

Je leert het meest als je lol hebt.
Zo werkt Cinekid.

BELEIDSPLAN CINEKID 2025 - 2028





Cinekid wint Jan Nijland Zilveren Roos 2023

Voorwoord

Op 9 januari 2024 ontving Cinekid met veel trots de Jan Nijland Zilveren Roos die jaarlijks uitgereikt wordt aan een organisatie of persoon die van grote betekenis is voor de Nederlandse bioscoopwereld. Volgens de jury timmert Cinekid sinds de oprichting in 1986 aan de weg om kinderen vertrouwd te maken met film en digitale media. Dit doet ze door aan te sluiten bij hun leefwereld en deze verder te ontwikkelen, te verbeteren of te verdiepen. De organisatie draagt daardoor op unieke wijze bij aan de vorming van de toekomstige bioscoop-, filmtheater- en filmhuisbezoeker. Deze erkenning laat zien dat Cinekid slaagt in het uitvoeren van haar missie.

De komende beleidsperiode zet het zeer toegewijde team zich in om de missie voort te zetten en de liefde voor jeugdfilm en mediacultuur te blijven stimuleren. Om het totaalpakket aan activiteiten en een eerlijke beloning mogelijk te maken vraagt Cinekid voor 2025-2028 bij OCW een bijdrage van € 1.170.000 per jaar.

Namens het hele team,

Heleen Rouw
Directeur

Inhoud

1. Missie/visie en positionering	3
2. Reflectie	6
3. Activiteiten	7
4. Publiek	14
5. Ondernemen	17

Samenvatting

Cinekid wil alle kinderen in Nederland inspireren om in verbinding met zichzelf en anderen te staan door middel van een hoogwaardig film- en media-aanbod. Daarom organiseert Cinekid jaarlijks een festival waar kinderen (en ouders/verzorgers) samenkomen met makers. Daarnaast helpt Cinekid makers bij het ontwikkelen van hun projecten. Dat doen we in Amsterdam en in de regio, samen met locatiepartners. Cinekid zorgt binnen het festival voor (vernieuwende) verbindende programma's en producten.

Bij de ontwikkeling van alle activiteiten zijn de uitgangspunten: kinderen serieus nemen, artistieke kwaliteit, inclusief & verbindend, maatschappelijke urgentie en spelen/plezier.

Om dit alles te kunnen (blijven) borgen blijft Cinekid de komende beleidsperiode haar unieke positie als verbinder van de keten van jeugdfilm en media versterken en voor vernieuwing zorgen door het experiment ruimte te geven. Voor aansluiting met de doelgroep zet Cinekid in op het verbreden van het bereik en het bezoek door professionalisering in de benadering van onze doelgroepen. Om dit proces goed te laten verlopen, ondersteunen we de inhoudelijke plannen met heldere processen en structuren om de juiste keuzes te maken. We blijven produceren, evalueren en bijstellen. Dit alles met een organisatie waarbinnen het team goed betaald en behandeld wordt en zich veilig voelt.

[Bekijk hier de missie van Cinekid in beeld](#)

[Bekijk hier de activiteiten in beeld](#)



Cinekid MediaLab 2023

1. Missie/visie en positionering

1.1 Visie

Kwalitatief hoogwaardige films en media zijn een essentieel instrument in het behouden van een nieuwsgierige en open blik bij kinderen. Hierdoor staan ze in verbinding met zichzelf en anderen en kunnen ze zich beter verhouden tot maatschappelijke en persoonlijke uitdagingen.

Met een combinatie van visuele aantrekkingskracht, verhaalvertelling en educatieve waarde zijn films en visuele media de ideale, laagdrempelige cultuurvorm voor kinderen. Daarin schuilt zowel de kracht als de uitdaging. Het **media-gebruik van kinderen en jongeren is de afgelopen jaren ingrijpend veranderd**, blijkt uit onder andere een Zweeds onderzoek van de Universiteit van Gotenburg¹. Internationale content en ‘mediasnacks’ op Netflix, YouTube en TikTok maken een belangrijk deel uit van hun mediadiet, terwijl de consumptie van lokale speelfilms en tv-programma’s afneemt. Daarnaast zijn games en socialmedia-platforms steeds meer plekken waar kinderen zelf content maken en delen. Bij het presenteren van films en andere visuele content is **de context belangrijker** geworden **dan ooit**. Het gaat niet meer alleen om de magie van het ervaren van een film in een donkere zaal. Kinderen zijn eraan gewend geraakt zelf aan de slag te gaan. Daarom horen masterclasses en workshops voor ons bij de bioscoopervaring. Een festival gaat om het delen van ervaringen en ideeën, om het stellen van vragen, om participatie en om het ontdekken van nieuwe perspectieven.

1.2 Missie

Alle kinderen in Nederland inspireren om in verbinding met zichzelf en anderen te staan middels hoogwaardig film- en media aanbod.

Cinekid helpt kinderen hun van nature open en nieuwsgierige blik te behouden door samen met film- en mediamakers kwalitatief hoogwaardige en herkenbare verhalen en context te brengen, waarbij kinderen zich gehoord, gezien en gevoeld voelen. **Samen beeldverhalen ervaren en maken** helpt kinderen zichzelf te ontdekken en in contact te zijn met ouders, vriendjes, de burens of leerkracht.

Cinekid stimuleert creativiteit en nieuwsgierigheid naar verschillende perspectieven met speelse programmering, waarin ‘samen beleven’ en ‘hoop’ sleutelwoorden zijn. Zo kan en durft een kind zichzelf te zijn, in verbinding te staan met anderen en een hoopvol perspectief te hebben op maatschappelijke en persoonlijke onderwerpen. Dit in een tijd waarin naast de persoonlijke onderwerpen, in een tijd waarin naast de persoonlijke ervaringen van kinderen ook uitdagingen als klimaat, oorlog en de media zelf een rol spelen.

Cinekid brengt door het jaar heen **aansprekende, hoogwaardige programma’s** met en voor makers, tijdens het festival, op scholen en samen met partners. Het gaat om fysieke ontmoetingen, ondersteund door interactieve randprogramma’s die deze ontmoetingen versterken of verrijken. Cinekid is inclusief en toegankelijk en verbindt publieksgroepen in heel Nederland.

1.3 De ontwikkelingen in het veld

Productie; iedereen is maker

Een belangrijke trend die invloed heeft op de traditionele film en mediawereld is de zogeheten **makerseconomie**. Makers kunnen dankzij betaalbare technologieën en tools hoogwaardige inhoud produceren zonder grote budgetten en productieteams. Iedereen kan zelf content maken en distribueren via bestaande digitale platforms; heeft zo direct toegang tot publiek en genereert zelf inkomsten. Deze ontwikkeling gaat razendsnel met een meer **gedecentraliseerd landschap** tot gevolg, waartoe de traditionele media zich moeten verhouden. Cinekid speelt hierop in binnen alle onderdelen van de keten van jeugdfilm en media.

Een voorbeeld van ontwikkelingen op dit gebied is het eenvoudiger dubben van films voor jonge kinderen, hetgeen de wereld opent voor kinderen die nog geen ondertitels kunnen lezen met verhalen die ze anders nooit hadden kunnen ontdekken. Maar er zijn ook uitdagingen zoals het **vervagen van de grens tussen echt en computer gegenereerd**. In het MediaLab onderzoekt Cinekid de nieuwe ontwikkelingen met immersieve en interactieve werken, die kinderen prikkelen om samen nieuwe vormen te ontdekken van visuele storytelling met gebruik van technologie. En spelenderwijs zelf ook te leren reflecteren op alles wat via de digitale kanalen op hen afkomt.

1 Jensen, P. M., Redvall, E. N., & Christensen, C. L. (Eds.). (2023). Audiovisual content for children and adolescents in Scandinavia: Production, distribution, and reception in a multiplatform era. Nordicom, University of Gothenburg. <https://doi.org/10.48335/9789188855817> | <https://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:1806864/FULLTEXT01.pdf> | <https://ico.org.uk/for-organisations/uk-gdpr-guidance-and-resources/childrens-information/childrens-code-guidance-and-resources/introduction-to-the-childrens-code/>



Still *Linda wil Kip!*

Presentatie en distributie in beweging

Nederlandse jeugdfilms moeten in de Nederlandse bioscopen concurreren met grote franchises als Disney en Marvel. Omdat Cinekid het belangrijk vindt verhalen uit het thuisland aan het jonge publiek te presenteren biedt het de Nederlandse jeugdfilm – die internationaal een uitstekende reputatie heeft – een podium. Daarnaast krijgen ook immersieve werken, zoals het internationaal bejubelde *The Imaginary Friend*, een presentatieplatform bij Cinekid.

Inmiddels is het festival meer dan een presentatieplatform. Er is een verschuiving te zien waarbij **filmfestivals meer een distributiefunctie** krijgen voor de talloze projecten die lokaal geen distributeur hebben. Dat betekent niet alleen dat filmfestivals de plek zijn voor premières, maar steeds meer de enige plek zijn waar films een publiek vinden. Een voorbeeld is de animatiefilm *Linda wil Kip!* van Sébastien Laudenbach en Chiara Malta, winnaar van het gerenommeerde Festival in Annecy, en winnaar beste kinderfilm Cinekid 2023, vond bijvoorbeeld geen distributeur. Cinekid heeft de rol van educatieve distributeur opgepakt om deze film een publiek in Nederland te geven.

1.4 Positionering

Cinekid heeft een unieke positie in de keten van jeugdfilm en media. Dat zie je terug op de verschillende niveaus waar samen met het veld deze positie wordt ingevuld. Cinekid is het enige internationale kinderfilmfestival in Nederland.

Internationaal

- Cinekid is de **enige talentontwikkelplek** voor internationale scenarioschrijvers en regisseurs met een **unieke focus op jeugd**. Gerenommeerde coaches helpen talentvolle makers al meer dan tien jaar om hun verhalen voor een jong publiek te verbeteren, in samenwerking met diverse internationale filminstututen.
- Cinekid is het **enige internationale filmfestival gericht op jeugd waar ook digitale cultuur een prominente plek heeft in het aanbod**, in de vorm van een artistiek gecreëerde interactieve tentoonstelling. Het Cinekid Media-Lab is een voorbeeld voor alle internationale kinderfilmfestivals; van Goldener Spatz, Zlin, Young Horizons tot BUFF, Giffoni of het NYICFF.
- Cinekid initieert, faciliteert en stimuleert **kennisdeling** voor internationale makers en de **jeugd filmindustrie**. Keynotes met grote namen zoals Deanna Marsigliese (Animation Art Director Pixar) openen het forum, interactieve

roundtables zorgen voor levendige discussies, evenals de denktanks over digitale cultuur, inclusiviteit, distributie en educatie.

- Cinekid **maakt (co-)producties mogelijk specifiek voor jeugdfilms**, -series (markt) en immersieve projecten (werk in opdracht) zowel door matchmaking als financiële ondersteuning (Eurimages). Deze(co-)producties kennen vaak later hun première op het festival.
- Cinekid is **kennispartner** en matchmaker op internationaal niveau ter versterking van lokale jeugdfilmcultuur, **ook buiten het eigen festival**: in India (Filmbazaar), Italië (Festival Dei Popoli), Frankrijk (Annecy, NewImages Festival in Parijs).

