

2018 ANNUAL REPORT

INHOUDELIJK
VERSLAG
EDITIE 2018

SCENECS
INTERNATIONAL
FILM FESTIVAL



Voorwoord

De parels

SCENECS begon ooit vanuit een concrete behoefte van de nieuwe generatie verhalenmakers. Zij, die over vijf, tien of vijftien jaar voor de nodige innovatie in de media en filmindustrie moeten zorgen, kregen niet voldoende podium bij bestaande festivals. Terwijl dit laatste voor de verdere ontwikkeling van deze makers van groot belang is. Zij hebben een podium nodig om hun verhalen aan het publiek te vertellen, feedback te krijgen, erkenning te krijgen en zich verder te ontwikkelen. Vanuit deze behoefte begon SCENECS met haar initiatief en richtte zich internationaal specifiek op deze doelgroep. SCENECS is altijd van mening geweest dat investeren in deze doelgroep van grote betekenis voor de samenleving is en daardoor van groot belang is. Met deze overtuiging en idealen organiseerde het festival in de afgelopen 13 jaar een meerdaags evenement met diverse onderdelen voor de makers en voor het publiek. Met haar programmering en diverse onderdelen is het festival de afgelopen jaren actief bezig geweest met het zoeken, vinden en ondersteunen van de parels in de industrie.

SCENECS tovert Internationale uitstraling met lokaal budget

SCENECS heeft er altijd voor gekozen om ondanks weinig financiële middelen, een professionele, internationale uitstraling te hebben. Dit is voor het festival belangrijk omdat je op internationaal niveau daarmee goed voor de dag komt en de makers sneller de keuze maken om het festival te willen bezoeken en daarna als ambassadeur van SCENECS met positieve indruk de wereld ingaan. Tot nu toe krijgt het festival daar dan ook veel positieve reacties over, de rode lijn daarin is: "We hadden nooit verwacht dat het festival zo groot en professioneel zou zijn." En dit is precies wat SCENECS met haar uitstraling op het internationaal toneel wil bereiken. Ook wordt met deze uitstraling de aantrekkingskracht van het festival voor internationale gasten die zowel voor het festival als voor de stakeholders interessant kunnen zijn, alleen maar groter. Het resultaat hiervan is de afgelopen jaren ook goed zichtbaar met de aanwezigheid van veel hoge functionarissen, bekende filmmakers en diplomaten. Helaas maken sommigen de fout om dan gelijk te denken dat een festival met deze uitstraling een groot festival met veel betaalde medewerkers en een groot budget betekent. Ondanks dat het een compliment is om met grote festivals vergeleken te worden, kan deze vergelijking niet gemaakt worden. Tijdens het lezen van dit verslag zult u zien dat SCENECS haar edities met weinig budget organiseert en vooral met de inzet van veel passievolle vrijwilligers en partners.

Betrokkenheid SCENECS in de samenleving

Het festival heeft net als de afgelopen jaren, ook bij haar laatste editie veel side events georganiseerd en actief een bijdrage geleverd aan bestaande initiatieven in de stad. Wel is het goed om te melden dat het festival dit op eigen initiatief en eigen kosten uitvoerde, zonder enige extra financiële aanvraag. SCENECS wil namelijk graag in de breedte veel voor de Hilversumse samenleving betekenen en dat gaat verder dan alleen de festivaldagen.

Blijde makers en kijkers

Ook dit jaar lukte het SCENECS met haar vernieuwende programmering bestaande uit debuutfilms, afkomstig uit maar liefst 73 landen, het publiek te blijven verrassen. De makers die tijdens het festival aanwezig waren, waren zeer enthousiast over de kwaliteit van de

organisatie, de locatie en de vertoningskwaliteit. De winnaars hadden naar eigen zeggen “een ware levenservaring tijdens een groots opgezette prijsuitreiking” meegemaakt. Deze makers bezochten het festival in de mediastad en vertrokken met een bagage aan nieuwe ervaringen, erkenning en daarmee trots en zelfvertrouwen.

Kans om te groeien

SCENECS heeft tien mooie edities in de stad Amersfoort georganiseerd en verhuisde in 2016 naar Hilversum. Deze verhuizing stond voor de organisatie bijna gelijk aan een nieuwe start. In deze stad moest het festival haar bekendheid en positionering opnieuw gaan bouwen. In totaal heeft het festival dan ook maar twee jaar zelfstandige edities in Hilversum georganiseerd. De cijfers laten zien dat in de afgelopen jaren in Hilversum ook weer een stijging zit in de groei en ontwikkeling. Maar om op het oude niveau te komen, is tijd en geduld nodig. Niet alleen van ons als organisatie, maar vooral van belangrijke stakeholders zoals gemeente Hilversum. Alleen dan kan het festival een eerlijke kans krijgen om zichzelf weer op te bouwen en waar te maken wat de gemeente hoopte te bereiken met het naar Hilversum halen van het festival.

Metten is weten?

Metten is weten, is een mooi gegeven. Maar als het om cultuur gaat, helaas een te platte beredenering. SCENECS wordt net als alle andere evenementen op basis van resultaten beoordeeld. Maar zijn alle resultaten meetbaar? Is een (inter)nationale zichtbaarheid van het festival en daarmee de stad Hilversum meetbaar? Is de emotionele waarde van het festival richting het publiek en filmmakers meetbaar? Is de stimulans van de nieuwe verhalenmakers door hun zichtbaarheid en erkenning meetbaar? Nee, helaas is niet alles bij dit soort initiatieven meetbaar, terwijl er wel degelijk sprake is van een effect. Een effect op de samenleving, op de stad, op de verhalenmakers en daarmee op de industrie. Cultuur is de basis van onze beschaving, maar niet altijd in cijfers uit te drukken. SCENECS heeft ook dit jaar door de diversiteit van haar programmering, internationale gasten, side events, educatie en participatie veel effect gecreëerd in de samenleving, waar we misschien over vijf of tien jaar pas het resultaat echt zichtbaar van zien. Dit uiteraard naast de harde cijfermatige vooruitgang en groei.

Bezoekersaantallen en telmethodes

Als we het over metten is weten hebben, dan is het aantal bezoekers van een filmfestival ook een interessant gegeven. Het ene filmfestival telt namelijk elke bezoeker die maar de lobby binnenloopt, terwijl het andere festival alleen de bezoekers telt die daadwerkelijk een film hebben gezien. Ook daarin zit weer verschil. Het ene festival telt de bezoeker per filmblok en de ander per film, als er meerdere films in een blok zitten. SCENECS heeft de afgelopen jaren haar bezoekers per film geteld, dus een bezoeker naar zoveel films, als er meer films in een blok werden vertoond. In dit verslag telt het festival op twee manieren haar bezoekersaantallen, zodat de lezer een nog beter beeld krijgt van de aantallen en hoe de aantallen tot stand zijn gekomen. Naast de oude methode, tellen we in dit verslag ook de bezoekers per filmblok, dus niet per film. Wel is goed om te weten dat de filmblokken van SCENECS aan de lange kant zijn, ten opzichte van collega filmfestivals. De filmblokken bij SCENECS zijn namelijk gemiddeld 2 uur, terwijl dit bij andere festivals veel korter is.

Met de behaalde resultaten van dit jaar, ook vergeleken met de vorige editie, kan ik vol trots zeggen dat met dank aan al onze stakeholders, de passievolle verhalenmakers en vrijwilligers onze missie om een stap vooruit te zetten, wederom is behaald. Hiervoor dan ook mijn hartelijke dank aan alle betrokken personen en partijen voor hun vertrouwen en steun aan dit festival.

Arya Tariverdi
Bestuurder/directeur SCENECS



Inhoudsopgave

Voorwoord	1
1. Missie, visie, doelgroepen en doelstellingen	5
1.1 Missie	5
1.2 Visie	5
1.3 Doelgroepen	5
1.4 Strategische doelstellingen	5
1.5 Doelstellingen editie 2018	6
2 Organisatie	8
2.1 Het bestuur	8
2.2 Directie, managementteam en vrijwilligers	8
2.3 Juryleden	8
3 Festivalprogramma	10
3.1 Inzendingen en selectieprocedure	10
3.2 Festival hoofdprogrammering	11
3.3 Festival panoramaprogrammering en andere filmvertoningen	11
3.4 Openingsfilm	11
3.5 Prijsuitreiking	12
3.6 side events buiten het festival	12
4 Culturele ontwikkeling	13
4.1 Educatie	13
Educatie activiteiten tijdens het festival	13
Educatie activiteiten buiten het festival	14
4.2 Toegankelijkheid	14
4.3 Participatie	15
4.4 Bereik	16
5. Publiciteit	17
5.1 Overzicht communicatie en pr-middelen en hun doelgroep	17
5.2 Drukwerk	18
5.3 Media	18
5.4 Online	18
5.5 Overige promotie	19
5.6 Free publicity	20
5.7 Benadering doelgroep per segment	20
6 Stakeholders	22
6.1 Partnerschap	22
6.2 Goede doelen 2018	24
6.3 Pr voor financiers/sponsors	24
Bijlagen	25

1. Missie, visie, doelgroepen en doelstellingen

1.1 Missie

SCENECS gelooft in de verbindende rol van film als cultuurmiddel in de maatschappij. Film verrijkt de kijk op de werkelijkheid en brengt nuance in een vaak ongenueanceerde maatschappij. Deze nuance is een onmisbare schakel op weg naar onderling begrip en maatschappelijke cohesie. SCENECS is het internationale filmfestival waar nieuwe, debuterende filmmakers van fictie en documentaire hun eerste of tweede productie tonen aan een breed en gemêleerd publiek. Deze inzendingen participeren in een internationaal spraakmakende en uitdagende competitie.

