



JAARVERSLAG
2019

INHOUD

1. Inleiding	10
2. Beleid en Organisatie	13
3. Activiteiten en resultaten	15
3.1. Film	16
3.2. Filmeducatie	19
3.3. Debat	20
3.4. Podium	22
3.5. Resultaat	25
4. Organisatie en overige activiteiten	26
4.1. Raad van Toezicht	26
4.2. OR	27
4.3. Medewerkers	28
4.4. Marketing & Communicatie	29
4.5. Commerciële activiteiten en verhuur	32
4.6. Horeca	32
Bijlagen	35
1. Nevenactiviteiten bestuurder en RvT leden	36
2. Subsidies en bijdragen	38

1. INLEIDING

Het recordjaar van 2018 is in 2019 opnieuw ruimschoots verbroken, zowel qua bezoekersaantallen als qua omzet. Een unieke prestatie die, gezien de meest recente ontwikkelingen in 2020, namelijk de coronacrisis, zich voor het eerst zeer waarschijnlijk niet verder zal voortzetten. Het is daarom met extra trots dat we terugkijken op wederom een piekjaar in 2019. Met 277.226 verkochte tickets voor ons programma aanbod hebben we een groei gerealiseerd van 3,4% ten opzichte van het voorgaande jaar. Deze ontwikkeling is voornamelijk te danken aan de groei van het aantal filmbezoeken, waar we bijna 15.000 bezoekers meer hadden dan 2018. Ook filmeducatie toonde een record met bijna 14.000 leerlingen en docenten die hebben deelgenomen aan educatieprogramma's.

2019 was tevens een turbulent jaar, met de start van een nieuwe organisatiestructuur, de aanvang van de pilothub voor film- en beelddeducatie in Gelderland, in combinatie met een aantal onverwachte gebeurtenissen, die de veerkracht van de organisatie danig op de proef heeft gesteld.

Allereerst is er bij LUX een nieuw loongebouw geïmplementeerd, gebaseerd op het loongebouw uit de cao Nederlandse Podia, om op deze manier de overstap te kunnen maken naar een meer marktconforme salariëring.

Vervolgens is er in het voorjaar besloten om met een nieuwe organisatiestructuur te gaan werken, waarbij het onderscheid werd gemaakt tussen enerzijds de programmerende afdelingen (film, debat, podium en educatie) en aan de andere kant de ondersteunende afdelingen (personeelszaken, financiën, facilitair, techniek, horeca, marketing en sales), beide aangestuurd door een eigen manager. De overlegstructuur bleef gehandhaafd zoals voorheen, met de manager marketing & sales, als de manager horeca die onderdeel uitmaakten van het MT. Tot slot werd in hetzelfde voorjaar de overstap gemaakt naar een nieuwe werkwijze bij filmtechniek, waarbij de reguliere filmvertoningen grotendeels geautomatiseerd gestart konden worden. Dit heeft geleid tot een herstructurering van de afdeling door onder meer floormanagers aan te stellen als aanspreekpunt bij de voorstellingen. De functie van floormanager is belegd bij de bedrijfsleiding van de horeca.

2019 was tevens het jaar dat we de eerste pilotperiode van de film- en beelddeducatiehub voor Gelderland konden starten, na een langdurige lobby bij het ministerie van OCW en de Raad voor Cultuur. LUX heeft een koplopersrol vervuld in het aandragen en uitwerken van een landelijk plan om film- en beelddeducatie zo goed mogelijk te kunnen borgen in het onderwijs. Het plan om in Nederland 6 tot maximaal 7 knooppunten te realiseren, met als doel film- en beelddeducatie in de eigen regio aan te jagen, te stimuleren en daarin te bemiddelen, heeft er mede toe bijgedragen dat de minister van OCW landelijk structureel extra budget beschikbaar heeft gesteld voor filmeducatie.

In 2019 is de pilot gestart in Gelderland. In 2020 vindt een 2^e pilotjaar plaats, waarin het bereik verbreed zal worden naar de provincie Overijssel. De wens van de gezamenlijke hubs is dat daarna over wordt gegaan naar een meerjarensubsidie via het Filmfonds, waarbij ook duidelijk zal worden of LUX voor Gelderland of voor geheel Oost-Nederland de aanjaagfunctie voor film- en beelddeducatie zal gaan vervullen.

In een vervolg op de gefaseerde renovatie van de filmzalen hebben we zaal 3 gerenoveerd, in dezelfde stijl als we het jaar ervoor met zaal 1 hebben gedaan.

De stoelen zijn vernieuwd en de vloer en muren zijn aangepast, met zoveel mogelijk gebruik van duurzame materialen, zoals marmoleum van gedeeltelijk gerecyclede materialen (cacaoschillen), vilt en LED verlichting. Net als in zaal 1 heeft ook deze zaal een bijzonder element gekregen, namelijk een LED-lijn, die als een 'kader' door de zaal heen loopt en symbool staat voor het kader waardoor je naar jezelf en de wereld om je heen kijkt; een visualisatie van de LUX-missie 'Anders kijken'.

De verschillende jaarlijks terugkerende festivals vonden wederom plaats, zoals de Nijmeegse filmfestivals Go Short en InScience, maar ook de satellietfestivals van Cinekid en IDFA en een selectie van het IFFR. Daarnaast was er wederom een prachtige editie van het Festival Jazz International Nijmegen en het 025 dansfestival Moving Futures.

Daarnaast is een programmareeks gestart in het kader van '75 jaar vrijheid' met een eerste editie van het Vrijheidstribunaal, een samenwerking met het onderwijs, waarbij in een setting van een fictieve rechtbank met een jury, onze vrijheid aan de kaak wordt gesteld. In de editie in november werd een oordeel geveld over de schuld of onschuld van ons collectieve geheugen. Voor onze onderscheidende en hoogwaardige programmering ontvingen we een meerjarige subsidie van het Fonds voor de Podiumkunsten, met daarbij een bijzondere waardering voor de artistieke positie van LUX in Nijmegen en omstreken. Een mooi voorbeeld hiervan is Music Meeting, waarmee we een bijzondere samenwerking zijn gestart, onder de naam MMore Jazz werden internationale grootheden op het gebied van jazz geprogrammeerd in LUX. Ook bijzonder en indrukwekkend was de première van de televisiedocumentaire Het Fatale Scooterongeluk over de juridische strijd die volgde na een dodelijk ongeval in Nijmegen, waarbij onze collega Mario van de Geijn het leven liet. In aanwezigheid van makers, familie, vrienden, betrokkenen en geïnteresseerden ging deze documentaire in LUX in première.

In oktober vertrok RN7 uit de gezamenlijke kantoorruimte aan het Arsenaalgas en uit de voor hen ingebouwde studio in het kassagebouw van LUX. Zij zijn met de hele organisatie verhuisd naar Kerkenbos.

Rond dezelfde periode sloot bioscoopconcern Vue haar locatie aan de Walstraat, om deze te verbouwen tot een bioscooplocatie met 8 filmzalen.

Een geheel onverwachte gebeurtenis was de automobiliste die op 19 september met haar auto vanaf de achterkant van LUX de poort in reed en terecht kwam in de pui van het café van LUX. Ondanks de fikse schade aan de pui en de auto, zijn er gelukkig geen slachtoffers gevallen. Ook de automobiliste is er met de schrik vanaf gekomen.

Een andere onaangename gebeurtenis was de forse rioollekkage op ons kantoor aan het Arsenaalgas. De rioolleiding van de bovenliggende verdieping brak, waardoor de entree van het kantoor gedurende een aantal dagen niet betreden kon worden. Het heeft verschillende weken geduurd voordat het euvel uiteindelijk werd verholpen. De staat van het gebouw is dusdanig, dat er met regelmaat ongemakken plaatsvinden, zoals lekkages, liftstoringen en een niet goed functionerende entreedeur, maar deze rioollekkage spande de kroon. Het heeft weken geduurd voordat de stank verdween.

Kortom, we hebben niet stilgezeten, we hebben veel bijzondere ervaringen opgedaan, er is een hoop gebeurd: het was een enerverend jaar!

LUX was gedurende 365 dagen in het jaar geopend en bracht daarin een uniek en veelzijdig programma-aanbod en dat in combinatie met ons prachtige café-restaurant waarin we ontzettend veel bezoekers hebben ontvangen.

Dit alles is mogelijk gemaakt door een zeer gedreven, gemotiveerd, hard werkend en creatief team van betaalde en onbetaalde medewerkers.

Een team om zéér trots op te zijn!

Nijmegen, maart 2020

Pien Houthoff

Update:

LUX heeft in 2020 te kampen met de gevolgen van het coronavirus. De sluiting gedurende meerdere weken, nog gaande op het moment van schrijven d.d. 07-05-2020, heeft er toe geleid dat de organisatie te kampen heeft met een flinke omzetsdaling en een toename aan additionele kosten. LUX heeft alle mogelijke lijnen uitgezet voor ondersteuning van de derving van omzet, door middel van de generieke en coulance maatregelen die beschikbaar zijn gesteld door rijks- en gemeentelijke overheid, en door middel van lobby op zowel lokaal als regionaal en nationaal niveau, samen met de verschillende brancheorganisaties. Een aantal van de extra steunmaatregelen moeten nog vormgegeven worden, waardoor nog onduidelijk is welke impact deze periode zal hebben op de bedrijfscontinuïteit. Tevens is nog onduidelijk hoe de bedrijfsactiviteiten de komende weken uitgevoerd kunnen gaan worden en hoe lang de crisis van invloed blijft op de bedrijfsvoering. We hebben er echter vertrouwen in dat de organisatie, met de beschikbare steunmaatregelen, duurzaam voortgezet kan worden.

De in het najaar van 2019 vastgestelde begroting 2020 is door de recente ontwikkelingen achterhaald en om die reden niet opgenomen in het jaarverslag.

