



Evaluatie  
Leiden International Film  
Festival 2017

**MUST-SEE FILMS WITH SO MUCH MORE**



*liff*

**LEIDEN  
INTERNATIONAL  
FILM FESTIVAL**

**27 OCT  
5 NOV 2017**

# 1. Inleiding

De twaalfde editie van het LIFF stond in het teken van de verdieping en verbreding, zowel van het filmaanbod als van de bezoekersaantallen. Het LIFF mocht over 2017 in totaal 39.000 bezoeken verwelkomen op onze activiteiten, 3.000 meer dan in 2016. Deze groei had een aantal oorzaken: de introductie van een nieuwe website en ticketsysteem, een succesvolle pilot met Early Bird tickets, de eerdere aanvang van het doordeweekse programma en een effectieve online campagne gericht op omliggende steden in de randstad. Het percentage bezoekers van buiten Leiden groeide van 34 naar 53%. Ook het aandeel van de Cinevillebezoekers steeg aanmerkelijk, 40% van de tickets werd aan Cinevillepashouders verkocht.

Deze continuering van de groei van het festival en van het aandeel bezoekers van buiten Leiden sterkt ons in ons vertrouwen dat er nog veel groeipotentie is voor het LIFF en dat wij ons de komende jaren verder kunnen blijven ontwikkelen. De groei van Leiden als filmstad blijkt ook uit de twee nieuwe bioscopen die de komende jaren door onze partner Bioscopen Leiden gebouwd gaan worden: een nieuwe arthousebioscoop op het Lammermarktplein (2019) en een nieuwe megabioscoop bij het Stationsplein (2021). Het aantal beschikbare bioscoopstoelen en het aanbod aan zalen zal hierdoor flink toenemen. Ook hier zien wij veel mogelijkheden om de continue groei die het LIFF de afgelopen jaren heeft doorgemaakt in de toekomst voort te kunnen blijven zetten.

Dit doen wij door ons voornamelijk te richten op de diversiteit en onderscheidenheid van ons programma. Voor het festival richten wij ons op een diverse doelgroep door middel van een toegankelijk en uitdagend programma. Reguliere film liefhebbers dagen wij uit over hun grenzen te kijken, en doorgewinterde cinefielen ontdekken bij ons parels uit de internationale arthousewereld. Door beide doelgroepen niet te negeren hebben wij een breed publiek dat bestaat uit bezoekers die alle filmfestivals in Nederland afgaan, maar ook bezoekers die op LIFF voor het eerst een filmfestival bezoeken en hier worden gestimuleerd vaker naar vernieuwende films te gaan.

Hieronder zullen wij eerst meer vertellen over het programma van deze editie en ingaan op de activiteiten van ons educatieplatform. Vervolgens komen de PR en marketing van het festival en tenslotte de organisatie en financiering aan bod.



## 2. Programma

Het programma van de twaalfde editie van het Leiden International Film Festival stond dit jaar in het teken van verdieping en verbreding. Doordat de programmering doordeweeks eerder begon dan voorgaande jaren kon het aantal filmvertoningen flink worden uitgebreid. Deze uitbreiding was vooral zichtbaar in de toename van het aantal films buiten distributie, wat bijdroeg aan de onderscheidenheid van het festival.

Naast terugkerende programma's zoals de American Indie Competition, Panorama, REEL China en Science & Cinema, werden nieuwe samenwerkingen aangegaan met andere culturele instellingen: onder andere de Hortus Botanicus, het Rijksmuseum van Oudheden en filmfestival Imagine. In de Stadsgehoorzaal werd een festivalcentrum ingericht, waar het eveneens nieuwe Virtual Reality programma was te zien en waar tevens ruimte was voor een diverse randprogrammering. Deze bestond onder andere bestaande uit de tweede editie van de conferentie Brave New World en verschillende muzikavonden. Tot slot waren er speciale eenmalige vertoningen en was er ook aandacht voor lokaal talent, wat het programma al met al tot een eclectisch geheel maakte.

