



ONDERNEMINGSPLAN

CINECROWD 2017 - 2020

cinecrowd
start je eigen filmavontuur



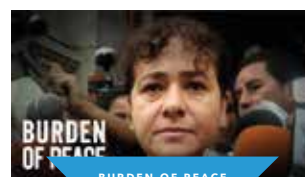
HOME SUITE HOME



DARK BLOOD



LAILA AT THE BRIDGE



BURDEN OF PEACE

ARTISTIEK-INHOUDELIJKE KWALITEIT

MISSIE

CineCrowd biedt filmmakers en investeerders onafhankelijke ondersteuning bij het (co)financieren, (co)produceren, distribueren en exploiteren van films. We zijn een platform waar filmmakers, financiers, donateurs en filmliefhebbers samenkomen. CineCrowd staat voor daadkracht, durf, creativiteit, professionaliteit, inspiratie en kwaliteit.

VISIE

CineCrowd streeft ernaar middels alternatieve financiering meer onafhankelijke films te realiseren om zo bij te dragen aan een breder palet en een grotere (culturele) diversiteit van films, makers en genre. Ons doel is om binnen vijf jaar een allround filmhub te zijn voor financiering, productie, distributie en exploitatie van onafhankelijke films. Door onze ervaring, netwerk, partnerships en innovatiedrang bieden we filmmakers een ongekende meerwaarde.

ORGANISATIE

CineCrowd bestaat inmiddels vijf jaar en is het enige Nederlandse crowdfundingplatform dat zich specifiek richt op de financiering van films. Tot op heden (i.j.k.datum 21 januari 2016) zijn er 281 filmprojecten succesvol gerealiseerd, hetgeen een succesratio van 82,4 % oplevert. In totaal is er € 2.023.408,- opgehaald; een gemiddelde van € 7.200,- per project.

Trots zijn we op de vele films die dankzij alle filmmakers zijn gerealiseerd de afgelopen jaren, de premières die we mochten bijwonen, de internationale festivalselecties van de films en de prijzen die aan deze producties werden toegekend.

Het team bestaat uit een artistiek leider, een zakelijk leider, een projectmanager en een stagiair. Naast Nederlandse projecten verwerkt CineCrowd inmiddels ook steeds meer buitenlandse projecten.

INHOUD PROGRAMMERING 2017 -2020

Vanuit onze missie, visie en ervaring werken we graag met jong talent, maar ook gevestigde makers zoals Eddy Terstall, Heddy Honigmann en Robert Jan Westdijk weten ons goed te vinden. Middels ons platform bieden we makers de kans om films te produceren vanuit hun eigen artistieke visie, buiten de gebaande paden om, zoals omroepen en filmfondsen.

De artistieke vrijheid die crowdfunding oplevert voor de makers leidt ons inziens tot originele, verrassende en zinnenprikkelende films, omdat filmmakers ongehinderd door formats, kijkcijfers of inhoudelijke bemoeienis van derden hun eigen, unieke visie tot uiting kunnen laten komen. Daarbij gaat dit gepaard met een grote energie, aangezien de periode waarin de financiering wordt gerealiseerd vele malen sneller is dan via de gebruikelijke wegen.

Wij zien het als een kerntaak om makers in die ambitie en werkwijze bij te staan. Naast het enthousiasmeren, faciliteren en adviseren van filmmakers rondom de financiering van hun films, willen wij ons ook gaan richten op het traject dat daarna komt: productie, distributie en exploitatie. De komende jaren willen we CineCrowd profileren als een allround filmhub. Hieronder volgt het overzicht van onze voorgaande, bestaande, lopende en toekomstige initiatieven.

WERKWIJZE

Vanaf het moment dat makers zich bij ons aanmelden start er vanuit CineCrowd een begeleidingstraject. Onze core business is het adviseren, bijstaan en promoten van hun crowdfundingcampagnes. Tegelijkertijd fungeren we, vooral voor jonge makers, als vraagbaak. We spelen hier op in middels persoonlijke feedback-gesprekken en door regelmatig workshops en presentaties te geven. Deze workshops en presentaties worden zeer goed bezocht, gemiddeld zo'n vijftig makers per keer. Zodra een crowdfunding is geslaagd, tekenen we met de projecthouders een contract en krijgen zij 90% van het totaalbedrag uitgekeerd. De resterende 10% ontvangen zij bij oplevering van de definitieve film en een overzicht van gemaakte kosten. Op deze wijze bouwen wij de verzekering in dat donateurs ook ontvangen waarvoor zij gedoneerd hebben. Zodra de film is opgeleverd, houden we contact met de filmmakers en delen we nieuwsberichten zoals festivalselecties, uitzenddata en gewonnen filmprijzen.

CineCrowd berekent een fee van 10% over de succesvolle gecrowdfunde projecten en inschrijfkosten van € 50,- per geplaatst project. De fee van CineCrowd is 20% bij zogenaamde CineCrowd PLUS projecten. Indien projecthouders gebruik maken van deze service krijgen zij extra ondersteuning bij hun campagne en begeleiding op dagelijkse basis. Gezamenlijk zetten we de campagnestrategie uit, zoeken we naar partners en faciliteren we offline presentaties voor publiek. Deze dienst is in 2015 in het leven geroepen en sindsdien zijn er negen PLUS projecten geweest die allemaal succesvol zijn geweest.

SAMENWERKINGSVERBANDEN

Om filmmakers meer te bieden dan enkel de faciliteiten van ons platform hebben we de afgelopen jaren diverse samenwerkingsverbanden opgezet met relevante organisaties. Vanuit onze doelstellingen bieden we filmmakers een relevant, professioneel netwerk in de filmsector, een podium voor meer bekendheid en dragen we zo bij aan hun verdere talentontwikkeling en professionalisering, terwijl we de filosofie van crowdfunding verder uitdragen en bekendmaken. Hieronder een overzicht van samenwerkingsverbanden die structureel van aard zijn.

Met **IDFA** en het **IDFA Bertha Fund** selecteren we twee keer per jaar internationale projecten die door ons gezamenlijk worden ondersteund in hun crowdfundingcampagne. Door de gezamenlijke netwerken te combineren is de maker verzekerd van internationale publiciteit en bereik, die daardoor een positieve invloed uitoefent op het doelbedrag. CineCrowd is daarnaast aanwezig tijdens IDFA bij de Round Table Sessions en One-on-One meetings om (inter)nationale filmmakers te voorzien van kennis en inspiratie aangaande het crowdfunden. Alle geselecteerde projecten zijn succesvol geweest en vanuit beide organisaties is er tevredenheid over de samenwerking en zetten we die ook voort.

Met het **Nederlands Film Festival (NFF)** selecteren we jaarlijks drie filmprojecten die geadopteerd worden door het festival. Deze filmprojecten worden door het NFF breed gecommuniceerd.

Er zijn twee CineCrowd filmavonden op het festival, waar de drie projecten zich presenteren aan een live publiek. Hoogtepunt vormt de tweede avond waarop de geselecteerde projecten bekendmaken dat hun crowdfund is geslaagd. Deze avonden zijn drukbezocht en leveren ook de nodige publiciteit op. Het is voor beide partijen aanleiding om deze samenwerking voort te zetten, omdat ook het NFF het belang van crowdfunding ondersteunt.

Tevens zijn we met onze partner **Scriptbank** (waar regisseurs, scenarioschrijvers en producenten elkaar ontmoeten) aanwezig op de NFF Talentdag, waar filmmakers inhoudelijke feedback krijgen op hun scenario's en advies krijgen over mogelijke financieringstrajecten.

Bij ShortCutz Amsterdam (een wekelijkse filmavond in De Kring) presenteren we elke maand een CineCrowd-project. Daar krijgt een maker de kans om zich door middel van een interview voor te stellen voor een live publiek en vragen te beantwoorden uit de zaal.

Sinds enige jaren werken we structureel samen met de **Hogeschool voor de Kunsten Utrecht (HKU)**. Daar worden eindejaarsstudenten middels een serie workshops, feedbackdagen en persoonlijke adviesgesprekken ondersteund in het financieren van hun eindexamenfilms. Deze intensieve begeleiding heeft ertoe geleid dat 100 % van de HKU-campagnes is geslaagd (meer dan 30 films!). Ook op de **Filmacademie** in Amsterdam zijn er crowdfund-workshops gegeven voor studenten. We gaan binnenkort met hen in gesprek om te onderzoeken hoe we eventueel meer voor elkaar kunnen betekenen, aangezien vele eindexamenstudenten afgelopen jaren hun films via ons hebben gecrowdfund.

Sinds 2014 werken we samen met het **Amsterdams Fonds voor de Kunst (AFK)** via wie we jaarlijks een bijdrage van € 50.000,- ontvangen om Amsterdamse talentvolle filmmakers te ondersteunen met investeringen tot € 2.500,- per project. Tot dusver zijn er dertig projecten gesteund. Ook met het **Brabants Kenniscentrum Kunst en Cultuur (BKCC)** wordt er samengewerkt om Brabantse filmmakers te ondersteunen. Het BKCC heeft een speciale crowdfundingregeling waarbij ze tot maximaal 30% van een filmproject ondersteunen. En sinds eind vorig jaar hebben we samen met het **VSBFonds** de Nieuwe Makers Regeling ontwikkeld, waar makers die nog niet langer dan drie jaar actief zijn in aanmerking kunnen komen voor financiële ondersteuning. Samen met **BINGER** zijn we partner in het Binger Amsterdam Micro Movies traject, waarbij filmprojecten voor de ontwikkelingsfase € 2.500,- pogen te financieren via CineCrowd. Verder is - en wordt - er samengewerkt met het Nederlands Filmfonds, Gemeente Amsterdam, Cineville, Film By The Sea, Imagine Filmfestival, Go Short Filmfestival Nijmegen, DZIGA, VEVAM, 48 Hour Film Project, Hollandse Film, HUMAN en Sense Film Competition.

Om onze doelstellingen op het gebied van financiering, productie, distributie, exploitatie en de daarbij behorende talentontwikkeling te realiseren, willen we de komende jaren het aantal samenwerkingen uitbreiden en de samenwerking met bestaande partners doorontwikkelen en intensiveren. Beoogde nieuwe partijen zijn bijvoorbeeld EYE, diverse kleinere filmhuizen, het Parool, VICE Media en Mindshakes (een nieuw online platform gericht op 18-35 jaar oud), KPN en/of ZIGGO.