Nationaal

- Cinekid is het **enige internationale filmfestival in Nederland gericht op jeugd** met jaarlijks 110 films en twintig immersieve werken en gemiddeld 60.000 bezoeken. Door het hele jaar zijn er in totaal 70.000 bezoeken, onder meer door onze schoolprogramma's.
- Cinekid Festival is een **landelijk festival** met ruim veertig filmtheaters, bioscopen, bibliotheken, schouwburgen en cultuurcentra als samenwerkingspartners. Het aantal deelnemende locaties en bezoekersaantallen in de regio stijgt. Zo legt Cinekid een sterke basis voor de zichtbaarheid van jeugdfilms in de theaters door het hele jaar.
- Cinekid is eigenaar van de **enige reizende opblaasbioscoop** met kwalitatieve korte films voor kinderen. Deze reist naar de wijken door heel Nederland in samenwerking met maatschappelijke en culturele partners zoals buurthuizen, festivals en filmtheaters.
- Cinekid onderscheidt zich van andere festivals door het **scholenprogramma landelijk** aan te bieden in samenwerking met Filmeducatie Hubs. Vanuit het Netwerk Filmeducatie zorgt Cinekid voor het verankeren van film in het curriculum. Ook deelt Cinekid kennis en ervaring met andere spelers zoals Meer Cultuur in de klas om cultuur in het onderwijs te versterken.
- In samenwerking met distributeurs en filmtheaters ondersteunt Cinekid twee keer per jaar **landelijke voorpremières van nieuwe jeugdfilms** zoals *Knor* en *Kiddo*, onder de noemer 'Cinekid presenteert'. Cinekid maakt zo duurzaam gebruik van de infrastructuur en kennis van het festival ter promotie van de Nederlandse jeugdfilm.
- Cinekid is uniek in het **gidsen naar kwaliteitscontent** voor jeugd door samen te werken met mediapartners Pathé Thuis (Cinekid label) en VPRO Cinema (de top 100).

- Op het **Caribisch deel van het Koninkrijk** (Aruba en Curaçao) en in **Suriname** versterkt Cinekid de lokale jeugdfilmcultuur met een door Cinekid gecureerd aanbod in samenwerking met lokale partners.
- Cinekid zorgt voor inclusieve en innovatieve **talentontwikkeling voor Nederlandse makers** van jeugdcontent i.s.m. Film Forward en Rose Stories.
- Cinekid werkt samen met andere jeugdcultuur aanbieders, om **multidisciplinaire vormen** van storytelling te bevorderen. Met Toneelmakerij, ISH Dance Collective en Krakeling worden pop-up initiatieven uitgevoerd vanaf 2025.
- Cinekid is, als mede-initiator van het Moonshot Digitale cultuur, een van de aanjagers van beleid voor de nieuw te **ontwikkelen Digitale Cultuur sector**.

Lokaal (stad Amsterdam)

- Sinds 2021 is Cinekid in Amsterdam Noord gevestigd aan het Buikslotermeerplein. Hiermee heeft Cinekid **een voortrekkersrol** in de ambitie van het stadsdeel om daar een Cultuurplein te ontwikkelen. Dichtbij kinderen die niet vanzelfsprekend toegang hebben tot kwalitatieve jeugdfilm en media. Cinekid werkt er samen met lokale organisaties als Verdedig Noord en Noordje – buurtbewoners zijn vanaf het begin bij het festival betrokken met rollen bij de kaartverkoop, hospitality, marketing en programmering.
- Cinekid brengt jaarlijks de **internationale spelers** van de kwalitatieve jeugdfilm en mediawereld samen **in Amsterdam**.
- Cinekid bereikt jaarlijks **10% van alle basisschoolleerlingen** in Amsterdam met het scholenprogramma.
- Cinekid **versterkt door het jaar heen het cultuur-educatie-aanbod in de stad** met door het festival gecureerde films en workshops. Bijvoorbeeld binnen het Cultuurcoachtraject in samenwerking met EYE, Taartrovers, Nurlimonade en Filmhub Noord-Holland. In de nieuwe OBA NEXT in Zuidoost is Cinekid partner voor de jeugd-programmering op het gebied van film en media voor 6-12 jaar; het nieuwe programma TUMO, dat vanaf 2024 start, richt zich op jeugd van 12-18 jaar.

1.5 Inhoudelijke en artistieke kernwaarden

Om de positionering te vertalen naar onderscheidende programmering hanteert het Cinekid team vijf intrinsieke waarden:

1. Kinderen serieus nemen

Ons uitgangspunt is dat we producties vóór kinderen cureren en programmeren. Producties waarin de belevingswereld van kinderen centraal staat en kinderen serieus worden genomen. Kinderen nemen ook zelf deel in het programmeringsproces (Junior Crew, jeugdjury, jeugdpresentatoren).

2. Inclusief en verbindend (toegankelijkheid)

Cinekid kiest voor een verscheidenheid aan makers en perspectieven. We kiezen bewust voor diversiteit, niet alleen in kleur, seksuele geaardheid en genderidentiteit, maar ook neuro-diversiteit en lichamelijke beperking. Bij de curatie ligt de focus op het herkennen en erkennen van onderlinge verschillen, met een open blik, met als doel verschillende groepen met elkaar te verbinden, niet van elkaar te vervreemden.

3. Artistieke kwaliteit

Cinekid selecteert projecten vanuit vastgesteld beleid waar kwaliteit gemeten wordt op basis van oorspronkelijkheid, vakbekwaamheid en expressie. De geselecteerde filmproducties zien we terug op andere internationale festivals, winnen internationale prijzen en krijgen lovende recensies.

4. Maatschappelijke urgentie

Ons jonge publiek heeft te maken met razendsnelle technologische ontwikkelingen, verdeeldheid tussen bevolkingsgroepen in de eigen omgeving, klimaatproblematiek en conflicten in de wereld. Deze thema's komen terug in de verhalen die Cinekid cureert. Jaarlijks kiezen we voor een actueel thema dat we op speelse wijze onderzoeken.

5. Spelen/plezier

In alles wat we doen – activiteiten, projecten en campagnes – is speelsheid een vast uitgangspunt. Spel en plezier zijn enorm belangrijk bij het ontdekken van de wereld. Spelen is de manier waarop kinderen leren. Cinekid gebruikt playful learning als basis van haar programma's; het motiveert kinderen zelfstandig te leren en ontdekkingen te doen.

1.6 Doelstellingen

Met de positionering en kernwaarden als basis heeft Cinekid de volgende vier doelstellingen benoemd als basis van het beleid en de uitvoering daarvan in de beleidsperiode 2025-2028:

1. Versterken van de unieke positie als verbinder (curator, gids en matchmaker) in de wereld van jeugdfilm en media. Om dit te bereiken focust Cinekid op het bieden van context en een gezamenlijke belevenis rondom het gecureerde programma. Zo wordt er een betere verbinding gemaakt met publiek in Amsterdam, de regio en internationaal. Cinekid neemt de rol op zich als promotor van (Nederlandse) jeugdfilm. *Zie hoofdstuk Activiteiten.*

2. Vernieuwen van het programma door het experiment ruimte te geven (MediaLab als proeftuin); trainingsprogramma's verbreden (iedereen is maker); online programma's ontwikkelen om schaalvergroting te genereren en nieuwe (internationale) doelgroepen aan te boren. *Zie hoofdstuk Activiteiten.*

3. Verbreden van het bereik en bezoek door de benadering van onze doelgroepen te optimaliseren. In 2028 is de digitale transitie op het niveau dat de reis van onze doelgroepen soepel verloopt en ze naadloos worden verbonden aan de voor hen relevante producten/programma's, zowel digitaal als fysiek. Het gaat daarbij om publiek (in de stad Amsterdam maar ook op de veertig locaties in het land), professionals en het onderwijs. We evalueren en ontwikkelen daarbij onze activiteiten gebruikmakend van data-analyse en toegankelijkheidscriteria. *Zie hoofdstuk Publiek.*

4. Verduurzamen van de organisatie. In 2025 is Cinekid een aantrekkelijke werkgever met een salarishuis dat aansluit bij de honoreningsrichtlijn opgesteld door de filmfestivals en heeft het een goed pakket arbeidsvoorwaarden met onder andere persoonlijk ontwikkelbudget en uitwisselingsmogelijkheden om de blik te verbreden. De werkomgeving is een brave space waar iedereen zich welkom voelt en waar hij/zij/hen graag blijft werken. *Zie hoofdstuk Ondernemen.*



Still *Jippie No More!* openingsfilm Cinekid Festival 2023

2. Reflectie

De beleidsperiode 2021-2024 was een dynamische periode waarin Cinekid net als alle culturele instellingen uitgedaagd werd haar missie en visie invulling te geven, ondanks beperkt fysiek contact – de basis van Cinekid. Het omdenken, nieuwe partners vinden en het publiek via hybride vormen toch bereiken was erg spannend, leuk, maar ook enorm intensief voor het team. Daarnaast is Cinekid in 2021 met haar hoofdlocatie verhuisd naar het Buikslotermeerplein in Amsterdam Noord. Een belangrijke stap om een nieuw en meer divers publiek te bereiken. Cinekid is gaan pionieren binnen de ambities van stadsdeel Noord om van het Buikslotermeerplein een cultuurplein te maken.

2.1 Artistiek beleid

Met de komst van een nieuwe directeur/bestuurder is vanaf 2020 een andere koers ingeslagen. Cinekid ging artistiek terug naar de basis; beeldverhalen voor en door kinderen en (opnieuw) een podium zijn voor jeugdfilm. Jeugdfilm wordt vaak nog steeds als een opstap gezien naar het 'echte' werk, maar Cinekid zorgde de afgelopen jaren dat makers zich trots en thuis voelen bij Cinekid, waar de kwaliteit van de vertoning hoog is, zeker na de verhuizing naar bioscoopcomplex Pathé. Sterke films als *Captain Nova* (2021), *Totem* (2022) en *Jippie No More!* (2023) openden het festival in de grootste zaal met 500 enthousiaste kinderen en volwassenen. Jeugdfilm wordt neergezet als een volwassen genre en makers voelen zich gezien en erkend. Ook omdat Cinekid voorpremières van nieuwe releases ondersteunt, samen met filmtheaters en distributeurs, zoals *Knor* (2022), *Kung Fu Leeuw* (2023) en *Kiddo* (2023).

2.2 Publiek en bereik

Tijdens de huidige beleidsperiode daalde het aantal fysieke festivalbezoeken door de beperkende maatregelen. De digitale bezoeken en bezoeken aan het jaarrond-programma bleven stabiel. Online was er in 2021 zelfs een stijging dankzij Cinekid Play en de samenwerking met Pathé Thuis. In 2022 was het aantal fysieke festivalbezoeken met 65.285 weer terug op het niveau van voor de pandemie (64.785 in 2019) en in 2023 zien we een verdere stabilisering en een lichte stijging, met name bij de festivallocaties in het land. Cinekid is tussen 2020 en 2023 gaan focussen op het bouwen van een relatie met het publiek, niet alleen tijdens het festival maar ook door het jaar heen als gids voor kwalitatieve film en media (in samenwerking met partners zoals VPRO en Pathé Thuis). Een gericht marketingbeleid met een groeimodel was succesvol. De socialmedia-strategie was gericht op ouders met een focus op Instagram; het totale socialmedia-bereik steeg vanaf 2020 met 63% naar 36.500 volgers eind 2023. Het aantal nieuwsbriefabonnees steeg met gemiddeld 40% voor doelgroepen onderwijs, publiek en professionals.