### 2.1 De kern

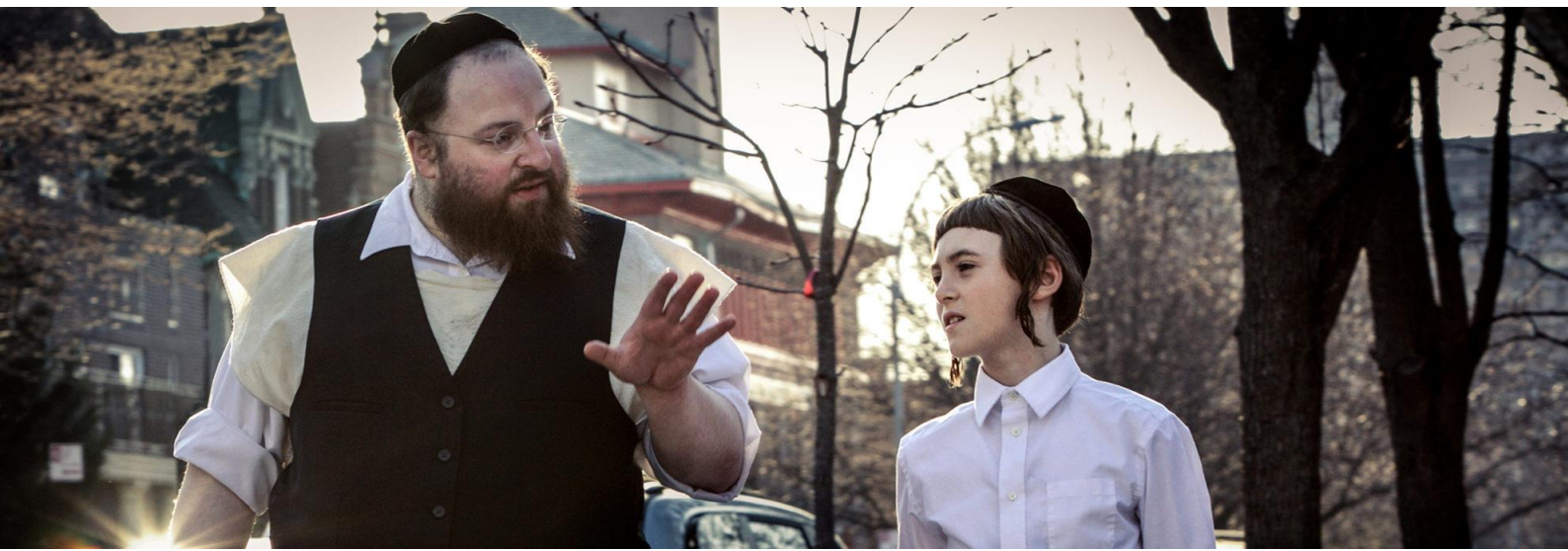
#### 2.1.1 American Indie Competitie

De American Indie Competitie vierde dit jaar haar lustrum met een selectie van 11 bijzondere en afwisselende films van talentvolle Amerikaanse filmmakers. Slechts twee van de geselecteerde films krijgen een landelijke release in de Nederlandse bioscopen, wat de onderscheidendheid van het programma en de meerwaarde voor het Nederlandse filmlandschap onderstreept.

'Indies' zijn films die onafhankelijk van het grote geld van de Hollywoodstudio's geproduceerd worden en die vaak een eigenzinniger en persoonlijker verhaal vertellen, waarbij in veel gevallen de regisseur ook zelf verantwoordelijk is geweest voor het script.

Naast de continue aanwas van nieuw talent is het LIFF ook bijzonder trots om als festival en competitie mee te groeien met makers die in eerdere jaren op het festival een podium werd geboden. Bijna de helft van de filmmakers in de American Indie Competitie van 2017 is ook in Leiden geweest met hun vorige project, wat niet alleen aangeeft dat de filmmakers een binding met het festival hebben ontwikkeld, maar ook dat ze films blijven maken, vaak met nog meer filmische en financiële middelen tot hun beschikking om hun visie en ambitie te kunnen verwezenlijken.

Filmmakers zoals Alex Ross Perry en David Lowery hebben op die manier een eigen stem en identiteit binnen het filmlandschap verworven, en hebben op die manier ook een terugkerend publiek opgebouwd. En drie jaar nadat de korte film van Dustin Guy Defa op het LIFF te zien was in de American Indie Shorts Competition, werd de lange versie van dezelfde film op het festival vertoond. Deze voorbeelden tonen de absolute meerwaarde van het cultiveren en ondersteunen van talent aan. De film Menashe van Joshua Weinstein won uiteindelijk de LIFF publieksprijs met een score van 4.15 (op een schaal van 1 tot 5).



### 2.1.2 Panorama

Van alle programma's op het LIFF is het Panorama programma verreweg het grootste en meest diverse. Hier kan het publiek zowel voorpremières van de films van 's werelds beroemdste filmmakers en filmsterren vinden (Haneke, Clooney, Lanthimos, Ramsay, Denis), maar zijn ook veel onbekende parels van de wereldcinema te zien, die in Nederland alleen tijdens het LIFF in de bioscoop vertoond worden. Juist die laatste categorie is door de groei van het festival in de laatste jaren sterk toegenomen, wat de onderscheidendheid en diversiteit van het programma ten goede komt. Ondanks die verscheidenheid hebben de films wel een gemeenschappelijk karakter: het zijn voornamelijk cross-over films, films op het grensvlak tussen arthouse en commercieel.