PRODUCEREN & PRESENTEREN

Na het financieren van een filmproject begint het 'echte' werk: het produceren van de film en deze vertoond krijgen. Met CineCrowd willen we hier een grotere rol in gaan spelen de komende jaren. Een eerste uiting daarvan is het project **De Ontmoeting** dat wij samen hebben ontwikkeld met **VERS Film & TV**, de vereniging van nieuwe film- en televisiemakers. In samenwerking met deelnemende partners **3LAB**, **VPRO DORST** en de Amsterdamse filmproducent **BIND** krijgen filmmakers de kans om een korte film van maximaal zes minuten te realiseren. Uit ruim zeventig aanmeldingen zijn vijf filmpunten geselecteerd die allen € 5.000,- ontvangen van de deelnemende partners op voorwaarde dat zij zelf minimaal € 5.000,- weten te crowdfunden via CineCrowd. Dit project is op het Nederlands Film Festival 2015 gelanceerd en inmiddels zijn de vijf teams van filmmakers geselecteerd.

Omdat VERS Film & TV en CineCrowd bestaan uit filmmakers die weten hoe het is om afgewezen te worden en daarbij geen inhoudelijke feedback te krijgen, hebben we in januari voor afvallers de feedbackdag georganiseerd. In gesprekken van 25 minuten kregen alle afvallers te horen hoe er tijdens de selectievergadering over hun projecten is gesproken en waar de twijfelpunten lagen.

Daarnaast hebben we alle makers gewezen op andere financieringsmogelijkheden en hen vooral gestimuleerd om door te gaan met hun filmpjan. Alle makers vonden deze meetings zeer waardevol en vernieuwend.

In het voorjaar van 2016 zullen we samen met het **Cultuurfonds Almere** een gezamenlijk filmproject lanceren, waarbij we lokale filmmakers uit Almere de kans geven een korte film te realiseren met als voorwaarde dat makers, acteurs en crew afkomstig zijn uit Almere. CineCrowd zal verantwoordelijk zijn voor de selectie en inhoudelijke begeleiding van de makers en het geheel zal worden afgesloten met een premièreavond in Almere waarbij er ook een cash prijs wordt uitgedeeld aan de Beste Film. Een dergelijk initiatief willen we ook opzetten met andere steden en regio's.

Tevens zijn we in gesprek met **CineSUD (Limburg Film Commission)**, een platform voor audiovisuele professionals in de Euregio Maas-Rijn. We onderzoeken met hen de mogelijkheden voor samenwerkingen tussen hun regio en Amsterdam, bijvoorbeeld door het opzetten van een gezamenlijk filmtraject wat bestaat uit workshops, crowdfunding en filmproductie. Zo kunnen wij met diverse partners bijzondere content creëren - middels (crowd)funding, crowdsourcing en crowdsharing - door het combineren van talent, bereik en doelgroep. We willen op deze wijze inspiratie, debat en interactie faciliteren en tegelijkertijd invulling geven aan het ontwikkelen van talent en dit te presenteren via diverse platformen.

Bovenstaande trajecten zijn de eerste stappen die CineCrowd neemt in het coproduceren van films. Momenteel lopen er ook gesprekken met het nieuwe platform **Mindshakes.com**, dat geïnitieerd is door NRC Media. Een platform van jonge en creatieve filmmakers, art directors, regisseurs en contentmakers die willen 'raken'. Met hen onderzoeken we nu de mogelijkheden om een vergelijkbaar traject op te zetten met een focus op inhoud, on- en offline debat en content.

Door als CineCrowd zélf actief dit soort samenwerkingen te initiëren en zélf talentontwikkelingstrajecten te ontwikkelen en aan te bieden streven we ernaar om in de komende jaren een breder publiek met meer specifieke genres - in het geval van De Ontmoeting en Cultuurfonds Almere de korte film - te bedienen.

Zo kunnen wij met diverse partners bijzondere content creëren - middels (crowd)funding, crowdsourcing en crowdsharing - door het combineren van talent, bereik en doelgroep. We willen op deze wijze inspiratie, debat en interactie faciliteren en tegelijkertijd invulling geven aan het ontwikkelen van talent en dit te presenteren via diverse platformen.

CINECROWD LIVE

Drie keer per jaar willen we CineCrowd LIVE organiseren. Een avondvullend offline programma waar de bezoeker middels film, debat en presentaties geïnspireerd wordt. Op deze eigen CineCrowd avonden creëren we voor filmmakers en crowdfunders de gelegenheid om hun films te vertonen en te promoten, is er debat naar aanleiding van een film en/of actueel thema en gaan bezoekers geïnspireerd naar huis dankzij een prikkelende presentatie van een special guest. Dit kan iedereen zijn; van filmmaker tot politicus en van student tot advocaat.

Op deze avonden laten we zien dat CineCrowd stevig verankerd is in de Amsterdamse samenleving en creëren we een nieuwe ontmoetingsplek voor Amsterdamse creatieven. Voor en tijdens deze avonden willen we graag huidige en toekomstige partners een podium bieden en samen kijken naar de verdere invulling van de programmering. Denk hierbij aan beroepsorganisaties als ACT Acteursbelangen, Dutch Directors Guild, NBF (Nederlandse Beroepsvereniging Filmmakers), Netwerk Scenarioschrijvers, Filmproducenten Nederland, Documentaire Producenten Nederland, Visual Effects Professionals, Vereniging Nederlandse Animatie Producenten, Nederlandse Vereniging van Cinema-Editors en de Dutch Academy For Film.

Doel is om hiermee een (Amsterdamse) jonge, nieuwe generatie te stimuleren en te inspireren om hun creativiteit om te zetten in een professionele toekomst en te laten zien dat dit mogelijk is in Amsterdam, een stad waar je wilt wonen, kunt werken én recreëren.

Daarnaast zullen we minimaal vier keer per jaar een workshop crowdfunding geven voor (aspirant) crowdfunders, studenten en andersoortige geïnteresseerden. Dit hebben wij de afgelopen jaren meerder malen succesvol georganiseerd en dit zetten we dan ook graag door. Deze workshops zullen altijd plaatsvinden voorafgaand aan CineCrowd LIVE en het nieuw op te zetten Amsterdam International Crowdfund Filmfestival (hierover later meer) zodat we aansluitend deze mensen kunnen introduceren bij onze evenementen.

CINECROWD BLOG

CineCrowd moet een plaats zijn voor inspiratie en debat op het gebied van film en crowdfunding, maar ook één waarop informatie te vinden is voor de 'gewone' filmconsument. Daarom gaan we een blogfunctie toevoegen aan de website. Hierop delen we nieuws en opinies over thema's die spelen in de (inter)nationale filmwereld en t.a.v. crowdfunding, zoals best practices en tips & tricks voor succesvolle campagnes. Ook bieden we podium aan (gast)columnisten die hun licht laten schijnen op actuele thema's en hun ervaringen met crowdfunding, maar bijvoorbeeld ook hun mening over de nieuwste film van Tarantino of de nominaties van de Gouden Kalveren. Tevens zullen we filmmakers en crowdfunders vragen om over hun film een achtergrondartikel te schrijven ten aanzien van het onderwerp en de thematiek waarover hun film gaat. Zo willen we op journalistieke wijze een koppeling maken met actuele maatschappelijke thema's die voortkomen uit de films waarmee makers op dat moment bezig zijn. Gebruikers van de site kunnen online reageren op artikelen, waarmee we discussie willen aanjagen. Succesvolle online discussies kunnen eventueel verdieping krijgen tijdens CineCrowd LIVE.

Op deze manier willen we CineCrowd voor de potentiële bezoeker veranderen van sec een site waar er iets van je gevraagd wordt (crowdfunding) naar een site waar je naar toe gaat en terecht kunt voor inspiratie en debat.

Door informatief te zijn en maatschappelijke thema's en actualiteiten te koppelen aan projecten kunnen wij als CineCrowd zelf een fanbase creëren en doen we hiermee aan verdere brand activatie van ons merk. Dit komt weer ten goede aan het vervullen van onze missie.

DISTRIBUTIE & EXPLOITATIE

CineCrowd wil filmmakers een podium bieden. Bovenstaande voorbeelden zijn daarin een eerste stap. De afgelopen vijf jaar zijn er veel films in première gegaan in filmtheaters en op festivals, denk hierbij aan De Balie, Kriterion, Pakhuis de Zwijger, IDFA, CinemAsia. Vaak was er tijdens deze vertoningen ruimte voor een nagesprek of randprogramma rondom het thema van de film.

CineCrowd wil dit de komende jaren zelf ter hand nemen door:

01. Filmmakers de kans te geven hun film online on demand ter beschikking te stellen via CineCrowd.com.
02. Hun films in première te laten gaan tijdens het Amsterdam International Crowdfund Filmfestival.
03. Vertoningen tijdens CineCrowd LIVE avonden die we drie keer per jaar willen organiseren.

AMSTERDAM INTERNATIONAL CROWDFUND FILMFESTIVAL

Jaarlijks willen we graag in oktober het driedaagse Amsterdam International Crowdfund Filmfestival (AICF) organiseren; een internationaal filmfestival waar enkel films worden vertoond die tot stand zijn gekomen middels crowdfunding. Gezien de nationale filmfestival kalender is er in oktober nog ruimte voor een specialistisch filmfestival als het AICF, in de wetenschap dat het NFF in september is, het IDFA in november en het IFFR in januari en het Go Shorts Filmfestival in april.

Met het AICF is Amsterdam de eerste Europese stad die een dergelijk festival organiseert en de tweede wereldwijd. Het International Crowdfund Filmfestival is een kleinschalig Amerikaans evenement geweest, waarbij de focus niet centraal lag op het vertonen van films, maar op het presenteren van films in wording en de daarbij behorende crowdfundingcampagne. Met deze noviteit dragen we bij aan directe citymarketing, waarbij we ook internationale filmmakers zullen uitnodigen om hun films te vertonen in Amsterdam.

Het AICF vertoont films, organiseert inspirerende lezingen, debatten en workshops van (inter)nationale top-professionals op het gebied van film, marketing en crowdfunding en zal daarnaast een coproductie-markt houden waar filmmakers, producenten, fondsen, financiers en publiek elkaar ontmoeten.

Voor deze coproductie-markt zullen wij samen met een jury acht projecten selecteren die gedurende twee dagen hun projecten kunnen pitchen aan fondsen, financiers en publiek. Naast dat projecten financiële ondersteuning kunnen winnen van fondsen en financiers (zoals de CineCrowd Business Club, en sponsors) kan ook het publiek on the spot investeren in de gepitchte films.