Ook het betrekken van kinderen bij de ontwikkeling van het festival kreeg de afgelopen beleidsperiode meer aandacht. In de periode 2021-2023 is de rol van de Cinekid Junior Crew vergroot. Waar in 2020 slechts één groep van vijf kinderen van verschillende leeftijden deel kon nemen, bestond de Junior Crew in 2021-2023 uit jaarlijks twee afzonderlijke groepen van in totaal 28 kinderen, in leeftijd variërend van 7 tot en met 12. Daarnaast is de poule van junior moderatoren, die tijdens het festival inleidingen en nagesprekken verzorgden, na de pandemie weer opgebouwd.

2.3 Digitale ontwikkelingen

Door de beperkende maatregelen als gevolg van de pandemie hebben de digitale activiteiten een prominente plek gekregen binnen de strategie van Cinekid, een tot dat moment onderontwikkeld onderdeel. Tijdens de pandemie in 2020 ontwikkelde Cinekid binnen drie maanden Cinekid Play, een online platform waarmee de festivalervaring thuis mogelijk werd gemaakt. Samen met IDFA, IFFR, en NFF werkte Cinekid aan een digitaal ecosysteem. Een eigen inlog gaf via Cinekid Play toegang tot de festivalcontent: nieuwe unieke en bijzondere films, workshops, tutorials, games en interactives, en livestreams die bij de verschillende bioscopen en op Cinekid Play aangeboden werden. In 2021 trok Cinekid Play ongeveer 25.000 bezoekers online. Na het opheffen van de lockdown was de urgentie van het platform tijdens het festival niet meer aanwezig. Het was daarnaast kostbaar om jaarrond een onderscheidende online programmering aan te blijven bieden en te marketen in het competitieve veld van online jeugdcontent aanbieders als Disney+. In maart 2023 is dan ook besloten te stoppen met het platform Cinekid Play. De ontwikkelde tooling blijft behouden maar wordt gericht ingezet voor educatieve afnemers en professionele markt. De doorgevoerde digitalisering is een sterke voedingsbodem voor de komende beleidsperiode, maar dan aanvullend en ter versterking van de fysieke activiteiten. Hier zijn we in 2023 en 2024 mee van start gegaan.

2.4 Financiering

Om de doelstellingen op het gebied van bezoek en bereik te halen, was het belangrijk in de periode 2021-2024 meer inkomstenbronnen aan te boren. Cinekid heeft in 2021 een fondsenwervende strategie opgezet voor meer inkomsten uit private fondsen, duurzame partnerschappen en onderzoek naar particuliere fondsenwerving. In 2022 werd een medewerker development aangesteld. Inkomsten uit sponsoring bleven nog achter, maar er waren veel kansen bij private fondsen. In 2023 zijn negen nieuwe fondsen aangetrokken en Fonds 21 kende meerjarensubsidies toe. De inkomsten uit private fondsen waren met € 353.000 in 2023 hoger dan de verwachte € 253.000.



Still telefilm *Matties*

3. Activiteiten

Cinekid kiest voor beeldverhalen die over grenzen gaan; niet alleen van landen en culturen, maar ook van genres, vertoningen en vormen. Speelfilms, korte films, animatiefilms, series en documentaires zijn een groot onderdeel van het festival, maar ook AR, VR, AI, 360 graden film, of verhalen-de games. Cinekid is uniek in het betrekken van de jonge doelgroep bij de programmering; talentvolle makers worden geïnspireerd door de open en ontwapende reacties op hun werken in feedbacksessies en Q&A's, de Junior Crew helpt bij de selectie van films en games, de jeugdjury bepaalt de beste jeugdfilm, in het MediaLab gaan kinderen zelf op onderzoek uit en bij de masterclasses maken ze zelf.

3.1 Artistiek beleid

Het **artistieke team** van Cinekid bestaat uit directeur/bestuurder Heleen Rouw en de programmahoofden Hidde de Vries (Film), Leonieke Verhoog (MediaLab), Sara Juričić (Professionals) en Rianne Vogel (Educatie). Vanuit de verschillende disciplines verbindt Cinekid makers, professionals, educatoren en kinderen bij de totstandkoming van de programmering. Het programmteam selecteert ieder jaar de werken samen met verschillende commissies. Deze **selectiecommissies** bestaan uit filmmakers, dramaturgen, filmdocenten en ervaren filmcuratoren van diverse achtergronden met focus op jeugd en voor het MediaLab uit gameontwikkelaars, immersieve makers en collega-programmeurs. Deze groep professionals brengt verschillende perspectieven samen en waarborgt een breed scala aan beoordelingscriteria. De films en mediawerken worden door de selectiecommissies op artistiek en inhoudelijk niveau beoordeeld, waardoor ons programma niet alleen artistiek uitmuntend is, maar ook inhoudelijk relevant en concurrerend op internationaal topniveau. De diversiteit binnen de commissies is cruciaal om blinde vlekken te verminderen en ervoor te zorgen dat we een **inclusief en veelzijdig filmprogramma** kunnen presenteren.

Na de eerste selectie toetsen we de werken aan de **Junior Crew**, twee groepen kinderen van 6-9 en 10-12 jaar die feedback geven, waarna de uiteindelijke selectie samengesteld. Er is dus altijd een rol voor professionals en kinderen bij de totstandkoming van de programmering.

Een **'Cinekid Film'** neemt kinderen serieus; **kinderen staan centraal** en er wordt naar de wereld gekeken vanuit hun perspectief. Films met herkenbare sociaal-maatschappelijke elementen uit het leven van kinderen en films die kinderen juist nieuwe perspectieven uit verschillende culturen laat zien. Een 'Cinekid Film' bevat geen elementen die racistisch of discriminerend zijn. 50% van de films op Cinekid zijn gemaakt door filmmakers die zich identificeren als vrouw. 50% van de films op Cinekid hebben een meisje in de hoofdrol. 20% van de films op Cinekid hebben een hoofdpersonage van kleur (dit mag meer worden maar het aanbod is beperkt). Binnen onze filmprogrammering streven we er ook naar autodidacten en studenten actief te betrekken. We benaderen actief studenten van niet-traditionele opleidingen door middel van gastlessen en delen oproepen om films in te zenden op verschillende filmmakersgroepen op sociale media, waardoor we een breed scala aan filmmakers aanspreken.

Nederlandse jeugdfilms zijn een belangrijk onderdeel van de programmering met een eigen competitie. Deze films zijn herkenbaar, in de eigen taal, en worden ook na het festival uitgebracht in de bioscoop of via een omroep of streamer, zoals *Captain Nova* (2021), *Totem* (2022), *Matties* (2022), *Kiddo* (2023), *De kinderen van Mavungu* (2023) en *Jippie No More!* (2023). Hier blijft Cinekid in de komende beleidsperiode op inzetten, ook buiten het festival. Ook **korte films** hebben een belangrijke plek in de curatie: Cinekid biedt daarmee een springplank aan nieuwe makers, die zich aan professionals en publiek kunnen presenteren.

De filmcompetities:

- Beste Kinderfilm + publieksprijs
- Beste Nederlandse Kinderfilm + publieksprijs
- Beste Jeugdjury Film
- Beste Nederlandse Korte Film 8-
- Beste Nederlandse Korte film 9+
- Beste internationale Korte film 8-
- Beste internationale Korte film 9+



De Mixoloog, Studio Apvis, MediaLab 2023

Het **MediaLab** is een echt lab, een proeftuin voor kinderen én makers. Het draait hier om het spelen met, reflecteren op, en zelf uitproberen van verschillende innovatieve (media)technologieën. In het MediaLab-programma verkennen we de voorhoede van nieuwe mediavormen. Zo laten we bijvoorbeeld Multiplayer Augmented Reality-ervaringen zien (*Eggscapes*, 2023) ver voordat dit gemeengoed is, bekijken we met de makers van Monobanda wat stemgebruik voor gaming kan betekenen in *Voiceracers* (2023) en tonen we de nieuwste Virtual Reality zoals *The Imaginary Friend* (2023) waarin je contact maakt met Daniel en zijn denkbeeldige vriend in een combinatie van beweging, stem en gaming. Met de Netwerk Mediawijsheid Game & App Award, toegelikt door een professionele jury uit de game-industrie en de Junior Crew, zorgen we dat we elk jaar een hoogwaardige selectie games kunnen aanbieden, zoals bijzondere vormen van interactie (*Eiland Expeditie* van Picoo), schitterende vormgeving (*Hoa*), en boeiende storytelling en innovatie (*Tiny Kin* en *Robomaestro*).

Bij de curatie van het MediaLab passen we de inhoudelijke kernwaarden toe langs **drie sporen**: blik op jezelf, blik op de wereld, blik op media en technologie / internet of things. Gevestigde makers werken samen met Cinekid om nieuw werk te ontwikkelen en hun bestaande werken toegankelijk te maken voor kinderen. Nieuwe talenten (zoals de KABK-studenten of XRLab-deelnemers) worden begeleid door ervaren makers. Bij de MediaLab-selectie maken we een gebalanceerde, diverse mix van mannen en vrouwen en verschillende culturele diversiteit, maar ook zoeken we makers uit heel Nederland en de rest van de wereld. Voorbeelden uit 2023: Groningen (Nou & Herkauw), Breda (Studio Apvis), Argentinië (3Dar) en Vlaanderen (Dries Depoorter).

3.2 Activiteiten komende beleidsperiode

Jaarlijks maatschappelijk thema; door het gebruik van een jaarlijks thema speelt Cinekid in op veranderingen in de wereld, de vooruitgang van technologie en ook op de rol van kinderen in deze veranderingen. Het MediaLab onderzoekt jaarlijks op basis van een maatschappelijk thema nieuwe vormen van digitale storytelling; in 2022 vanuit het perspectief van 'het Symbioceen', in 2023 'AI' vanuit het thema 'Is dit echt?' Het thema heeft altijd een ingang naar jezelf als kind, creativiteit en handelingsperspectief. In 2024 is gekozen voor 'Doe maar buitengewoon'. Het thema

kan ook worden uitgewerkt met partners die vergelijkbare thema's gebruiken zoals De Kinderboekenweek.

Gast van het jaar; altijd gekoppeld aan een persoon kan dit verschillende vormen aannemen (al dan niet in het verlengde van het thema); bijzondere filmprogrammering of een keynote tijdens het Industry Forum of masterclasses. In 2022 was Burny Bos gast van het jaar en in 2023 Disney100 Deanna Marsigliese, Animation Art Director bij Pixar.

Samenwerkingen op basis van inhoud; met het Scheepvaartmuseum maakte Cinekid een programma tijdens de kerstvakantie 2022 rondom de jeugd dramaserie *Lampje*, waar kinderen de serie ontdekten tijdens een museumbezoek. Deze samenwerkingen breiden wij in de komende beleidsperiode uit naar minimaal één andere publieke culturele partner.