Het Panorama programma kan onderverdeeld worden in twee soorten films:

#### Avant-premières

De voorpremières in het Panorama bieden het publiek de kans om als eerste films te zien die pas later een landelijke release in de bioscopen zullen krijgen. Dit zijn onder andere grote voorpremières van films van gevestigde namen, maar er wordt juist ook gefocust op de kleinere arthouse producties, die vaak maar in enkele steden of voor beperkte tijd te zien zullen zijn. Juist deze films verdienen het om extra onder de aandacht van het grote publiek te worden gebracht.

#### Films buiten distributie

De andere categorie in het Panorama programma is 'Films buiten distributie'. Deze films zullen geen landelijke release krijgen en zijn in veel gevallen alleen op het LIFF in de bioscoop te zien. Doordat wij ons steeds meer op deze films richten in de programmering wordt het LIFF-programma niet alleen onderscheidender, maar bieden wij onze bezoekers de gelegenheid om op een cinematografische ontdekkingsreis te gaan en in aanraking te komen met films die ze anders nooit zouden zien.

### 2.1.3 Science & Cinema

Het Science & Cinema programma is al jaren een plek waar film, wetenschap en publiek samenkomen en waar een brug wordt geslagen tussen wetenschap en kunst. In het programma wordt bij een diverse selectie films populairwetenschappelijke inleidingen verzorgd door een even divers aanbod aan sprekers en wetenschappers. Door deze inleidingen worden de onderwerpen die de films behandelen zodanig van toelichting voorzien, dat de bezoekers met andere ogen naar de films gaan kijken.

De samenwerking met Stichting Toekomstbeelden der Techniek in kader van het Science & Cinema programma werd dit jaar voortgezet. Tevebs werd een nieuwe samenwerking aangegaan met Museum Naturalis. Voorafgaand aan een speciale vertoning van Sneeuwwitje bracht Naturalis een deel van hun gloednieuwe tentoonstelling 'GIF!' naar het festival om kinderen de gelegenheid te geven meer te leren over gif en zelf(s) ook het een en ander te proeven!



## 2.2 Terugkerende LIFF programma's

Naast de American Indie Competitie, het Panorama en het Science & Cinema programma zijn er ook een aantal kleinere programma's die jaarlijks op het LIFF te zien zijn.

### 2.2.1 REEL China

Films die in China goed bezocht worden zijn voor een groot gedeelte internationale blockbusters zoals Star Wars en superheldenfilms die wereldwijd massaal gezien worden, maar juist ook Chinese films die in tegenstelling tot hun Amerikaanse tegenhangers niet de hele wereld over gaan. Deze nationale films die het in China goed doen, zeg maar de Chinese blockbusters, zijn internationaal vaak zelden te zien. In REEL China proberen wij, in samenwerking met het Confucius Instituut, een selectie van de beste en meest bezochte films van China samen te stellen en op die manier een podium te bieden aan deze onderbelichte en ondergewaardeerde selectie films. In 2017 werden de volgende films vertoond: Our Time Will Come, Big Fish & Begonia, Duckweed en Operation Mekong.

### 2.2.2 Lux Film Prize

Het LUX Film Prize programma bestaat uit de beste Europese films van het afgelopen jaar. De films zijn met uiterste zorg geselecteerd door het Europees Parlement en zijn stuk voor stuk films die een unieke kijk geven op politieke en sociale vraagstukken die nu leven in Europa. De uiteindelijke selectie wordt in elk land van de EU in een speciaal programma vertoond. Wij zijn er trots op dat het LIFF al jaren het Nederlandse podium mag zijn voor dit uitstekende initiatief. Dit jaar vertoonden we in het Lux Film Prize programma de films 120 BPM, A Ciambra en Sami Blood.

### 2.2.3 Shorts: American Indie, Cinema Brewer's Shorts Selection & Best of Lisfe

Net als voorgaande jaren vertoonde het LIFF verschillende selecties van korte films. Allereerst programmeerde het LIFF wederom een selectie American Indie Shorts. Vaak zijn korte films de eerste opstapjes van filmmakers naar langere projecten. Het doel van dit programma is om jonge, talentvolle Amerikaanse filmmakers nog eerder op de radar te krijgen en het Nederlandse publiek met hun allereerste korte films in aanraking te brengen. Dit vanuit de gedachte dat zij vervolgens ook met hun volgende speelfilms makkelijker de weg naar Leiden weten te vinden. Dat dit mogelijk is bewees de film Person To Person, een korte film die een aantal jaar geleden als korte film in Leiden te zien was. De lange, speelfilmversie van de film maakte dit jaar onderdeel uit van de American Indie Competition.