Daarnaast worden op het festival cashprijzen uitgedeeld tijdens een Award Ceremony dat live te zien zal zijn via een stream op onze website en een nader te vinden partner, zoals AT5, Ziggo, KPN. Dit zijn prijzen voor Beste Film, Beste Regisseur, Beste Scenario, Beste Acteur en Beste Actrice. Deze prijzen zullen worden gefinancierd door sponsors en de CineCrowd Business Club.

We hebben de ambitie om uit te groeien tot een internationaal vooruitstrevend en alternatief filmfestival.

VIDEO ON DEMAND

Op de website van CineCrowd wordt momenteel achter de schermen gewerkt aan een eigen Video On Demand kanaal. Via deze nieuwe functie willen we de films die via ons platform gefinancierd worden ook de kans geven om bij ons vertoond te worden. Omdat wij als online platform een groot publiek bedienen en wij de beschikking hebben over een groot adresbestand (nu al +/- 8.000 personen) en een groeiende achterban hebben op Facebook (>6K) en Twitter (>2.4K) kunnen wij een groter publiek bereiken dan de meeste individuele filmmakers.

Dit sluit aan bij onze ambitie om een filmhub te worden, niet alleen voor makers en donateurs, maar ook voor film liefhebbers. Tegelijkertijd bieden we filmmakers een professioneel distributiekanaal waarop zij hun films beschikbaar kunnen maken.

De filmmakers krijgen twee mogelijkheden om hun film aan te bieden; 1. Gratis, maar met een tip jar (fooiempot) ernaast, zodat je als je de film gezien hebt je waardering kunt uitdrukken in een donatie aan de filmmaker of 2. achter een betaalmuur waarbij je als consument vooraf betaalt voor de film. De keuze laten wij aan de filmmakers zelf.

ACHTERGROND VIDEO ON DEMAND

Veel van de films die via CineCrowd gefinancierd worden zijn onafhankelijk geproduceerd. Dit betekent vaak dat er geen uitzendgemachtigde bij betrokken is. De films worden meestal ook niet vertoond op televisie en uiteindelijk zetten makers hun films (vaak gratis) op YouTube of Vimeo, waar ze maar mondjesmaat worden gezien of ontdekt. Wij stimuleren makers om intentieverklaringen of uitzendgaranties van regionale omroepen voor elkaar te krijgen, omdat deze altijd op zoek zijn naar content en ook soms bereid zijn daarvoor te betalen. Maar ook indien er geen budget daarvoor is, wordt de film tenminste wél vertoond. Zelf willen we ook actief gaan kijken naar samenwerkingen met regionale omroepen.

De potentiële catalogus van films die we via CineCrowd kunnen aanbieden via VOD beslaat bijna 300 films en kan per jaar met zo'n 80-100 films groeien. Door als distributiekanaal op te treden voor deze films, creëren we een nieuwe eigen inkomstenstroom voor CineCrowd. De distributiefee voor de vertoonde films zal variëren tussen de 10% en 35%, hetgeen marktconform is.

CINECROWD BINNEN AMSTERDAM

Veertig procent (112) van alle (281) projecten die via CineCrowd zijn gerealiseerd waren van Amsterdamse makers. Bijna € 800.000,- euro aan donaties is door deze Amsterdamse makers besteedt aan (lokale) cast, crew, faciliteiten en horeca. De economische impact van deze projecten is substantieel te noemen, evenals de impact op talentontwikkeling en op het aantal culturele activiteiten, zoals filmpremières en special interest screenings voor specifieke doelgroepen in Amsterdam. Crowdfunding draagt op deze wijze ook bij aan de ontwikkeling van een soort nieuwe Amsterdamse School: autonome en vrije filmproducties.

De afgelopen vijf jaar heeft CineCrowd een belangrijke plek verworven in het financieringslandschap van films in Nederland en in Amsterdam in het bijzonder. We zien onszelf als een facilitator en incubator waarbij we filmtalent stimuleren hun eigen dromen te volgen en deze waar te maken. Door de aard van ons platform kunnen we daar een stimulerende en verbindende rol in spelen.

Als Amsterdamse organisatie hebben we een groot en veelomvattend netwerk binnen de lokale en landelijke filmwereld en krijgen we ook vaak als eerste de nieuwe talenten over de vloer. Omdat wij ons inhoudelijk niet mengen in de filmprojecten kan de filmmaker in absolute vrijheid werken aan het tot uiting brengen van zijn of haar artistieke visie en kunnen wij op geheel onafhankelijke basis adviseren en verbinden.

Wij onderscheiden ons van vergelijkbare platformen als Voordekunst, Kickstarter en Indiegogo doordat wij ons sec richten op bewegend beeld. Omdat we in deze specifieke niche opereren is er bij ons veel kennis en expertise, waardoor we projecthouders direct en concreet kunnen adviseren en bij staan en daardoor veel intensievere begeleiding kunnen geven aan projecthouders, waarbij we makers een omgeving van vertrouwen en respect bieden.

PROGRAMMERING EN PUBLIEK

De basis van CineCrowd is het koppelen van filmmakers aan een nieuw publiek. De binding met het publiek is wat we de komende jaren gaan versterken door zelf een actievere rol te gaan spelen in de financiering, productie, distributie en exploitatie van films. De voorgenomen activiteiten voor de periode 2017-2020 zijn er op gericht om naast makers en donateurs ook de consument te betrekken bij de makers en de films. Deze consumenten hebben misschien niet bijgedragen aan de crowdfundcampagne van een film, maar kunnen wél geïnteresseerd zijn in het eindproduct en komen zo toch in aanraking met crowdfunding en lopende projecten.

De nieuwe programmering, bestaande uit het Amsterdam International Crowdfund Filmfestival, het aanbieden van films via Video On Demand, de blogfunctie van de site, de samenwerkingsprojecten én het organiseren van CineCrowd LIVE moet ertoe leiden dat we een nieuw publiek in aanraking brengen met crowdfunding, lokaal Amsterdams talent een platform bieden en daarbij een vernieuwing zijn in het culturele offline evenementenaanbod in de stad.

ARTISTIEK-INHOUDELIJKE ONTWIKKELING CINECROWD

We zien het financieringslandschap veranderen, maar vooral ook het makerslandschap. In deze snel veranderende wereld waar er bij de reguliere partijen steeds meer druk ontstaat op budgetten en er behoudender wordt geopereerd, zien wij voor CineCrowd de taak weggelegd om leidend te zijn. We zijn en willen nog meer een onderdeel, aanjager en verbinder van een nieuwe generatie makers zijn, daarbij gebruikmakend van andere productiemethodes en financieringsmodellen. Wij willen makers ondersteunen in het creëren van hun eigen kansen, en geven hen graag het juiste zetje.

De aantrekkingskracht van Amsterdam als het Hollywood van Nederland is groots op jonge makers. Elk jaar komen vele jongeren naar Amsterdam om te gaan studeren aan de Nederlandse Filmacademie, andersoortige opleidingen of komen op een andere manier in aanraking met film. Als CineCrowd willen we daar een meer dwingende rol in spelen, o.a. door onze offline events in de stad en het aangaan van samenwerkingen met partners uit andere delen van het land en zelfs internationaal. We steunen mensen en partijen in de regio en maken tegelijkertijd mensen bekend met de mogelijkheden die de creatieve en financiële infrastructuur die Amsterdam te bieden heeft, zoals een groot aanbod van talent, mogelijkheden en partners. CineCrowd streeft door samen te werken met Amsterdamse partners (zoals het AFK) naar het (co-)produceren en faciliteren van kwalitatief sterke projecten die bijdragen aan de culturele diversiteit binnen de stad Amsterdam en aan het maatschappelijk debat.

Juist door ons zowel online als offline te presenteren willen we bewerkstelligen dat de naam CineCrowd synoniem staat voor het steunen en ontwikkelen van (lokaal) talent en bijzondere en artistieke films die tot stand zijn gekomen in de absolute creatieve vrijheid van de maker. De meerwaarde van deze manier van maken zit hem in het eindresultaat: een compleet autonome filmproductie, ongehinderd door enige vorm van inmenging van omroepen, doelgroep of testpubliek én dus de manier waarop deze tot stand is gekomen in financieel en productieel opzicht. Filmmakers krijgen zo de kans om hun unieke talenten te etaleren.

Het is belangrijk om te vermelden dat CineCrowd een curated platform is, wat betekent dat wij projecten aan de voorkant selecteren, waarbij we vooral letten op de professionaliteit en motivatie van de makers. Dit is ook te merken aan ons hoge succespercentage van bijna 83%.

Tijdens onze voorgenomen evenementen als CineCrowd LIVE en het Amsterdam International Crowdfund Filmfestival zullen we dan ook films selecteren en vertonen die voor ons voorbeelden zijn van hoogstaand, kwalitatief en autonoom filmmakerschap met daarbij in acht genomen de manier waarop de film tot stand is gekomen.

Samenvattend willen wij de transitie maken van sec een crowdfundplatform naar filmhub waar financiering, productie, distributie en exploitatie samenkomen en waar bezoekers gevoed worden met inspiratie, educatie en debat. Op deze wijze willen we zowel online als offline onze zichtbaarheid in Amsterdam vergroten. Een extra jaarlijkse bijdrage van het AFK bovenop de € 50.000,- die we nu ontvangen voor filmmakers geeft ons de ruimte, tijd en middelen om hier fulltime en met meer mankracht aan te werken.

ARTISTIEK-INHOUDELIJKE CAPACITEIT CINECROWD

CineCrowd wordt aangevoerd door (mede)oprichter Floris Parlevliet (artistiek leider) en In-Soo Radstake (zakelijk leider), die sinds 1 augustus 2015 het stokje heeft overgenomen van (mede)oprichter Roel van de Weijer.

ARTISTIEK LEIDER FLORIS PARLEVLIET

Floris (1984) is zelf een afgestudeerd filmmaker aan de HKU en is feitelijk de reden van het bestaan van CineCrowd. Het was zijn afstudeerfilm MORGEN IS ALLES BETER dat de aanleiding vormde voor een crowdfundcampagne in 2011. Floris heeft zodoende een ongekeerde schat aan kennis en ervaring in het crowdfunden van filmprojecten in Nederland en daarbuiten. Hij heeft inmiddels bijna 400 filmprojecten begeleid in hun campagne met een zeer hoge succesratio van bijna 83%. Zijn artistieke visie en talent als filmmaker maakt hem ook uitermate geschikt als artistiek leider, omdat hij begrijpt waar makers vandaan komen en vormt hij zo het artistieke geweten van CineCrowd.