Bijzondere activiteiten

In de eerste twee jaar van de volgende beleidsperiode krijgen onderstaande activiteiten speciale aandacht binnen de programmering van Cinekid:

2025: 750 jaar Amsterdam Cinekid geeft invulling aan het jubileumjaar Amsterdams 750 met het podcastprogramma Radio Cinekid, samen met het Stratenmakers Audio Collectief uit Amsterdam Zuidoost en Nieuw-West. Kinderen maken audioverhalen over betekenisvolle erfgoedplekken zoals buurthuizen, moskeeën en speeltuinen. Het doel is kinderen met verschillende achtergronden te verbinden en wederzijds begrip te stimuleren. In samenwerking met Noordje maken kinderen de podcasts bij de opnamestudio's van de OBA in de verschillende stadsdelen. Deze worden feestelijk gelanceerd tijdens het festival in oktober 2025.

Oktober 2026: 40 jaar Cinekid Aan de jubileumprogrammering geven kinderen van toen en nu invulling. Alumni makers, medewerkers en publiek spelen een belangrijke rol. Het streven is in oktober 2026 een bijzonder openingsprogramma te ontwikkelen op het snijvlak van film en media en theater kunstvormen samen met ISH Dance Collective. Met inzet van XR wordt een multidisciplinaire voorstelling ontwikkeld met de jonge dansers, te zien in Amsterdam en



Still animatieserie Anansi de Spin

in de regio. De Koninklijke familie wordt benaderd om het festival te openen.

2026 en 2028: uitreiking van de tweejaarlijkse Burny Bos Eigenwijsprijs In 2022 is de makersprijs ter waarde van € 5.000 voor het eerst uitgereikt aan een eigenzinnige maker vanuit het gedachtegoed van de in 2023 overleden Burny Bos. Zijn visie op jeugdcontent ontwikkelen is tijdloos en wordt op deze manier gekoesterd en duurzaam geïntegreerd in de activiteiten.

Concrete stappen in het programmeringsbeleid film en media in de komende beleidsperiode:

- **Shorts een beter podium geven** binnen de programmering; verdeling in leeftijdscategorieën bij de competities waardoor de programmering van deze blokken logischer is. Door de makers als ambassadeurs in te zetten wordt het publiek meer betrokken bij de programmering. Het succesvolle educatieprogramma *Shorts by kids* wordt uitgebreid door jaarlijks een school toe te voegen.
- **Promotie Nederlandse jeugdfilm** gedurende het jaar middels Cinekid Presenteert verduurzamen; voorpremières met context voorafgaand aan de bioscooprelease van kwaliteitsjeugdfilms in voorjaars- en zomervakantie. En premières op het festival met bij voorkeur Nederlandse film als openingsfilm.
- **Kinderprogramma's** worden niet in competitievorm maar in de vorm van live-events geprogrammeerd: 'ontmoet je helden in het echt'. Het 'samen beleven' van series (première of best-of), en populaire serie-formats als live event, zoals in 2023 bij *Waku Waku* en *ZAPP Recordbreakers* of in samenwerking met streamers. Veel filmfestivals zijn terughoudend in de samenwerking met **streamers**. Cinekid zoekt deze juist op zoals met het programma in 2023 rondom Disney100 en met Netflix eventscreenings van nieuwe jeugdreleases.
- Cinekid versterkt in de komende beleidsperiode de **LAB functie voor makers van immersieve MediaLab werken**, door makers te koppelen aan coaches volgens de bestaande Cinekid trainingsprogramma's voor filmmakers. Doel is werken beter bij de jonge doelgroep aan te laten sluiten.
- Cinekid initieert in **co-creatie met filmtheaters** in het land **werk in opdracht door lokale makers uit de regio**. Deze werken zullen te zien zijn in het MediaLab in Amsterdam en op de locatie in het land. Zo vergroten we enerzijds het aandeel makers uit de regio en vernieuwen en versterken we de programmering van het MediaLab bij de festivallocaties in het land.

3.3 Programmeren per ontwikkelfase

Kinderen zijn individuen en leeftijdsgroepen vormen geen perfecte leidraad voor de interesses, behoeften en zich ontwikkelende capaciteiten van een individueel kind. Desondanks gebruiken we leeftijdsgroepen gekoppeld aan ontwikkelfases van kinderen en jongvolwassenen als richtlijn voor de programmering. We maken gebruik van de voorgestelde indeling van de Britse Age Appropriate Design Code for Children, die overeenkomt met de door Cinekid gehanteerde leeftijdsindeling voor filmselectie en educatie².

- **0-5 jaar (Cinekid programma start bij 3 jaar):** *gebruik eenvoudige taal, herhaling, uitleg aan de hand van ritme en zang met dieren en mensen, gebruik rijmpjes en raadsels.* Cinekid selecteert (korte) films met geen en weinig dialoog om het programma zo toegankelijk mogelijk te maken. Herhaling, muziek, vormen en geluiden staan vaak centraal, zoals in de animatieserie *Anansi de Spin* (2021) en de animatiefilm *Yuku en de Himalayabloem* (2022). In de randprogramma's en kleuterworkshops gaan de kinderen aan de slag met bijvoorbeeld zelf maken van geluiden en muziek bij films. In het MediaLab is voor deze doelgroep een aparte ruimte ingericht; het MiniLab met games zonder tekst met prikkelende vormen en kleuren, workshops die samen met de ouder of begeleider kunnen worden gedaan, en tactiel werk zoals *de Mixoloog* van Studio Apvis. Ongeveer 15% van de programmering is gericht op deze groep.
- **6-9 jaar (middenbouw basisschool):** *gebruik verhalen over vriendschap en dagelijkse gebeurtenissen, persoonlijke waarden en het ontwikkelen van kritisch denkvermogen.* Cinekid selecteert films en ontwikkelt randprogramma's en workshops gebaseerd op zelf creëren en kritisch denkvermogen. Bijvoorbeeld de film *Mini-Zlatan & Oom Bestie* (2022), een vrolijke film over vriendschap en jaloezie, en de kortefilmcompilatie *Stel je eens voor uit 2023* waarbij kinderen hun verbeelding gebruiken om de wereld en verschillende mensen beter te begrijpen. De *Fake New Quiz* van Dries Depoorter en de daarbij behorende workshop Cinekid Nep Nieuws (CNN) liet kinderen door spel kritisch nadenken over nepnieuws. Kerndoelgroep van Cinekid, zeker wat betreft de filmtheaters in de regio, 65% van de programmering
- **10-12 jaar: overgangsjaren:** *gebruik rolmodellen, verhalen over de invloed van familie, vrienden en media op het kind, stimuleer kinderen in hun behoefte te experimenteren en onafhankelijke keuzes te maken.* Bij de filmselectie en het ontwikkelen van randprogram-

2 <https://ico.org.uk/for-organisations/uk-gdpr-guidance-and-resources/childrens-information/childrens-code-guidance-and-resources/introduction-to-the-childrens-code/>

THEORY OF CHANGE



ma's en workshops ligt de focus op het onderzoeken van het eigen verhaal en het maken van keuzes. Zo selecteerden we in 2023 de coming-of-age-film *Juniors*, met thema's als vriendschap, groepsdruk en familie. Tijdens een masterclass konden kinderen ervaren hoe het is om regisseur te zijn. Welke keuzes maak je en wat laat je wel en niet zien? Deze leeftijdsgroep bereikt Cinekid grotendeels via scholenbezoek. 20% van de programmering

- **13-15 jaar: vroege tienerjaren: zelfstandig ontdekken, los van ouders.** Deze groep aan de bovenkant van de doelgroep betrekken we bij het festival door ze een rol te geven, bijvoorbeeld als jeugdjury, junior moderator of vrijwilliger bij installaties, games en workshops. De VR-werken en games zijn voor deze groep het meest aansprekend.

In 2025-2028 worden de volgende concrete acties ondernomen met betrekking tot specifieke ontwikkelgroepen:

- Cinekid ziet de afgelopen twee jaar een stijging in de bezoekersaantallen voor de jongste doelgroep. De komende beleidsperiode **breidt Cinekid het aanbod voor 3-5 jaar uit** met minimaal twee extra werken of workshops in het MiniLab.
- De bovenkant van de doelgroep willen we verbonden houden aan onze missie door ze nog meer een rol te geven binnen Cinekid. In de komende beleidsperiode gaat Cinekid voor **de oudste doelgroep actieve samenwerking aan met verschillende partners**. Zoals TUMO in Amsterdam Zuidoost, die zich richt op 12- tot 18-jarigen met workshops op de locatie in Zuidoost (OBA NEXT), Moviezone voor de moderatoren en op Europees niveau wordt onderzocht hoe de European Filmclub (een filmplatform en filmclubnetwerk voor jongeren in Europa) in Nederland kan worden vormgegeven in samenwerking met EYE filmeducatie³.

3.4 Educatie: verdieping als integraal onderdeel van de activiteiten

De meerwaarde van samen film kijken in de bioscoop is niet meer vanzelfsprekend; een film kun je makkelijk thuis op de bank kijken. Daarbij is het mediagebruik enorm veranderd. Kinderen en hun ouders verwachten meer en daar speelt Cinekid op in. Wat Cinekid biedt moet een **totaalbeleving** zijn, met verdieping en educatieve waarde. De **context is belangrijker dan ooit**. Een masterclass of workshop hoort bij de bioscoopervaring tijdens het festival. Ook vindt verdieping plaats door maximaal gebruik van de capaciteit van het MediaLab met alle installaties en workshops. Cinekid ziet

een sterke **toename in publiek voor deze contextgedreven activiteiten**. Dat betekent dat de educatieve visie een nog meer integrale rol zal spelen bij publieksactiviteiten, het scholenprogramma en professionalsprogramma.

De educatieve visie

Cinekid laat kinderen op een speelse manier films ontdekken, zich eigen maken en erover leren. Dat gebeurt met masterclasses, workshops en alle schoolgebonden activiteiten, vanuit de visie dat **playful learning** de meeste impact heeft. Of je 4, 10 of 14 bent; spelen is iets wat van alle leeftijden is. Playful learning vindt plaats wanneer de leerdoelen vanuit de programma's en de interesses en nieuwsgierigheid van kinderen op één lijn liggen. In deze situaties leiden leerlingen hun eigen leerproces, en onderzoeken ze op een speelse manier het onbekende. Omdat het de leerlingen interesseert, vindt er **deep learning** plaats. Door cognitie en emoties en de fysieke en sociale dimensies van leren samen te brengen, is spelend leren een krachtige strategie. De combinatie van leren en plezier zorgt ervoor dat kennis beter blijft hangen en het leereffect hoger is⁴.

Cinekid past dit toe door te beginnen met beleven: het kijken van een film of ervaren van VR/AR/XR. Vervolgens wordt de smaakontwikkeling en kritische blik gestimuleerd door nagesprekken met makers en een pedagogisch onderlegde moderator. Dan zetten kinderen in workshops hun kennis en inspiratie om in praktische vaardigheden waarmee ze zich kunnen ontwikkelen tot maker en hun eigen verhaal kunnen ontdekken en vertellen. Vervolgens kan de output worden gedeeld tijdens een presentatie op het festival zoals bij Shorts by Kids en Radio Cinekid, waar zelfgemaakte korte films of een audioverhaal/podcast een podium krijgt. Cinekid is daarmee uniek in het aanbieden van de hele keten van: **beleven – ontdekken – maken – participeren**.