Vorig jaar ontstond er een samenwerking tussen het LIFF en Cinema Brewers, een Amsterdamse brouwerij die filmische biertjes maakt en een sterke affiniteit heeft met korte films. De International Shorts Competitie werd omgedoopt tot Cinema Brewers Shorts Selection en Cinema Brewers stelde een prijs van €2500,- beschikbaar voor de winnende film. Naast het bieden van een podium voor talentvolle filmmakers kan het LIFF hierdoor beginnende filmmakers ook financieel ondersteunen in hun prille carrière.

Voor het programma 'Best of LISFE' werd net als eerdere edities samengewerkt met de Leiden International Short Film Experience. Dit filmfestival voor korte films, dat in het voorjaar plaats vind, selecteerde de beste korte films uit hun eigen programma en vertoonde deze op het LIFF.



## 2.3 Speciale programma's en vertoningen

Het LIFF wil als filmfestival meer bieden dan film alleen, en ook dit jaar werd er ingezet op bijzondere vertoningen, speciale premières en samenwerkingen met verschillende culturele partijen. Dit resulteerde onder andere in een aantal themaprogramma's op bijzondere locaties, een conferentie, een Virtual Reality programma, een samenwerkingsverband tussen het LIFF en genrefestival Imagine en een unieke première waarin film, muziek en live-dialogen gecombineerd werden.

### 2.3.1 Festivalcentrum in de Stadsgehoorzaal

Één van de bovengenoemde samenwerkingen met andere partijen was die tussen het LIFF en de Stadsgehoorzaal, waar dit jaar voor de derde keer de opening van het festival plaatsvond. Het festival opende dit jaar met de Nederlandse première van *Suburbicon*, de nieuwe film van George Clooney. De samenwerking met de Stadsgehoorzaal werd dit jaar geïntensiveerd, door hier gedurende het hele festival het festivalcentrum te huisvesten. De Stadsgehoorzaal bood plaats aan de centrale festivalkassa, de conferentie *Brave New World*, het nieuwe het Virtual Reality programma en tenslotte ons festivalcafé, met themafeesten, bijzondere aankleding en een diverse randprogrammering.

### 2.3.2 Summer Special in de Hortus Botanicus

Een andere samenwerking die werd voortgezet was die met de Hortus Botanicus. Één van de hoogtepunten van het vorige festival was de selectie junglefilms die daar in de tropische kas werden vertoond. Dit jaar bood de Hortus plaats aan de jaarlijkse Summer Special, die in de zomer door noodweer helaas geen doorgang kon vinden op het Pieterskerkplein. Gelukkig bood de Hortus een bijzonder en sfeervol alternatief, doordat de bezoekers in de tropische kas alsnog in zomerse sferen van een verlate Summer Special konden genieten.

### 2.3.3 Speciaal programma in het Rijksmuseum van Oudheden

Samen met de Hortus Botanicus was de meest bijzondere locatie van het LIFF dit jaar het Rijksmuseum van Oudheden. In het kader van hun nieuwe tentoonstelling *Nineveh* werd een prachtige selectie van documentaires en speelfilms vertoond in het museum, wat de lading en sfeer van de geselecteerde films extra bijzonder maakte. De films werden geprojecteerd op een tweeduizend jaar oude Egyptische tempel. Naast twee documentaires werd ook de jongere bezoeker bediend door een bijzondere jubileumvertoning van *Alladin*, voorafgegaan door een inleiding over *1001 Nacht*.



### 2.3.4 Brave New World: how will the future impact human life

Het LIFF hecht sterk aan interdisciplinaire samenwerking. Dit kwam tot uiting op 2 en 3 november op Brave New World, een interdisciplinaire conferentie waarbij cultuur werd ingezet om de maatschappelijke impact van technologie op vernieuwende wijze te behandelen.

Brave New World bracht de meest provocatieve, creatieve, innovatieve en invloedrijke denkers samen op een tweedaags festival waar we samen wilden ontdekken wat de toekomst voor ons in petto heeft en hoe het vooruitzicht van deze toekomst onze hedendaagse samenleving beïnvloedt. De focus lag tijdens Brave New World niet op de technologische details van innovaties, maar op de ethische en sociale impact van moderne technologieën op de mens en onze samenleving. Het waren twee inspirerende dagen vol hedendaagse vragen, internationale topsprekers, verrassende kunstinstallaties en interactieve workshops.



### 2.3.5 48Hour Film Project: The Brave New VR-edition

Voor de conferentie Brave New World werd een samenwerking aangegaan met het 48Hour Film Project. De conferentie werd elke dag afgesloten met een workshop 'collaborative storytelling', waarin sprekers én deelnemers, geïnspireerd door Brave New World in een proces van co-creatie met filmmakers een script schreven voor een korte sciencefictionfilm. Dat leverde per dag twee filmscripts op waarin de toekomstbeelden en adviezen van de aanwezigen werden verwerkt. Aan de hand van deze scripts produceerden twee teams van filmmakers binnen 48 uur twee korte Virtual Reality films die vervolgens op het Leiden International Film Festival in première gingen. De films zijn te bekijken op het YouTube kanaal van het 48Hour Film Project: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLIFKL4EUJH17mdi150sCu-yvo2pq1dBw6&app=desktop>.