1.2 Visie

Film brengt verbinding en nuance in een maatschappij die verhardt en oppervlakkiger wordt. Een film bevat verbeeldingskracht en een boodschap van de maker, elke kijker ziet iets anders. Verbeeldingskracht roept verbeeldingskracht op en zo kan film raken, inspireren en verbinden. Zonder nieuw talent verliest de filmindustrie haar zeggingskracht en inspirerend vermogen. De nieuwe generatie filmmakers staat aan de basis van weer nieuwe ideeën, nieuwe verhalen en nieuwe ontwikkelingen. In de visie van het festival is het voor de branche noodzaak zichzelf steeds te innoveren en van meerwaarde te blijven voor de maatschappij en dus om levend te blijven. Voor de gevestigde orde zijn er al diverse filmfestivals. SCENECS stimuleert en faciliteert juist de nieuwe (inter)nationale generatie filmmakers, om haar talent verder te ontwikkelen en zo het creatieve potentieel te verbinden met de samenleving. Juist deze generatie is interessant voor het publiek. SCENECS is het internationale platform voor debuterende fictie- en documentairemakers, de toekomstige verhalenvertellers. Het festival is bepalend voor verdere ontwikkeling en innovatie in de creatieve sector en filmproductieklimate.

1.3 Doelgroepen

Uit onze missie volgt dat SCENECS twee doelgroepen kent. De (inter)nationale debuterende filmmakers en de filmliefhebbers (het publiek). Onder publiek verstaat SCENECS een zo breed mogelijke doelgroep met verschillende leeftijden en achtergronden. Het publiek komt zowel uit Hilversum (waar SCENECS plaatsvindt) als uit de rest van Nederland. Bovendien vindt SCENECS het belangrijk dat ook minder kapitaalkrachtigen en minderheden de mogelijkheid krijgen om SCENECS te bezoeken in het kader van cultuurparticipatie. SCENECS richtte met haar activiteiten hoofdzakelijk op nieuwe deelnemers en publiek, maar organiseerde ook side events voor of in samenwerking met professionals uit de film- en mediasector. Dus kortom, SCENECS biedt voor elk wat wils en trok daarmee ook dit jaar weer een groot publiek aan.

1.4 Strategische doelstellingen

Vanuit deze passie en overtuiging werken we met meerdere doelstellingen. Onze eerste doelstelling is dan ook om film in te zetten als verbinder van de maatschappij. SCENECS gelooft in de verbindende rol van film als cultuurmiddel in de maatschappij. SCENECS is de springplank voor nieuw talent en biedt daardoor een vernieuwende en verrassende programmering aan haar publiek. Door de erkenning, stimulering en bekroning van de makers, versterkt SCENECS de creatieve sector en het filmproductieklimate en verbindt deze

met de samenleving. Begrip en cohesie stimuleren doet SCENECS met meer dan enkel een interessante filmprogrammering. Tijdens het festival, maar ook daarbuiten organiseert SCENECS side events die bijdragen aan kennis van film als medium, maar ook gesprek/discussie stimuleren, zowel tussen bezoekers als tussen makers en publiek.

Naast de verbindende rol van SCENECS is innovatie van de industrie erg belangrijk voor ons. Zonder nieuw talent verliest de filmindustrie haar zeggingskracht en inspirerend vermogen. Omdat het voor beginnende filmmakers lastig is om voet aan de grond te krijgen binnen de gevestigde orde van de filmindustrie, richt SCENECS zich juist op deze groep. SCENECS biedt deze nieuwe generatie filmmakers een vertonings- en bekroningspodium waarop zij zich internationaal kunnen meten.

Samenhangend met de innovatie van de industrie is de aandacht voor educatie en het daarbij helpen met de ontwikkeling van talent. SCENECS stimuleert talent door middel van verschillende educatieve activiteiten. Hierbij gaat het om de nieuwe filmmakers, maar ook om potentieel talent zoals studenten/scholieren van media- en filmopleidingen. Door inhoudelijke en facilitaire coaching (SCENECS Campus), in combinatie met beloning (talent competitie) stimuleert SCENECS nieuw en bestaand talent.

Ten slotte vindt SCENECS het belangrijk om meer te bieden dan alleen een podium voor de filmvertoningen. Het festival heeft ook een netwerkfunctie en biedt daarmee kansen voor zowel makers als investeerders. Door het samenbrengen van de makers met publiek, met de industrie en met investeerders kan de nieuwe generatie makers doorbreken. Om deze groepen bij elkaar te brengen organiseert SCENECS diverse formele netwerkmomenten. Daarnaast draagt ook de strategische samenstelling van de jury bij aan de netwerkfunctie. Op deze manier laten we namelijk een gevestigde filmmaker of investeerder kennis maken met de debuutfilms en hun makers. SCENECS brengt dus op verschillende manieren talent, kennis en de creatieve sector bij elkaar.

1.5 Doelstellingen editie 2018

Op basis van bovenstaande strategische doelstellingen, stelde SCENECS zich het volgende ten doel voor editie 2018:

‘Film als verbinder van de maatschappij’:

- Inzendingen ontvangen uit nog meer landen.
- Een of meerdere themavertoningen.
- Meer bekendheid en daarmee meer (nieuwe) bezoekers op het festival, waarvan ook een deel behoort tot minderheden.

Op gebied van innovatie in de filmindustrie:

- Het uitwisselen van films met Europese filmfestivals.
- Een of meerdere workshops met een innovatief thema.

Op gebied van educatie en talentontwikkeling:

- Meer mediaopleidingen betrekken bij het (online) filmfestival en daarbij ook een vertoning voor studenten.

- Meer films van studenten programmeren en minimaal vijf awards voor nieuw talent uitreiken.

Om de netwerkfunctie te versterken:

- Een of meerdere netwerkactiviteiten voor professionals organiseren.
- Debuutfilms onder aandacht van distributeurs brengen.
- Een groot deel van de galabezoekers komt uit de creatieve sector.

In de volgende hoofdstukken is te lezen hoe het filmfestival aan deze doelstellingen gewerkt heeft en wat het resultaat daarvan was.

2 Organisatie

Het festival kent een voorbereidende, uitvoerende, besturende en controlerende organisatie die gedurende 10 maanden in het jaar bezig zijn. Hieronder is te lezen welke organisatiestructuur het festival kent.

2.1 *Het bestuur*

Het SCENECS filmfestival wordt door de stichting SCENECS Dutch Film Institute georganiseerd. Deze stichting kent de volgende bestuursleden: Arya Tariverdi (voorzitter), Paul Kottrik (penningmeester), Marscha Bos (secretaris), Patrick Vranken (algemeen bestuurslid). Tevens beschikt de stichting over een Raad van Toezicht die het beleid van het festival en de beslissingen van het bestuur toetst en zo nodig bijstuurt. De toezichthouders van SCENECS zijn: de heer Albert Jan Vos (ex-directeur JT Bioscopen), de heer Ron Sterk (CEO Vue Cinema's), de heer Henk Brink (ex-wethouder van Economie, Werk en Beroepsonderwijs in Eindhoven) en de heer Ben Groenendijk (ex-eindredacteur NTR). De organisatie is ingericht en werkt volgens de Governance Code Cultuur.

2.2 *Directie, managementteam en vrijwilligers*

De directie van SCENECS wordt door Arya Tariverdi als festivaldirecteur gevoerd. Het managementteam werd aangestuurd door festivalproducent Shadi Shahbazi. Elk MT lid heeft een groep vrijwilligers onder zich bestaande uit enkele coördinatoren en uitvoerende vrijwilligers.

MT leden 2018:

- Shadi Shahbazi (Festival Producent)
- Patrick Vranken (hoofd Programmering)
- Jan Cruijssen (hoofd Vertoningstechniek)
- Jeannette van Enst (hoofd Marketing, Communication & Sales)
- Dennis Millenaar (hoofd Hospitality)
- Lianne de Gans (hoofd Facilitymanagement)
- Irene Nuver (HR)
- Marscha Brouwer (hoofd Talentontwikkeling en Educatie)
- Evelien Ouweland (Producent Grand Gala Award Event)
- Manon van Tetering (International Affairs)

2.3 *Juryleden*

De jury van SCENECS 2018 bestond uit juryleden met brede achtergronden, expertises en kennis in de filmindustrie. Nieuw dit jaar waren Bart Dokter (regisseur en organisator 48 Hour Film Project Leeuwarden), Eric Goossens (voormalig manager Dutch Filmmakers Academy, senior lecturer creatief domein InHolland) en John Driedonks (initiator CampusDoc en senior lecturer Documentary making & Multimedia Journalism Hogeschool Utrecht).