2. BELEID EN ORGANISATIE

Strategisch uitgangspunt

LUX is een onafhankelijk podium voor een veelzijdig, vernieuwend en creatief aanbod in Nijmegen, met dagelijks inspirerende programma's op het gebied van film, podium (vlakkevloertheater, muziek en dans), debat en film- en beelddeducatie, en daarnaast de onderlinge kruisbestuivingen tussen de disciplines onderling. LUX biedt een unieke programmering die zorgt voor een toonaangevende positie in het land.

We proberen een zo breed mogelijk publiek te bereiken met ons aanbod, in eigen huis maar ook steeds meer op locatie, om zo de juiste omstandigheden en doelgroepen te kunnen bereiken. LUX heeft als missie mensen te inspireren om anders te kijken. Met ons programma kaarten we relevante maatschappelijke, kunstzinnige en politieke thema's aan en bieden we een verdiepende programmering waarmee we bezoekers andere perspectieven willen aanreiken.

Om verdiepende, kwalitatief hoogwaardige (nieuwe) programma's neer te kunnen zetten, werken we veel samen met lokale, regionale en landelijke partners, om ons programma en publieksbereik verder te versterken.

Voor de realisatie van de hub voor film- en beelddeducatie is bijvoorbeeld niet alleen nauw samengewerkt met het ministerie van OCW, het Filmfonds, Eye Filmmuseum en Filmhuis Den Haag, maar ook met de provincie Gelderland, Cultuur Oost, het GFO (Gelders Filmtheater Overleg), de Radboud Universiteit en de HAN. Daarnaast zijn verschillende aanbieders van educatief aanbod van groot belang geweest, zoals Go Short, InScience, Cinekid, Movies that Matter, IDFA, IFFR, het Nederlands Film Festival en de Frisse Blik.

Ook bij de andere disciplines wordt sterk ingezet op nauwe samenwerkingen met lokale, regionale of landelijke partners, zowel binnen de culturele, als de sociale maatschappelijke en politieke domeinen.

In het kader van de versterking van de filmketen is eind 2019 een plan ontwikkeld om het makersklimaat in Gelderland te verstevigen. Zo is in een samenwerking met InScience, Go Short, Dziga en Gelders Doek een plan ontwikkeld om de komende beleidsperiode te investeren in een broedplaats, een filmclub en te sturen op de realisatie van een Gelders Filmfonds.

Idealiter sluit de broedplaats aan op het naast LUX gelegen Festivalhuis in de voormalige Stadswinkel. LUX heeft als penvoerder voor deze samenwerking een aanvraag ingediend bij het ministerie van OCW voor een ontwikkelinstelling film, waarin de kracht van de samenwerkende partners wordt benoemd, en waar de nadruk wordt gelegd op de rol en de kracht van de regionale hubs, als toekomstige talentontwikkelingsplekken.

Naast het programma-inhoudelijke aanbod heeft LUX een prachtig café-restaurant, waar het publiek van 's ochtends vroeg tot 's avonds laat terecht kan. Het aanbod in eten en drinken is zowel afgestemd op het publiek dat een voorstelling bezoekt, als op mensen die een avond de tijd hebben voor een uitgebreid diner of een lekker drankje.

Daarnaast is het ook mogelijk om de verschillende ruimtes te huren, waarbij de ondersteunende horeca een belangrijke toegevoegde waarde heeft.

Doelstelling

LUX presenteert 365 dagen per jaar een gevarieerd aanbod van arthousefilms, podiumkunsten, debat, educatie en thematische programmering, waarin een crossverband tussen de

verschillende disciplines wordt gelegd. Daarbij brengt LUX tal van kleine culturele en cultuur-educatieve activiteiten in en om LUX. Ook biedt LUX een podium aan uiteenlopende lokale, regionale en landelijke culturele initiatieven. Incidenteel organiseert LUX, al dan niet samen met andere partijen, evenementen op locatie.

LUX participeert in de netwerkorganisaties Cultuur Netwerk Nijmegen (CNN), het Nederlands Filmtheater Overleg (NFO), het Gelders Filmtheater Overleg (GFO) en is aangesloten bij de branche organisaties NVBF (film), VVP (vlakkevloertheater) en VND (debat). Daarnaast neemt LUX actief deel aan de cultuurregio 025, een culturele samenwerking tussen Arnhem en Nijmegen.

3. ACTIVITEITEN EN RESULTATEN

LUX is actief op het gebied van film, podium (theater, muziek en dans), debat, educatie, horeca, verhuur en de kruisbestuiving tussen de verschillende disciplines. Daarnaast is LUX (mede)organisator van evenementen, festivals en specials. De belangrijkste programma resultaten zijn hieronder benoemd per deelgebied.

In 2019 heeft LUX in totaal 277.226 bezoekers ontvangen, een groei van 3,4% ten opzichte van het voorgaande jaar. In 2018 was al een bezoekersrecord verbroken, vooral wat betreft film zijn we daar in 2019 ruimschoots overheen gegaan.

Zowel bij debat als bij podium is een daling te zien in het aantal bezoekers. Bij debat is dat te wijten aan het feit dat er een groter aantal kleinschalige programma's zijn georganiseerd. Bij podium ligt het voornamelijk aan het feit dat we dit jaar voor het eerst sec de kernprogrammering van de podiumvoorstellingen hebben meegerekend, en verschillende programma's bij de categorie Overig hebben geplaatst. Het gaat hierbij om programma's zoals de Kunstnacht, de Popronde, de Popquiz en de Vierdaagse programmering. Waren die wel meegerekend, dan zie je een stabiele situatie ten opzichte van 2018.

	Totaal aantal voorstellingen 2019	Totaal aantal voorstellingen 2018	Totaal aantal bezoekers 2019	Totaal aantal bezoekers 2018
Film	12.139	12.612	252.888	238.033
Debat	61	76	5.685	11.834
Podium	98	127	11.900	18.302
Overig	31		6.753	
Totaal	12.329	12.815	277.226	268.169

In de subsidie overeenkomst met de Gemeente Nijmegen staat een opdracht geformuleerd over het minimum aantal voorstellingen en bezoekers volgens de DAEB, de Diensten in het Algemeen en Economisch Belang. In het onderstaande overzicht is te zien dat zowel bij film als bij debat en podium het minimum aantal voorstellingen en het minimum aantal bezoekers ruimschoots gehaald worden.

Ook is voldaan aan de contractuele verplichtingen voortkomend uit de activiteitensubsidies.

2019	Specificatie gemeente aantal voorstellingen (DAEB)	Aantal voorstellingen 2019 (DAEB)	Specificatie gemeente aantal bezoekers (DAEB)	Aantal bezoekers 2019 (DAEB)
Film	8.100	12.139	180.000	220.102
Debat/Podium	140	159	15.000	17.585

3.1 FILM

2019 is het beste filmjaar sinds de oprichting van LUX. We hebben maar liefst 252.888 filmbezoekers verwelkomd, verspreid over 12.139 voorstellingen. Dat is een groei van ruim 6% ten opzichte van 2018 (238.033).

2019 was überhaupt voor de Nederlandse bioscopen een bijzonder sterk jaar met meer dan 38 miljoen bezoekers. Opvallend was de succesvolle zomer waarin, ondanks het warme weer, veel mensen de bioscopen bezochten.

De bestendige groei is toe te schrijven aan exploitanten en distributeurs die blijven investeren om verdere groei van het aantal bezoekers mogelijk te maken, onder andere door de introductie van nieuwe technieken en (marketing) concepten, renovaties en nieuwbouw.

LUX heeft in 2019 filmzaal LUX 3, gerenoveerd. Dit is de tweede filmzaal die vernieuwd is sinds het ontstaan van LUX in 2000. De stoelen zijn vervangen en de vloer en muren zijn aangepast. Dit levert een betere filmbeleving op, door het vergroten van het zitcomfort, een betere akoestiek en een eigentijdse uitstraling. LUX 3 had plek voor 88 bezoekers, wat in 2019 teruggebracht is naar 80 (doordat de stoelen iets ruimer zijn). Deze verbouwing heeft veel positieve reacties van het publiek opgeleverd, met name over het zitcomfort.



In 2019 zijn in Nederland vijf nieuwe bioscopen/filmtheaters bijgekomen. Er werden 16 extra zalen geopend. Het totale stoelenaantal nam, mede door investeringen in nieuwe stoelen met meer ruimte per stoel, af met circa 1000 stoelen ten opzichte van 2018. De vernieuwing van de filmzalen in LUX past dus in deze landelijke trend.

De volgende tien films zijn in 2019 het best bezocht in LUX:

1. Green Book
2. Once Upon a Time...in Hollywood
3. The Favourite
4. Werk ohne Autor
5. Parasite
6. Dolor y gloria
7. Joker
8. Bohemian Rhapsody
9. Downton Abbey
10. Instinct

De best bezochte Nederlandse titel was *Instinct* met 4470 bezoekers.

De top 3 van best bezochte bioscoopfilms 2019 in heel Nederland zijn achtereenvolgens: *The Lion King* (met meer dan 3 miljoen bezoekers), *Avengers: Endgame* en *Joker*.

In de filmtheaters voert *Green Book* de lijst aan.

Het aantal bezoeken aan de Nederlandse film ontwikkelde zich positief met een stijging van 11,8%. Het marktaandeel bleef vrijwel gelijk met 11,7%. In totaal waren er 4,5 miljoen bezoekers

voor de films van eigen bodem. De top drie bestond uit *Penosa: The Final Chapter*, *Verliefd op Cuba* en *F*ck de liefde*.

Verdieping

In 2019 werden er bij veel filmprogramma's een speciale verdiepende activiteit georganiseerd. Lezingen, q&a's, inleidingen, nagesprekken, colleges en andere verdiepende activiteiten omlijstten het filmprogramma of waren een belangrijk onderdeel van een groter programma of festival.