### 2.3.6 Virtual Reality-competitie: VR the future

Het LIFF programmeerde dit jaar voor het eerst een gloednieuw virtual reality-programma. De ontwikkelingen op het gebied van VR gaan razendsnel. Mede in het kader van onze conferentie Brave New World, waar de maatschappelijke impact van nieuwe technologieën op de agenda stond, mocht een nieuwe, zich snel ontwikkelende technologie als VR niet ontbreken. Tijdens veel filmfestivals waren al demonstraties van VR-films te bezichtigen, om bezoekers de laatste stand van zaken van de technologie te presenteren. Er was in Nederland echter nog geen festival dat een internationale VR-competitie presenteerde, waarin filmmakers vanuit de gehele wereld hun films kunnen inzenden en waarbij een winnaar wordt gekozen. Het LIFF sprong graag in deze lacune en bood internationale VR-filmmakers een podium om hun kunsten te vertonen. Hierbij werd vooral geselecteerd op films die op innovatieve wijze de grenzen van het medium verkennen en op een inhoudelijke wijze (in dienst van de vertelling en de kijkervaring) de nieuwe mogelijkheden en perspectieven van VR onderzoeken.



### 2.3.7 Nordic Watching

Gezien het wederom grote aanbod van kwalitatief hoogstaande Scandinavische films en het succes van het Scandinavische programma twee jaar geleden, werd er dit jaar wederom een 'Nordic Watching'-programma samengesteld. In het programma was het beste van de Scandinavische cinema van het afgelopen jaar te zien. De selectie films gaf een mooi beeld van de diversiteit van de Scandinavische cinema en van de adembenemende natuur, de intrigerende karakters en het unieke gevoel voor humor die expliciet of impliciet in veel Scandinavische films te vinden zijn.

### 2.3.8 Samenwerking met Imagine

Imagine is een genrefestival dat jaarlijks plaatsvindt in EYE in het voorjaar dat, ondanks de duidelijke verschillen met het LIFF, ook overlappende interesses heeft. Er werd dit jaar besloten de krachten te bundelen en op beide festivals gezamenlijke themaprogramma's te organiseren. Dit resulteerde op het LIFF in een bijzondere avond, waar achtereenvolgens drie films vertoond werden die het beste van beide festivals combineerden. Een wat beide partijen betreft geslaagd experiment dat in april herhaald zal worden op Imagine.

### 2.3.9 Matteo Myderwyk meets Fantastic Planet

Naast al deze speciale locaties, nieuwe samenwerkingsverbanden en bijzondere films was misschien wel de meest bijzondere vertoning op het LIFF die van Fantastic Planet. Speciaal voor het LIFF had pianist Matteo Myderwyk een compleet nieuwe begeleiding gecomponeerd bij deze animatieklassieker uit 1973, welke op het LIFF voor het eerst ten gehore werd gebracht. Maar dat was niet alles: toneelgroep Al Dente verzorgde live de dialogen van de film (gebaseerd op de Nederlandse ondertitels), wat resulteerde in een bijzondere mix van beeld, muziek en geluid, die alleen op het LIFF in deze unieke samenstelling te zien was.





## 3. Educatie

Een belangrijke pijler van het LIFF is ons educatieplatform The Young Kieslowski. Met dit educatieve platform beoogt het festival scholieren meer bij te brengen op het gebied van filmtechnieken, filmtheorie en mediawijsheid. We leven in een samenleving die steeds meer aan het ontwikkelen is naar een beeldcultuur. In dat kader is het volgens het LIFF ook belangrijk om de jongere generaties de taal van het bewegende beeld bij te brengen. Het LIFF gaf in 2017 op drie manieren invulling aan haar educatieve missie: filmvertoningen voor scholieren tijdens het festival, lessen in beeldtaal en film- en mediawijsheid en filmpraktijk door het jaar heen en door het Scholieren Filmfestival, een filmfestival volledig georganiseerd door leerlingen van meerdere Leidse middelbare scholen.

### 3.1 Lessen en workshops

Door het jaar heen heeft het LIFF een educatief platform dat zich bezig houdt met gastlessen, workshops, vertoningen en lessenseries. Het afgelopen jaar hebben 9 middelbare scholen in de Leidse regio educatief aanbod van het LIFF afgenomen. Dat verschilde van gastlessen over film, beeldtaal en mediawijsheid voor CKV of Maatschappijleerklassen, tot workshops over het maken van documentaires, promofilms, fictiefilms, stop-motionfilms en een 'remake' workshop, waarbij groepjes leerlingen een beroemde scène dienden na te spelen en te herinterpreteren. Met deze lessen en workshops hebben we in totaal rond de 1500 leerlingen bereikt.