De jury was verdeeld in de twee hoofdcategorieën, namelijk fictie en documentaire. Zie hieronder de juryleden en in de bijlage meer informatie over hen.

Fictie

- Jeroen Beker
- Farhad Vilkiiji
- Eric Goossens
- Bart Dokter

Documentaire

- Alma Oldert
- Mohammed Chaara
- Maaïke Broos
- John Driedonks



3 Festivalprogramma

Het festivalprogramma bestaat uit meerdere onderdelen, maar ook uit fases waaruit de onderdelen tot stand komen. In dit hoofdstuk is meer te lezen over de voorbereidingen van het daadwerkelijke festivalprogramma.

3.1 Inzendingen en selectieprocedure

Om een gevarieerd programma te creëren van hoge kwaliteit werden diverse communicatie- en promotiekanalen ingezet om de (inter)nationale filmmakers aan te trekken. Door middel van samenwerkingen met diverse (inter)nationale organisaties werden tevens films geworven. Onderstaand een lijst van wervingsvoorbeelden:

- Verspreiding van flyers en pr-materialen bij (inter)nationale filmopleidingen en filmcentra.
- Verzending van mailing aan de hand van onze mailinglist met ruim 1000 adressen van (inter)nationale filmmakers.
- Aankondigingen in vakbladen.
- Oproepen via brancheorganisaties.
- Samenwerkingen met internationale filmfestivals met soortgelijke doelstelling als SCENECS waarbij deelnemers geworven werden. Onder andere Quindici19 (Rome) en Roma Creative Contest (Rome).
- Samenwerkingen met (inter)nationale opleidingen. Waaronder Film en Televisie Academie Amsterdam (NFTA), Hogeschool voor de Kunsten Utrecht en CampusDoc.
- (Inter)nationale distributeurs zijn benaderd en uitgenodigd om films van de nieuwe filmmakers aan te melden. Waaronder Promofest Distribucion (distributeur Spanje), Aug & Ohr Medien Film Festival Agency (distributeur Duitsland), Festagent (distributeur Rusland), Digital 104 Film Distribution (distributeur Frankrijk).
- Online advertenties en oproepen op social media.
- Mailings en oproepen via submission platform FilmFreeway met meer dan 500.000 filmmakers in de database.
- Persoonlijk bezoek van programmeurs aan opleidingen, premières en andere netwerkmomenten om deelnemers te werven.
- Samenwerkingen met ambassades en hun culturele afdelingen.

De inzendingstermijn van SCENECS startte op 13 oktober 2017 en eindigde op 15 januari 2018.

Technische en inhoudelijke selectie

In 2018 werden in totaal 731 films ingezonden uit 73 landen. Alle films werden door de unit programmering zeer kritisch beoordeeld en geselecteerd. Tijdens de selectie werd onder andere gelet op de artistieke en technische kwaliteit van de producties. Hieronder wordt onder andere verstaan: kwaliteit en opbouw van scenario/verhaallijn, mise-en-scene, scene opbouw, regie, acteerprestatie, technische uitvoering (camera/licht/geluid) montagetechniek en afwerking (special effects). Als resultaat van deze selectie werden in totaal 84 producties geprogrammeerd tijdens de festivalweek.

Competitie en jurering

Van de 84 geprogrammeerde films deden er 49 mee in de (reguliere) competitie. Andere films waren o.a. films van studenten (die aan een andere competitie meededen) en films van

partner filmfestivals. De jury stelde de genomineerden en winnaars vast in de volgende categorieën: documentaire, fictie, fictie kort en nieuw acteertalent. Ook in 2018 werden er naast de officiële SCENECS awards, de Vue Audience Award, Stadsfonds Hilversum Award en de Best Acting Talent Award uitgereikt. De Vue Audience Award ging naar de door het publiek gekozen film. De Stadsfonds Hilversum Talent Award werd uitgereikt aan jong studerend talent (student in media- en filmrichting) en de Best Acting Talent award ging naar een nieuwe getalenteerde actrice voor haar filmdebuut.

3.2 Festival hoofdprogrammering

Het filmfestival vond plaats van 22 juni t/m 29 juni 2018. De hoofdprogrammering, bestaande uit 49 fictie en documentaire producties, vond plaats bij VUE Hilversum, Filmtheater Hilversum en Bibliotheek Hilversum. Afhankelijk van de doelgroep waren deze vertoningen in de avonden of overdag. Merendeel van deze films werden twee keer in de week geprogrammeerd, zodat de films voor het publiek makkelijker te bezichtigen waren. Daarmee zijn er in totaal 137 filmvertoningen geweest. Een groot deel van de films werd afgesloten met een Q&A. Voorafgaand aan de vertoningen was er een meet-and-greet met de filmmaker mogelijk.

3.3 Festival panoramaprogrammering en andere filmvertoningen

Naast de hoofdprogrammering hebben er ook diverse panoramaprogrammeringen en andere filmvertoningen plaatsgevonden, waaronder:

Ouderenvertoning

In de theaterzaal van Bibliotheek Hilversum en in VUE Hilversum hebben er speciale vertoningen plaatsgevonden voor 72 ouderen. Deze filmvertoningen waren special opgezet voor deze doelgroep.

Schoolprogrammering

Tijdens het festival werd een kinderfilm vertoond aan 156 kinderen van de Hilversumse Fabritius school en de montessorischool-zuid.

Studentenfilms

Tijdens het festival werden films van vmbo-, mbo- en hbo-studenten vertoond. De films van de vmbo-studenten werden tijdens een speciale vertoning getoond aan 149 studenten. De films van de mbo- en hbo-studenten werden tijdens de gehele festivalweek als voorfilm van de reguliere programmering getoond. Alle studenten van mediascholen in Nederland en in het bijzonder uit Hilversum konden hieraan meedoen.

3.4 Openingsfilm

SCENECS opende dit jaar de festivalweek met de Indonesische film Posesif en had veel belangstelling door de Aziatische pers. De Indonesische staats-tv heeft hier onder meer verslag van gedaan. De producent Muhammad Zaidy was aanwezig bij de vertoning en deed na de film een uitgebreide Q&A.

3.5 Prijsuitreiking

Op vrijdagavond 29 juni werd in Studio21 het Grand Gala Award Event georganiseerd. Tijdens deze prijsuitreiking, gepresenteerd door Jeroen Post, werden de winnaars van de verschillende categorieën bekend gemaakt en beloond met de officiële SCENECS Award, The Dutch Golden Stone. Speciaal deze avond was de Indonesische viplounge, welke geheel verzorgd werd door de Indonesische Ambassade.

3.6 side events buiten het festival

Ook dit jaar heeft SCENECS buiten de festivalweek meerdere activiteiten georganiseerd.

Maandelijks filmvertoning bij bibliotheek Hilversum

In samenwerking met de bibliotheek werd er in de periode tussen februari en juni maandelijks een filmblok geprogrammeerd in de theaterzaal van de bibliotheek. Iedere maand stond er een thema centraal, hierbij werden passende films door de programmeurs gekozen.

Storybooth (in samenwerking met Bibliotheek Hilversum)

Tijdens het 100 jaar mediastad evenement heeft SCENECS opnames gemaakt van Hilversummers die hun verhaal over de stad vertellen. De Hilversummers konden langskomen bij de SCENECS storybooth die ingericht was in filmstijl.

Iktoon Hilversum

Diverse producties die binnen de SCENECS campus geproduceerd zijn, werden vertoond tijdens Iktoon op het gemeentehuis.

DFA vertoning eindfilms

Tijdens een speciale vertoning werden de eindejaars films van de Dutch Filmers Academy getoond aan studenten, oud-studenten en geïnteresseerden.

Indonesische filmavond

Bij de Indonesische filmavond werd er aandacht besteed aan Indonesië als filmland en werden er twee korte Indonesische films vertoond.



4 Culturele ontwikkeling

SCENECS is een evenement die met haar hoofd- en randprogrammering bijdraagt aan culturele ontwikkeling van Hilversumse inwoners, maar ook aan het festivalpubliek wat van buiten naar Hilversum toekomt. SCENECS vindt het belangrijk om als festival een actieve bijdrage te leveren aan verdere culture ontwikkeling van de maatschappij en doet dat op de volgende manieren.

4.1 Educatie

Dit jaar heeft SCENECS zowel tijdens als buiten de festivalweek enkele educatieve activiteiten georganiseerd, waarvan sommige met (nieuwe) partners.

Educatie activiteiten tijdens het festival

Workshop how to make an 1 minute movie

Tijdens deze workshop werd er aandacht besteed aan het maken van korte krachtige films van maximaal één minuut. Deze workshop ging tevens in op het maken van korte vlogs en hoe je deze in filmstijl kan maken.