Tijdens de filmdebatten of 'Film & Gesprek' werden verdiepende programma's in een maatschappelijke context georganiseerd. Zo werd er in 2019 onder andere nagepraat over de stijgende huizenprijzen na de vertoning van de IDFA documentaire *Push*, over de wetenschap achter het werk van Tolkien bij de gelijknamige documentaire en gingen we met journalist Minka Nijhuis in gesprek na de film *A Private War* over de vraag: Wat drijft oorlogscorrespondenten?

De cinematografische verdieping staat centraal tijdens retrospectieven. In 2019 werden meerdere programma's georganiseerd, zoals rondom oeuvres van Andrej Tarkovski en het werk van Isabelle Huppert. We organiseerden in samenwerking met Filmtheater Lumiere (Maastricht) een vertoning van de klassieker *Le Bonheur* als hommage aan de overleden regisseur Agnès Varda en vertoonden eenmalig *The Wizard of Oz* naar aanleiding van de film *Judy*, een biografische film over zangeres en actrice Judy Garland.

Ook in het cursusaanbod van LUX staat verdieping centraal. Vaste reeksen zijn de Premièrecurso, de Filmkring, De Grote Regisseurs en diverse LUXclassics-vertoningen. In 2019 werd daar de cursus Documentaire Maken aan toegevoegd. Daarnaast zijn er besloten cursusreeksen, zoals de filmkijkcursus voor Xantippe. Tot slot werden er wederom verdiepende 'Filmcourses' verzorgd voor studenten van de studie Algemene Cultuurwetenschappen van de Radboud Universiteit.

Ontmoeting

Bij verschillende films werden meet&greet of vraaggesprekken georganiseerd, veelal met de regisseurs van de films. Voorbeelden hiervan zijn de nagesprekken in samenwerking met InScience bij de films *Three Identical Strangers* en *Ik ben er even niet*. Het gesprek met regisseur Peter van Houten bij *Miel-Emile* en Suzanne Raes bij *Ganz, How I Lost My Beetle*. De Q&A met Martin de Vries bij *Camino* met na afloop een stiltewandeling door de Ooijpolder. En de bijzondere ontmoeting bij de film *Celibaat* met regisseur Daan Jongbloed en broeder Edgard Claes, een van de kruisheren uit de documentaire.

De Nederlandse Filmnacht is een landelijk initiatief ter promotie van de Nederlandse arthouse film, voorheen met 1 special per jaar, en vanaf 2019 meerdere keren per jaar, met de nadruk op de editie in september in aansluiting op het Nederlands Film Festival. In 2019 vonden 3 edities plaats. In april werd de film *Dirty God* van Sacha Polak, openingsfilm van het IFFR, vertoond met een randprogramma georganiseerd door studenten. In september, gelijktijdig met de opening van het Nederlands Film Festival, werd de film *Instinct* vertoond. Naast de première was er een inleiding, een live-video van de rode loper op het NFF, een compilatie van interviews met Halina Reijn en Carice van Houten en werd er daarna op het plein voor het terras van LUX een pop-up dansvoorstelling opgevoerd door dansgezelschap Jens van Daele die werden geïnspireerd door de thema's in de film. In de december-editie werd er een randprogramma georganiseerd rondom

de documentaire *King of the Cruise* van regisseur Sophie Dros.

Verder continueerden we in 2019 de samenwerking met Gelders DOEK, een provinciaal platform voor filmmakers in de regio. Tijdens deze avonden worden de producties van deze (nieuwe) talenten getoond, en zijn de regionale makers aanwezig voor q&a's en gesprekken met het publiek.

Reeksen, festivals en eenmalige specials

De meeste events en festivals van 2018 kregen ook in 2019 weer een vervolg. Uiteraard vonden er mooie edities van de filmfestivals Go Short en InScience plaats, maar ook satellietprogramma's van de festivals Cinekid en IDFA beleefden een nieuwe editie in LUX en we hebben een aantal gerenommeerde titels uit het programma van het IFFR (International Film Festival Rotterdam) vertoond. Nieuw dit jaar was de samenwerking met het Queer & Migrant Film Festival. We selecteerden twee films uit het festivalprogramma die op 13 december in LUX te zien waren.

Daarnaast waren er reeksen van onder meer Movies that Matter on Tour, Psychoanalyse & Film, Gay Film, IndoFilmCafé, LUXClassics, English Subs, de wekelijkse voorpremière en LUXdocs. Ook werd er op de kortste en langste dag (kortste nacht) een kortfilmprogramma georganiseerd in samenwerking met Go Short.

De zomer werd afgesloten met een reeks openluchtvertoningen in onze 'buitenbios' op het Mariëburgplein, met als thema Quentin Tarantino.

In het kader van 'alternative content' vertoningen werden de reeksen van The Royal Opera House (internationale opera's en dansvoorstellingen) en Arts in Cinema (wereldberoemde museale exposities die verhalend worden vertoond in filmtheaters) gecontinueerd. Daarnaast hebben we in augustus ook de 50^e verjaardag van Woodstock gevierd met een eenmalige vertoning van *Woodstock: 3 Days of Peace and Music*. Organiseerden we een *Bohemian Rhapsody Sing-a-long*, compleet met Freddy's opplaksnorren. Vertoonden we de documentaire *Asbury Park: Riot Redemption Rock 'N Roll* en was er in november een registratie van *Western Stars*, het nieuwste album van Bruce Springsteen.

Naast de genoemde programma's vonden er ook andere eenmalige specials plaats, zoals de LUX top 5, beste films 2018 op de laatste zondag van de Kerstvakantie. In februari een Zondag vol Oscars, met een filmmarathon van de vijf grootste kanshebbers. In maart was Cineville jarig en vierden ze hun 10 jarig jubileum met een verkiezing van de 10 beste films van de afgelopen 10 jaar. In de lente was er een vertoning van de documentaire *Mantra - Sounds into Silence* met na afloop een optreden van Maneesh de Moor, de Nederlandse expert op het gebied van mantra's. Organiseerden we *Blik op vrijheid, vluchtverhalen toen en nu*, een samenwerking met het 4/5 mei comité Nijmegen en omroep Gelderland. Verder ook een latenight vertoning van de documentaire *Wakers* in aanwezigheid van alle Nachtburgemeesters van Nijmegen. En werd het een gezellig feestje bij de voorpremière van *Rocketman* met muziek en ginELTONics in het café. Tot slot was er een Zombiemarathon ter ere van de première *The Dead Don't Die*, de nieuwste film van Jim Jarmusch.

LUX Junior

Voor kinderen werden er als onderdeel van de reguliere programmering in 2019 het hele jaar door kinderfilms vertoond. Daarnaast zijn er verschillende specials georganiseerd, waarvan het

festival Cinekid een van de grootste evenementen voor een jonge doelgroep in 2019 was. Tijdens de herfstvakantie stonden er extra veel bijzondere, nieuwe kinderfilms op het programma, was er een expeditie door LUX (met o.a. workshops, VR-café, LUXlab en een filmzaal omgebouwd tot gameroom) en werden er speciale activiteiten georganiseerd. Zo konden kinderen meedoen aan rondleidingen achter de schermen van LUX, was er het kindercollege Op de MAANdag, georganiseerd i.s.m. de Radboud Universiteit. Was er een met-je-oma-naar-de-filmmiddag en zijn er 'opblijfavonden' georganiseerd waar kinderen lekker in hun pyjama 's avonds naar de film konden.

Daarnaast waren er eenmalige juniorspecials zoals een gratis knutselworkshop en een inleiding bij de film *De Fabeltjeskrant*. Organiseerden we een workshop i.s.m. Jeugdcircus Waaghals bij de film *Circus Noël*. Was er een workshop 'Maak je eigen filmtheater' bij *De grote boze vos* en een gratis vertoning en workshop in de kerstvakantie bij *Shaun het Schaap: Ruimteschaap* voor kinderen van het AZC.

3.2 FILMEDUCATIE

LUX heeft zich in 2019 sterk ontwikkeld op het gebied van filmeducatie. Zo is een record aantal leerlingen bereikt en hebben bijna 14.000 leerlingen en docenten deelgenomen aan educatieprogramma's. Ook is gestart met FilmHUB GLD; de pilot waarin LUX als een van de eerste twee filmeducatiehubs van Nederland functioneert.

LUX Educatie

LUX nodigde scholen in Nijmegen en omgeving uit om het lesprogramma te verrijken met filmeducatie. Van kennismaken met het filmtheater, tot aan festivalbezoek, en van workshops volgen tot samen verdiepende trajecten te ontwikkelen. Voor scholen in de verkennende fase, in de verdiepende fase, of in de verankeringsfase. Het educatie-aanbod bestond in 2019 uit schoolvoorstellingen, educatieprojecten, workshops, verdiepende lezingen, filmpremières en projecten. De programma's zijn receptief en productief, en altijd reflectief.

LUX heeft twee educatiemedewerkers die het aanbod ontwikkelen en coördineren. Ook initiëren zij nieuwe projecten en ontwikkelen ze programma's op maat voor scholen.

Aanbod

Op het gebied van kritisch kijken vonden vele besloten schoolvoorstellingen plaats, voorzien van een inleiding en/of een nagesprek, en met lesmateriaal. Dit waren actuele films uit het LUX-programma en het festival aanbod (van Go Short en InScience, maar ook van landelijke festivals als IDFA, Cinekid en Movies that Matter). Er zijn bovendien programma's op maat samengesteld, bijvoorbeeld rondom gender en seksualiteit in het kader van Coming Out Day, of rondom boekverfilmingen i.s.m. Openbare Bibliotheek Gelderland-Zuid. Ook is eind 2019 gestart met vertoningen op maat voor ROC Nijmegen, in het kader van Burgerschap.