Om de impact van de activiteiten te kunnen meten heeft Cinekid in 2020 een **Theory of change** geformuleerd met de missie als uitgangspunt. Het publieksfestival, het scholenprogramma tijdens het festival, Shorts by kids en het professionalsprogramma worden jaarlijks geëvalueerd, op basis van zes impactdoelen: verwonderen, vermaken, kritisch kijken, smaakontwikkeling, storytelling en werelden openen. In de komende beleidsperiode wordt de impactmeting voortgezet na een tussenevaluatie in 2024 waarbij de doelen en meting waar nodig worden aangescherpt.

³ <https://europeanfilmclub.com/>

⁴ Mardell, B., Ryan, J., Krechevsky, M., Baker, M., Schulz, T. S., and Liu-Constant, Y. (2023). A pedagogy of play: Supporting playful learning in classrooms and schools. Cambridge, MA: Project Zero.





Educatieprogramma Radio Cinekid

Cinekid scholenprogramma tijdens festival

In het scholenprogramma wordt de educatieve visie toegepast door de geselecteerde festivalfilms per leeftijdsgroep te verrijken met een zaalworkshop. Ze beginnen met een voorbereidend les in de klas: leerlingen gaan met fragmenten, theoretische achtergrond en creatieve opdrachten alvast aan de slag met de film(s) die ze gaan zien (beleven, smaakontwikkeling en het vormen van een kritische blik). Vervolgens zien leerlingen een film of meerdere korte films, aangepast op hun ontwikkelingsniveau; op het festival met aansluitend een randprogramma in de zaal (ervaren, ontdekken en zelf leren maken). Een voorbeeld is het randprogramma over foley-geluid dat we in 2021 en 2022 ontwikkelden met foley-artiest Daimo Da Costa. Kinderen maakten geluiden onder een filmscène die door een editor live werden gemonteerd.

Cinekid Educatie in het curriculum en School & Omgeving

Cinekid ziet tijdens de komende beleidsperiode een belangrijke rol voor educatieve programma's buiten het festival bij het verrijken van het basisonderwijs. De rol van film- en mediaeducatie volgens de methoden van Cinekid kunnen ingezet worden bij de uitdagingen als lerarentekort en het inrichten van programma's voor School & Omgeving. Voor de onderwijsprogramma's maakt Cinekid-educatie gebruik van de SLO-doelen. De nog nieuw te ontwikkelen kerndoelen (maart 2024) op het gebied van Digitale Geletterdheid worden een vast onderdeel van de programma's, zodat scholen deze kunnen integreren in hun curriculum. Omdat de meeste scholen nog geen vaste methodes hebben op het gebied van Digitale Geletterdheid (waar ze dit wel hebben voor bijvoorbeeld Taal of Rekenen) kan dit ondersteunend werken⁵.

Cinekid werkt samen met **vaste partners** en kiest voor een aantal **duurzame programma's** die ingezet kunnen worden gedurende het jaar, zowel binnen- als buitenschools. Deze programma's zijn de afgelopen jaren (door)ontwikkeld. Binnen het **Cultuurcoachtraject** biedt Cinekid in samenwerking met Eye, Taartrovers, Nur-Limonade, Filmhub Noord-Holland een volledig lesaanbod, ontwikkeld voor groep 1 t/m 8 op basis van de Leerlijn Filmeducatie. **Radio Cinekid** is een in 2023 gestart traject van vijf weken waarin kinderen uit verschillende stadsdelen in Amsterdam hun perspectief ontwikkelen op erfgoed en gezamenlijk mini-podcasts maken over hun eigen buurt. Bij dit project werkt Cinekid samen met Landschap Erfgoed Utrecht en het Stratenmakers Audio Collectief, een groep audio-, podcast- en beeldmakers met

roots in Amsterdam Zuidoost en Nieuw-West. Het project **Shorts by Kids** is een landelijk project in samenwerking met IMC Basis. In een traject van vijf weken werken kinderen toe naar het maken van hun eigen film. Deze zien ze vervolgens terug in een lokaal theater, waarna het winnende filmpje meedoet aan de Shorts by Kids competitie op de hoofdlocatie van het festival in Amsterdam Noord. In samenwerking met o.a. NPOZAPP en Eye heeft Cinekid van 2013 t/m 2019 een **educatieve filmcollectie** opgebouwd voor het onderwijs en voegt hier jaarlijks films aan toe. De collectie bestaat op dit moment uit veertien lange films en 49 korte films. Deze films kunnen door theaters worden geboekt en ingezet voor schoolvoorstellingen in de bioscoop. Voor iedere film is gratis lesmateriaal beschikbaar voor in de klas, en gesprekshandleidingen voor in de filmzaal.

De integrale educatie wordt binnen de bestaande activiteiten voortgezet in de komende beleidsperiode. Dit zijn concrete stappen ter versterking en verbetering:

- Een grotere rol voor context door het **uitbreiden van masterclasses** tijdens het festival van 20 naar 40 (meer herhaling van vaste concepten). Inzetten van rolmodellen, influencers en populaire presentatoren.
- **Uitbreiden doelgroepen scholenprogramma** van de stad Amsterdam naar omliggende steden en dorpen zoals Zaandam, Weesp, Almere, Hoorn en Hilversum. In samenwerking met de ABN AMRO en het Jeugdeducatiefonds maken we een bezoek financieel mogelijk en zorgen we voor vervoer, een van de grootste beperkingen voor bezoek aan het festival voor deze scholen, in totaal 500 kinderen.
- Jaarlijkse **stijging bezoek scholenprogramma in de regio** van 10%. Cinekid trekt het landelijke educatieaanbod los van het festivalaanbod, waardoor het programma eerder aangeboden kan worden en scholen het makkelijker kunnen boeken.
- **Scholenprogramma voor het speciaal onderwijs uitbreiden** (in 2023 21% van totaal schoolbezoek) door het leveren van maatwerk. Zo bevordert Cinekid toegankelijkheid voor deze groep.
- Ontwikkelen educatieve programma's (zaalprogramma en educatief pakket) voor het **IDFA Vondelparkpaviljoen**. Deze programma's zijn jaarrond te boeken en bedienen scholen die nu niet naar het scholenprogramma komen en voor wie het vaak moeilijker is in een festivalsetting Cinekid te bezoeken.

5 <https://www.actualisatiekerndoelen.nl/digitalegeletterdheid/updates/nog-even-geduld-lees-hier-wanneer-we-de-conceptkerndoelen-digitale-geletterdheid-opleveren>



Pitch 'Idje wil niet naar de kapper' Junior Co-Production Market, Cinekid for Professionals

- Samen met de bestaande partners, is de intentie uitgesproken het succesvolle **Cultuurcoachtraject voort te zetten** in de nieuwe beleidsperiode, met Eye als penvoerder. We richten ons op scholen in Amsterdam Noord, met uitbreiding naar het Speciaal Onderwijs.
- Uitbreiden Radio Cinekid door samenwerking met **Noordje**, de **Openbare Bibliotheek Amsterdam** en Publieke Omroep Amsterdam. De OBA voorziet in een volledig uitgeruste opname studio. Naast OBA Oosterdok zijn deze studio's ook toegankelijk in Nieuw-West, Noord, Oost en Zuidoost.
- Jaarlijks continueren van **Shorts by Kids in samenwerking met IMC Basis**. Het landelijk karakter van het project wordt aangehouden en jaarlijks wordt een school toegevoegd mits aanvullende financiering. Zo vond het project in 2023 en 2024 plaats op de volgende plekken: Rotterdam, Heerlen, Goirle, Vlissingen, Zaltbommel, Amersfoort, Lelystad, Hoogeveen, Deventer, Farmsum, Winschoten, Assen, Almere, Uithoorn, Deventer, Veghel, Tilburg, Middelburg en Kerkrade.
- Ontwikkelen van nieuwe workshops en onderwijsprogramma's met **Samsung**, waarmee Cinekid een AR en AI workshop ontwikkelt voor het MediaLab en een binnenscholen workshoptraject, aansluitend bij de kerndoelen **digitale geletterdheid**.

3.5 Talentontwikkeling & matchmaking makers

Cinekid is al jaren actief op het gebied van training en matchmaking voor internationale makers met impactvolle programma's voor schrijvers, regisseurs en producenten.

- Op het gebied van matchmaking organiseert Cinekid de **Junior Co-production Market (JCM)**, een pitchingprogramma waarbij financiers, omroepen, eindredacteuren en producenten nieuwe kinderprojecten in ontwikkeling beoordelen. Bij de selectie wordt gefocust op haalbaarheid en kwaliteit. Naast financiering fungeert de JCM als platform voor het vinden van sales agents, co-producenten en omroepen/distributeurs. In 2023 waren acht oud JCM-projecten onderdeel van de festivalselectie. Meer dan 50% van de projecten uit de periode 2004 tot 2023 zijn gepresenteerd op grote internationale festivals.
- Op het gebied van training organiseert Cinekid het **Script LAB**; een zes maanden durend internationaal scripttrainingsprogramma voor schrijvers van kinderfilms of

-series. Jaarlijks biedt het twaalf internationale schrijvers en schrijver-regisseurs persoonlijke coaching en training bij hun script in ontwikkeling voor (live-action, animatie en documentaire) gericht op jeugd. In een inclusieve omgeving worden scripts verfijnd, samen met gerenommeerde internationale coaches.

- Het **Directors LAB** is een vijfdaagse workshop voor regisseurs van kinderfilms of -series in de laatste ontwikkelingsfase. Zes deelnemers, geselecteerd via samenwerkende instituten en een open oproep, krijgen steun van onder andere het Noors Film Instituut, Nederlands Filmfonds en IJslands Film Centrum. Criteria voor selectie omvatten haalbaarheid, kwaliteit en regisseurstalent, waarbij een producent verbonden moet zijn. Focus op peer learning en leren door te doen, en praktisch leren door echte scènes met acteurs, met meerwaarde door feedback van acteurs, collega's en professionals.
- Het forum is een **internationale conferentie** tijdens het festival met keynotes en casestudies en interactieve rondetafel sessies, waarbij experts vanuit diverse achtergronden hun eigen kijk op, en ervaringen binnen kinder- en jeugdmedia delen; van creatie tot distributie. Naast deze conferentie organiseert Cinekid ook besloten **expertsessies** over bijvoorbeeld digitale cultuur (mede initiator Moonshot), educatie (samen met Netwerk Filmeducatie) en toegankelijkheid/gelijke kansen (diverse partners).