SCENECS Campus

Ook dit jaar werden er in de SCENECS Campus een aantal korte films geproduceerd door studenten. Deze films gingen tijdens het festival in première. Het actieve coaching programma met inhoudelijke workshops als scenario schrijven, montage en camera werd beschikbaar gesteld voor vmbo Mediaschool Hilversum. Voor studenten van het mbo en hbo was er een open inschrijving waarbij korte films van maximaal drie minuten konden worden ingezonden.

Masterclass Documentaire maken

In de workshop documentaire maken van hoogleraar John Driedonk werd er uitleg gegeven over het maken van een documentaire. Onderwerpen als: waar moet je op letten bij het maken van een documentaire, hoe schrijf je een goed verhaal voor een documentaire en hoe maak je een documentaire interessant, kwamen aan bod.

Studenten Award

Speciaal voor alle gemaakte films van het SCENECS Campus programma werden er diverse award uitgereikt. Tijdens de filmdagen werden de awards voor Beste vmbo-film, Beste mbo-film en Beste hbo-film uitgereikt. Tijdens het Grand Gala werd de Stadsfonds Hilversum Talent award uitgereikt aan één van de eerder genoemde winnaars.

Q&A's

Na de vertoning van veel films was er een Q&A sessie met de makers van de film. Het publiek kon in gesprek gaan met de filmmakers en meer leren over het maakproces van de film, de achtergrond en de dingen waar de maker tegenaan is gelopen. Hiermee verbreedde de bezoeker zijn/haar kennis van de film.

Educatie activiteiten buiten het festival

Documentaire workshop met screening

Bij het Da Vinci Eemland college werd een workshop gegeven over het maken van documentaires. Deze workshop had het thema 'hoe maak ik een documentaire?' en werd afgesloten met de screening van een aantal korte documentaires.

Documentaire en fictie student screening

In het kader van een schoolproject bekeken diverse vmbo-studenten een aantal korte documentaires en fictiefilms in de filmzaal van bibliotheek Hilversum waarna ze een kort verslag moesten schrijven over één van de films.

Gastless corderius college

Op het Corderius college werd er tijdens de beroepenbeurs een aantal gastlessen gegeven aan studenten die interesse hebben in het vak film en media.

4.2 Toegankelijkheid

SCENECS doet er alles aan om als filmfestival zo toegankelijk mogelijk te zijn voor een breed lokaal en nationaal publiek. Toegankelijkheid kent meerdere vormen en daarom besteed SCENECS hier in de brede zin van het woord aandacht aan.

Ligging en bereikbaarheid festival:

Het filmfestival in Hilversum ligt op een centrale plek in het land en SCENECS heeft met haar programmering in het centrum een goede bereikbaarheid.

Zichtbaarheid en levendigheid:

Tijdens het festival, waande de stad zich in de kleur rood met alle vlaggen, sandwichborden, banners en de rode loper in het centrum. De rode loper verbond de diverse locaties aan elkaar, waardoor niet alleen duidelijk zichtbaar was dat er iets gaande was, maar ook makkelijk te vinden was waar iets te beleven viel. Een mooi voorbeeld hiervan was een socialmediapost waarin iemand beschrijft hoe haar aandacht getrokken werd door de rode vlaggen en loper en daardoor het festival ging bezoeken. De rode loper van ruim 1,5 km verbond de festivallocaties VUE, Filmtheater en de bibliotheek met elkaar. Ook was er dit jaar een rode loper actie samen met enkele horecagelegenheden en winkels, waarbij mensen op vertoon van hun SCENECS toegangskaart of de uitgeknipte kortingskaart uit de lokale krant een korting of speciale dagactie konden krijgen bij de aangesloten partners (zie bijlage voor de rode loper advertentie). Ook was er een fotoshoot moment midden in de stad. Zie de rode loper kaart in de bijlage voor alle acties.

Programmeringsstijl:

SCENECS heeft ook in 2018 gelet op haar filmprogrammeringsstijl, waarbij naast de vele technische en inhoudelijke eisen, toegankelijkheid een belangrijk criterium is. Een toegankelijke filmprogrammering is een programmering waarin de stijl tussen 'artistiek' en 'commercieel' in ligt. SCENECS streeft ernaar om naast de toegankelijkheid van het filmaanbod, ook elk jaar het publiek te verrassen met innovatieve programmering op dynamische en flexibele locaties.

Dubbele programmering:

Om het bezoeken van de films zo makkelijk mogelijk te maken, programmeert SCENECS zoveel mogelijk films twee keer, op verschillende momenten tijdens het festival.

Toegangsprijzen:

SCENECS kiest er bewust voor om door middel van toegankelijke prijzen het festival zo toegankelijk mogelijk te maken. Een blokkkaart kostte €5, een dagkaart €7,50 en een passe-partout €30.

Toegang voor een filmblok, dag of week:

In tegenstelling tot veel andere filmfestivals, kent SCENECS toegangskaarten die toegang geven tot een compleet blok, een hele dag of de hele week in plaats van één film. Hierdoor kan een bezoeker dus meerdere films zien en ook van zaal wisselen, wat op andere festivals niet altijd kan.

Kortingsregelingen:

Een aantal doelgroepen kunnen op basis van bestaande regelingen ook bij SCENECS korting krijgen. Zoals studenten met hun studentenpas, CJP-pashouders en ouderen (65+) op vertoon van een identiteitsbewijs.

Stakeholderkaarten:

Ook in 2018 heeft SCENECS met een aantal partners barterdeals gesloten, waarbij de partner in ruil voor materiaal/diensten aan het festival, een aantal toegangskaarten voor het festival kreeg om aan medewerkers of bijzondere relaties te kunnen geven. Hiermee wil SCENECS continu nieuw publiek blijven aantrekken en mensen verleiden om de nieuwe films te komen bekijken.

Begeleiding / hospitality:

Voor mensen die moeilijk ter been waren, bood SCENECS in samenwerking met Besseling en Stichting 4 het Leven vervoer aan. Op de vertoningslocatie was er dan extra begeleiding voor deze mensen. Ditzelfde gold voor de kindervertoning, waar extra begeleiding voor was.

4.3 Participatie

SCENECS vindt cultuurparticipatie belangrijk en werkt daar op verschillende manieren aan, onder meer door het festival zo toegankelijk mogelijk te maken, zoals hierboven beschreven. Op deze wijze betreft SCENECS niet alleen lokaal, maar ook een breed nationaal publiek bij het beleven van cultuur.

Jaarlijks besteedt SCENECS ook specifiek aandacht aan enkele doelgroepen die minder snel een filmfestival (kunnen) bezoeken. Gericht op deze doelgroep programmeert het festival films met een passend thema. Deze vertoningen werden waar mogelijk in samenwerking met diverse organisaties georganiseerd. Aan de hand van de gewenste doelgroep werd niet alleen een film met geschikt genre en thema gekozen, maar werd deze ook op een voor de doelgroep handige dag en tijdstip geprogrammeerd.

De doelgroepen waar SCENECS in 2018 tijdens deze vertoningen aandacht aan heeft besteed waren:

- **Kinderen**, benaderd in samenwerking met Bibliotheek Hilversum, van de Fabritius school en de Motessorischool-zuid. Een kindervertoning voor 156 kinderen.
- **Ouderen**, benaderd in samenwerking met Stichting 4 het Leven en eigen netwerk, filmkaarten aangeboden voor films met relevante thema's.
- **Scholieren** en **studenten**, benaderd in samenwerking met diverse scholen en opleidingen en op vertoon van geldige CJP of studentenkaart, 50% korting geboden.
- **Vrijwilligers** en **medewerkers maatschappelijke organisaties**, benaderd via Stichting de Droomboom, Stichting Vier het Leven en Versa Vrijwilligerscentrale, filmkaarten aangeboden.

4.4 Bereik

Door de toegankelijkheid van het filmfestival, de zichtbaarheid ervan in het centrum, het samenwerken met lokale en nationale partners (zie hoofdstuk Stakeholders), heeft SCENECS een breed bereik onder een gemêleerd publiek.

Een aantal totalen op een rij:

In 2018 zijn er 731 films ingezonden uit 73 landen. Er waren 57 filmmakers aanwezig (31 Nederlandse en 26 buitenlandse) en er hebben 19 Q&A's plaatsgevonden tijdens het festival. SCENECS heeft in 2018 in totaal 5.663 bezoekers bereikt (18.855 filmbezoekers op basis van de oude telmethode naar films i.p.v. naar blok) een uitgebreid verslag van de bezoekersaantallen is te vinden in de bijlage.

Toelichting op het bezoekersbereik:

In 2018 had SCENECS bij de locatie VUE drie zalen minder beschikbaar in vergelijking met 2017. Bij het Filmtheater had SCENECS twee zalen minder beschikbaar dan in 2017. Bij de bibliotheek heeft SCENECS dit jaar een pilot gedraaid met vertoningen, welke door de onbekendheid van deze nieuwe locatie niet goed bezocht werden. Ondanks de kleinere capaciteit qua zalen en slechte bezoek van de nieuwe locatie heeft het festival toch een groeiend aantal bezoekers weten aan te trekken.