ZAKELIJK LEIDER IN-SOO RADSTAKE

In-Soo (1979) studeerde Journalistiek en is vooral bekend als filmproducent en regisseur van succesvolle speelfilms en documentaires. Daarnaast is hij zeer ervaren op het gebied van marketing, communicatie, financiering en online media. Radstake is behalve filmproducent ook oprichter van het Rotterdamse online stadsplatform Bogue.nl, dat in korte tijd is uitgegroeid tot een van de best bezochte blogs van Rotterdam. Hij is zowel creatief en artistiek als zakelijk en commercieel en opereert graag op dat snijvlak. Daarnaast is hij zeven jaar voorzitter geweest van het Aziatisch filmfestival CinemAsia in Amsterdam. Deze kennis en ervaring wil hij toepassen bij de ontwikkeling en het realiseren van het Amsterdam International Crowdfund Filmfestival. Zijn journalistieke achtergrond komt goed van pas bij de ontwikkeling van online content binnen CineCrowd BLOG.

PROJECTMEDEWERKER JELTJE HILLEN

Jeltje (1990) is sinds 2014 projectmedewerker bij CineCrowd. Dit betekent dat zij het eerste aanspreekpunt is voor projecthouders en hen verder begeleidt met hun campagneplannen, strategie en outreach. Daarnaast verzorgt zij de nieuwsbrief en coördineert en produceert zij de evenementen vanuit CineCrowd. Jeltje heeft Bedrijfscommunicatie gestudeerd en heeft daarnaast haar Master in Film & Televisiewetenschap behaald aan de Universiteit van Utrecht. Daarnaast heeft zij enige jaren als vrijwilliger gewerkt bij het Nederlands Film Festival.

Voorts wordt er momenteel structureel met één stagiair gewerkt.

ZAKELIJKE KWALITEIT (TOELICHTING OP BEGROTING)

BEHEERSLASTEN PERSONEEL

We willen toe naar een fulltime bezetting van vier medewerkers en twee stagiaires. De opgevoerde kosten zijn inclusief werkgeverslasten en loonbelasting, behalve de inzet van redacteurs, accountancy en juridische kosten. Deze zullen op factuurbasis geschieden. Hierdoor houden we de kosten laag en beheersbaar voor de komende jaren waarin het loonhuis niet zal wijzigen.

BEHEERSLASTEN MATERIEEL

Onze website is de basis van ons bestaan. Hieraan zijn vaste kosten verbonden voor de maandelijkse server en servicekosten. Daarbij zal de website regelmatig up-to-date gebracht moeten worden ten aanzien van nieuwe technologische ontwikkelingen. Hiertoe nemen we jaarlijks een stelpost op. Ditzelfde geldt voor de kosten die we maken voor representatie op filmfestivals, crowdfundingevents en andersoortige bijeenkomsten die we - in de lijn van onze internationalisering - zullen gaan bezoeken en bijwonen.

De post marketingkosten zijn voor online promoties van social mediaberichten (Facebook Advertising), hetgeen we regelmatig inzetten om projecten meer bereik te geven.

Momenteel huren we een kantoorpand aan de Oude Schans voor 500 euro per maand. Door de mogelijke uitbreiding van de personele bezetting en de voorgenomen activiteiten geniet het onze voorkeur om een iets ruimer onderkomen te zoeken.

ACTIVITEITENLASTEN PERSONEEL

De hier opgevoerde kosten zijn freelancers die we inhuren voor de productie van het festival, de moderators tijdens de events en vergoedingen, zoals reis- en onkostenvergoedingen en catering voor het team van vrijwilligers waar we gebruik van gaan maken.

ACTIVITEITENLASTEN MATERIEEL

Dit zijn de kosten die gemoeid zijn met de productie van onze offline events; het Amsterdam International Crowdfunding Filmfestival en de reguliere CineCrowd LIVE events. Voor het festival willen we elke editie ook internationale gasten aantrekken. Dit kunnen filmmakers zijn, maar ook experts/key-note speakers waarmee we extra publiek kunnen gaan trekken.

De Awards en het CineCrowd Development Budget (waarmee we als CineCrowd zelf jaarlijks één of meerdere prijzen willen uitdelen aan talentvolle makers) wordt gefinancierd dankzij de bijdrage van de CineCrowd Business Club.

BIJZONDERE UITGAVEN

Onder deze budgetpost hebben we de reguliere bijdrage van het AFK zoals we die in 2014 en 2015 al hebben mogen ontvangen meegenomen. Dit budget wordt in overleg tussen CineCrowd en het AFK toegekend aan crowdfundingprojecten die volgens de regels van het AFK in aanmerking komen voor een bijdrage. Deze financieringsmogelijkheid is een belangrijke tool voor CineCrowd, omdat we daarmee Amsterdamse makers in het bijzonder kunnen binden aan ons platform. Dit budget van € 50.000,- maakt onderdeel uit van de totale aanvraag die we doen binnen het Kunstenplan.

Ook hebben we de samenwerking met het VSBFonds opgenomen in de begroting. Sinds eind 2015 bestaat deze samenwerking en omdat wij de organisatorische werkzaamheden van het selecteren van de projecten op ons nemen en zij CineCrowd een warm hart toedragen hebben zij besloten om € 15.000,- per jaar in onze organisatie te investeren en een bedrag van € 25.000,- om toe te kennen aan projecten.

PUBLIEKSINKOMSTEN

In 2015 hebben we een recordaantal van 92 projecten verwerkt met een totale omzet van 675.000 euro. Hieronder waren 9 CineCrowd PLUS projecten, waarvoor we een 20% fee rekenen in plaats van 10%. Hoewel we verwachten te groeien hebben we bewust gekozen voor een conservatieve inschatting van de verwachte omzet. Vanaf heden (januari 2016) hebben we twee jaar de tijd om minimaal 20% groei te realiseren.

Sinds de oprichting in 2011 heeft CineCrowd jaarlijks altijd weten te groeien. In de beginjaren ging dit fors en exponentieel en met de volwassenwording van (film)crowdfunding in Nederland nam die groei iets af. Wij voorzien voor 2016 een groei van minimaal 15% dankzij onze nieuwe initiatieven en het gegeven dat we steeds meer aanmeldingen krijgen voor crowdfunding. Het aantal orders in januari 2016 is ten opzichte van januari 2017 al met meer dan 300 gegroeid wat leidt tot bijna een verdubbeling van de omzet. We hebben een jaarlijkse groei van 15% ingecalculerd vanaf 2017.

JAAR	INKOMSTEN	PERCENTAGE
2011	137.000	-
2012	210.000	153%
2013	529.000	252%
2014	624.000	118%
2015	675.000	108%
2016	775.000	115%



Daarnaast verwachten we in 2017 extra inkomsten vanuit de kaartverkoop van het AICF, bijdragen van het Nederlands Filmfonds en de CineCrowd Business Club. Overige mogelijke inkomsten dankzij samenwerkingen met nieuwe partners zijn niet meegerekend in de exploitatiebegroting. Ditzelfde geldt voor revenue van het nog op te zetten Video On Demand kanaal.

ORGANISATIE CINECROWD 2017-2020

We hanteren momenteel qua governance code het bestuursmodel en hebben daarbij een Raad van Advies. Zowel het bestuur als de Raad van Advies werkt volledig onbezoldigd.

In de bedrijfsvoering hopen we - door de steun van het AFK - ons team te kunnen versterken met een extra medewerker en de huidige medewerkers full time aan te kunnen stellen. Deze zijn nodig om de voorgenomen nieuwe en verbreedde activiteiten (Video on Demand, AICF, Cinecrowd BLOG en CineCrowd LIVE) op een kwalitatieve manier te kunnen verwerken. De artistiek leider werkt op contractbasis vier dagen per week, de zakelijk leider op factuurbasis voor twee dagen per week en de projectmedewerker op factuurbasis voor vier dagen per week. Dit zouden dan fulltime dienstverbanden worden en daarbij willen we full time twee stagiaires aanstellen. In de praktijk zou dit jaarlijks vier werkervaringsplekken opleveren.

BESTUUR

Per 1 april 2016 zal Gamila Ylstra onze huidige voorzitter Pepijn van Dijk opvolgen. Ylstra is een zeer ervaren bestuurster en is zeer goed ingevoerd in de Nederlandse en internationale film- en televisiesector. Zij was directeur van de NPS (voorloper van NTR), Hoofd van het filmdepartement bij het Ministerie van Cultuur en project manager bij het ministerie van Economische Zaken. Tevens was zij oprichter van Fine BV, een film investeringsmaatschappij. Sinds 2010 is Ylstra CEO van het Binger Filmlab in Amsterdam en is ze bestuurslid bij het Nederlands Filmfestival, Cinema Delicatessen, Mediafonds en LIMA. Wij zijn erg content met haar aanstelling en hebben groot vertrouwen in haar kennis en kunde om CineCrowd bij te staan in de voorgenomen veranderingen en programmering.

Van het huidige bestuur zal secretaris Gerard van de Weerd ons gaan verlaten en wordt CineCrowd-oprichter Roel van de Weijer permanent en ere-bestuurslid. Samen met Gamila gaan we de komende maanden het bestuur uitbreiden. Marianne Remie is en blijft penningmeester van onze stichting. Met Gamila zullen we ervoor zorgen dat CineCrowd uiterlijk per 1 januari 2017 zal handelen naar de Code Governance Cultuur en de daarbij behorende verantwoordelijkheden.

RAAD VAN ADVIES

Binnen CineCrowd werken we met een Raad van Advies, waarmee we regelmatig contact hebben. Zitting hierin hebben Ryclef Rienstra (directeur Van den Ende Foundation), Marlene Wickel (directeur Jean Mineur Mediavision), Marc Noyons (filmproducent en financier) en Dagmar Heijmans (oprichter van Sellaband en marketing expert).