### 3.2 Scholierenvertoningen

Al jaren nodigen we lokale middelbare scholen uit om tijdens het LIFF naar het festival te komen voor speciale scholierenvoorstellingen. In samenwerking en overleg met verschillende scholen uit de regio programmeert het LIFF films die aansluiten op de leerstof en geïntegreerd kunnen worden met de kerndoelen van de scholen. Ook bieden we korte, inleidende lessen aan voorafgaand aan de vertoning en geven we extra informatie, opdrachten en lesmateriaal zodat de vertoning niet slechts een eenmalig leuk uitje is, maar geïntegreerd kan worden met het lesmateriaal.

### 3.3 Het Scholieren Filmfestival

Het Scholieren Filmfestival is een meerdaags filmfestival dat grotendeels georganiseerd wordt door middelbare scholieren. Het festival duurde in 2017 vijf (school)dagen en vond plaats in de Leidse bioscopen. Het is een bijzonder project, omdat geen enkel meerdaags filmfestival in Nederland zo nadrukkelijk georganiseerd is door scholieren, voor scholieren.

Samen met elkaar organiseerden de leerlingen van de verschillende scholen in nauwe onderlinge samenwerking een compleet filmfestival dat niet alleen door ruim 5500 middelbare scholieren van de deelnemende scholen werd bezocht, maar in de avond ook voor het algemene publiek toegankelijk was. De organiserende leerlingen waren verantwoordelijk voor alle aspecten van het organiseren van een cultureel evenement: van programmering en PR tot sponsoring; van het aankleden van de festivallocaties tot het maken van posters, een festivaltrailer, en het ontwerpen en programmeren van de website.

### 3.3.1 Veranderingen

De voornaamste veranderingen ten opzichte van de editie van 2016 was dat er dit jaar nog meer nadruk werd gelegd op het educatieve aspect van het festival. Er waren meer inleidingen en sprekers, onder andere door een samenwerking met de opleiding Film- en Literatuurwetenschappen van de Universiteit Leiden (als aanvulling op een netwerk van sprekers met geruime ervaring, bestaande uit hoogleraren en wetenschappers). Daarnaast hebben we door een samenwerking met Moviezone een les 'filmkijken voor Dummy's' gemaakt, een filmpje van 20 minuten dat op elke school tijdens lesuren vertoond en nabesproken is. Hierdoor kregen alle leerlingen een korte introductie in de taal van het bewegend beeld.

Ook hebben de scholen dit jaar de reikwijdte het festival binnen de school uitgebreid door voor en na de screenings workshops en masterclasses te organiseren. Dit jaar waren er twee filmmakers die hun korte film hebben vertoond en daarna een masterclass hebben gegeven aan de bovenbouwleerlingen. Ook werden de films nog meer verankerd in de bestaande lesstof van de scholen.

### 3.3.2 Evaluatie

Wij hebben met alle scholen geëvalueerd en zij waren erg positief over het festival. Ze bleken enthousiast over het nieuwe lesmateriaal dat we via Moviezone konden aanbieden en prezen de vlekkeloze organisatie van de opening en de festivaldagen. Alle scholen gaven blijk van de intentie om het festival volgend jaar een vervolg te geven. De meeste scholen hebben de deelname aan de editie van 2018 ondertussen ook al bevestigd.

Het belangrijkste verbeterpunt was op het gebied van de communicatie van en met de scholen. Elke school heeft een andere organisatiestructuur, dus het is lastig daar één plan voor te maken. Op de festivaldagen was heel duidelijk merkbaar welke scholen de opzet en invulling van de samenwerking goed en helder naar het personeel hadden gecommuniceerd en welke niet. We moeten dus op zoek naar een nog intensievere samenwerking, specifiek ook m.b.t. de interne communicatie binnen de scholen, zodat we niet voor verrassingen komen te staan.

### 3.3.3 Ontwikkeling

Gezien het succes van het festival zullen wij het concept de komende jaren in grote lijnen ongewijzigd laten. Wel willen wij nog meer de nadruk leggen op het bieden van educatieve verdieping. Idealiter worden op termijn alle films ingeleid en wordt de samenwerking met Moviezone nog sterker, zodat we alle leerlingen nog meer en beter kunnen bereiken in de aanloop naar het festival. Verder zal het festival in 2018 worden uitgebreid naar Den Haag, waar wij een pilotversie zullen organiseren waarmee wij de schaalbaarheid van het festival gaan onderzoeken. Indien succesvol zullen wij het festival laagdrempeliger kunnen aanbieden aan scholen in de regio en hopelijk zo nog meer scholen bij het festival betrekken.