Voor de winnaars van 2018 verwijzen we graag naar de bijlage.



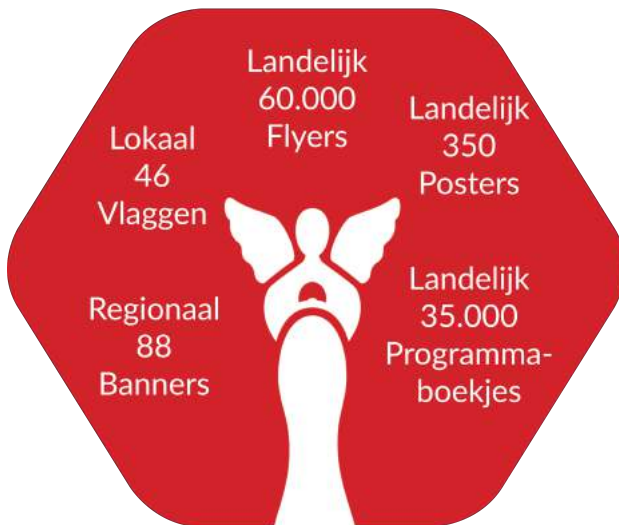
5. Publiciteit

SCENECS heeft op diverse manieren aandacht aan het festival besteed voor haar publiek, deelnemers en stakeholders.

5.1 Overzicht communicatie en pr-middelen en hun doelgroep

	Doelgr. 1 Festivalbezoekers	Doelgr. 2 Filmmakers	Doelgr. 3 De pers	Doelgr. 4 Relaties
<i>Drukwerk</i>				
Programmaboekje	X	X	X	X
Flyer A6	X	X	X	X
A3, A2, A1, A0 posters	X		X	X
Banners	X	X	X	X
Ansichtkaarten	X			X
<i>Media</i>				
Online teaser	X	X	X	X
Commercial bioscoop	X		X	X
Commercial internet	X	X	X	X
Advertentie krant	X		X	X
Advertentie online	X	X		
<i>Internet/social media</i>				
Website	X	X	X	X
Youtube	X	X	X	X
Facebook	X	X	X	X
Instagram	X	X	X	X
Twitter	X	X	X	X
<i>Aankleding</i>				
Rode loper door het centrum	X	X	X	X
Photowall	X	X		X
Vlaggen	X	X	X	X
Logo/sponsor banners	X	X		X
<i>Overige promotie</i>				
SCENECS auto	X	X		X
Korting accommodaties	X	X		
Nieuwsbrief	X	X	X	X
Prijsvragen	X			
Korting toegangskarten	X			X
Aanhanger met banner	X	X	X	X
Sandwichborden	X	X	X	X
Flyer acties in de stad	X			
Promotiestunts	X		X	
Storybooth	X		X	X

5.2 Drukwerk



5.3 Media

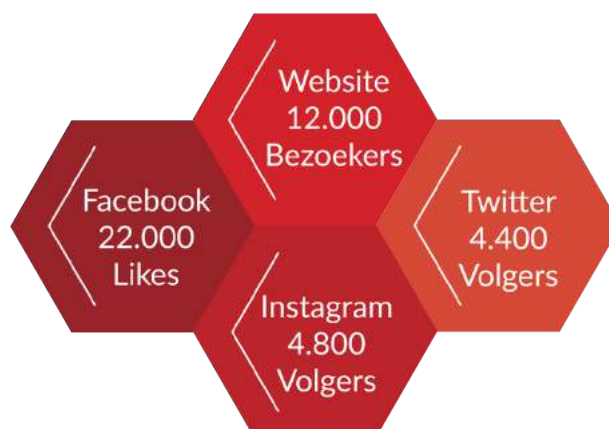
Advertenties

SCENECS plaatste in 2018 meerdere advertenties in regionale kranten van BDU-uitgevers. De meeste advertenties werden geplaatst in de kranten Gooi en Eembode en De Stad Amersfoort (zie bijlage). Verder stonden er winacties van SCENECS in Veronica Magazine.

Teaser & Commercial

De commercial van SCENECS werd verspreid via verschillende kanalen (online en offline). De commercial werd landelijk in Vue Bioscopen voor een periode van ongeveer een maand vertoond. Daarnaast werd een speciale versie daarvan, zonder geluid, vertoond op de schermen in het centrum van Hilversum, op het gemeentehuis en op het mediapark. Online werden de teaser en commercial breed via social media (betaald) uitgezet voor diverse landelijke doelgroepen.

5.4 Online

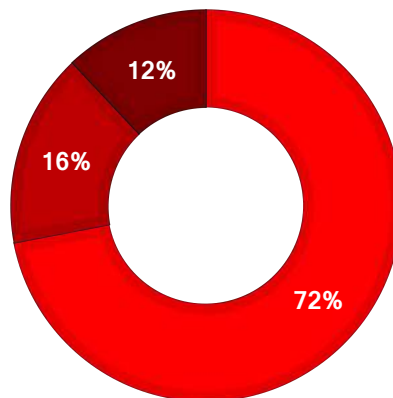


Website

De website van SCENECS is een dynamische site met per periode relevante informatie voor festivalbezoekers en filmmakers. De website heeft in 2018 gemiddeld 12.000 unieke bezoekers per maand. Hiervan was 72% van de bezoekers afkomstig uit Nederland, 16% uit Europa en 12% uit de rest van de wereld. Op de website is alle informatie te vinden voor de komende editie, maar ook foto's van voorgaande jaren zijn te zien op de website.

WEBSITEBEZOEKERS

■ Nationaal ■ Continentaal ■ Internationaal



Social Media

SCENECS is actief op verschillende social media. SCENECS plaatst verschillende soorten berichten om bijvoorbeeld het festival te promoten en informatie te geven voor en tijdens het festival. De drie socialmediapagina's die SCENECS gebruikt zijn Twitter, Facebook en Instagram. De berichtgeving verschilt per social media en is afgestemd op het medium en de bijbehorende volgers.

5.5 Overige promotie

SCENECS gezicht 2018

Elk jaar kiest SCENECS een Gezicht, als ambassadrice voor het filmfestival, om daarmee een brede doelgroep aan te spreken en veel free publicity te bereiken. Voor deze editie was dit Faith Landman, winnares van Miss SCENECS tijdens de Miss Beautyverkiezingen. Faith Landman was terug te zien op de foto's in de vormgeving van het festival, zoals op de cover van het programmaboek en in een socialmediaquiz waarmee mensen kaarten konden winnen.

Speciale acties

SCENECS verlootte ook dit jaar prijzen. Deze prijzen waren filmkaarten en viparrangementen. De prijzen konden worden gewonnen via de prijsvragen op Facebook, de winactie in Veronica Magazine, via de Gooi en Eembode en via NH-Radio. Via Ticketveilingen.nl kon met korting kaarten gekocht worden.

Nieuwsbrief

De maandelijkse nieuwsbrief (9000 contactpersonen) van SCENECS wordt gebruikt om het festival en haar programmering aan te kondigen. Daarnaast wordt de ontvanger voorzien van achtergrondinformatie over diverse films, filmmakers en de festivalorganisatie.

Promotie in de stad

SCENECS promoot het festival ook actief in de stad. Zo waren er dit jaar drie flyeracties en twee promotiestunts. Tijdens de stunts werden nietsvermoedende voorbijgangers verrast door acteurs. Verder was er ook een storybooth op de markt tijdens de viering van 100 jaar mediastad.

Overig

SCENECS zet naast bovengenoemde promotiemiddelen verschillende andere middelen om haar zichtbaarheid zo veel mogelijk te vergroten. Voorbeelden hiervan zijn de 46 vlaggen in het centrum, de SCENECS auto, een aanhanger met een grote banner en sandwichborden op meerdere routes in Hilversum.

5.6 Free publicity

Naast alle promotiemiddelen, werft SCENECS ook bekendheid via free publicity. Zo verscheen SCENECS in verschillende persberichten onder andere via partners als ANP. Daarnaast waren er ook persvertoningen en zijn er redactionele stukken over de films uitgebracht in samenwerking met de mediapartners.

5.7 Benadering doelgroep per segment

SCENECS heeft verschillende segmenten binnen de doelgroep. SCENECS benaderde de segmenten op verschillende manieren om hen zo direct mogelijk te bereiken. Hieronder een opsomming daarvan:

Filmliefhebbers/bezoekers

Deze algemene doelgroep werd benaderd door middel van berichtgeving in (film)kranten, commercial in bioscoopzalen en diverse omroepen, verspreiding van flyers tijdens culturele gelegenheden, plaatsing advertenties en berichten op diverse socialmediakanalen.

Kinderen en jongeren

SCENECS benaderde deze doelgroep door middel van social media (Instagram, Twitter en Facebook), advertenties op scholen, directe benadering van scholen en via culturele plekken.