Diversiteitsbeleid samenstelling organisatie

CineCrowd is een jonge organisatie, voortkomend uit Generatie X en Y, en bij het samenstellen van ons team kijken we naast kwalitatieve geschiktheid ook naar culturele achtergrond. Wij vinden het belangrijk om in elk opzicht een afspiegeling te zijn van de maatschappij. Wij geloven in de kracht die ontstaat vanuit diversiteit. Voor de beschikbare bestuursfuncties, alsmede de uitbreiding van de Raad van Advies willen we actief kandidaten werven vanuit verschillende culturele achtergronden. Binnen de dagelijkse leiding heeft zakelijk leider In-Soo Radstake veel ervaring met diversiteit gezien zijn Koreaanse achtergrond en de films die hij heeft gemaakt in Suriname. Daarnaast is hij zeven jaar voorzitter geweest van CinemAsia Filmfestival in Amsterdam en heeft hij een breed en cultureel divers netwerk. Binnen zijn werkzaamheden als producent opereert hij met veel films op het snijvlak van meerdere culturen.

ONTWIKKELING IN ZAKELIJK OPZICHT

MIX VAN INKOMSTENBRONNEN 2017-2020

CineCrowd opereert op dit moment financieel vrijwel geheel onafhankelijk. Onze inkomsten bestaan voor het grootste gedeelte uit eigen inkomsten die verdiend worden door de fee van 10% over succesvolle campagnes en 20% over de eerder genoemde PLUS projecten. De komende periode is gericht op het aanbieden van extra diensten en het toepassen van schaalvergroting door grotere filmprojecten binnen te halen, VOD aan te bieden en CineCrowd uit

te breiden naar andere landen om zo de omzet, en de eigen inkomsten te vergroten. De gehele strategie is erop gericht om dankzij de bijdrage van het AFK in de periode 2017-2020 te werken aan deze nieuwe verdienmodellen, waarna we in 2021 financieel volledig onafhankelijk zijn en geen bijdrage meer nodig hebben van het AFK.

Door de gekozen strategie kunnen we tegen financieel lage risico's maximaal rendement behalen, aangezien de back-office en techniek van het platform al ontwikkeld en gefinancierd zijn. Omdat we op dit moment nog geen inkomsten kunnen garanderen ten aanzien van festivalbezoekers en de inkomsten van de online distributie zijn deze buiten beschouwing gelaten in het dekkingsplan. Dit risico wordt in de periode 2017-2020 gedekt dankzij de vaste steun van het AFK, waarbij de inkomsten vanuit bovenstaande activiteiten worden bijgeschreven bij de algemene reserves van de stichting, zodat we na 2020 eventuele tekorten kunnen overbruggen.

CINECROWD BUSINESS CLUB

Op dit moment zijn we bezig met het opzetten van de CineCrowd Business Club (CBC). Samen met ons bestuur en onze Raad van Advies zullen we de komende maanden bedrijven en instellingen gaan benaderen om hiervan deel uit te maken. CineCrowd voelt een sterke verantwoordelijkheid om actief bij te dragen aan de ontwikkeling van de Nederlandse filmwereld. CineCrowd wil meer zijn dan alleen een dienstverlener. We zijn een kennishub als het gaat om filmfinanciering, crowdfunding en het adviseren en creëren van crowdfund en pr-campagnes. Met het opzetten van de CineCrowd Business Club willen wij filmmakers nog meer in staat stellen om films te maken en deze bij een breder publiek onder de aandacht te brengen. De CineCrowd Business Club zal een drijvende kracht zijn achter het Amsterdam International Crowdfund Filmfestival en het bieden van een podium aan (lokaal) talent.

Tijdens het AICF zal er ook een business event georganiseerd worden voor de leden van de CBC. Hier kunnen zij kennis maken met filmmakers, acteurs en actrices. Tijdens dit evenement worden ook de strategische partners van CineCrowd uitgenodigd en zullen filmmakers presentaties geven over hun projecten, is er ruimte voor debat en paneldiscussies en wordt er met lokale Amsterdamse stakeholders overlegd om het evenement zo waardevol mogelijk te maken. Business meets Creativity. Met de CBC willen we daarnaast jaarlijks een aanmoedigingsprijs uitreiken aan het grootste Amsterdamse talent.

Bedrijven, maar ook particulieren, kunnen deelnemen aan de CBC voor bedragen variërend tussen de € 1.000,- en € 5.000,-, hetgeen fiscaal aftrekbaar is en waarvoor zij daarnaast diverse voordelen krijgen. Denk hierbij aan speciale filmavonden, uitnodigingen voor premières van CineCrowd-projecten, previews, toegang tot het business event en het AICF en uiteraard mee in alle communicatie-uitingen. Daarnaast zullen we per participant onderzoeken welke joint-promotions er mogelijk zijn om hun lidmaatschap nog meer waarde te geven, onder meer richting hun eigen klantenbestand.

PERCENTAGE EIGEN INKOMSTEN

We willen onze eigen inkomsten verhogen. Dit doen we door uitbreiding van onze CineCrowd Business Club, de schaalvergroting die ontstaat door CineCrowd in een (of meerdere) andere landen te lanceren (meer projecten) en inkomsten die voort zullen vloeien uit VOD en advertenties.

Uitgaande van de huidige begroting en de vierjarenbegroting starten we in 2017 met een eigen inkomstenpercentage van 46% en loopt dit op tot 65% in 2020. De investering van het

AFK bezien wij dan ook als een kickstartbijdrage die ons de tijd, ruimte en middelen geeft om te groeien naar volledige financiële onafhankelijkheid. We verwachten in 2021 naar 80% eigen inkomsten te streven. Het exploitatietekort zal aangevuld worden dankzij huidige en nieuwe partnerships en de gereserveerde inkomsten uit onder meer Video on Demand en de niet ingecalculerde internationale uitbreiding.

CINECROWD INTERNATIONAAL

De komende jaren willen wij met CineCrowd gaan uitbreiden in andere Europese landen. Technisch zijn we hiervoor ingericht: de site is Nederlands en Engelstalig en dit is eenvoudig uit te breiden naar één of meerdere andere talen. Daarnaast is onze betalingspartner het Amsterdamse bedrijf Adyen, waardoor we meer dan 250 verschillende betalingsvormen kunnen aanbieden wereldwijd.

We zijn nu aan het onderzoeken welk land hiervoor het beste in aanmerking kan komen en zullen voorzichtig deze stappen gaan zetten. De schaalvergroting die dit oplevert moet CineCrowd een grotere financiële stabiliteit bieden. Omdat dit een stap is die niet gemakkelijk wordt gezet hebben we eventuele lasten en baten niet meegerekend in de huidige vierjaren-begroting.

PUBLIEKSBEREIK

DOELGROEP CINECROWD

CineCrowd richt zich op filmliefhebbers in het algemeen en daarbinnen enerzijds op de makers/professionals en anderzijds op de consumentenkant. Uit onze cijfers van Google Analytics en Facebook blijkt dat het merendeel van onze bezoekers primair behoort tot de categorieën film/televisie/kunst/entertainment en secundair tot de techophiles/newsjunkies/music lovers. De man/vrouw verhouding is nagenoeg gelijk en de meerderheid van onze bezoekers zit primair in de groep 25-34 jaar oud, secundair in de groep 35-44 en tertiair in de groep 18-24. We scoren hiermee hoog in de doelgroepen Generatie X en Y.

DOELGROEP	GOOGLE	FACEBOOK	TOTAAL
LEEFTIJD	PERCENTAGE	PERCENTAGE	GEMIDDELD
18-24	19%	14%	16%
25-34	30%	34%	32%
35-44	19%	21%	20%
45-54	15%	16%	16%
55-64	11%	09%	10%
65+	06%	06%	06%



UNIEKE BEZOEKERS PER MAAND	18.275
AANTAL BEZOEKERS PER MAAND	28.668
PAGEVIEWS	58.500

Onze voorgenomen activiteiten moeten leiden tot een verdubbeling in het aantal unieke bezoekers op 1 januari 2017, waarbij we uiteindelijk willen doorgroeien tot 150.000 unieke bezoekers per maand op 1 januari 2020.

Onze huidige en toekomstige partnerships moeten hieraan bijdragen, evenals het aanbieden van meer unieke content op de site, waardoor bezoekers ook naar CineCrowd.com komen voor inspiratie, educatie en het consumeren van gecrowdfunde films.

De offline evenementen zoals het AICF en CineCrowd LIVE moeten leiden tot algeheel breder offline publieksbereik. CineCrowd LIVE moet groeien van zo'n 100 bezoekers per editie in 2017 naar 350 bezoekers per editie in 2020. Voor het festival gaan we uit van 750 bezoekers voor editie 1 (15 films á 50 bezoekers) naar 25 films en gemiddeld 80 bezoekers per film in 2020.

REPUTATIE CINECROWD

Onze organisatie staat bij zowel het publiek als bij de projecthouders en filmprofessionals bekend als een sympathieke en professionele organisatie met veel aandacht voor de individuele behoeftes van filmmakers.

Dit blijkt bijvoorbeeld uit het feit dat CineCrowd in 2012, 2013 en 2014 was opgenomen in de jaarlijkse Filmbonzen Top 20 van de Filmkrant. Zij schreven onder meer:

"Waar het Filmfonds zichzelf opnieuw probeert uit te vinden, worden ook nieuwe initiatieven gelanceerd om de financiering van Nederlandse speelfilms een stimulans te geven. Het belangrijkste is CineCrowd, een onlineplatform waarmee filmmakers en -liefhebbers samen films produceren. (...) CineCrowd, een non-profit stichting waarvan onder meer IDFA, NFF en het Nederlands Filmfonds partner zijn."

We zijn op dagelijkse basis in contact met al onze filmmakers en dankzij onze workshops horen en voelen we de waardering. Een goed voorbeeld hiervan is de Feedbackdag die we hebben georganiseerd voor filmmakers wiens filmplan niet was geselecteerd voor De Ontmoeting. We hebben daar makers in sessies van 25 minuten individuele feedback gegeven op de reden dat hun project niet was uitgekozen en tegelijkertijd geënthousiasmeerd om door te gaan en geïnformeerd over mogelijke financieringstrajecten.

ERIK VAN SCHAAIK (GOUDEN KALF WINNAAR 2015 UNDER THE APPLE TREE):

"Een energiek team. Ze slepen je er wel doorheen!"

MARIETTE FABER (DE MAN DIE DE WERELD WILDE VERANDEREN):

"Cinecrowd vormt zich binnen Amsterdam tot een netwerk van filmmakers die ervaringen delen en kennis nemen van elkaars projecten. Het team van Cinecrowd is vriendelijk, bereikbaar en behulpzaam van het begin tot het einde van je crowdfunding campagne."