Op het gebied van filmmaken zijn vele workshops en masterclasses georganiseerd. Bijvoorbeeld als onderdeel van de lokale Kunst- en Cultuurroute (workshops Videoclips en Feit-Fictie-Filter), maar ook als onderdeel van de Zomerfeesten (workshop Vakantievloggen) of op maat (Special Effects, Crashcourse *Filmanalyse*, *workshop Film maken voor anderstaligen*).

Ook zijn er diverse projecten en nieuwe samenwerkingen gestart. Zo liep in 2019 het project De Filmacademie MMvmbio i.s.m. Montessori College door, en is er met het Notre Dame Havo een leerlijn getest. Er is gestart met de langlopende samenwerking met NimmaTV, in het kader van het project Beeldbrengers. LUX heeft hierin de rol van samenwerkingspartner en verzorgt

verdiepende workshops en masterclasses, gericht op jong filmtalent. Bij het debatprogramma in het kader van 75 jaar Vrijheid (Vrijheidstribunalen) ontwikkelde LUX Educatie het onderwijsprogramma. Ook vonden er feestelijke vertoningen van leerlingenfilms plaats, zoals de jaarlijkse NSG Movie Awards (NSG), en de Gouden Monti (Montessori College). Ten slotte zijn

Bereik

We hebben maar liefst 13.965 leerlingen bereikt met het educatie-aanbod. Dat is een groei van 17% ten opzichte van 2018 (11.921). Van het bereik (in absolute aantallen bezoekers) heeft 70% betrekking op het voortgezet onderwijs, 22% op het voortgezet onderwijs, 6% op het mbo en 2% overig (hbo en wo). Het speciaal onderwijs is niet apart gecategoriseerd en valt dus onder po of vo. De verdeling film kijken versus film maken is ongeveer 70% tegen 30%. Dit heeft betrekking op absolute aantallen bereikte bezoekers, en wordt verklaard door het feit dat er in een filmvoorstellingen veel meer leerlingen in een zaal passen, terwijl film maken in kleine groepjes wordt gedaan. Hoewel LUX grote en kleine zalen heeft (max. 168 stoelen, per zaal, min. 46 stoelen), is de gemiddelde bezetting voor educatie 70. Voor workshops is dit 25 leerlingen.

FilmHUB GLD

In mei 2019 is gestart met de pilot van FilmHUB GLD. FilmHUB GLD is een knooppunt (een hub) voor film- en beelddeducatie in Gelderland. Als een van de eerste twee hubs in Nederland wordt een verkenning uitgevoerd aan de hand van vijf speerpunten: inventarisatie en ontsluiting van vraag en aanbod; deskundigheidsbevordering & kennisdeling; communicatie; onderzoek; doorontwikkeling. Samen met Gelderse partners, zoals Cultuur Oost en de Gelderse filmtheaters, wordt gewerkt aan het verankeren van film- en beelddeducatie in het onderwijs, om zo zoveel mogelijk leerlingen, in alle delen van het land, beeldbewust te maken. De pilotperiode is in 2019 gestart en gaat door in 2020. Vanaf 2021 wordt een meerjarenprogramma uitgevoerd. LUX is kartrekker van deze landelijke ontwikkeling, en werkt daarin samen met diverse partners, waaronder het landelijke Netwerk Filmeducatie (Eye).

3.3 DEBAT

In 2019 bezochten 5.733 bezoekers in totaal 68 debatprogramma's. Dit is een afname van 52% ten opzichte van 2018, toen er 76 debatten met een totaal van 11.834 bezoekers waren (zie jaarverslag 2018). De belangrijkste reden voor deze afname van het aantal bezoekers is het ontbreken van een aantal grootschalige programma's in 2019. In 2018 organiseerden we bijvoorbeeld de reeks gemeenteraadsverkiezings-debatten (980), de tweejaarlijkse evenementen festival Waalzinnig (2000 bezoekers) en de Vrede van Nijmegen Penning (publieksprogramma: 506). De impact van deze tweejaarlijkse evenementen op onze bezoekerscijfers zijn dan ook om het jaar te zien in onze jaarverslagen.

Daarnaast zorgde de hogere frequentie van het Duurzaamheidcafés in 2018 in het kader van Green Capital voor meer bezoek (1.263). Wanneer deze programma's buiten beschouwing worden gelaten, blijft er een afname van het aantal bezoekers over van circa 19%: een afname die te verklaren valt door inhoudelijke keuzes voor kleinschalige programma's. Voorbeelden hiervan zijn Het Dilemma, Hoe doe je dat?, Stad in Puin en de kleinschalige programmering rondom de Día de Los Muertos waarin de dialoog centraal staat en het publiek middels specifieke gesprekstechnieken van gedachten wisselt over urgente en relevante thema's en de complexiteit hiervan ervaart. Ook de programma's rond de Europese Verkiezingen waarbij we ons specifiek richtten op jongeren waren klein van opzet.

De gemiddelde bezettingsgraad van debatprogramma's is in 2019 ten opzichte van 2018 met 10 procent gedaald, 82% in 2018 naar 72% bezetting in 2019. Van het totaal aantal debatten was 38% uitverkocht. Het percentage uitverkochte programma's blijft dus ongeveer gelijk ten opzichte van 2018 (40%).

De financiële opbrengst van 2019 (€42.335,23) is hoger dan in 2018 (€40.909,50). Dit is een stijging van 3.5% en hiermee halen we het gestelde doel van €40.000,-. Deze stijging is te verklaren door nieuwe projecten en samenwerkingen zoals De Nieuwe Mens (inhoudelijke en financiële samenwerking met het Radboudumc), Gelukkig Wonen = (samenwerking met het Architectuurcentrum Nijmegen gesteund door het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie) en betaalde opdrachten zoals de debatten rondom de Europese Verkiezingen, de Waterschapverkiezingen, 75 Jaar Vrijheid en programma's gemaakt voor het Platform Nijmeegse Woningcorporaties. Ook zijn er in 2019 veel kleine opdrachten geweest, bijvoorbeeld voor Palliatieve Zorg Zuid Gelderland, RIBW, Nijmegen & Rivierenland en Sterker Sociaal Werk.

Een aantal programma's uitgelicht:

Het Dilemma

Het Dilemma is een samenwerking van Radboud Reflects en LUX. Deze programmareeks draait om een persoonlijk moreel dilemma. In een intieme setting verkenden we in 2019 samen verschillende kwesties waar mensen vandaag de dag mee worstelen. Hoe staan we bijvoorbeeld tegenover ons vlieggedrag in deze tijd van klimaatverandering? En tegen welke dilemma's loop je als gelovige aan in een seculiere samenleving? Niet de sprekers staan centraal, maar de deelnemers. Door onszelf en elkaar te bevragen, zoeken we samen naar afwegingen en antwoorden. Twee experts gaven het gesprek inhoudelijk focus en hielden iedereen scherp. De reeks wordt het komende jaar voortgezet.

De Nieuwe Mens

Een programmareeks van Radboudumc in samenwerking met LUX in de vorm van een interactieve talkshow in cafésetting. Centraal stond de biomedische wetenschap die zich razendsnel ontwikkelt. De ene na de andere innovatie dient zich aan. Het werd dus hoog tijd voor een reeks verhelderende gesprekken. Want wat kan er al? Wat kan nog lang niet? En wat vinden we daarvan? In *De Nieuwe Mens* verkenden Radboudumc en LUX de ontwikkelingen. Kunnen we leven maken? Onze intelligentie verhogen? Onsterfelijk worden? Hoe ver is de wetenschap? We scheidde feiten van mythes en keken wat we kunnen verwachten in de toekomst.

Radboud Reflects

Radboud Reflects is de grootste samenwerkingspartner voor debatten van LUX. In 2019 vonden er 26 debatten van Radboud Reflects plaats waarvan 8 in samenwerking met LUX. Deze trokken 2.983 bezoekers en hadden een bezettingspercentage van 77% .

Vrijheidstribunaal klaagt aan...

In 2020 is Nederland 75 jaar bevrijd. Wat betekent vrijheid vandaag de dag? Met het Vrijheidstribunaal ontwikkelden we in 2019 drie theatrale rechtszaken, die verspreid over een halfjaar uitgevoerd worden en waarin steeds onze vrijheid terechtstaat. Ze richten zich op jongeren en komen in nauwe samenwerking met jongeren en kunstenaars tot stand. In een interactief, avondvullend programma vol theater, film, dans, beeldende kunst en zang bepleiten aanklager en gedaagde in een fictieve rechtbank hun zaak voor een jury. In drie edities worden het collectief geheugen, de media en de technologie aangeklaagd. Het eerste succesvolle Vrijheidstribunaal vond plaats op 18 november 2019, de volgende twee vinden plaats in 2020. Acteur Huub Smit (bekend van o.a. New Kids, Smeris en Undercover) dient als rechter en

jongeren van Nijmeegse middelbare scholen vormen de jury. Samen vellen we als jury aan het eind van de avond ons oordeel: schuldig of niet?

Día de Los Muertos

We weten allemaal dat ons leven eindig is, maar wat doet dat besef met ons? Denken we wel genoeg na over de dood? En wat kunnen we over de dood leren van andere culturen en overtuigingen? In dat licht vond er op 2 november 2019 in LUX een verdiepend programma plaats rondom 'Día de los muertos'. Zo filosofeerden we samen met kinderen naar aanleiding van de animatiefilm Coco over de dood. Wat is dat eigenlijk: 'dood'? Hoe wordt er in verschillende culturen met de dood omgegaan? Ook vond er in de Mariënburghkapel een speciale sessie plaats waarin het publiek samen nadacht over welk licht de dood werpt op ons leven. Zijn we bang voor de dood? Wat zegt die angst? Hoe gaan we om met die angst? Hoe gaan we om met het verlies van een geliefde? En hoe gaan we om met het idee van onze eigen dood? Bezoekers vierden hun leven en hun herinneringen tijdens 'Het Laatste Avondmaal' en werden geroerd door de dansvoorstelling (UN)BOUND, deze avond speciaal gecombineerd met de dansfilm Naar Huis.