Minder kapitaalkrachtigen

In Nederland zijn er minder kapitaalkrachtigen in diverse groeperingen in de samenleving. SCENECS wil toegankelijk zijn voor iedereen, dus voor mensen met minder inkomen, met een afstand tot de maatschappij of een cultuurskloof. SCENECS benaderde deze doelgroepen via bijvoorbeeld uitkeringsinstanties, goede doelen en organisaties zoals Vier het Leven, Vluchtelingen Werk en Versa Welzijn. De kortingsregeling voor bezoekers in bezit van een CJP- of Cinevillepas werd via diverse websites gericht op deze doelgroepen gecommuniceerd.

(Inter)nationale deelnemers

Internationale filmmakers werden onder andere benaderd en bereikt via onze (inter)nationale partners in de media en filmindustrie, diverse filmwebsites, film- en mediaopleidingen, brancheorganisaties en de eigen database van SCENECS.

Educatieve doelgroepen

Deze doelgroep werd in samenwerking met onze partners (diverse scholen, opleidingen en bracheorganisatie) benaderd en bereikt.



6 Stakeholders

Samenwerken is verveelvoudigen!

SCENECS gelooft in de kracht van samenwerking en uitwisseling van kennis en expertise. Alleen door deze wijze kan een initiatief buiten haar grenzen kijken en zichzelf verder ontwikkelen. Met deze overtuiging heeft het festival afgelopen jaren met veel stakeholders samengewerkt.

6.1 Partnerschap

De mate en wijze waarop samengewerkt is, is per partij weer anders en wordt hieronder in het kort toegelicht.

Stakeholder	Plaats	Soort partnerschap
ATP Film Studios	Hilversum	Financieel, diensten, materialen
Vue Cinemas	Amsterdam	Financieel, diensten, filmlocaties
Vranken Media	Amersfoort	Financieel, diensten
Studio Opmerkelijk	Amersfoort	Financieel, vormgeving
Het Organisatiekantoor	Amsterdam	Financieel
Gemeente Hilversum	Hilversum	Financieel
Stadsfonds Hilversum	Hilversum	Financieel
Gemeente Amersfoort	Amersfoort	Financieel
Prins Bernhard cultuurfonds	Amsterdam	Financieel
Film Freeway	Toronto (Canada)	Diensten (platform)
Roma Creative Contest	Rome (Italië)	Uitwisseling makers/films
Quindici19	Rome (Italië)	Uitwisseling makers/films
CampusDoc	Utrecht	Uitwisseling makers/films
48H Film Project Leeuwarden	Leeuwarden	Uitwisseling makers/films
Ambassade van Indonesië	Den Haag	Financieel, diensten en inhoudelijk
Ambassade van Rusland	Den Haag	Diensten/netwerk
Ambassade van Brazilië	Den Haag	Diensten/netwerk
Ambassade Isreal	Den Haag	Financieel/netwerk
Ambassade Kazachstan	Den Haag	Diensten/netwerk
Aug&ohr medie	Berlijn (Duitsland)	Distributie films
Promofest (Madrid)	Madrid (Spanje)	Distributie films
Tobis Film (Berlijn)	Berlijn (Duitsland)	Distributie films
Festagent (Moskou)	Moskou (Rusland)	Distributie films
Digital 104 Film Distribution	Tenerife (Israël)	Distributie films
Filmtheater Hilversum	Hilversum	PR/vertoningslocatie
Bibliotheek	Hilversum	locatie, vertoning
Dutch filmers academy	Hilversum	Campus en educatieprogramma
MediaSchool	Hilversum	Campus en educatieprogramma
ROC van Amsterdam	Hilversum	Campus en educatieprogramma

Werkgevers service punt Gooi en Vechtstreek	Hilversum	Ondersteuning/vrijwilligers
Versa Vrijwilligerscentrale	Hilversum	Ondersteuning/vrijwilligers
On Stage ROC Flevoland	Almere	Ondersteuning organisatie
Kijkwijzer	Hilversum	Ondersteuning classificatie films
Data Video	Utrecht	AV faciliteiten, advies, personeel
AV Sales	Nijkerk	AV faciliteiten, advies, personeel
Pro Facilities	Drachten	AV faciliteiten/advies, personeel
Lichtmacht	Hilversum	AV faciliteiten/advies, personeel
Egripment	Nederhorst den Berg	AV faciliteiten, personeel
RTL	Hilversum	Diensten/show ondersteuning
Oseven	Hilversum	Catering
Ai Bamboe	Hilversum	Catering
The Outsiders	Amsterdam	Beheer en advies website
Ghimmels	Capelle a/d IJssel	Kleding SCENECS Gezicht
Misura Sartoria	Rotterdam	Kleding crew
Lapershoek hotel	Hilversum	Verblijf filmmakers
TulipInn Mediapark	Hilversum	Verblijf filmmakers
Fletcher Hotel	Amersfoort	Verblijf filmmakers
NH Hotels	Amersfoort/Bussum	Verblijf filmmakers
Baroqco	Amsterdam	Styling SCENECS gezicht
Besseling	Hoevelaken	Logistiek
Meeús	Utrecht	Verzekeringen
Garage Richard	Amersfoort	SCENECS auto
Sligro	Hilversum	Materialen
Unbranded	Hilversum	Decor materialen
Kox & Ramak Music Design Studio	Amersfoort	Muziek diensten
VDH Media	Nieuwegein	ICT/Media diensten
The Host Facility Services	Hilversum	Beveiliging
AMF recherchediensten	Hilversum	Beveiliging
Cineville, cinevillepas	Nederland	Pr, kortingsregeling
Dutch Moving Media	Hilversum	Pr-ondersteuning
Glamourland	Amsterdam	Pr-ondersteuning
BDU Uitgevers	Barneveld	Pr-ondersteuning
Veronica Magazine	Amsterdam	Pr-ondersteuning
Gooi en Eembode	Weesp	Pr-ondersteuning
De Reclamedrager	Rotterdam	Pr-ondersteuning
Vorstin	Hilversum	Pr-ondersteuning
ANP	Rijswijk	Pers ondersteuning
BVHilversum	Hilversum	Pr-ondersteuning
NCD	Doorn	Pr-ondersteuning
CineFox	Amsterdam	Pr-ondersteuning in bioscopen
Sign2Plus	Hilversum	Pr-materialen
Afdeling Geluk	Ankeveen	Pr-materialen
Accordo notarissen	Amersfoort	Notariëel/juridisch ondersteuning

Smit en Dorlas
Miss beauty of the Netherlands

Mijdrecht
Hilversum

Faciliteiten/producten
Selectie SCENECS gezicht

6.2 Goede doelen 2018

Zoals elk jaar ondersteunt SCENECS onder andere via haar programmering en pr een goed doel. Dit jaar heeft er een nieuwe samenwerking plaatsgevonden met Stichting de Droomboom en Stichting Opkikker die filmkaarten kregen voor haar medewerkers.

6.3 Pr voor financiers/sponsors

Voor SCENECS is het enorm belangrijk om zo veel mogelijk aandacht aan haar stakeholders te besteden. Hieronder een overzicht van de middelen en momenten waarop de stakeholders aan het publiek gepresenteerd zijn;

- Logo, naam en/of indien beschikbaar een commercial tijdens reclameblok in bioscoopzalen
- Logo/naamvermelding in het programmaboek
- Logo/naamvermelding op de website met een doorlink naar de site van de instelling
- Advertenties in het programmaboek
- Logo/naamvermelding op flyers en posters
- Logo/naamvermelding in een dankadvertentie in de krant
- Logo/naamvermelding op sponsorbanners