MATTHIEU LANDWEER (DE MANNEN VAN STAAL) OVER CINECROWD PLUS:

"Ik heb lang getwijfeld of ik mijn project zou crowdfunden omdat ik een boel werk op me af zag komen. Van dat werk heb ik maar 50 % hoeven doen... Namelijk de leuke 50 %."

PUBLIEKSGERICHTE MARKETING

Crowdfunding is marketing en de filmmakers die bij CineCrowd hun campagne lanceren zijn onze grootste ambassadeurs. Dankzij hun projecten wordt het merk CineCrowd doorlopend op de kaart gezet binnen een enorme variëteit aan doelgroepen die vaak verbonden zijn aan de thematiek van hun projecten. Als CineCrowd helpen wij filmmakers ook actief in het benaderen van organisaties, verenigingen en instellingen die zich bezighouden met bijvoorbeeld hetzelfde thema.

In de periode 2017-2020 willen we daarnaast het merk CineCrowd breder op de kaart zetten. Alle genoemde vernieuwingen die we met CineCrowd gaan ontplooiën zijn dan ook volledig gericht op het uitbreiden van ons publiek. Door de variëteit aan activiteiten bereiken we nieuwe doelgroepen buiten ons online platform om. Door het aanstaande blog, filmfestival en de live avonden worden we nog zichtbaarder in de (Amsterdamse) samenleving. Deze activiteiten moeten leiden tot een hogere interactie met het publiek, zowel online als offline.

We willen dit bewerkstelligen door het inzetten van een mix aan social media kanalen, waarbij Facebook, Twitter en het nog aan te maken Instagram-account de belangrijkste zullen zijn in het bereiken en inspireren van het publiek.

CONTENT IS KING

We gaan vanuit CineCrowd zélf unieke content produceren op onze website die we vervolgens online via de verschillende social media kanalen zullen verspreiden. Deze content karakteriseert zich door inspiratie, educatie, debat en nieuwswaarde te bieden. We zullen bijvoorbeeld inhaken op lopende actualiteiten, maar ook pogen zelf specifieke thema's te agenderen waarmee we automatisch een divers publiek zullen aantrekken.

Een voorbeeld is het opzetten van een jaarlijks diversiteitsdebat, waarbinnen gediscussieerd kan worden over de diversiteit binnen de Nederlandse film. Dit debat vindt live plaats, maar wordt ook geladen en verdiept via onze online kanalen. Verandering op het gebied van diversiteit is makkelijker gezegd dan gedaan, met name omdat er nog weinig diversiteit zit bij beleidsbepalers en mensen op beslissingsniveau in de gehele keten: van creatie tot distributie en alles wat daar tussenin zit, zoals omroep-dramaturgen, casting directors, producenten, regisseurs en scenarioschrijvers. De eerste snelle stap naar meer diversiteit is om op dat niveau het onderwerp geagendeerd te krijgen. Daarom willen we vertegenwoordigers van bovengenoemde stromingen uitnodigen om in debat te gaan met elkaar en met mensen die zich bezighouden met diversiteit. Denk hierbij aan de Commissie Diversiteit van ACT Acteursbelangen.

Met dergelijke evenementen en daarbij behorende contentproductie verwachten we per definitie een diverse doelgroep te kunnen bereiken, zowel online als offline.

Alle voorgenomen activiteiten moeten leiden tot een verhoogd publieksbereik, publieksparticipatie en publieksinteractie ten aanzien van films, filmevenementen. Dit geheel indachtig het principe van crowdfunding: samen met de crowd ontwikkelen we ons en ontwikkelen we een divers cultureel aanbod.

BELANG CINECROWD VOOR AMSTERDAM

Zoals eerder vermeld in dit beleidsplan is maar liefst 40% van alle filmmakers die de afgelopen jaren succesvol hebben gecrowdfund bij CineCrowd woonachtig in Amsterdam. Bijna al deze projecten kenden een Amsterdamse première. Om Amsterdamse projecten en makers aan te trekken en de naamsbekendheid binnen Amsterdam te vergroten, werkt CineCrowd samen met verschillende Amsterdamse partijen. Eerder werd al de samenwerking met het Amsterdams Fonds voor de Kunst beschreven. Daarnaast werkt CineCrowd binnen Amsterdam structureel samen met onder andere IDFA, ShortCutz en VERS. Maar ook door bijvoorbeeld presentaties te geven op de Filmacademie of tijdens filmfestivals als KLIK! en Imagine Filmfestival trachten we (Amsterdamse) makers aan te trekken. Tot slot hebben we de afgelopen jaren workshops georganiseerd in Lab111, ook hier kwamen veel Amsterdamse makers op af en zorgde voor het vergroten van de bekendheid met crowdfunding voor film.

Een grote stap die we gaan zetten is het organiseren van het Amsterdam International Crowdfund Filmfestival, waarmee Amsterdam de tweede stad is ter wereld, en de eerste in Europa, die een dergelijk genre-festival organiseert. Door een festival als deze te introduceren in het Amsterdamse culturele aanbod maken we ons volop zichtbaar binnen de Amsterdamse samenleving. Op deze wijze willen we de binding tussen onze organisatie en de Amsterdammers vergroten en verwachten we hieromtrent jaarlijks veel publiciteit. Datzelfde geldt voor de CineCrowd LIVE avonden die gratis toegankelijk zullen zijn voor iedere bezoeker. Daarbij zullen deze evenementen een aanzuigende werking hebben op publiek van buiten de stad.

Door te kiezen voor strategische, en mogelijk wisselende locaties voor de evenementen pogen we ook publiek te bereiken uit verschillende stadsdelen.

VERBINDINGEN MET ANDERE CULTURELE ORGANISATIES

We werken momenteel samen met tal van organisaties en zullen dit aantal doorlopend proberen uit te breiden. De beoogde partners en daarbij behorende initiatieven zijn uitvoerig beschreven eerder in dit plan.

TERUGBLIK EN ZELFEVALUATIE PERIODE 2013 - HEDEN

CineCrowd is ontstaan toen producent Roel van de Weijer en regisseur Floris Parlevliet de handen ineen sloegen om de korte film *Morgen is alles beter* (2011) te maken. Ze wilden niet afhankelijk zijn van alleen de fondsen en besloten daarom op een, toen nog compleet nieuwe manier, geld bij elkaar te krijgen door crowdfunding. In de herfst van 2010 namen ze in de eerste najaarsstorm van het jaar een teaser op. In de daaropvolgende maanden werd de eerste versie van de CineCrowd website gebouwd.

Samen met twee andere projecten (*Woensdagen* van de regisseur Aaron Rookus en *Ceci n'est pas un rêve* van Amos Mulder) ging de website op 14 februari 2011 live. CineCrowd was geboren, het eerste Nederlandse crowdfundingplatform voor films. Vijf maanden later waren de eerste vijf films gefinancierd en de eerste schreden gemaakt naar wat het nu is: hét Nederlandse platform voor filmfinanciering door het publiek.

Inmiddels is de stichting veranderd van een organisatie die opereerde op nationaal, individueel niveau en beginnende filmmakers een platform bood, in een professionele, steeds meer internationale, organisatie voor derden die een platform biedt aan zowel beginnende als gevestigde makers.

De onderstaande terugblik fungeert als het gecombineerd jaarverslag van 2013 en 2014.

MISSIE, VISIE EN DOELSTELLINGEN 2013 - HEDEN

VISIE EN DOELSTELLINGEN

In het jaarverslag begin 2013 werd de visie als volgt beschreven: "CineCrowd biedt een platform, zonder winstoogmerk, waarmee professionele filmmakers hun eigen visie kunnen realiseren. De financiering van de projecten gebeurt dankzij het publiek en bedrijven". Dit is altijd de visie van de stichting gebleven en nog steeds bieden we filmmakers een platform waar ze hun eigen visie kunnen realiseren. Professionele filmmakers zijn vrij in datgene wat ze maken. Hierin begeleiden we de filmmakers, maar onze stem zal nooit doorslaggevend zijn. Het is het publiek dat uiteindelijk beslist of een productie bestaansrecht heeft.

Inmiddels dragen ook fondsen (VSB, BKKC, AFK) bij aan de crowdfunding. Zo kunnen filmmakers via CineCrowd sinds 2014 een aanvraag doen bij het AFK voor een bijdrage tot maximaal 2.500 euro, kunnen nieuwe makers bij het VSB fonds sinds eind 2015 een aanvraag doen voor een verdubbeling van het aantal donaties gedurende vijf dagen en kunnen Brabantse makers een aanvraag doen bij het BKKC voor een bijdrage tot 30% van hun streefbedrag.

AFK ondersteunde tussen 2014 en heden 30 projecten, BKKC 5 projecten en VSBFonds ook 5 films.

Begin 2013 luidde de doelstelling: "Het ondersteunen en bevorderen van de productie van (korte) speelfilms gemaakt door (startende) filmmakers". Toentertijd bestond de stichting twee jaar en waren er vijftig films gecrowdfund. Inmiddels zijn we weer bijna drie jaar verder, bestaat de stichting op 14 februari 2016 vijf jaar en zijn er in totaal 281 projecten succesvol gecrowdfund. CineCrowd heeft vanaf 2013 tot heden niet alleen de productie van films ondersteund en bevordert, maar initieert ook projecten en wil dit in de toekomst zelfs uitbreiden met het distribueren en exploiteren van de films.

MISSIE

De missie van CineCrowd werd begin 2013 tweeledig geformuleerd. Ten eerste wilden wij filmliefhebbers de kans bieden om betrokken te raken bij hun favoriete filmproject. Supporters krijgen kaartjes voor première, vermelding op de aftiteling of een bezoek aan de set. Hierdoor deelt iedereen in de passie van het filmmaken en wordt het proces van filmmaken transparanter.