De best bezochte debatprogramma's:

1. Radboud Talks: Grande Finale	188 bezoekers
2. Duurzaamheidscafé: Waterstof tot nadenken	187 bezoekers
3. Waan-zinnig	136 bezoekers
4. Duurzaamheidscafé: Polderen kan niet meer	136 Bezoekers
5. Duurzaamheidscafé: Voorspoed komt na de ramp	135 bezoekers

De best bezochte Radboud Reflects programma's:

1. De sprekende aap	192 bezoekers
2. Depressief ben je niet alleen	192 bezoekers
3. Politiek en Emotie	192 bezoekers
4. The Handmaid's Tale	192 bezoekers
5. The Happiness Fantasy	192 bezoekers

3.4 PODIUM

In 2019 presenteerde LUX in totaal 129 voorstellingen aan 18.653 bezoekers.

Als we de aantallen vergelijken met 2018, zien we een stijging van 2% ten opzichte van het totaal aantal bezoekers (18.302 in 2018). Het gemiddelde bezoek per voorstelling steeg licht (0,5%).

Genoemde cijfers betreffen het gehele podiumaanbod, inclusief het aanvullende aanbod in samenwerking met culturele partners (Popronde (gratis toegang), Kunstnacht, Festival Jazz International Nijmegen, Popquiz) en de Vierdaagse-programmering op het LUX-plein dat gratis toegankelijk is.

Als we naar de kernprogrammering theater, dans & muziek kijken - zonder bovengenoemd aanvullende aanbod - geven de cijfers een ander beeld. In 2019 stonden er in LUX 98 voorstellingen (49 theater, 29 muziek, 20 dans) die werden bezocht door 11.900 mensen. In 2018 waren dat 10.304 bezoekers voor 89 voorstellingen (48 theater, 24 muziek, 17 dans). Het totale bezoek steeg hiermee 14%. Dit is in boven verwachting in relatie tot de toename van het aantal voorstellingen. Eveneens zien we dat het gemiddelde bezoek ten opzichte van vorig jaar gestegen is met 3%. Een mooie gestage groei.

Per genre zien de ontwikkelingen er als volgt uit: bij theater nam het gemiddelde bezoek toe met 15%, bij dans zien we een daling van 16% en bij muziek zien we in zijn geheel een lichte afname van 2%.

Naast een hogere een hogere zaalbezetting (groei van 2%) zagen we in 2019 ook een stijging van het aantal voorstellingen in de kernprogrammering met 9%. De groei in het aantal voorstellingen was een voorwaarde om in aanmerking te komen voor toekomstige subsidie van het landelijk Fonds Podiumkunsten.

Halverwege 2019 ontvingen we van het landelijke Fonds Podiumkunsten waardering voor onze hoogwaardige programmering. De aangevraagde subsidie reguliere programmering (SRP) werd in zijn geheel gehonoreerd (52.500 totaal voor de jaren 2020 en 2021).

Uit de beschikking: “De commissie beoordeelt de artistieke positie van LUX Nijmegen als zeer goed. Zij is positief over de wijze waarop LUX in de aanvraag zijn artistieke positie in Nijmegen en omstreken weergeeft als essentieel vlakkevloerpodium van het Oosten. (...) LUX hanteert voor de programmering volgens de commissie een heldere visie met zes criteria waarlangs de activiteiten plaatsvinden. Zij is eveneens positief over de samenwerking met andere podia in de regio om de programmering op elkaar af te stemmen, hetgeen bijvoorbeeld doorstroom van de kleine zaal naar de grote zaal mogelijk maakt voor makers. Ook over de bovenregionale samenwerkingsverbanden zoals met productiehuzen en vaste bespelers is de commissie positief. (...)”

Theater

De stijging van het bezoek is deels te verklaren door de toename van een vast kernpubliek (podiumpas) dat frequent vernieuwend aanbod van jong talent bezoekt. Een andere factor is dat we met een groot aantal makers de afgelopen jaren via gerichte doelgroepenmarketing aan publieksopbouw hebben gewerkt. Dat heeft in 2019 vruchten afgeworpen. Daarnaast trok het theateraanbod in de gehele breedte meer bezoekers. Dit heeft te maken met een toegenomen vertrouwen van het publiek in ons aanbod. Daarnaast nam de frequentie van het aanbod toe en werkte grotere spreiding door seriebespeeling ook positief door op de bezoekersaantallen.

Dans

Ons dansaanbod had het in 2019 wat moeilijker. Voor de daling van het gemiddelde aantal bezoekers zijn een aantal verklaringen. In de eerste plaats bleven de bezoekersaantallen van het landelijke reizende talenten-dansfestival Moving Futures ver achter op de geambieerde aantallen en bleek de seriebespeeling (2x op 1 avond) van vernieuwend en gelauwerd choreograaf Arno Schuitemaker niet goed te werken. Dit drukte behoorlijk op het gemiddelde. Daarnaast was er een uitbreiding van het aantal dansvoorstellingen (van 17 in 2018 naar 20 in 2019). Wellicht heeft dit geleid tot een verspreiding van het vaste danspubliek. De komende jaren zetten we dan ook in op groei en verbreding van het danspubliek.

Muziek

Hier nam het gemiddelde bezoek bij de theaterconcerten met 17% af. Maar dat is een enigszins vertekend beeld. Deze daling wordt namelijk mede veroorzaakt door het feit dat we in 2018 een uitverkocht staconcert (capaciteit 340) in huis hadden en in 2019 niet. Verder zien we een mooie groei van 8% bij de (internationale) jazzprogrammering, onder andere door de bijzondere samenwerking met Music Meeting waar de MMore Jazz programmering uit voort is gekomen, en

een toename van 21% bij de verrassende en eclecticische zondag-matineeconcertreeks De Ontmoeting.

Actualiteit

LUX zet een gevarieerd programma neer dat zich kenmerkt door actualiteit en urgentie. Een programma met het interessant vlakkevloeraanbod voor een zo breed mogelijk publiek. Kwaliteit staat voorop, het publiek aan het denken zetten is het doel. In 2019 heeft LUX een diversiteit aan theater-, dans- en muziekvoorstellingen geprogrammeerd, waarbij het publiek werd aangezet tot anders kijken, op het maatschappelijke, kunstzinnige en politieke vlak.

Daarbij hebben we wederom scherp gestuurd op beheersbaarheid van het gebodene en de kwantiteit bewaakt om zo beter op bijkomende kosten te kunnen sturen. Voorop bleef staan: een spannende, uitdagende en geëngageerde programmering waarin ruimte wordt geboden aan (ver)nieuwe(nde) makers en jong talent.

FJIN

De vierde editie van Festival Jazz International Nijmegen was wederom succesvol. Dit jazzfestijn dat LUX en De Lindenberg samen met hun stedelijke partners op het gebied van actuele muziek (Doornroosje, Music Meeting, Brebl) en Jazz International Rotterdam realiseerden, trok een breed stedelijk en regionaal publiek en haalde volle zalen op bijna alle locaties (gem. zaalbezetting van 87%). Door de laagdrempelige, gratis en bijzondere concerten in de publieke ruimte van de Bibliotheek, de entreehal van de Vereeniging, de Thiemeloods en Café Wunderkammer trokken we een nog breder en meer divers publiek.

De focus lag deze editie meer op talentontwikkeling, er vond een uitgebreid uitwisselingsprogramma plaats tussen Nijmegen en Rotterdam. Voor 2020 wordt deze samenwerking uitgebreid met Keulen; een inhoudelijk zeer interessante partner waar inmiddels warme banden mee zijn.

LUX PodiumPas en brochure

De PodiumPas, waarmee bezoekers voor een vast bedrag onbeperkt toegang hebben tot alle voorstellingen, was opnieuw een succes. We hebben voor dit seizoen de prijs van de podiumpas verhoogd, vanwege het groeiende aanbod voor onze fans. Maar ook om het mogelijk te maken om het gehele seizoen als eerste, de beste stoelen, uit ons volledige aanbod te kunnen kiezen. De prijsstijging voor de LUX PodiumPas van €175 naar €250 per persoon, zorgde ervoor dat dit publieksaanbod voldoende rendement opleverde om te kunnen handhaven. Echter zagen we wel een daling van 82 pashouders naar 67 pashouders. Analyse van de cijfers leert ons dat gebruikers van de podiumpas zorgen voor een constant aandeel in het publiek: circa 20%. Naast het extra bezoek dat de pas ons oplevert, vergroot het de betrokkenheid van onze meest frequente bezoekers, die fungeren als klankbord. Belangrijker nog was het consolideren van een basispubliek voor nieuwe makers en nog (relatief) onbekend werk. Uit onderzoek is gebleken dat de bezoekers met een doorlopende pas nieuw aanbod durven uit te proberen.

De podiumbrochure 2019/2020 werd ook dit seizoen uitgebracht in eigen beheer. Daarnaast was er zoals gebruikelijk overleg en afstemming met andere stedelijke culturele instellingen over het programma.

Omzet

De omzet van de podiumprogrammering in 2019 bedroeg €142.319. Hiermee steeg de omzet met 12% t.o.v. €127.287 in 2018. Dit is toe te schrijven aan de toename van het aantal

voorstellingen in de kernprogrammaring (9%) en de toename van het gemiddelde bezoek (3%). De gemiddelde omzet per voorstelling steeg met circa 2%.

