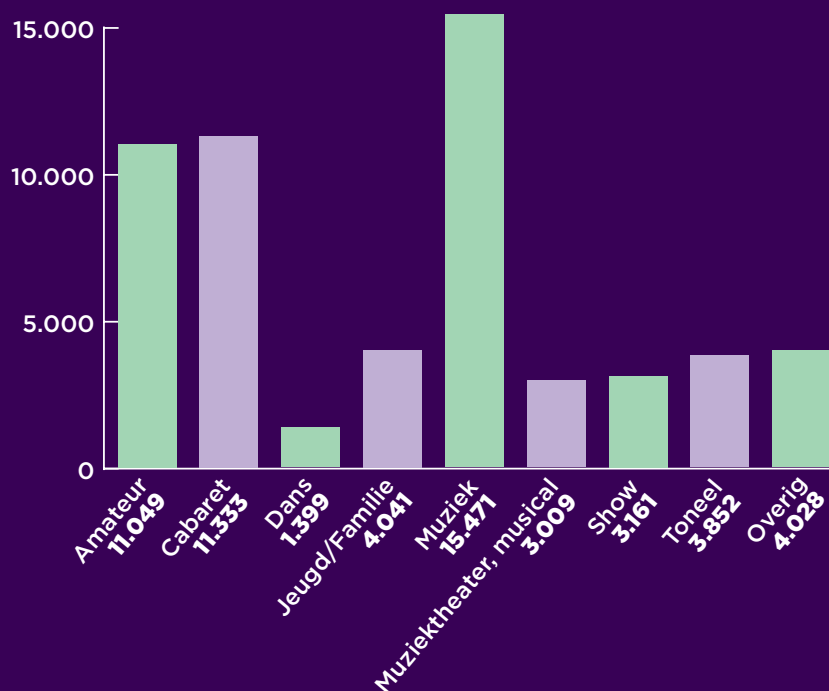
Bezoekers per stad/dorp



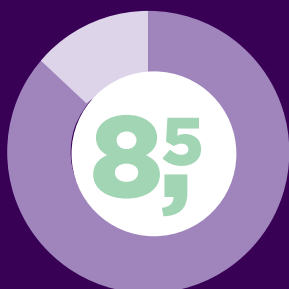
Gemiddelde zaalbezetting per genre



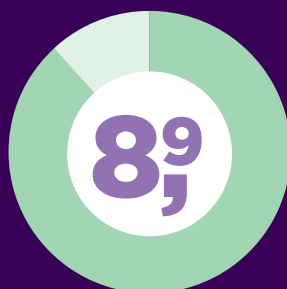
Aantal bezoekers per genre



Waardering horeca



Waardering Overige diensten



BILBOGE

CAMPAGNES EN UITINGEN 24 ▶ 25

1. Start Kaartverkoop-campagne

- **Driehoeksborden** in het Land van Cuijk met de boodschap 'Start Kaartverkoop seizoen 25-26'.
- **Persberichten** in regionale media zoals De Gelderlander en Omroep Land van Cuijk.
- **Social media-campagnes** met aankondigingen van het nieuwe seizoen en de startdata van de kaartverkoop.
- **Nieuwsbrieven** aan vaste bezoekers, medewerkers, vrijwilligers en Vrienden van de schouwburg met onder meer uitleg over de Vroege Vogel Verkoop en de reguliere start van de kaartverkoop.

2. Programmafolder en Vrienden

- **Programmafolder** nieuw seizoen verspreid via de schouwburg, BiblioPlus-vestigingen en diverse andere locaties in het Land van Cuijk.
- **Kidsfolder** met het volledige aanbod aan jeugdprogrammering, tevens uitgelicht in een speciale nieuwsbrief en op de website.
- **Persoonlijke uitnodigingen** voor Vrienden van de schouwburg voor onder meer een exclusieve presentatie van het nieuwe programma.

3. MerletKaart-campagne

- **Introductie van de MerletKaart:** een nieuw abonnement waarmee bezoekers voor een vast bedrag per seizoen minimaal drie voorstellingen per maand kunnen bezoeken.

- **Uitleg en promotie** via nieuwsbrieven, website en social media.
- **Persoonlijke toelichting** door de directeur tijdens de feestelijke opening van het seizoen en in interviews met lokale media.

4. Label 'Made in Land van Cuijk'

- **Campagne voor lokale makers:** speciale aandacht voor regionale verenigingen, fanfares, musicals en basisscholen.
- **Communicatie via persberichten, website en programmaboekje** om het belang van lokale cultuur te onderstrepen.

5. Kinderboekenfestival en Boek & Praat

- **Samenwerking met BiblioPlus** voor het Kinderboekenfestival en de serie 'Boek & Praat', met bekende schrijvers en interactieve voorstellingen voor kinderen.
- **Promotie via lokale media,** scholen en bibliotheken

6. Interne communicatie en nieuwsbrieven

- **Regelmatige interne nieuwsbrieven** voor medewerkers, vrijwilligers, Raad van Toezicht en zzp'ers, met updates over campagnes, kaartverkoop, evenementen en organisatorische ontwikkelingen.
- **Persoonlijke noten van de directie** in nieuwsbrieven, waarin het belang van samenwerking en teamspirit wordt benadrukt.



KINDERBOEKEN festival

6 t/m 12 jaar
met o.a. Paul van Loon
toegang gratis

Huis van Cuijk
Zondag 6 oktober
13.00-17.00 uur

SCHOUWBURG CUIJK de kneep de Bibliotheek BiblioPlus

HEB JU AL KAARTEN?

SCHOUWBURG CUIJK schouwburgcuijk.nl

PROGRAMMA 24|25

BOEK&PRAAT

OZCAN AKYOL 8 okt
JUDITH VISSER 3 okt
SUZANNA JANSEN 21 okt
JEREMIA VAN DIJ 1 okt

Bestel je kaarten via schouwburgcuijk.nl de Bibliotheek BiblioPlus

START KAARTVERKOOP 31 MEI

CABARET
MUZIEK
DANS
AVONTUUR

SCHOUWBURG CUIJK Bekijk het programma op schouwburgcuijk.nl

SCHOUWBURG CUIJK

ZON 1 DEC

KRUIMELTJE EN DE STRJD OM DE GOUDMIJN [6+]

Kaarten via schouwburgcuijk.nl

TOI TOI TOI

SCHOUWBURG CUIJK schouwburgcuijk.nl

SCHOUWBURG CUIJK PRESENTEERT

CARILLON CONCERTEN

Vrijdag 2, 9, 16, 23 & 30 augustus 2024
19:00 uur | Sint Martinuskerk, Cuijk

Inleiding 18.45 uur | Romeinse Tuin Archeologisch Centrum
GRATIS ENTREE

As unne Baos

SCHOUWBURG CUIJK schouwburgcuijk.nl/carnaval

SCHW
BURG
CLYK