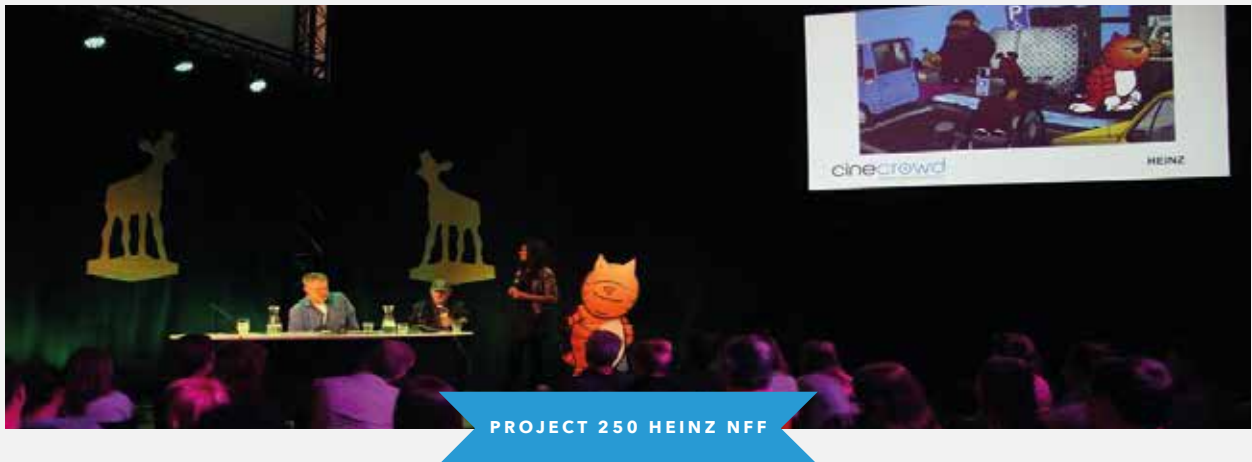
Ten tweede wilden wij filmmakers een kans bieden om hun droomproject te financieren en tegelijkertijd een publiek te creëren. Door middel van crowdfunding krijgt het publiek een kans om mee te werken, in de ups & downs te delen en, als het goed is, worden ze uiteindelijk de ambassadeur voor jouw film.

Onze missie is de afgelopen jaren verbreed door de samenwerkingen met fondsen, filmfestivals en organisaties als de VPRO, BIND en VERS. Hierdoor bieden we filmmakers naast een online platform ook een offline podium en verschaffen we filmmakers die crowdfunden de toegang tot een breder publiek.

BELEIDSVOORNEMENS

Het voornemen begin 2013 was dat het aantal projecten verdubbeld moest worden ten opzichte van het voorgaande jaar. Dit voornemen is in grote mate gerealiseerd, het aantal projecten steeg dat jaar met 124%. De twee jaar hierna steeg het aantal projecten met respectievelijk 12% en 26%.

AANTAL PROJECTEN 2011-2015	
JAAR	PROJECTEN
2011	16
2012	29
2013	65
2014	73
2015	92



In 2013 streefde CineCrowd ernaar om een serieuze financieringsbron te worden voor professionele filmmakers uit heel Europa. Inmiddels streven we ernaar om een financieringsbron te worden voor professionele filmmakers uit heel de wereld. Mede dankzij de samenwerking met het IDFA Bertha Fund melden steeds meer internationale filmmakers zich.

Begin 2013 werd de nieuwe website gelanceerd. Hiermee werd niet alleen de drempel voor zowel filmmaker als supporter verlaagd, maar creëerden we ook een platform voor onze partners. Eind 2014 is er wederom een nieuwe website ontworpen en gelanceerd. Door de grote toestroom aan projecten en bijbehorende websitebezoekers (bijna 20.000 unieke bezoekers per maand) voldeed de oude website niet meer. Daarnaast beogen we met het nieuwe design om het doneren zo makkelijk mogelijk te maken, projecten te kunnen uitlichten en een helder overzicht te kunnen geven van alle projecten die live staan of live hebben gestaan.

In 2013 begon CineCrowd met het aangaan van partnerships. In den beginne waren dit voornamelijk partners op filmgebied, van festivals tot filmscholen, echter streefden we er ook naar de eerste bedrijven te mogen ontvangen die mee wilden delen in deze nieuwe manier van filmmaken. Tussen 2013 en eind 2015 is het aantal partners aanzienlijk uitgebreid.

CineCrowd heeft partneXrships met de volgende organisaties: Hogeschool voor de Kunsten Utrecht, De Nederlandse Film en televisieacademie, Go Short, Imagine, Film by the sea, Nederlands Film Festival, ShortCutz, Cinesud, 48 hour film project, Het Amsterdams Fonds voor de Kunst, IDFA Bertha Fund, VSB Fonds, Brabants Kenniscentrum Kunst en Cultuur, HUMAN, Binger, VERS - De Ontmoeting (i.s.m. VPRO Dorst, BIND en 3LAB), Scriptbank, Hollandse film, Filmfonds, Breaking ground, Tribe of noise, Vevam en de Gemeente Amsterdam.

ARTISTIEK-INHOUDELIJKE ONTWIKKELINGEN 2013-HEDEN

CineCrowd staat open voor alle audiovisuele projecten van (professionele) filmmakers. Er zijn korte films, documentaires, speelfilms, videoclips, televisieseries, video-installaties en experimentele films gecrowdfund. Documentaires en korte films worden het vaakst gecrowdfund. In de tabel hieronder een overzicht van deze projecten.

SOORT	PROJECTEN	SOORT	PROJECTEN
ANIMATIE	08	SPEELFILM	21
DOCUMENTAIRE	114	TV SERIE	01
EXPERIMENTEEL	06	VIDEO INSTALLATIE	01
KORTE FILM	125		

De afgelopen jaren hebben we er naar gestreefd om kwalitatief sterke projecten van onafhankelijke professionele filmmakers te (co)produceren. Er is de mogelijkheid om voor zowel de pre-productie als de productie en de post-productie te crowdfunden.

We zijn er trots op dat ook gevestigde makers als Eddy Terstall, Heddy Honigmann en Robert-Jan Westdijk ons de afgelopen jaren wisten te vinden. Honigmann crowdfunde maar liefst twee projecten: de documentaires 'En op 'n goede dag' en '100UP'. Robert-Jan Westdijk wist het streefbedrag voor zijn nieuwste speelfilm 'Waterboys' te overtreffen en behaalde maar liefst 135%, €20.326,-. Eddy Terstall bedacht voor de crowdfunding van 'Deal' zo'n inventieve en succesvolle actie met de Twitflicks dat de donaties zelfs na de crowdfunding binnen bleven komen en hij uiteindelijk in plaats van een korte film de speelfilm 'Deal' maakte.

Een ander mooi voorbeeld is het project 'Burden of Peace' van Joey Boink en Sander Wirken. Zij behaalden mede door samenwerkingen met het AFK, Amnesty International, HUMAN en door een artikel in De Correspondent een eindbedrag van maar liefst €33.455,-: het hoogste bedrag dat ooit is gecrowdfund bij CineCrowd. Kers op de taart was de nominatie voor een Gouden Kalf in 2015. Het project 'Het einde van België' is een mooi voorbeeld van een project dat al tijdens het prille begin van het productieproces begon met crowdfunden. Door het gecrowdfunde bedrag kregen makers Sabine Lubbe Bakker en Niels van Koevorden de kans om verder research te doen voor hun documentaire. Uit hun zoektocht ontstond uiteindelijk de documentaire 'Ne me quitte pas' die bekroond werd met een Gouden Kalf tijdens het Nederlands Film Festival 2014.

PUBLIEKSBEREIK

CineCrowd heeft de afgelopen jaren meer naamsbekendheid verworven binnen de Nederlandse filmwereld. We kunnen stellen dat binnen de filmwereld inmiddels iedereen CineCrowd kent, maar ook de 'gewone' Nederlander raakt steeds meer bekend met het fenomeen crowdfunding en CineCrowd. Dit merken we dagelijks en lezen we af aan het groeiende aantal projecten dat wordt aangemeld en het websitebezoek. In vergelijking met 2013 zijn er in 2015 ruim 100.000 pagina weergaven meer en 50.000 unieke bezoekers meer.

JAAR	AANTAL PAGINAWEEGAVES	AANTAL UNIEKE GEBRUIKERS
2013	558.743	116.997
2014	652.964	229.564
2015	695.223	218.501

Vanzelfsprekend wordt het publieksbereik automatisch groter bij de lancering van elk nieuw project. Daarnaast wordt het publieksbereik groter door de samenwerking met fondsen, onze aanwezigheid tijdens en samenwerking met filmfestivals, het aangaan van partnerships en de media-aandacht. Deze samenwerkingen, maar ook de aanwezigheid van CineCrowd in het medialandschap proberen we dan ook aan te wakkeren. We zijn trots op de aandacht die CineCrowd en de CineCrowd projecten de afgelopen jaren hebben gekregen in onder andere geschreven pers als De Filmkrant, De Correspondent en The Hollywood Reporter, op radiostations als Radio 1 en FunX en in televisieprogramma's als Pauw en Hart van Nederland.

In het buitenland wordt CineCrowd steeds bekender. Ook hier geldt dat internationale projecten automatisch nieuwe internationale projecten opleveren. Zo is het aantal Vlaamse projecten aanzienlijk gestegen het afgelopen jaar en zagen we tijdens de projecten die we samen met het IDFA Bertha Fund initieerden elke keer een toename van het aantal internationale aanmeldingen.

VERBONDENHEID MET DE STAD AMSTERDAM

40% van de filmmakers die de afgelopen jaren succesvol hebben gecrowdfund bij CineCrowd is woonachtig in Amsterdam. Bijna al deze projecten kenden een Amsterdamse première.

CineCrowd streeft naar het (co-)produceren van kwalitatief sterke projecten die bijdragen aan de culturele diversiteit binnen de stad en aan het maatschappelijk debat. Een mooi voorbeeld van zo een project is Lading 200. Deze documentaire van Masha Novikova gaat over de Russische militairen die dagelijks sneuvelen in de niet-verklaarde oorlog in Oekraïne. Lading 200 ging op 29 april 2015 in première in De Balie. Door het nagesprek aansluitend op de film met de regisseur van de film en journalist Laura Starink werd het maatschappelijk debat belicht en had het Amsterdamse publiek de mogelijkheid om in gesprek te gaan over het onderwerp en met de maker en te debatteren over dit onderwerp. Ook de korte fictie film Home suite home is een mooi voorbeeld van een dergelijk project. Deze film van de Amsterdamse maker Jeroen Houben en producent Habbekrats werd aan het Amsterdamse publiek vertoond tijdens ShortCutz Amsterdam, ook hier kon het publiek in gesprek met de maker. Maar ook via bijvoorbeeld citizenMag Amsterdam werd de film al tijdens de crowdfunding onder de aandacht gebracht. Home suite home is daarnaast in première gegaan tijdens het Nederlands Film Festival en draait op dit moment op verschillende festivals.