Bijlage: Bezoekersaantallen

Dag	Locatie	Tijd	Bezoekers	Aantal films / activiteiten	Aantal filmbezoekers	
Openingsceremonie (vrijdag 22-06)	Vue zaal 1	20:00 - 23:30	352	1	352	
Filmdag 1 (zaterdag 23-06)	Vue zaal 6	19:00 - 21:00	121	6	726	
	Vue zaal 6	21:00 - 23:00	112	2	224	
	Bibliotheek Hilversum (activiteit)	13:00 - 15:00	15	1	15	
Filmdag 2 (zondag 24-06)	Vue zaal 6	12:00 - 14:00	97	3	291	
	Vue zaal 6	14:00 - 16:00	59	3	177	
	Vue zaal 6	16:00 - 18:00	43	3	129	
	Vue zaal 7	12:00 - 14:00	119	7	833	
	Vue zaal 7	14:00 - 16:00	130	3	390	
	Vue zaal 7	16:00 - 18:00	72	4	288	
Filmdag 3 (maandag 25-06)	Vue zaal 6	19:00 - 21:00	74	6	444	
	Vue zaal 6	21:00 - 23:00	95	6	570	
	Vue zaal 7	19:00 - 21:00	137	3	411	
	Vue zaal 7	21:00 - 23:00	56	3	168	
	Film Theater Hilversum	15:30 - 17:00	17	2	34	
	Film Theater Hilversum	19:30 - 21:00	29	4	116	
	Bibliotheek Hilversum	20:00 - 22:00	7	2	14	
	Studio Honingstraat (Meet & greet)	18:00 - 18:30	18	1	18	
Filmdag 4 (dinsdag 26-06)	Vue zaal 6	11:00 - 12:30	149	14	2086	
	Vue zaal 5	19:00 - 21:00	34	2	68	
	Vue zaal 6	19:00 - 21:00	81	2	162	
	Vue zaal 6	21:00 - 23:00	79	6	474	
	Vue zaal 7	19:00 - 21:00	91	6	546	
	Vue zaal 7	21:00 - 23:00	112	3	336	
	Film Theater Hilversum	15:20 - 17:30	20	6	120	
	Film Theater Hilversum	19:00 - 21:00	15	2	30	
	Bibliotheek Hilversum	13:00 - 15:00	8	3	24	
	Studio Honingstraat (Meet & greet)	18:00 - 18:30	22	1	22	
	Filmdag 5 (woensdag 27-06)	Vue zaal 6	10:00 - 12:00	156	2	312
		Vue zaal 6	19:00 - 21:00	152	2	304
Vue zaal 6		21:00 - 23:00	95	6	570	
Vue zaal 7		19:00 - 21:00	90	6	540	
Vue zaal 7		19:00 - 23:00	98	2	196	
Film Theater Hilversum		15:45 - 18:15	15	4	60	
Film Theater Hilversum		19:00 - 20:30	13	5	65	
Bibliotheek Hilversum		14:00 - 16:00	1	1	1	
Studio Honingstraat (Meet & greet)		18:00 - 18:30	29	1	29	
Filmdag 6 (donderdag 28-06)		Vue zaal 6	19:00 - 21:00	113	3	339
	Vue zaal 6	21:00 - 23:00	94	5	470	
	Vue zaal 7	19:00 - 21:00	93	3	279	
	Vue zaal 7	21:00 - 23:00	105	3	315	
	Bibliotheek Hilversum (activiteit)	16:00 - 18:00	11	1	11	
	Studio Honingstraat (Meet & greet)	17:30 - 18:00	32	1	32	
	Studio Honingstraat (Meet & greet)	18:00 - 18:30	36	1	36	
Grand Gala (vrijdag 29-06)	Studio 21	19:00 - /	1031	1	1031	
Totale bezoekers festivalweek			4328		13658	

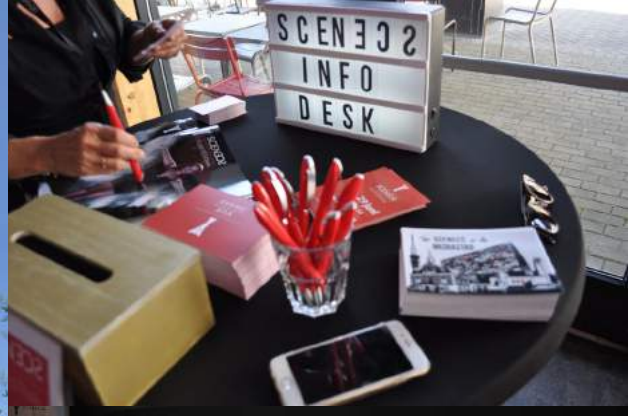
Andere activiteiten buiten festival

Soort activiteit	Bezoekers	Aantal films / activiteit	Aantal filmbezoekers
Biebvertoning februari	41	1	41
Biebvertoning maart	25	5	125
Biebvertoning April	36	5	180
Biebvertoning Mei	34	4	136
Aftrap VMBO project	104	1	104
Terugblik talent films	134	6	804
Workshop introductie in film	42	1	42
Workshop script schrijven	39	1	39
Workshop camera	45	1	45
Workshop montage	41	1	41
Workshop belichting	38	1	38
Workshop greenscreen	36	1	36
Docu student screening	62	6	372
Fictie student screening	58	3	174
Student workshop docu + screening	90	3	270
DFA vertoning eindfilms	191	12	2292
Indonesische filmavond	139	2	278
Gastles Corderius College (4x45 studenten)	180	1	180
Totale bezoekers buiten festival		1335	5197
Totale bezoekers tijdens festival		<u>4328</u>	<u>13658</u>
Totale bezoekers		5663	18855

Toelichting op het bezoekersbereik

In het schema hierboven leest u hierboven in de linker kolom de unieke bezoekers (per filmblok) en in de rechter kolom de bezoeken per film (oude telmethode SCENECS). Doormiddel van deze twee telmethodes hopen we een duidelijker beeld te schetsen van de bezoekers bij SCENECS.

In 2018 had SCENECS bij de locatie VUE 3 zalen minder beschikbaar in vergelijking met 2017. Bij het Filmtheater had SCENECS 2 zalen minder beschikbaar dan in 2017. Bij de bibliotheek heeft SCENECS dit jaar een pilot gedraaid met vertoningen, welke door de onbekendheid van deze nieuwe locatie niet goed bezocht werden. Ondanks de kleinere capaciteit qua zalen en slechte bezoek van de nieuwe locatie, bibliotheek, heeft het festival toch een groeiend aantal bezoekers weten aan te trekken.



DE JURYLEDEN

FICTIE



Jeroen Beker

Deze geboren Hilversummer is ruim twintig jaar filmproducent. In die tijd maakte hij ruim zestig films en series, waaron-

der *Alles is Liefde*, *Zwartboek*, *De Poolse Bruid* en *Alleen Maar Nette Mensen*. Beker heeft driemaal een Gouden Kalf gewonnen en is regelmatig genomineerd geweest voor de Nederlandse filmprijs. Momenteel is Beker werkzaam als producent bij Submarine Film.



Farhad Vilkiji

Vilkiji is een Iraanse filmmaker en heeft in 2010 de prijs voor beste Art Director in de wacht gesleept voor zijn bijdragen

aan de film *Farewell Baghdad*. Zijn carrière bracht Vilkijs naar Nederland, waar hij inmiddels een indrukwekkende lijst van producties heeft opgebouwd: twee documentaires, zeven videoclipps, twee films over dans en choreografie en een fictiefilm. *Synchronized* is zijn laatste, korte film die online te bekijken is.



Eric Goosens

Eric J.A. Goosens is docent film, media en communicatie voor verschillende hogescholen. Daarnaast is Eric

oprichter van de Rhinemont Academy voor Audiovisuele Media, Storytelling en Creatieve Communicatie in Rotterdam en heeft hij eerder de Dutch Filmmakers Academy in Hilversum opgezet. Als afgestudeerde organisatie antropoloog heeft Eric een fascinatie voor (massa)communicatie, publieksbeïnvloeding en een grote passie voor film.



Bart Dokter

Bart Dokter regisseert al zo'n tien jaar korte films en commercials. Daarnaast werkt hij regelmatig als

regieassistent; 2nd unit regisseur voor bioscoopfilms en TVseries. Ook organiseert en produceert hij sinds 2013 *The 48 Hour Film Project* in Leeuwarden. Momenteel werkt hij aan zijn nieuwste korte film *Aurora* die zich afspeelt in IJsland met acteurs Maartje Remmers en Raymond Thiry.

DOCUMENTAIRE



Alma Oldert

Alma Oldert studeerde in 1995 af aan de UVA als Film en twetenschapper en is sindsdien werkzaam als

producent in de regionale en landelijke televisie. Zij heeft ruim tien jaar ervaring met het aankopen van documentaires voor RTV NH. Zij keek hierbij altijd uit naar de afgestudeerde films van de nieuwe lichting makers van de Nederlandse Filmacademie, omdat daar hele mooie documentaires tussen zaten.



Maaïke Broos

Maaïke Broos is een onafhankelijke filmmaker en bedrijfsantropoloog. In haar documentaires blijft ze zo dicht mogelijk bij

de werkelijke ervaring van het gefilmde moment. Haar passie is om vanuit haar antropologische interesse films te maken die mensen spiegelt met hun eigen leefwereld of mensen confronteert met een voor hen nog onbekende wereld van mensen en organisaties. In november 2015 was Broos zelf deelnemer van het SCENECS filmfestival, waar haar documentaire *Onomkeerbaar* in

première ging en de Publieksprijs heeft gewonnen. In *Onomkeerbaar* staat de worsteling om werk en leven weer op te pakken na het genezen van kanker centraal.



Mohammed Chaara

Mohammed Chaara is in Amsterdam geboren. Als zoon van Marokkaanse ouders heeft hij vanaf

zijn geboorte zowel de Nederlandse als Marokkaanse nationaliteit. Veel van zijn films gaan dan ook over het samenspel tussen die twee culturen. Als regisseur en acteur is Chaara onder andere bekend van de films *Hush Hush Baby* en *Schnitzel Paradijs*. Chaara werkte als acteur en regisseur mee aan acht films en tien series.