Succesverhalen (JCM, Script & Directors LAB)

Sea Sparkle (regie Domien Huyghe, script Wendy Huyghe, Jean-Claude van Rijckeghem
Producent A Private View, Viking Film)

- Script LAB 2018-19, Directors LAB 2021
- Première 2023 Berlinale Generation
- Nederlandse première Cinekid Festival 2023

Kiddo (regie Zara Dwinger, script Zara Dwinger, Nena van Driel, producent Studio Ruba)

- Script LAB 2020-21, Directors LAB 2022, JCM 2022
- Onderdeel van Cinekid presenteert 2023
- Winnaar Cinekid Beste Nederlandse Kinderfilm 2023



Cinekid opblaasbioscoop

Snot & Splash (regie Teemu Nikki, script Teemu Nikki, Ilja Rautsi, producent It's Alive Films)

- Script LAB 2018-19, JCM 2019
- Première Locarno Kids 2023

Jippie No More! (regie Margien Rogaar, script Fiona van Heemstra, producent Juliet at Pupkin)

- Script LAB 2018-19
- Openingsfilm en wereldpremière Cinekid Festival 2023
- Winnaar Cinekid Jeugdjury Award 2023

In het verlengde van de bestaande talentontwikkeling wil Cinekid twee aanpassingen doorvoeren:

- **Ontwikkelen apart ScriptLAB series**, mits er aanvullende financiering is. Er is een toename in behoefte aan seriële content voor kinderen en dit vraagt een andere aanpak en coaching dan bij speelfilms. Onderzoek in 2024, implementatie 2025 en verder.
- **Meer integrale begeleiding van projecten** gericht op schrijven, regisseren en produceren. Gedurende het jaar worden schrijvers, regisseurs en producenten voor overlappende aspecten van de projecten begeleid om de volgende stap in de ontwikkeling van hun project te kunnen zetten.

3.6 Presentatieplekken

- Het **Buikslotermeerplein** in Amsterdam is de festivalhub in de herfstvakantie, Pathé Bioscoop de hoofdlocatie, met een buitenprogramma vol gratis activiteiten: meet en greets, optredens van lokale partners en talenten, maar ook NPOZAPP-programma's. Rond dit terrein zoekt Cinekid ieder jaar locatiepartners voor een deel van de programmaonderdelen van het professionalsprogramma. Cinekid hoopt dat in de komende jaren meer culturele initiatieven rondom het plein ontstaan waarmee samenge-

werkt kan worden. Als onderdeel van Cultuurtafel Noord houdt Cinekid actief contact met alle culturele partijen in Noord. Met Noordje is de intentie uitgesproken om op hun nieuwe locatie het Cinekid-programma een plek te geven. De Bowlingbaan wordt ook ontwikkeld door onder andere Verdedig Noord, waarmee Cinekid heeft samengewerkt in de startfase in Noord.

- In het hele land werkt Cinekid samen met **filmtheaters, bibliotheken, bioscopen, schouwburgen en cultuurcentra** voor de invulling van het festivalprogramma. Van een groot festival met MediaLab waar ook entree wordt gevraagd in Groningen, tot fijnmazige programma's bij bibliotheken van Nuth in Limburg tot Kollum in Friesland. Dit zijn ook partners van Cinekid Presenteert, waarmee Cinekid gedurende het jaar nieuwe jeugdfilms promoot door voorpremières.
- Ook werkt Cinekid sinds 2022 samen met partners in **Suriname** en het **Caribisch deel van het Koninkrijk** (momenteel Curaçao en vanaf 2024 ook Aruba), voor een passend festivalprogramma. Deze programma's worden in de komende beleidsperiode verder ontwikkeld, waarbij lokale makers een grotere rol zullen spelen. Cinekid breidt het **fijnmazige netwerk in het land verder uit** met bibliotheken als onderdeel van de festivallocaties. Daarmee krijgen alle kinderen in ons land gelijke kansen om het programma te ontdekken.
- Cinekid ontwikkelde in samenwerking met het Belgische JEF **een eigen opblaasbioscoop** voor kinderen, die de komende jaren door heel Nederland zal reizen. De gratis toegankelijke bioscoop vertoont speciaal geselecteerde korte films en richt zich op kinderen die niet gemakkelijk toegang hebben tot bioscoopervaringen. In samenwerking met partners als buurthuizen en scholen wordt de bioscoop naar kinderen in de wijken gebracht: in Amsterdam in de periode rond het festival en erna door het land in samenwerking met partners als bibliotheken en filmtheaters.



Cinekid Junior Crew 2023

4. Publiek

4.1 Samenstelling publiek en focusgroepen

Cinekid publiek vernieuwt zich continu omdat het aanbod voor een beperkte leeftijd is (3 tot 14 jaar). **Elk jaar is 50% van het festivalpubliek nieuw.** Volgens het publieksonderzoek is ons publiek divers; zo'n 60% voelt een sterke binding met een ander land dan Nederland. Het voeren van **inclusieve campagnes** is essentieel om een nieuw en divers publiek aan te trekken. Daarbij richt Cinekid zich op de ouders en verzorgers. Cinekid zet de komende beleidsperiode in op verbreding van het publiek. Hierbij wordt niet gestreefd naar meer bezoekers maar naar het **stabiliseren** van de huidige bezoekersaantallen met de focus op een **divers** publiek.

Binnen de doelgroep publiek (ouders/verzorgers en hun kinderen) heeft Cinekid aan de hand van een doelgroepanalyse verschillende focusgroepen bepaald voor de marketingstrategie van het festival in Amsterdam, maar deze is ook relevant voor de landelijke campagne. De **cultuurlovers** van Amsterdam met kinderen (135.000) zijn op de hoogte van de nieuwste trends en zijn op zoek naar een creatieve en educatieve activiteit om samen te beleven. Na de verhuizing van de hoofdlocatie van het Westergasterrein naar het Buikslotermeerplein in 2021 moet Cinekid extra moeite doen hen te bereiken. Daarnaast focust Cinekid zich op gezinnen met kinderen tussen de 5 en 14 jaar uit **omliggende dorpen/gemeenten** grenzend aan Amsterdam (190.000 totaal). Zij zoeken op internet naar een leuk daguitje, waar plezier en vermaak voorop staan. Een nieuwe maar belangrijke doelgroep in Amsterdam zijn **Stadspashouders** met kinderen tussen de 3 en 14 jaar (20.000 totaal). Zij hebben weinig budget (samenwerking Stadspas) en komen graag spontaan langs om een kaartje te kopen. Ook de **BSO's** zijn een relevante doelgroep met veel potentie zowel in Amsterdam als in de regio, waar de behoefte aan een geschikte culturele activiteit groot is.

4.2 Landelijke marketing

Landelijk en regionaal worden **online campagnes** en campagnes in **samenwerking met partners** zoals JeanMineur Mediavision (bioscoopreclame), ZAPP, Kidsweek en Kidsproof ingezet om de publieksdoelgroepen goed te bereiken. **PR is een belangrijk onderdeel van de strategie** om de

bekendheid en betrokkenheid te vergroten onder (nieuw) publiek en professionals en zo meer bezoeken te realiseren. Redactionele aandacht wordt gezocht vanuit de verschillende programmaonderdelen, waarbij de openingsfilm, het festivalthema en gast van het jaar nieuwswaardig zijn. Hoewel het Jeugdjournaal elk jaar meerdere items over Cinekid heeft, en diverse media over Cinekid schrijven en posten, liggen hier nog kansen. Dit is de manier om nieuwe groepen, van alle achtergronden, te bereiken en betrekken. Cinekid betreft ook **social influencers** (een belangrijke groep) bij het festival.

4.3 Lokale marketing

Op de hoofdlocatie in Amsterdam Noord past Cinekid **lokale marketing** toe om bewoners van diverse achtergronden te betrekken bij het festival. De Publieke Omroep Amsterdam is een belangrijke mediapartner. Cinekid vergroot zijn impact door samen te werken met **lokale partners** zoals Verdedig Noord, Noordje, en community managers die betrokken zijn bij buurthuizen of andere lokale initiatieven. Deze samenwerking geeft Cinekid de juiste kanalen en diepgaande kennis van de gemeenschap, om op een doeltreffende manier kinderen en ouders/verzorgers te bereiken. Samen met hen zorgen we voor uitingen op de plekken waar buurtgenoten samenkomen en delen we tips van het Cinekid-programma in **whatsappgroepen**. Ook werken we samen met de lokale ondernemers op het Buikslotermeerplein. Voorafgaand aan het festival is Cinekid aanwezig met workshops en promotie op buurtfestival Banne Bruist. In samenwerking met de Stadspas maken we het festival toegankelijk voor gezinnen met een kleine portemonnee.

De marketing voor de festivallocaties **in de regio** wordt voornamelijk gedaan door de filmtheaters en bibliotheken; zij hebben de kennis over en het contact met het lokale publiek. Cinekid ondersteunt de locaties in de regio met een marketingtoolkit en digitale advertenties op de eigen social media-kanalen. Bij Kidsproof wordt gefocust op de specifieke locatie.

4.4 Versterken doelgroep benadering

Voor een kleine organisatie als Cinekid is het een grote uitdaging om op alle niveaus zichtbaar en relevant te zijn. Er wordt steeds meer gevraagd van de marketingmedewerkers die algemene én specialistische kennis moeten hebben. In



Publieksvertoning Totem, openingsfilm Cinekid Festival 2022

de komende beleidsperiode kiest Cinekid voor een pool aan specialisten, aangestuurd door het vaste team. Het bedienen van de doelgroepen onderwijs en professionals, naast het reguliere publiek, vraagt om specialistische kennis.

In de komende beleidsperiode worden daarom twee freelance rollen aan het team toegevoegd: een **onderwijs marketeer** en een **internationale marketingspecialist**. Voor het onderwijs wordt de database van scholen in Amsterdam verrijkt en de relatie versterkt via whatsappgroepen van leerkrachten, een vaste doelgroep. De **internationale film- en mediaprofessionals** vormen een **trouwe en vrij stabiele bezoekersgroep van Cinekid**. Sinds de pandemie is de omvang van de groep licht gedaald. De ambitie is **deze groep te laten groeien van 400 naar 550** en de groep te **verbreden** met professionals uit het digitale cultuurveld, met name games en immersieve makers met focus op kinderen. Daarnaast is in 2023 een digital product manager aangetreden om verbeteringen op het gebied van online omgeving, database, data analyse en de online customer journey voor publiek, onderwijs en industry te implementeren.

4.5 Betrekken van publiek

De ambities voor de komende beleidsperiode voor **het betrekken en het verbinden van kinderen** aan het festival worden op de volgende manier versterkt:

- Vanaf 2025 breiden we het **Junior Crew**-traject uit door de kinderen een nog grotere rol te geven bij het programmeren van verschillende onderdelen van het festival, zoals een *'Junior Crew's choice'*. Diversiteit wordt geborgd door een open oproep en samenwerking met basisscholen in Amsterdam Noord en speciaal onderwijs.
- **Versterken van het team jeugdpresentatoren**. De begeleiding en voorbereiding begint eerder en wordt uitgebreid, en er wordt verbinding gemaakt met de pool jeugdjury en Junior Crew. Zo ontwikkelen we een Cinekid carrière voor tieners, die hun kennis over presenteren en film kunnen vergroten. Een goed voorbeeld is Noa Steffers, die lid was van de Cinekid jeugdjury, al een paar jaar junior presentator is, een MBO-opleiding volgt gericht op media en stage heeft gelopen bij ZAPP.
- Vanuit de workshops die Cinekid binnen TUMO in Zuidoost ontwikkelt werven we **talentvolle jongeren die in**

het MediaLab de installaties en workshops beheren en hun technische en creatieve kennis in praktijk kunnen brengen. Zo wordt de begeleiding in het MediaLab niet een oppervlakkige shift, maar een inhoudelijk gedreven rol voor jongeren die hier na de middelbare school mee verder willen.

- De **Kindercommissie Noord** adviseert Cinekid over verdieping van het jaarlijkse thema in een brainstormsessie en brengt het thema tot leven door tekeningen te maken, die met een illustrator worden doorontwikkeld tot het jaarlijkse campagnebeeld.