## 4. PR en marketing

### 4.1 Pijlers 2017

De afgelopen jaren is het Leiden International Film Festival uitgegroeid tot een van de belangrijkste filmfestivals van Nederland. Was het festival in 2006 nog een lang weekend, tegenwoordig duurt het festival tien dagen en komen bezoekers van steeds verder weg naar Leiden voor het festival. Op drie belangrijke pijlers hebben we de afgelopen editie speciaal ingezet:

1. Bouwen aan LIFF als het vierde filmfestival van Nederland, niet alleen in bezoekersaantallen, maar vooral in bekendheid en invloed in de (inter)nationale filmindustrie

Door middel van een speciale landelijke campagne hebben wij extra ingezet op de landelijke naamsbekendheid van het festival. Met de campagneslogan "You're So Close" lieten wij zien hoe snel en gemakkelijk men vanuit het hele land naar Leiden kan reizen. De centrale ligging van de stad en de diversiteit van het programma maken het festival immers een ideale kandidaat voor flinke groei. Promotiemateriaal is verspreid in relevante bioscopen in Nederland, en online is heel gericht geadverteerd om deze resultaten ook goed meetbaar te maken. Dat heeft gewerkt: wij konden meer dan 3.000 nieuwe bezoeken registreren en voor het eerst kwam meer dan de helft van de bezoekers van het festival van buiten Leiden.

2. Het verhogen van het percentage bezoekers van buiten Leiden van 34% naar 40%

Het percentage bezoekers van buiten Leiden was dit jaar flink hoger dan verwacht, namelijk 53%. Dit had vooral te maken met de hierboven besproken campagne. Verder was de samenwerking met Cineville (zie hieronder) ook erg belangrijk, aangezien deze het interessant maakte voor Cineville pashouders van buiten Leiden om naar het festival te komen. De sterke groei van het percentage bezoekers van buiten Leiden sterkt ons vertrouwen dat er nog veel potentie is voor het LIFF op nationaal niveau: het plafond van onze groeimogelijkheden lijkt ook dit jaar nog niet te zijn bereikt. Volgend jaar zullen wij er wederom op inzetten het aandeel bezoekers van buiten Leiden te verhogen, aangezien hier in onze ogen de meeste winst te behalen valt.

3. Het aantal eenmalige bezoekers terugdringen

Het LIFF werkt sinds enkele jaren samen met Cineville. Cinevillekaarthouders kunnen onbeperkt films kijken op het festival. Dat maakt het LIFF voor bezoekers die al een Cinevillepas hebben enorm laagdrempelig en maakt het aantrekkelijk voor festivalbezoekers om de pas aan te schaffen. Het maakt het ook zeer aantrekkelijk voor bezoekers om meerdere films op het festival te bezoeken. De resultaten van de samenwerking met Cineville zijn zeer duidelijk te zien op het festival. 40% van de kaarten werd verkocht aan Cinevillepashouders. En minstens zo belangrijk: door het LIFF is Leiden voor Cineville de snelst groeiende stad in Nederland qua ledenaantallen. Zo heeft de samenwerking tussen LIFF en Cineville effect op het gehele filmklimaat van Leiden. Vooral op de arthousebioscoop Het Kijkhuis, welke gedurende het hele jaar flink drukker is dan voorheen door de grote hoeveelheid leden die Cineville werft dankzij het LIFF.



### 4.2 Bezoekersresultaten

Het LIFF mocht over 2017 in totaal 39.000 bezoeken verwelkomen op onze activiteiten, 3.000 meer dan in 2016. Dit is extra bijzonder aangezien wij dit jaar de populaire LIFF Summer Special naar binnen moesten verplaatsen wegens tegenvallend weer, waardoor maar plaats was voor 250

bezoekers in plaats van de gebruikelijke 2000 op de buitenlocatie. Hier stonden gelukkig ook nieuwe initiatieven tegenover, zoals de Drive-in bioscoop aan het Valkenburgermeer, waardoor ook een nieuw publiek met het LIFF in aanraking kon komen. Deze jaarprogrammering om het festival onder de aandacht van een nieuw publiek te brengen zullen wij daarom ook volgend jaar voortzetten.

#### 4.3 Campagne

Must-see films with so much more

De campagne van LIFF 2017 liet de vele gezichten van het LIFF zien: op de 12e editie van LIFF viel tenslotte meer te zien en doen dan ooit. De campagne illustreerde de vele manieren waarop films en activiteiten de aandacht van de bezoekers trokken: op LIFF kom je ogen tekort. Het was de tweede maal dat de LIFF campagne ontwikkeld door reclamebureau Studio Fraaj.