John Driedonks

H.G.J. (John) Driedonks is sinds 2006 als docent verbonden aan de School voor Journalistiek, Hogeschool

Utrecht. John ontwikkelde met collega Brian Maston de cursus "CampusDoc". Deze zogeheten "minor" biedt twintig studenten de kans een documentaire te maken. Tijdens de twintig weken durende cursus verblijven de studenten twee weken in New York. Op de City University of New York CUNY krijgen zij colleges "storytelling", belichting en inhoudelijke editing. De eindproducties zijn te zien tijdens het CampusDoc Film Festival. Driedonks was de afgelopen jaren gastdocent in Beijing, Doha (Qatar), Madrid, Cork, New York, Grahamstown (Zuid Afrika) en Shanghai. John was tot 2006 hoofdredacteur van RTV Utrecht. Hij begon zijn journalistieke loopbaan bij Radio Utrecht als verslaggever en werd later eindredacteur Nieuws en Sport bij Radio M Utrecht. Eerder werkte hij in Mexico en op Curaçao. Driedonks studeerde antropologie in Utrecht.

Reactie van één van de winnaars:



Anthony Pedone

Je bent bevriend op Facebook

Werkt bij Rosebud Records, Grill & Theater en Film Industry
Woont in Victoria, Texas

1 JULI 22:08



You are now connected on Messenger.



Sir, you have changed my life. I am so grateful for the honor you have bestowed on me and my film. I am still just blown away and a bit in awe. Just an amazing festival. We had the best time!

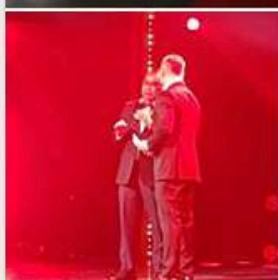


Stephanie Meulens

30 June · 🧑



Het kwam door de rode loper in de stad en rode wapperende vlaggen en dat ik opeens midden in de opening stond van een filmfestival. Ik zag veel Indonesische mensen en toen sprak ik regisseur Edwin van de film Posesif en die vertelde mij over het festival Scenecs. En toen las ik het programmaboekje en ik dacht hoe kan het dat ik er nog niet eerder van had gehoord. Scenecs is een internationaal filmfestival van wereldallure. "Hilversum is dé filmhoofdstad van Nederland", zoals directeur Arya Tariverdi trots verkondigt tijdens zijn Grand Gala Award Event. "De gevestigde orde heeft haar langste tijd gehad. We moeten ver veruit kijken en jongeren, de nieuwe generatie, ruimte bieden." Een gewaagde uitspraak voor Hollywood. The Dutch Golden Stone Award, een gouden vrouwbeeld met engelvleugels, een soort antecedant van het Gouden Kalf, werd vandaag zes keer uitgereikt. Een internationaal publiek met het cachet van een vleugje Cannes. Directors in casual outfits, ambassadeurs van verschillende landen en een heel scala aan missen en misters Universe, Earth, Beauty of the Netherlands, Miss Teen World en nog veel meer. Dat gaf soms leuke taferelen op de dameswc. De galajurken die ook weer dichtgeritst moesten worden maar niet zo snel wilden. Was ik toch wel blij met mijn blote knietjes. Jurk heb ik ook in het lang. Ja sta je dan een uur voor de spiegel. Kort of lang. De vraag kan wit wel duurde nog langer. Black tie is lang. Maar ik ging op de fiets en de kans was groot met mijn fietsgeschiedenis dat de jurk tussen de spaken zou komen. Dus kort 😊. Film is voor iedereen is de boodschap van de avond. Zelfs als je filmidee wordt afgewezen kun je met beperkte middelen topkwaliteit leveren. En dat maakt de producers van alle ingezonden films tot winnaars. De zes awards werden verdeeld onder:
Short Fiction You didn't forget Simon Intihar
Documentaire Breaking Borders Fatima Warsame, Barbara Vollebregt
Ziggo talent Award voor jongeren in opleiding
VUE Audience Award Wheels of Change David Prince
Best Fiction An American in Texas Anthony Pedone
Best Act De Dirigent Christanne de Bruijn
Wat een verscheidenheid en bescheiden winnaars. Dat bracht de hele avond in balans met de spetterende shows in studio21. Ik verwacht dat dit festival wereldwijd zal uitgroeien tot een begrip in de filmwereld. Een plek waar jij de basis bent van je eigen talent. SE2MMEDIA



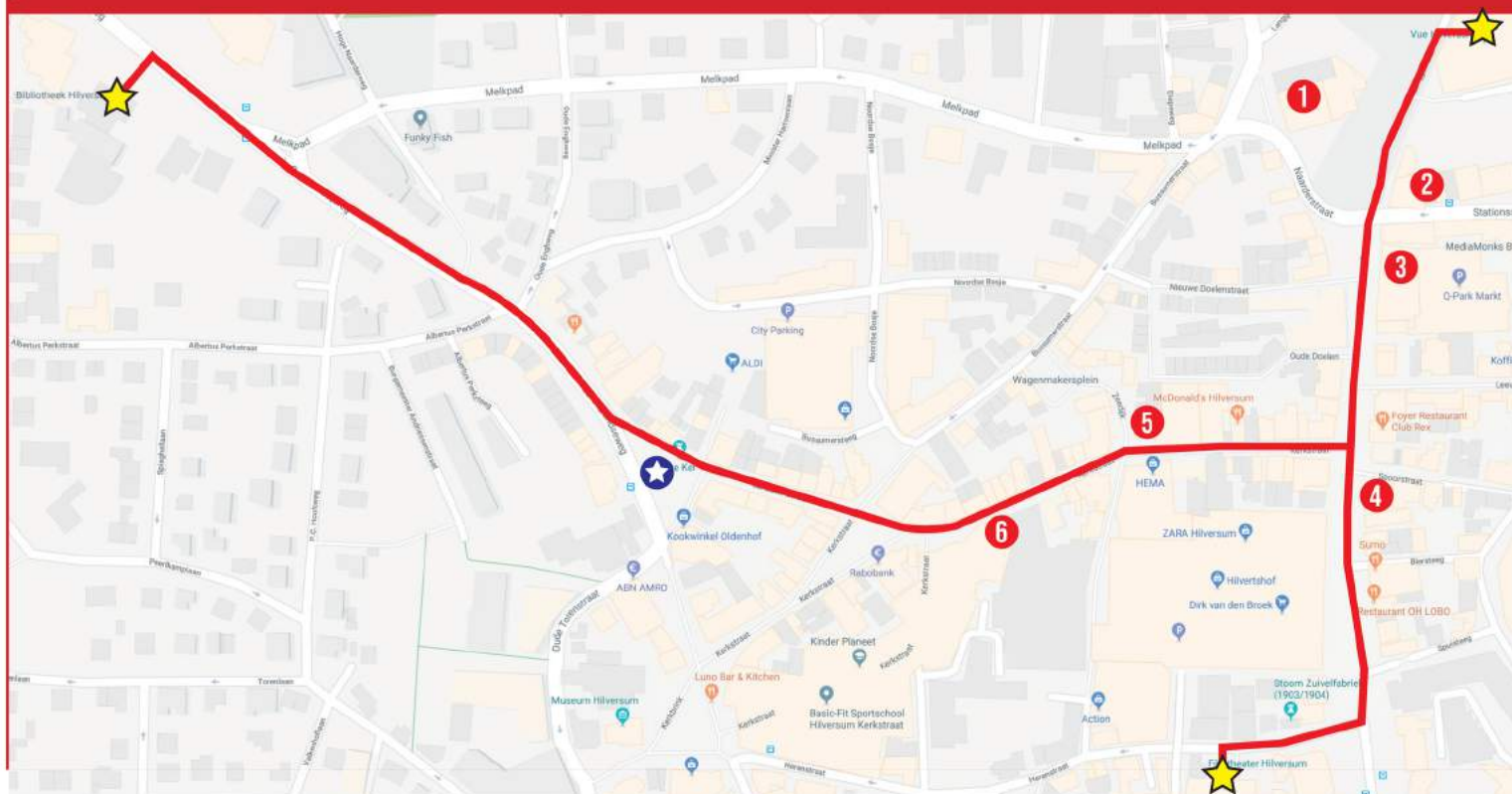


SCENECS

INTERNATIONAL
FILM FESTIVAL

RODE LOPER ACTIE

Van 22 juni t/m 1 juli ligt in Hilversum de langste rode loper ooit van een filmfestival! U als lezer van deze krant kan op vertoon van deze bon gebruik maken van mooie acties.



ACTIES

- 1** Mout
Gratis portie bitterballen bij twee Goosche biertjes
- 2** Restaurant SU
10% korting op een menu
- 3** Suri to go
20% korting op je aankoop

- 4** Bakkerij Roos
20% korting op Turkse pizza
- 5** Coffee Fellows
20% korting op je aankoop
- 6** Jamin
50% op de 2e zak spekjes

SPECIAL

Be a star on the red carpet!
Elke dag een photoshoot tussen 6 en 7 uur!

FILMLOCATIES

Vue Hilversum
Filmtheater Hilversum
Bibliotheek Hilversum

Meer informatie over het filmfestival:
www.scenecs.com



SCENECS RODE LOPER
KORTINGSBON