4.6 Publiek en digitaal

In 2022 is de door de pandemie ingegeven digitalisering opnieuw onder de loep genomen om de juiste keuzes te maken met betrekking tot digitale infrastructuur. De conclusie was dat Cinekid geen nieuwe activiteiten gaat ontwikkelen, maar de huidige activiteiten **effectiever en efficiënter** gaat uitvoeren. Er is een digital product manager aangenomen om de infrastructuurverbetering (tooling, efficiëntie en verbetering customer journey) samen met het team te realiseren. In 2024 wordt de implementatie voortgezet. We ontwikkelen onder andere een nieuwe website, waarbij de **online customer journey voor de drie doelgroepen (publiek, onderwijs en industry) wordt geoptimaliseerd** en de ticketverkoop en het afnemen en aanmelden van/voor bepaalde producten van Cinekid makkelijker wordt. **De online klantreis van publiek, professionals en onderwijs verloopt in 2028 vloeiend**, waardoor conversie naar bezoek wordt vergroot.

In 2021 t/m 2023 werd **intensief samengewerkt met digitale partners** Squila en Lesson Up om Cinekid workshops bij kinderen thuis en op school te brengen. Deze samenwerkingen zetten we voort. De **gidsfunctie** wordt digitaal geladen middels de Cinekid filmselectie op Pathé Thuis en de jaarlijks verwerste Top 100 die Cinekid met de VPRO samenstelt.

Een select aantal eigen digitale producten hebben de komende jaren **een aanvullende waarde** bij bestaande fysieke programma's voor specifiek onderwijs en professionals.

- **Online filmcatalogus voor het onderwijs**. Cinekid biedt online toegang tot eerder op het festival vertoonde films



Masterclass stemacteren

met bijbehorend lesmateriaal, zoals *Linda wil Kip!*, winnaar beste film 2023. Het aanbod is gratis maar zit in een afgeschermd omgeving.

- **Online Screeningclub** voor internationale professionals brengt jaarlijks de geselecteerde films. Dit is een belangrijke bron voor internationale programmeurs, distributeurs en sales agents die niet naar Cinekid kunnen komen, uit landen buiten Europa zoals Australië, India, Brazilië. Jaarlijks zijn er 1.000 views van okt-dec.
- In de komende beleidsperiode wordt aan de bestaande labs een nieuwe laag toegevoegd van **online tutoring** met de focus op schrijvers, regisseurs en producers uit landen waar lokale filmfinanciering en infrastructuur beperkt zijn.

4.7 Fysieke, digitale en sociale toegankelijkheid

Om meer inzicht te krijgen in toegankelijkheid van de activiteiten heeft Cinekid in 2023 een **toegankelijkheidsscan** laten uitvoeren door stichting Accessibility. De resultaten en het adviesrapport zijn besproken met het kernteam. Het is duidelijk welke elementen op orde zijn en Cinekid zet **concrete stappen om de toegankelijkheid van de activiteiten verder te verbeteren**, zowel fysiek als online.

De komende beleidsperiode zijn de volgende voorwaarden benoemd:

- Alle Cinekid Festival-locaties blijven volledig rolstoeltoegankelijk.
- Op de hoofdlocatie blijven we films aanbieden voor mensen met een visuele en auditieve beperking via sub- en earcatch; op de landelijke locaties wordt dit ook waar mogelijk doorgevoerd.
- In samenwerking met de Stadspas blijven we zorgen dat het festival toegankelijk is voor Amsterdamse gezinnen met een laag inkomen. Daarnaast krijgen alle kinderen die voorafgaand aan het festival een bezoek brengen aan de opblaasbioscoop en/of met school een bezoek brengen aan het festival, een vrijkaartje voor het publieksfestival.
- Het onderwijsprogramma voor leerlingen uit het speciaal onderwijs, wordt de komende periode uitgebreid.
- De vernieuwde website heeft prominent informatie over de toegankelijkheid van de locaties, het programma (sub-

catch en earcatch), MediaLab installaties en de reis naar het festival.

- De website voldoet aan de Web Content Accessibility Guidelines (WCAG).
- Alle balies en fysieke kassa's krijgen een verlaagd gedeelte en een garderobe op verschillende hoogtes. De signing is verbeterd en beter zichtbaar.
- Een speciale training op sociale toegankelijkheid is een vast onderdeel van het inwerkprogramma voor vrijwilligers.
- Tijdens de beleidsperiode wordt onderzoek gedaan naar het verbeteren van het lichtplan voor het MediaLab, voelen audiovisuele elementen bij algemene signing en de werken in het MediaLab, en naar een alternatief voor een visuele plattegrond zoals een voel-maquette.
- Bij het ontwikkelen van nieuwe werken voor het MediaLab toetst Cinekid samen met makers de toegankelijkheid.

4.8 Onderzoek

De afgelopen beleidsperiode heeft Cinekid jaarlijks uitgebreid onderzoek gedaan naar de impact van het programma voor publiek, professionals en scholen. Hiervoor is een **Cinekid Theory of Change** geformuleerd zoals beschreven in hoofdstuk 3.4 educatie. De activiteiten zijn effectief op alle impactdoelen, waarbij 'opent werelden' en 'smaakontwikkeling' veelal de hoogste score hebben. Naast impact meten we ook algemene waardering dat altijd hoger dan een 8 en in 2023 zelfs een 9 scoort. Vanuit het toegankelijkheidsprincipe kiest Cinekid ervoor bij kaartverkoop geen postcodes uit te vragen: daardoor is er beperkte kennis over de doelgroep. Cinekid onderzoekt de samenstelling van het publiek met een online vragenlijst in Amsterdam en een aantal locaties in de regio.

- De komende beleidsperiode gaat Cinekid binnen de wettelijke mogelijkheden (AVG) meer kennis verzamelen over een grotere groep bezoekers in een online publieksonderzoek gekoppeld aan de kaartverkoop. Het impactonderzoek wordt voortgezet; in 2024 wordt de Cinekid Theory of Change geëvalueerd en waar nodig aangescherpt.



Potion Party, XR Lab, MediaLab 2023

5. Ondernemen

5.1 Organisatie

Om alle processen goed te laten verlopen en onze doelen te bereiken is een stabiele organisatie nodig, met goedwerkende processen en structuren. In 2022 en 2023 is een systeem ingevoerd om de doelstellingen en haalbaarheid van de projecten te toetsen: de Cinekid productsheets. Omdat dit proces niet goed is gemanaged, landde de structuur niet goed in de organisatie. Daarnaast was de werkdruk bij hoofd bedrijfsvoering (finance, operations, beleid, HR, planning) en de afdeling marketing hoog. Om de plannen beter te kunnen realiseren en de medewerkers beter in hun kracht te zetten, is begin 2024 de organisatiestructuur aangepast. Er is een onderscheid gemaakt tussen programmatische en productieve/operationele taken en verantwoordelijkheden.

Met het vertrek van het hoofd bedrijfsvoering in februari 2024 wordt het brede takenpakket verdeeld over twee nieuwe functies: een uitvoerend producent met regie op de planning, productie en begroting van de activiteiten en een controller met regie op de inrichting van financiële processen, jaarstukken en afrekeningen. In deze nieuwe situatie blijven de programmahoofden inhoudelijk verantwoordelijk voor de activiteiten onder leiding van de directeur. Verder zijn het hoofd development en hoofd marketing verantwoordelijk voor beleid op publieksbereik en fondsenwerving. De management assistent ondersteunt de directeur op het personeelsbeleid. Het marketingteam wordt versterkt met 0,4 fte voor de uitvoering van marketingstrategie voor professionals en onderwijs zoals beschreven in hoofdstuk publiek. Met deze nieuwe organisatiestructuur is het toetsen van haalbaarheid van plannen centraal geregeld. Dit werkt faciliterend voor de artistieke kerndoelen van Cinekid. De programmahoofden reageerden positief op deze structuurverandering. Het vormgeven van de structuur wordt aangestuurd door een interim zakelijk manager die tot de zomer van 2024 betrokken blijft. Dit alles met als doel om een zakelijk fundament te leggen voor de komende beleidsperiode 2025-2028.

Cinekid hecht veel waarde aan **meerstemmigheid binnen de organisatie**; het personeelsbestand (vaste medewerkers, vrijwilligers en festivalmedewerkers), moet bestaan uit personen met uiteenlopende politieke opvattingen, religies en

levensbeschouwingen en belevingswerelden. Cinekid is er zich bewust van dat momenteel de meerstemmigheid binnen het kernteam niet in alle opzichten is geborgd. Om dit te verbeteren bij werving en behoud maakt Cinekid gebruik van externe ondersteuning door Trickle. In 2023 is een inclusiviteitstraining gegeven voor de vaste medewerkers. Deze training wordt jaarlijks herhaald om de inclusie op de werkvloer te bevorderen. Een divers personeelsbestand vraagt om duurzame investering. Voor werving van nieuwe medewerkers worden alle vacatureteksten geschreven in toegankelijke taal en uitgezet op diverse vacaturebanken zoals Trickle en Vacature Via. Ook bij wisselingen in de Raad van Toezicht wordt toegezien op de diversiteit.

Cinekid heeft een **HR gesprekscyclus met drie gespreksmomenten**. Naast de bedrijfsdoelstellingen worden hierin ook de persoonlijke (groei-)doelstellingen gemonitord. De beoordeling, aan het einde van het jaar, heeft direct invloed op een eventuele stap van de medewerker in het salarishuis. Cinekid reserveert jaarlijks een **persoonlijk opleidingsbudget**. Dit zorgt voor meer transparantie, gelijke ontwikkelingsmogelijkheden en meer autonomie in de keuze voor training en ontwikkeling. Daarnaast stelt Cinekid jaarlijks een budget beschikbaar voor de **interne feestcommissie**. Deze organiseert jaarlijks verschillende feestelijke en teambuildingactiviteiten. Ook heeft Cinekid sinds 2022 een **extra vrije dag** toegevoegd die kan worden opgenomen op een feestdag naar keuze en is Keti Koti officieel een vrije dag. Vanaf 2021 heeft de HR-specialist de medewerkers bijgestaan als **vertrouwenspersoon**. Vanaf 2023 vinden, als onderdeel van de jaarlijkse gesprekscyclus, reflectiegesprekken plaats tussen teamleden en de HR-specialist. Daarnaast heeft Cinekid onlangs een tweede, externe, vertrouwenspersoon aangesteld. Elke twee jaar wordt een **medewerkers-tevredenheidsonderzoek** (MTO) uitgevoerd. Cinekid scoorde in 2022 een 7,2 – in lijn met het landelijke gemiddelde. Dankzij dit onderzoek is er aandacht gekomen voor een betere balans in werkdruk (zeker in aanloop naar het festival) en **feedback training**. Cinekid doet in 2024 weer een MTO, en tijdens de beleidsperiode in 2026 en 2028.

Cinekid hecht grote waarde aan respect en sociale veiligheid en heeft in 2023 een **Code of Conduct** ontwikkeld. Deze gedragscode geldt voor iedereen die betrokken is bij het festival, van medewerkers en vrijwilligers tot partners en bezoe-



Presentator Gabs Wildebras bij première kinderprogramma Wilde Buren.

kers. De code is gepubliceerd op de website en wordt actief gedeeld en besproken met alle betrokkenen. Cinekid monitort deze code of conduct jaarlijks en deze wordt waar nodig herzien.