#### 4.4. Stimuleren van online kaartverkoop

De afgelopen jaren werden veel kaarten voor het LIFF nog op locatie verkocht tijdens het festival. Voor dit jaar en de komende jaren hebben wij als doel om een steeds groter deel van de kaartverkoop online te verrichten, en de kaartverkoop ook verder naar voren te halen. Dat moet ook, want de ruimte voor fysieke kassa's op het festival is beperkt en kan de groei die het festival doormaakt maar in beperkte mate aan. Om die reden hebben wij dit jaar geïnvesteerd in twee zaken:

##### Een nieuwe website en een nieuw kassasysteem

Dit leverde enorm veel gebruiksgemak op en maakte het kopen van online kaarten zeer gemakkelijk, zelfs met mobiele telefoon.

##### Early Bird kaartverkoop

Gedurende twee dagen was een percentage van onze tickets als Early Bird kaartje met korting verkrijgbaar. Deze Early Bird kaarten waren in zeer korte tijd uitverkocht. En belangrijker nog: omdat de Early Bird kaarten zo snel uitverkocht waren, kwam ook de reguliere kaartverkoop veel sneller op gang, aangezien bezoekers niet achter het net wilden vissen. Het resultaat: in de eerste week van de kaartverkoop werden ruim vier keer meer kaarten verkocht dan in de eerste week van vorig jaar.

#### 4.5 Samenwerkingen & free publicity

Samenwerkingen met regionale en nationale partijen zijn elk jaar instrumenteel voor het onder de aandacht brengen van het programma van het LIFF. Partijen zoals Cineville en CJP, waar wij al verschillende jaren mee samenwerken, gaven ook dit jaar weer veel aandacht aan het festival, zowel op hun websites, als in nieuwsbrieven en op social media. Een nieuwe samenwerking was die met cultureel platform We Are Public. In Amsterdam, Den Haag en Brabant is We Are Public al een bekende partij die cultuur beschikbaar maakt voor een vast bedrag per maand. In Leiden hoopt We Are Public in 2018 te starten, en het LIFF was voor hen een mooie pilot om de stad te leren kennen. Voor het LIFF betekende de samenwerking een mooie manier om alle al bestaande We Are Public leden in Nederland te verleiden met een bezoek aan Leiden.

#### 4.6 Social Media

Het bereik van LIFF op social media is enorm gegroeid het afgelopen jaar. LIFF is actief op Facebook (11.000+ likes), Instagram (1.230+ volgers) en Twitter (2.500+ volgers). Vooral op Instagram zagen wij de interactie met onze bezoekers groeien.

## 5. Organisatie

### 5.1 Organisatie

De organisatie van het LIFF bestaat nog steeds grotendeels uit vrijwilligers, maar de afgelopen jaren is flink geïnvesteerd in de professionalisering en de continuïteit van de organisatie. Een kernteam van vier personen is verantwoordelijk voor de organisatie, en wordt hierbij door het jaar heen ondersteund door een team van vrijwilligers, dat het afgelopen jaar flink gegroeid is tot 20 personen. Tijdens het festival zetten ruim 140 vrijwilligers zich in verschillende functies (opbouw, kaartverkoop, zaalwacht, transport, hospitality etc.) in om het festival in goede banen te leiden.

De kracht van de organisatie zit voor een groot gedeelte in de continuïteit. Het kernteam is de afgelopen jaren ongewijzigd gebleven en ook het team van vrijwilligers daaromheen is grotendeels onveranderd. In veel andere initiatieven die veel met vrijwilligers werken is de doorloop van medewerkers vaak groot, wat niet bevorderlijk is voor de continuïteit. De stabiliteit binnen ons team maakt het mogelijk dat het LIFF op organisatorisch gebied elk jaar kan groeien en niet steeds opnieuw het wiel hoeft uit te vinden, maar stapsgewijs kan professionaliseren. Ondertussen zijn de taken en verantwoordelijkheden van de medewerkers wel dusdanig helder afgebakend en in hand- en draaiboeken vastgelegd, dat eventueel vertrek van medewerkers wel goed kan worden opgevangen.

Het LIFF streeft naar een evenwichtige financieringsmix, waarin eigen inkomsten, subsidie, fondsen en sponsoring zo gelijkwaardig mogelijk bijdragen aan de totale baten. Hierdoor wordt voorkomen dat het festival te veel van één inkomensbron afhankelijk is. Op deze wijze is het financiële risico beperkt en kan de continuïteit van het festival optimaal gewaarborgd worden. Ook streeft het festival naar het aangaan van duurzame verbindingen met een breed scala aan partijen binnen en buiten de regio. Het LIFF zet zich intensief in om sponsors en andere partners aan het festival te verbinden.