SAMENWERKINGEN BINNEN AMSTERDAM

Om Amsterdamse projecten aan te trekken en de naamsbekendheid binnen Amsterdam te vergroten, werken we samen met verschillende Amsterdamse partijen. Eerder werd al de samenwerking met het Amsterdams Fonds voor de Kunst beschreven. Daarnaast werkt CineCrowd binnen Amsterdam structureel samen met onder andere IDFA, ShortCutz en VERS. Maar ook door bijvoorbeeld presentaties te geven op de Nederlandse Filmacademie of tijdens filmfestivals als KLIK! en Imagine probeert CineCrowd (Amsterdamse) makers aan te trekken. Tot slot heeft CineCrowd de afgelopen jaren ongeveer twee keer per jaar een workshop georganiseerd in Lab111, ook hier kwamen veel Amsterdamse makers op af en zorgde voor het vergroten van de bekendheid met crowdfunding voor film.

INTERNATIONALE ACTIVITEITEN

5% van de geslaagde CineCrowd projecten is internationaal. Van de internationale projecten is 54% geslaagd in 2015, 31% in 2014 en 15% in 2013. Het aantal internationale projecten is de afgelopen jaren dus sterk toegenomen. 31% van de internationale makers komt uit België. Dit is mede te danken aan de presenties die CineCrowd de afgelopen jaren heeft verzorgd tijdens Docville Leuven en het Internationaal Kortfilmfestival Leuven. Daarnaast heeft de samenwerking met IDFA Bertha Fund de afgelopen jaren vier projecten opgeleverd. Deze projecten zijn aangedragen en extra ondersteund door het fonds.

Het is gebleken dat het moeilijker is om filmmakers in het buitenland te begeleiden. Het vergt meer begeleiding doordat er niet face-to-face kan worden gesproken met de filmmakers. Hier hebben we van geleerd en het lukt ons beter om op afstand deze makers te begeleiden, o.a. door skype gespreken op te zetten met deze makers en door filmmakers die in Amsterdam zijn tijdens de IDFA Summer School, NFF of IFFR al vroegtijdig te ontmoeten. Bij de laatste twee

projecten die samen met IDFA gestart zijn is de communicatie hierdoor heel soepel verlopen. We merken deze verbeteringen op in het gestegen succespercentage van 15% naar 54%.

ORGANISATORISCHE EN FINANCIËLE ONTWIKKELINGEN

CineCrowd heeft altijd bestaan zonder subsidie. Dit was (mede) mogelijk doordat de overheadkosten laag zijn gehouden door onbezoldigde medewerking van penningmeester, accountant en door het ontwikkelen van een sterk bestuur en een sterke raad van advies met een groot netwerk. Door de samenwerking met fondsen handzamer geworden voor filmmakers om een hoog streefbedrag te behalen, hierdoor gaat er een hogere fee naar CineCrowd en kan CineCrowd hogere opbrengsten behalen uit de projecten. Dit geldt ook voor de samenwerkingen met bijvoorbeeld pers en filmfestivals. Hierdoor bereiken de projecten een groter publiek en behalen ze (vaak) een hoger eindbedrag.

Een andere stap naar volumegroei is midden 2015 gezet met het nieuwe product CineCrowd PLUS. Bij de negen projecten die onder deze vlag zijn gefinancierd, gaat het om bedragen die hoger liggen dan gemiddeld, tussen de €15.000 en €20.000. CineCrowd ontvangt bij deze projecten 20% commissie in plaats van de reguliere 10%. In ruil daarvoor krijgen de filmmakers extra ondersteuning bij het campagnevoeren. 100% van deze projecten heeft het streefbedrag gehaald.

EIGEN INKOMSTEN

In 2013 ontving CineCrowd geen subsidies en was het percentage eigen inkomsten 100%. In 2014 was het percentage eigen inkomsten 78%. Dat jaar ontvangen we voor het eerst een bijdrage van het Amsterdams Fonds voor de Kunsten van € 50.000,- dat bestemd was voor investeringen in filmprojecten. 10% van dat bedrag kwam ten goede aan CineCrowd als standaard organisatie fee op geslaagde campagnes.

BEDRIJFSRISICO'S

CineCrowd heeft enkel inkomsten uit de 10% of 20% fee die we ontvangen als een project succesvol is. Ten gevolge hiervan hebben we op dit moment slechts middelen om vier medewerkers (inclusief de stagiair) in (parttime) dienst te hebben. Doordat we genoodzaakt zijn om met dit kleine team te werken, blijven veel toekomstplannen op de plank liggen. Er is nu simpelweg te weinig personeel en dus te weinig tijd om de plannen, zoals hier beschreven, uit te kunnen voeren. De toename van projecten konden we in de afgelopen jaren en zeker in het afgelopen jaar net aan, de tijd en mankracht om groei aan te wakkeren is schaars.

Om de grotere CineCrowd PLUS projecten te kunnen blijven aannemen, hebben we eind 2015 een freelancer betrokken bij de organisatie die samen met onze projectmedewerker de filmmakers begeleidt heeft. Doordat deze freelancer en ook onze medewerker betaald krijgen uit de 10% extra fee die we bij dit soort projecten ontvangen, blijven de kosten van CineCrowd laag en beheersbaar. Tevens zijn we op deze manier in de gelegenheid om grotere projecten aan te nemen en intensief te begeleiden.

LANGE TERMIJN INVESTERINGEN

Tussen de start van de stichting in 2011 en nu heeft CineCrowd tot twee keer toe geïnvesteerd in een nieuwe website. Deze investeringen zijn gefinancierd met eigen inkomsten. Het doel hiervan was om de partners een plek te geven op de website, om op een overzichtelijke, aantrekkelijke manier inzicht te kunnen geven in de grote hoeveelheid projecten en om de benodigde handelingen voor zowel de filmmaker als de supporter zo simpel mogelijk te maken. Zo is het door de aanpassingen die gedaan zijn voor ons nu mogelijk om vanaf het moment dat iemand een project aanmaakt, en bijvoorbeeld alleen een titel en een synopsis invult, al contact op te nemen met de filmmaker en hem of haar zodoende optimaal en vanaf de start te kunnen begeleiden. Andere extra features zijn de slideshow en de staffpicks. Hierdoor kunnen we respectievelijk filmische stills in hoge resolutie weergeven en onze favoriete projecten uitlichten. Tot slot is het voor filmmakers makkelijker gemaakt om hun project zowel in het Nederlands als in het Engels aan te maken. Bezoekers met een Nederlandse browser komen automatisch op de Nederlandse pagina, bezoekers met een buitenlandse browser zien automatisch de Engelse pagina. Tevens is het door het 'vlaggetje' simpel om van taal te switchen.

Tevens is er de afgelopen jaren geïnvesteerd in werkruimte. Sinds de oprichting in 2011 is CineCrowd maar liefst vijf keer verhuisd. Er is een ontwikkeling te zien van anti-kraakpanden naar een creatieve broedplaats zonder vergaderruimte naar een eigen kantoor met een ontvangstruimte en nu een centraal gelegen kantoor in de Amsterdamse binnenstad waar filmmakers ontvangen en begeleid kunnen worden. We trachten de kosten van de werkruimte zo laag mogelijk te houden en zijn daarom altijd op zoek naar plekken die ook op creatief gebied een verrijking zijn.

TOELICHTING DIGITAAL AANVRAAGFORMULIER: ACTIVITEITEN EN BEZOEKEN

PRODUCERENDE ACTIVITEITEN

In totaal gaan we uit van 8 eigen producties en 2 coproducties. De acht eigen producties zijn CineCrowd LIVE (3 keer), het AICF (1 keer, drie dagen) en de workshops (4 keer). Daarnaast verwachten we twee keer per jaar een coproductie te kunnen presenteren, zoals we nu al doen met VERS Film & TV in de vorm van het filmproject De Ontmoeting. Zoals hierboven beschreven zijn we met vele partijen inmiddels in gesprek over dergelijke projecten en kan dit aantal meer worden dan het nu genoemde aantal van twee.

Het aantal genoemde digitale bezoekers is het totaal aantal, dus uniek en terugkerend. Het gaat hierbij dus om absolute bezoeken.

PRESENTERENDE ACTIVITEITEN

Hieronder scharen wij het Amsterdam International Crowdfund Filmfestival en CineCrowd LIVE en ons Video on Demand kanaal.

Bij de digitale bezoekers staat het aantal uitvoeringen voor het aantal beschikbare films en het aantal bezoeker voor de views die in totaal voor de beschikbare films wordt verwacht.

TALENTONTWIKKELING

De in het digitale aanvraagformulier genoemde cijfers hebben betrekking op de stagiaires die wij jaarlijks bij ons de kans geven ervaring op te doen. Alle overige toekomstige projecten, coproducties en initiatieven, zoals onze crowdfund-workshops, zullen altijd een focus hebben op talentontwikkeling, echter is het nu nog te vroeg om daar concrete cijfers aan te koppelen.

TOELICHTING DIGITAAL AANVRAAGFORMULIER: KWANTITATIEVE PERSONEELSGEGEVENS

Vier medewerkers zullen een full time dienstverband hebben, zijnde de artistiek leider, zakelijk leider en de twee projectmedewerkers. Op inhuurbasis zullen diverse medewerkers ingehuurd worden voor CineCrowd BLOG (2, part time), de moderators voor het filmfestival en de CineCrowd LIVE avonden, alsmede freelancers voor de productie en assistentie bij de organisatie van het filmfestival. Dit is op voorhand niet goed uit te drukken in fte's, met de aantekening dat de medewerkers die worden ingehuurd voor het festival hier kortstondig full time aan werkzaam zullen zijn.

TOELICHTING DIGITAAL AANVRAAGFORMULIER: SPREIDING VAN ACTIVITEITEN

Ons kantoor is gevestigd in het centrum en daar zullen we in principe de meest workshops houden, maar zullen soms ook uitwijken naar andere locaties. Eerder deden we dat al naar A-Lab in Noord en naar LAB111 in West. LAB111 is een potentiële kandidaat voor de CineCrowd LIVE avonden, maar we houden de mogelijkheid open om dit ook op andere locaties te organiseren, dan wel steeds een wisselende locatie te hebben hiervoor. De voorkeur zal echter uitgaan naar een vaste locatie. Voor het filmfestival heeft EYE in Noord onze voorkeur, maar ook hier geldt de regel dat het uiteindelijk moet passen binnen ons budget en de strategische partnerships die we hieromtrent kunnen sluiten.