De best bezochte theatervoorstellingen:

1.	(Ederveen & Wouterse (locatie Lindenberg))	ZIN	330
2.	Sven Ratzke	For One Night Only	216
3.	George & Eran Producties	George en Eran worden racisten	186
4.	Via Berlin & Cello Octet Amsterdam	Instant Love	184
5.	TG Goed Gezelschap	Senang	182

De best bezochte dansvoorstellingen:

1.	Federico Ordonez	In-Puro	171
2.	Panama Pictures & Pia Meuthen	In Requiem for Lost Things	161
3.	Krisztina de Châtel & SALLY Dansgezelschap Maastricht & Ensemble 88	(Im)pulse	158
4.	ArtEZ	Eindvoorstelling Dans	130
5.	Nicole Beutler Projects & DOX	Role Model	130

De best bezochte concerten:

1.	Zuco 103 (Staconcert) - i.s.m. Doornroosje		230
2.	Eric Vloeimans & Juan Pablo Dobal	Viento Zonda	223
3.	Micheline van Hautum & Erwin van Ligten	Zing, vecht, huil, bid ...	211
4.	Lavinia Meijer & Maud Geffray (De Ontmoeting, locatie Stevenskerk)	A Gentleman's honor	200
5.	Árstíðir - i.s.m. Doornroosje		198

3.5 RESULTAAT

In 2019 hebben de bovenstaande activiteiten geleid tot een positief resultaat van € 86.740,-. Dit positieve resultaat is toegevoegd aan het ondernemingsvermogen van Stichting Lux dat eind 2019 op een stand van € 344.821,- staat, inclusief verschillende bestemmingsreserves. Dit positief eigen vermogen is ter dekking van eventuele toekomstige tekorten voor het leveren van DAEB diensten. Het resultaat van 2019 zal aan twee bestemmingen toegekend worden, te weten een bestemmingsreserve voor techniek (waaronder de vervanging van de filmprojectoren) en een bestemmingsreserve voor werknemerskosten.

In de begrotingsvergelijking is te zien dat de baten een stuk hoger uitvallen dan begroot, wat voornamelijk te verklaren is door de hogere publieksinkomsten bij film en tevens bij debat. De bijdragen zijn hoger vanwege de start van het eerste filmjaar van de filmhub, wat ook de hogere personeelslasten verklaard, hier zijn verschillende nieuwe medewerkers voor aangetrokken, en het verschil in overige bedrijfskosten.

4 ORGANISATIE EN OVERIGE ACTIVITEITEN

4.1 RAAD VAN TOEZICHT

Stichting LUX wordt bestuurd volgens het Raad van Toezicht model. LUX onderschrijft de principes van de Governance Code Cultuur en past deze toe. LUX volgt nu de huidige statuten, waarin de leden voor een periode van 3 jaar met daarbij de mogelijkheid om tweemaal hernoemd te worden staat vermeld. De statuten zullen conform de Governance Code in 2020 aangepast worden naar een periode van twee keer vier jaar. De Raad van Toezicht bestaat uit minimaal 5 en maximaal 7 leden.

De samenstelling van de Raad van Toezicht was in 2019 als volgt:

- Ingeborg van den Broek, voorzitter en lid remuneratiecommissie
- Edwin van der Plas, voorzitter auditcommissie
- Henriette Honée, lid auditcommissie
- Ton Lenting
- Sigrid Wertheim-Heck, (vanaf mei 2019)
- Ward Verkuylen, (vanaf september 2019)
- Paul van Buul, (vanaf september 2019)
- Signe Zeilich-Jensen, lid (tot mei 2019)
- Jan van der Meer, voorzitter remuneratiecommissie (tot september 2019)

Rooster van aftreden (RvT-leden ultimo 2019):

Naam	Deskundigheid	Aftredend (uiterlijk)/afgetreden
1. Ingeborg van den Broek	Voorzitter/ Juridisch	31-12-2019
2. Edwin van der Plas	Financiën	31-12-2019
3. Henriette Honée	Financiën	01-01-2026
4. Ton Lenting	Horeca	05-09-2027
5. Sigrid Wertheim-Heck	Inhoudelijk/cultuur	09-05-2028
6. Ward Verkuylen	Bestuurlijk/politiek	18-09-2028
7. Paul van Buul	Juridisch	18-09-2028

De Raad van Toezicht (RvT) werkt met een gefaseerd rooster van aftreden. Gedurende het verslagjaar is mevrouw Zeilich-Jensen afgetreden. De vacature die daarmee vacant kwam is per mei 2019 opgevuld door mevrouw Wertheim-Heck. De heer Van der Meer is vanwege het aanvaarden van een nieuwe functie in de Provincie Gelderland en de daarmee mogelijk samenhangende belangenverstrengeling eveneens in 2019 afgetreden. Per 1 januari 2020 zijn mevrouw Van den Broek en de heer Van der Plas vanwege het verstrijken van de maximale zittingstermijnen teruggetreden. De RvT is daarom gedurende het verslagjaar de werving gestart voor de vervanging van deze twee leden. Gelet op het feit dat er in korte tijd relatief veel wisselingen plaatsvonden, is daarbij expliciet gezocht naar nieuwe leden met toezichthoudende ervaring. Dit heeft geresulteerd in de toetreding per september 2019 van de heer Verkuylen en de heer Van Buul. De heer Verkuylen heeft per 1 januari 2020 de voorzittersrol overgenomen. De heer Van Buul is voorzitter van de remuneratiecommissie geworden en mevrouw Honnée van de auditcommissie. De heer Lenting werd lid van de auditcommissie, de heer Verkuylen vanuit zijn functie als voorzitter lid van de remuneratiecommissie. Het voorgaande betekent dat de RvT per

1 januari 2020 uit 5 leden bestaat. De RvT zal zich in de nieuwe samenstelling in de loop van 2020 beraden of een verdere uitbreiding noodzakelijk is.

De werving van de nieuwe leden is vanzelfsprekend verlopen via openbare vacatures, de (sociale media) kanalen van LUX en de organisatie Atana die zorgt voor verspreiding van de vacature binnen een meer divers netwerk.

Het toezicht

De RvT heeft in het verslagjaar 4 keer regulier vergaderd in het bijzijn van de bestuurder en onder meer het jaarverslag en de jaarrekening 2018 en de begroting 2019 conform de statuten vastgesteld. De auditcommissie heeft daarin het voorbereidende werk gedaan en haar bevindingen met de RvT gedeeld. De RvT heeft, voorafgaand aan de vaststelling van de jaarrekening, een overleg gehad met de accountant waarin de financiële positie van de organisatie en de managementletter aan de orde zijn geweest.

In 2019 heeft de remuneratiecommissie een jaargesprek gevoerd met de directeur-bestuurder en is de honorering aangepast waarbij uiteraard de WNT-normen zijn gerespecteerd. Het gespreksverslag is gedeeld met de voltallige RvT. De bestuurder heeft in 2019 – na consultering van onder meer de RvT en de OR - de organisatiestructuur gewijzigd. De RvT heeft dit besluit van de bestuurder gesteund.

In juni heeft de RvT een zelfevaluatie gehouden in het bijzijn van de bestuurder. Daarin zijn diverse governance gerelateerde onderwerpen de revue gepasseerd en is aandacht besteed aan de nieuwe Governance Code Cultuur. Aansluitend is een presentatie en rondleiding gegeven door een bestuurder van een vergelijkbare culturele instelling teneinde inspiratie op te doen en ervaringen en kennis uit te wisselen.

In september heeft een strategiebijeenkomst plaatsgevonden met de RvT en het voltallige MT waarin de meerjarenstrategie van LUX (2021-2024) is besproken.

De RvT heeft voorts gedurende het verslagjaar in aanwezigheid van de bestuurder eenmaal overleg gehad met de Ondernemingsraad over de gang van zaken binnen de organisatie en daarbij relevante informatie uitgewisseld.

Tot slot hecht de RvT er waarde aan te vermelden dat in het najaar 2019 – op uitnodiging van de gemeente Nijmegen – een bestuurlijk overleg heeft plaatsgevonden met de bestuurder en de voorzitter RvT waarbij aan de zijde van de gemeente naast de verantwoordelijk ambtenaar ook de wethouder Cultuur aanwezig was. Dit overleg is als zinvol en constructief ervaren.

Honorering leden Raad van Toezicht

De leden van de Raad van Toezicht verrichten hun werkzaamheden voor LUX onbezoldigd. Wel krijgen de leden kosteloos toegang tot (een deel van) de activiteiten die door LUX worden georganiseerd.

4.2 OR

De Ondernemingsraad (OR) van LUX werkt volgens de regels van de Wet op de Ondernemingsraden (WOR), waarin is vastgesteld dat leden door het personeel gekozen worden,

en zitting hebben voor een periode van maximaal 4 jaar. De verschillende afdelingen van de organisatie zijn vertegenwoordigd in de OR.

In 2019 werkte LUX met 6 OR leden, namelijk Karin Verwoert (voorzitter, publieksdiensten), Ruud Vos (secretaris, projectie), Leoni Bolleboom (horeca), Roel Zwiens (kassa), Sebastiaan Bevers (vrijwilligers) en Jesse Knoop (Techniek). Inmiddels heeft Leoni Bolleboom de OR verlaten en is haar plaats overgenomen door Jolanda van Leur (horeca). De OR kwam in principe twee maal per maand bij elkaar, en heeft 3 keer overleg gehad met de directeur-bestuurder. Tijdens een overleg met de Raad van Toezicht en de directeur-bestuurder werden agendapunten van het afgelopen jaar en de speerpunten voor het komende jaar uitgewisseld. De OR stuurt 1 maal per maand een nieuwsbrief naar alle medewerkers van LUX en stuurt 1 maal per jaar een jaarverslag.

Belangrijkste punten afgelopen jaar waren de adviesaanvraag en het instemmingsverzoek aangaande de nieuwe werkwijze filmtechniek en de nieuwe functie van Floormanager.

De ambities voor 2020 zijn een nadere uitwerking van een jubileumregeling voor vrijwilligers en het volgen van een verdiepende OR-cursus voor verdere ontplooiing.

4.3 MEDEWERKERS

Gedurende het jaar 2019 waren gemiddeld 30,09 fte werknemers in dienst op basis van een volledig dienstverband, ten opzichte van 26,67 fte in 2018. Daarmee is een stijging van 3,42 fte te constateren. Het totaal aantal medewerkers in december 2019 omvatte 50 betaalde krachten, ten opzichte van 42 aan het einde van het vorige jaar. Voornaamste reden van deze groei is de start van de filmeducatiehub, waardoor verschillende nieuwe functies werden vervuld. Daarnaast is de groei te verklaren door de invoer van de nieuwe organisatiestructuur, en de opvang tijdens ziekte van een aantal medewerkers.

Gedurende het jaar 2019 waren gemiddeld 26,56 fte werknemers in dienst op basis van een volledig dienstverband, ten opzichte van 29,66 fte in 2018). Hiervan is in totaal 3,1 fte opgenomen voor de bedrijfsleiding en het management van de horeca. Bij de horeca van LUX werkten in totaal 50 betaalde medewerkers in december 2019.

Vrijwilligers

Op meerdere plekken in de organisatie worden vrijwilligers ingezet, zoals bij de zaalwacht, kassa, gastvrouw/heer bij programma's en verhuringen, projectie, productie, marketing en incidenteel bij speciale projecten zoals ondersteuning bij specifieke programma's. In totaal werkt LUX met 131 vrijwilligers.

Ziekteverzuim

De verzuimcijfers bij Stichting LUX geven aan dat we iets gestegen zijn ten opzichte van 2018 maar zijn nog steeds laag te noemen. Het landelijk ziekteverzuim in de culturele sector over 2019 (t/m 3^e kwartaal) is 3,4%. Hiermee blijven we met de Stichting onder het landelijke cijfer.

Stichting ziekteverzuim :

2018: 2,80%

2019: 2,75%

Stichting exclusief langdurig zieken

2018: 1,40%

2019: 1,08%

Voor horeca geldt in 2019 een landelijk gemiddelde van 2,6% ziekteverzuim. De cijfers van Horeca LUX liggen iets hoger en laten een stijgende trend zien.

Horeca ziekteverzuim:

2018: 2,87%,

2019: 2,94%

Horeca Exclusief langdurig zieken

2018: 1,24%,

2019: 2,18%

Organisatieontwikkeling

In 2019 hebben we verdere stappen gemaakt op het gebied van processen en werkafspraken op het vlak van personeelszaken. Deze hebben te maken met duurzame inzetbaarheid van medewerkers.

Aan de instroom kant zijn we onze werving en selectie processen gaan professionaliseren. Voordeel hiervan is dat de kans op een goede match verder vergroot wordt. Daar hebben nieuwe medewerkers en de organisatie baat bij.

In het kader van duurzame inzetbaarheid hebben we ook bewuster aandacht voor iedere individuele medewerker. We gaan actief gesprekken aan over hoe iedereen prettig zijn of haar werk kan doen. Daarbij wordt actief onderzocht of er groeiwensen zijn binnen de huidige functie of daarbuiten.

Binnen de horeca zijn de eerste afspraken gemaakt die er toe hebben geleid dat medewerkers door LUX ondersteund werden met opleidingen. Op deze manier faciliteren we interne doorgroei. Daarmee zijn we beter in staat werknemers langer te binden en te boeien.

Zowel voor de Stichting als de horeca van LUX geldt dat we investeren in een goede intercollegiale samenwerking. Dit doen we onder andere door middel van verschillende coachingsworkshops. In de sessies werken collega's van verschillende afdelingen samen aan het thema 'effectief samenwerken'. De eerste sessie is reeds geweest en de ervaringen zijn positief. We gaan hiermee door.

4.4 MARKETING & COMMUNICATIE

Op basis van de bezoekersaantallen kan gesteld worden dat een groot publiek ook in 2019 weer de weg naar arthouse LUX wist te vinden. Ondanks dat we onze prijzen hebben moeten verhogen, middels het doorbelasten van de btw verhoging van het lage tarief van 6% naar 9%. Hierbij een greep uit de hoogtepunten van 2019.

Daar waar we in 2018 de publiciteit voor onze filmprogrammering hebben aangescherpt, lag de focus in 2019 op publieksbereik voor onze Podiumprogrammering. Dit in lijn met de toekenning van de SRP subsidie van Fonds Podiumkunsten. Bij de aftrap van seizoen 2019-2020 is er naast de podiumbrochure die ons volledige podiumprogramma bevat, een kwartaaltool ontwikkeld met de programmering van het betreffende kwartaal. Omdat er groei nodig is in publiek voor de kleinere theaterzaal met kwetsbare programmering is deze flyer breed in de regio verspreid in Nijmegen, Bommel, Wijchen, Grave, Groesbeek en Beek. In totaal op 250 locaties, 5.000 flyers. Tezamen met een prachtige campagne in de stad met de slogan 'Beleef theater/muziek/dans van dichtbij' zijn we aan het bouwen aan de bekendheid van LUX als podium voor theater, muziek en dans. Ook hebben we onze website en nieuwsbrief beter uitgerust met wat podium

functionaliteiten, zoals de melding 'laatste kaarten' en 'bijgeboekt'. Deze inspanningen zijn voorzichtig succesvol te noemen, de bezoekersaantallen laten dan ook in het tweede deel van 2019 een lichte groei zien.



CRM

Maar het jaar stond vooral in het teken van de voorbereidingen om meer inzicht te krijgen in ons publiek, via een CRM (Customer Relationship Management) strategie. Hoe willen wij omgaan met al die verschillende bezoekers die wij bij LUX binnen hebben? We stelden ons vragen als, hoe kunnen we hen beter bedienen? Beter informeren? Hoe kunnen we daarbij gebruikmaken van de publieksdata in onze systemen? Is het waardevol om ons publiek te informeren op basis van hun persoonlijke interesses? Dit is in lijn met een meer algemene tendens dat op basis van algortimes content wordt aangepast aan persoonlijke voorkeuren op basis van voorgaande keuzes en gedrag. We willen meer inzicht krijgen in welke tools, welke conversie opleveren. Zodat we slimmer met onze uitingen kunnen omgaan om zo de effectiviteit van het doel, kaartverkoop, te optimaliseren. Daarnaast, om een efficiëntieslag te kunnen maken in basiswerkzaamheden is het automatiseren van diverse marketing-handelingen, die nu nog handmatig worden gedaan, zeer gewenst. Kortom een hele lange wensenlijst.

Van publiek dat via onze website een ticket koopt verzamelen we gegevens in ons ticketsysteem (AT). Bij een aankoop, kunnen mensen aangeven of ze op de hoogte willen worden gehouden van toekomstig programma. Daarnaast kan publiek zich via onze website (Wordpress) aanmelden voor diverse e-mail nieuwsbrieven; wekelijkse nieuwsbrief met het totale programma, en/of maandniewsbrieven voor film, podium, debat apart. Deze contactgegevens verzamelen we dus in Wordpress, via Wordpress maken en versturen we ook onze email nieuwsbrieven (Eagerly newsletters). De nieuwsbrief linkt door naar de website, en de webshop als er een ticket wordt gekocht. Echter doordat Lux gebruik maakt van verschillende systeemomgevingen, Wordpress en een AT kassa-systeem, die niet met elkaar communiceren, konden de klantdata niet aan elkaar gekoppeld worden. Om deze reden hebben we ervoor gekozen een systeem aan te kopen dat hier als een soort paraplu boven fungeert, waarin klantdata aan elkaar gekoppeld wordt.

Voor de implementatie het CRM-systeem zijn 3 doelen geformuleerd, die in fases uitgerold worden:

1. Dashboard met rapportages en analyses
2. Verbeteren Direct Mail activiteiten

- a. Aanpassen mogelijkheden nieuwsbrief
- b. Meten conversie
- c. Het automatiseren van diverse e-mailmarketing activiteiten
- d. Evaluatie mogelijkheden

3. Klantrelatie verbeteren d.m.v. personalisatie en publieksonwikkeling

In 2020 zullen we starten met het werken met het dashboard, en in de loop van dat jaar zullen fase 2 en 3 uitgerold worden.

Met ingang van 01-01-2019 hebben we het loyaliteitsprogramma 'LUX Vriend' vernieuwd. We zijn van verschillende prijzen, naar een nieuwe jaarprijs gegaan. Deze prijs hebben we wat verhoogd, maar daar tegenover hebben we ook meer privileges geplaatst. Zo mochten LUX Vrienden in de zomerperiode gratis een introducee meenemen naar de film. Hier is in totaal 933 keer gebruik van gemaakt. In totaal hadden we in 2018 3398 LUX vrienden; in 2019 zijn we gegroeid naar 3545 LUX vrienden. Een mooie groei van 4%.

Voor de LUX Podiumpas hebben we de propositie aangepast, door de prijs te verhogen. Hierdoor hebben we minder passen verkocht van 82 naar 67, maar meer omzet in 2019. Uit de bezoekersaantallen van het eerste half jaar zien we dat het aandeel bezoeken door podiumpassers nagenoeg gelijk is gebleven met 20%.

Het aandeel gasten dat onze films bezoekt met hun Cineville pas is van 10% naar 12% gestegen.

De website neemt, naast de weekfolder, nog steeds een belangrijke plaats in, voor de programmakeuze van publiek. In 2019 heeft lux-nijmegen.nl 1.267.650 bezoeken gehad. Ten opzichte van 2018 is dit aantal gestegen met ruim 20%. Deze groei zou te verklaren kunnen zijn doordat we een samenwerking zijn aangegaan met INTK. INTK beheert voor ons onze Google Grants en adviseren hoe we het verkeer naar onze website kunnen optimaliseren. Traffic naar de website via mobiel groeit door naar 55%, ten koste van desktop 31% en tablet 14%. Ook zien we een groei in het aantal transacties dat via de website/webshop wordt gedaan, van 25.600 in 2017 naar bijna 29.823 in 2018 en 39.882 in 2019.

In 2019 zijn we kritischer gaan kijken naar de content op de sociale mediakanalen van LUX. De noodzaak van unieke content en interactie wordt duidelijk steeds groter. Instagram is een heel belangrijk kanaal en juist daar willen mensen graag eigen foto's en kijkjes achter de schermen zien (alhoewel mooie filmstills het ook goed doen). Daarnaast zijn we actiever aan de slag gegaan met de Instastories. Wat Facebook betreft zien we dat dit kanaal hoofdzakelijk door mensen wordt gebruikt om op de hoogte te zijn van evenementen en dat steeds meer jongeren er afscheid van nemen – 45-54 jaar is de groep die het meest betrokken is met onze berichten. Huidige volgersaantallen: Facebook ±11.000, Instagram ±3.500.

We hebben met een aantal activiteiten grote PR waarde gegenereerd. Veruit de meeste aandacht hebben we gekregen voor het ongeluk waarbij een Nijmeegse vrouw met haar auto de pui van ons café binnenreed. Dit was ook nog in de zomer periode, maar we zijn op alle landelijke nieuwskanalen genoemd. De Volkskrant is het concert van Kika Sprangers, tijdens het openingsweekend van ons podiumseizoen, komen recenseren. Tenslotte hebben de volgende programma's groot aandacht gekregen in de Gelderlander en op Gelderlander.nl: Green Capital, de start van de serie MMore Jazz, De documentaire over *het Fatale Scooterongeluk*, en het eerste Vrijheidstribunaal.

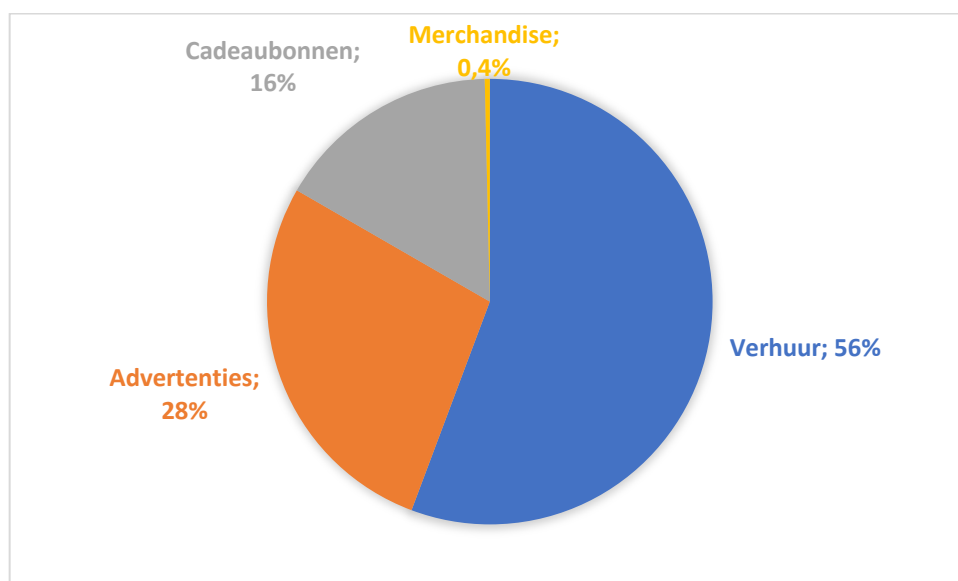
4.5 COMMERCIELE ACTIVITEITEN EN VERHUUR

In 2019 hebben we met de afdeling sales een totale groei behaald van 7%, van € 176.996,- in 2018 naar € 189.881,- in 2019. De inkomsten uit verhuur zijn wat gedaald naar € 105.794,-, de omzetgroei zat in de commerciële activiteiten. De ruimte die het meest verhuurd werd, was Café LUX, gevolgd door Studio LUX, en respectievelijk LUX 6 en LUX 7.

We zien steeds meer bijzondere programma's vanuit verhuur naar LUX komen. Zo heeft NRC afgelopen jaar een aantal Podcasts van *Onbehaarde Apen* opgenomen in LUX, ontvingen we het NJO, en hadden we een concert met traditionele Koerdische muziek.

De inkomsten uit commerciële activiteiten hebben de groei gerealiseerd. Opbrengst uit verkoop van cadeaubonnen is gestegen naar € 30.430,-. De neerwaartse trend en verwachting voor de opbrengst uit bioscoopreclame is in 2019 gebroken naar een flinke groei, van € 34.143,- in 2018 naar € 47.545 in 2019. De totale advertentie-inkomsten zijn gestegen naar € 52.430,-. In het tweede deel van 2019 zijn we met een duurzaamheidsactie begonnen. Hiervoor zijn we een samenwerking aangegaan met een Nijmeegse ondernemer, om de nylon doeken van de marketing banners te recyclen naar unieke tassen. Deze LUX merchandise wordt verkocht bij de kassa van LUX en via d'Trash.

De totale omzet uit onze commerciële activiteiten en verhuur is als volgt verdeeld:



4.6 HORECA

De horec afaciliteiten blijven van groot belang voor LUX. De horeca draagt bij aan de totaalbeleving van de bezoekers van verschillende programma's, maar heeft ook een zelfstandige functie als café en restaurant. Café LUX is het bruisende middelpunt waar bezoekers van verschillende programma's samenkomen voor lunch, diner of een borrel. Een evenwichtige horeca-exploitatie is noodzakelijk om de totale exploitatie financieel mogelijk te maken,

Kwalitatief, verrassende en vlotte horeca is dan ook belangrijk voor LUX en haar bezoekers. De horeca is actief op zoek naar manieren om horeca te verbinden met programma door middel van arrangementen of verrassende evenementen. Een goed voorbeeld waren de filmvertoningen van Quentin Tarantino buiten op het terras i.c.m. een 'silent disco' feest rondom zijn filmmuziek. Ook in 2019 stond verdere verduurzaming van het assortiment op het programma. LUX is bijvoorbeeld volledig overgestapt op biologische wijnen.

Ontwikkeling café-restaurant

Waarin de afgelopen jaren de omzet van de horeca van LUX structureel steeg, blijft deze in 2019 achter. Het was vroeg in het jaar mooi zonnig weer, waardoor de normaliter drukke periode (februari – maart - april) rustiger waren t.o.v. voorgaande jaren. De eerste gasten zaten in februari al op het terras, waar we voorgaande jaren het terras pas begin april plaatsten. De gerealiseerde omzet op het terras weegt niet op tegen de omzet die het café/restaurant binnen draait. Augustus was daarentegen een erg sterke maand, dit mede door een succesvolle 'LUX Open Air' week. Die week was aanzienlijk drukker t.o.v. andere jaren.

Rendement

Ook in 2019 heeft de LUX B.V. een mooi positief nettoresultaat behaalt. Het rendement blijft onder druk staan door stijgende personeels- en inkoopkosten. De schaarste aan horecapersoneel maakt het personeelsbeleid nog steeds een van de belangrijkste aandachtspunten voor de horeca. Efficiënter en slimmer roosteren zullen bijdragen aan het verlagen van de personeelskosten.

De inkoopkosten van dranken blijven stabiel t.o.v. 2018. De marges in de keuken behoeven meer aandacht. Het jaar 2020 biedt veel onderhandelingsruimte voor het vernieuwen van leverancierscontracten, waardoor inkoopkosten verlaagd kunnen worden.

Horeca in combinatie met programma

De omzet die gerealiseerd wordt met activiteiten in zaal 7 en Studio LUX blijven belangrijk voor de exploitatie van de horeca. De zalen binnen LUX worden in eerste instantie gebruikt voor programma dat past binnen de opdracht van LUX. Als er gaten vallen binnen dit programma, probeert de horeca deze in te vullen met andere activiteiten. Afgelopen jaar heeft de horeca Studio LUX meer ingezet als caféruimte tijdens drukke dagen en evenementen. Dit om meer ruimte te bieden aan bezoekers en de omzet te verhogen.

Jaarlijkse terugkerende festivals zijn voor de horeca zeer wenselijk, omdat deze naast reguliere drukte extra omzet opleveren. Voorbeelden hiervan zijn Best of the Fest, Go Short, InScience en Cinekid. Ook schoolvakanties dragen in verhouding meer bij aan de omzet dan de reguliere weken.

Arrangementen

De arrangementen blijven onverminderd populair en zijn een belangrijke tool waarmee LUX haar bezoekers een totaalbeleving kan bieden. De focus is hierbij meer komen te liggen op twee- en driegangendiners om de bezoekers langer aan tafel te houden. Zo worden er in het restaurant meer voor- en nagerechten geserveerd. Rondom de feestdagen blijft Café LUX ook veel gasten aantrekken. Denk aan een Valentijns diner, Paasontbijt of een uitgebreid Kerstdiner.

Verduurzaming

Café LUX heeft in 2019 haar wijnkaart aangepast, zodat het assortiment volledig biologisch is.

Daarbij is gekozen voor voornamelijk Europese wijnen, om op die manier bij te dragen aan zo min mogelijk milieubelasting.

Daarnaast is het volledige biertapsysteem vernieuwd, waardoor er minder bier verloren gaat in het tapproces. Het nieuwe systeem verbruikt ook veel minder water, stroom en koolzuur.