5.2 Referentiekader Fair Pay

Cinekid heeft in 2023 samen met IFFR, IDFA, NFF, Kaboem, Movies that Matter en Go Short onderzoek gedaan naar fair pay in samenwerking met Berenschot. Uit de rapportage van Berenschot blijkt dat de **filmfestivals nog niet marktconform belonen**. De aanbevelingen uit het rapport worden doorvertaald in een **raamwerk filmfestivals** dat gehanteerd wordt door de deelnemende filmfestivals en ook gevolgd kan worden door, of een leidraad kan zijn voor, andere (film)festivals in het land. Het raamwerk zal bestaan uit collectieve afspraken in de vorm van een **honoreringsrichtlijn**. Daarnaast worden gezamenlijk een set secundaire arbeidsvoorwaarden en een opleidings- en veiligheidsbeleid vormgegeven. Dit traject zal middels een door PACCT opgerichte ketentafel Filmfestivals uitgewerkt worden zodat er per 1 januari 2025 een referentiekader in werking is. *Voor uitgebreide toelichting met betrekking tot Fair Pay zie toelichting op de begroting.*

5.3 De financieringsmix

De financieringsmix van Cinekid bestaat in de nieuwe beleidsperiode uit publieksinkomsten (8%), structurele subsidies van het Ministerie van OCW (35%) en AFK (18%), incidentele subsidies van publieke (21%) en private fondsen (8%), overige directe inkomsten (2%) en sponsoring (8%).

In 2023 is gestart met het bouwen van duurzame relaties met het **bedrijfsleven**, bijvoorbeeld Adyen, Samsung en de ABN AMRO Foundation. In de periode 2025-2028 is het doel deze partners duurzaam aan Cinekid te verbinden. De basis is een inhoudelijke samenwerking, waarbij de partners financieel, materieel of met menskracht bijdragen aan de opstart van nieuwe of continuering/opscaling van bestaande maatschappelijke en educatieve programma's van Cinekid. In de periode 2025-2028 probeert Cinekid de relaties met de (voor Cinekid) nieuwe fondsen te verduurzamen. De druk op de private fondsen is groot en er is dan ook een kans dat een deel van de structurele bijdragen van **private fondsen** wordt afgebouwd, omdat de inhoudelijke focus van deze fondsen verandert of de voorkeur uitgaat naar nieuwe organisaties.

Een financiële basis vanuit OCW en het AFK is voor Cinekid dan ook essentieel.

Cinekid zet zich de komende beleidsperiode niet actief in om structurele particuliere donaties te werven. Cinekid ziet wel kansen in het werven van **nalatenschappen** en geeft hiervoor in 2024 een strategie vorm voor de nieuwe beleidsperiode. Vanaf de start van de komende beleidsperiode wordt dit geïmplementeerd.

Het aandeel **publieksinkomsten** uit recette is relatief laag, maar is de afgelopen twee jaar wel minimaal 15% per jaar gestegen. Als festival voor een jonge doelgroep zijn ticketprijzen in verhouding lager. We kiezen daarnaast bewust voor een maatschappelijke strategie van meer bezoek maar niet meer opbrengsten, door vrijkaartjes voor scholen en groei in stadspasbezoeken.

5.4 Risico analyse

Voor financiële risico's zie toelichting op de begroting. Cinekid ondervindt **concurrentie** van online streamingdiensten op het gebied van jeugdfilms en gaming. Daarnaast is er tijdens de herfstvakantie (wanneer het festival plaatsvindt) een groot aanbod van andere leerzame culturele uitjes. Andere filmfestivals hebben steeds vaker een scholenprogramma's dat zich richt op de doelgroep van Cinekid (t/m 14 jaar). Enerzijds zoekt Cinekid **samenwerking met streamingplatforms** zoals Pathé Thuis om daarbinnen jeugd aanbod te cureren. Daarnaast zet Cinekid extra in op contextprogrammering waarmee het zich onderscheidt wat betreft impact. Cinekid stemt verder met andere festivals af dat het aanbod niet overlapt in timing.

Cinekid werkt met een relatief klein kernteam; de **werkdruk is hoog**, wat **gezondheidsrisico's** met zich mee kan brengen. In 2023 is een Risico Inventarisatie en Evaluatie (RI&E) uitgevoerd. Naar aanleiding hiervan is een **beleid** opgesteld en een **preventiemedewerker** benoemd die het beleid in overleg met de directie uitvoert. Verder houdt Cinekid elke twee jaar een **medewerkerstevredenheidsonderzoek** om eventuele knelpunten te signaleren aan te pakken.

Een **datalek of schending van de privacy van ons publiek** zijn grote risico's voor Cinekid. Zeker voor de doelgroep kinderen. Cinekid is betrokken bij het formuleren van de **Code**



Buitenprogramma Amsterdam Noord, hoofdlocatie Cinekid Festival

voor **Kinderrechten** waarin privacybeleid wordt ontwikkeld voor deze doelgroep. Cinekid heeft een **privacy-en informatiebeveiligingsbeleid**. Er is een datalekprocedure ingesteld, er wordt een verwerkingsregister bijgehouden en er is een **compliance officer** (de financial controller) aangesteld.

Het frauderisico in de organisatie is aanwezig bij het aangaan of verwerken van financiële verplichtingen. Om het risico zo klein mogelijk te houden hanteert Cinekid het vier-ogen-principe. Naast het vier-ogen-principe bij transacties is er een externe boekhouding die de administratieve handelingen controleert en een externe accountant die op verzoek van de RvT de administratieve en financiële processen controleert.

5.5 Governance Code Cultuur

Cinekid hanteert actief de principes van de Code. Cinekid houdt zich bezig met maatschappelijk relevante onderwerpen en is zich zeer bewust van de steun die via subsidiebijdragen vanuit de maatschappij structureel en incidenteel aan de organisatie wordt gegeven.

Stichting Cinekid Amsterdam hanteert sinds 2018 een Raad-van-Toezicht-model met een directeur-bestuurder. De samenstelling van de Raad van Toezicht per 1 januari 2023 is als volgt:

- Eveline Aendekerk (voorzitter, in functie per 01-04-2021, eerste termijn)
- Errol Nayci (in functie per 1-1-2018, derde termijn)
- Jeroen van Dijk (in functie per 1-6-2018, tweede termijn)
- Marlene Wickel (in functie per 1-6-2018, tweede termijn)
- Patty Voorsmit (in functie per 1-1-2023, eerste termijn)

De Raad is divers van samenstelling voor wat betreft culturele achtergrond, gender en competenties van leden. Cinekid vindt het daarnaast belangrijk dat een aantal RvT-leden kinderen en/of kleinkinderen hebben. De RvT heeft 16 maart 2023 een statutenwijziging doorgevoerd op basis waarvan de maximale benoemingstermijn van RvT-leden is gewijzigd van twee keer drie jaar, naar maximaal drie keer drie jaar. Ook is voor de toekomst een gezond, getrapd rooster van aftreden opgesteld en de continuïteit in de RvT gewaarborgd. Het rooster van aftreden wordt jaarlijks in het bestuursverslag vermeld.

De Raad van Toezicht vergadert minimaal 4x per jaar. De Raad heeft heldere afspraken gemaakt over de onderlinge taak- en rolverdeling. De leden wordt de mogelijkheid geboden hun kennis op het gebied van toezicht houden aan te scherpen. Daarnaast vindt er jaarlijks een **interne zelfevaluatie** plaats, eens per twee jaar begeleid door een externe. De statuten van Cinekid zijn in 2022 herzien en WBTR-proof gemaakt. Jaarlijks voert de directeur-bestuurder met de subsidiënten monitorgesprekken en/of wordt schriftelijke verantwoording afgelegd. Bij het monitorgesprek met de Raad voor Cultuur, aan het einde van een kunstenplanperiode, zijn ook een of meer RvT-leden aanwezig.

Ongewenste **belangenverstrengelingen of tegenstrijdige belangen** worden in de organisatie en bij de Raad van Toezicht te allen tijde vermeden. Financiële transacties tussen een lid en de stichting worden als onaanvaardbaar beschouwd (los van de overeengekomen vacatievergoeding). Ook gedurende de zittingstermijn worden wisseling van hoofdfunctie en nevenwerkzaamheden door de leden gemeld en vastgelegd in het jaarverslag. De directeur-bestuurder vraagt toestemming voor het aangaan van structurele nevenactiviteiten, zowel bezoldigd als onbezoldigd. Directeur-bestuurder Heleen Rouw heeft aangetoond zowel de interne organisatie bekwaam te kunnen te leiden, als ook de rol van Cinekid in het culturele en maatschappelijke veld te kunnen bewaken. Via **vergaderingen, maandelijkse rapportages en regelmatige overleggen** houdt de directeur de Raad op de hoogte van ontwikkelingen binnen Cinekid. De raad geeft op haar beurt gevraagd en ongevraagd advies en stelt zich op als sparringpartner van de directeur-bestuurder. De Raad van Toezicht hecht waarde aan de kwaliteit van de directeur-bestuurder en heeft periodieke gesprekken met haar om haar functioneren te bespreken. De directeur-bestuurder is zich ervan bewust dat zij zorgvuldig met het materiële en immateriële kapitaal van de organisatie omgaat.

Twee aanpassingen worden in de komende beleidsperiode doorgevoerd. Er komt een apart Raad van Toezicht-reglement en een apart bestuursreglement. Deze zijn nu ondergebracht in de statuten. Daarnaast wordt bij de volgende wisseling van een RvT-lid (via specifieke kanalen) geworven op een jong lid (dertiger of veertiger), om de diversiteit in leeftijd beter in balans te krijgen.



Cinekid in cijfers gemiddelde aantallen per jaar 2021 - 2023

Programmering



Locaties

- 40 festivallocaties
- 1 reizende opblaasbioscoop



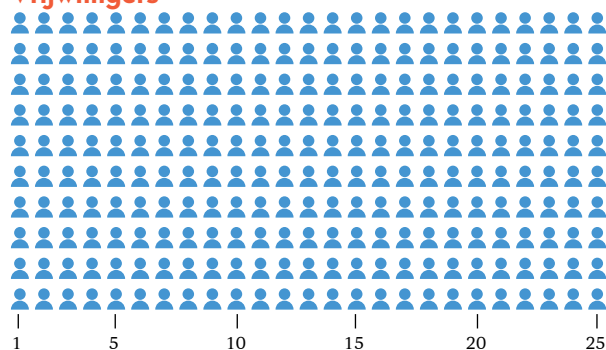
Vaste medewerkers



Tijdelijke medewerkers



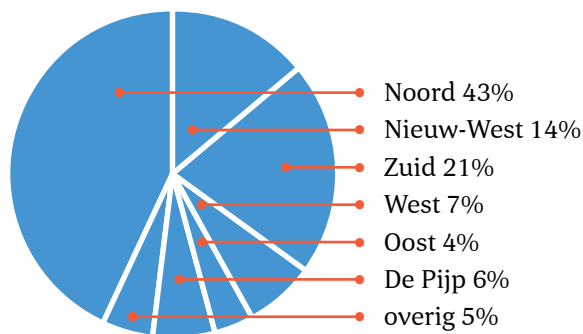
Vrijwilligers



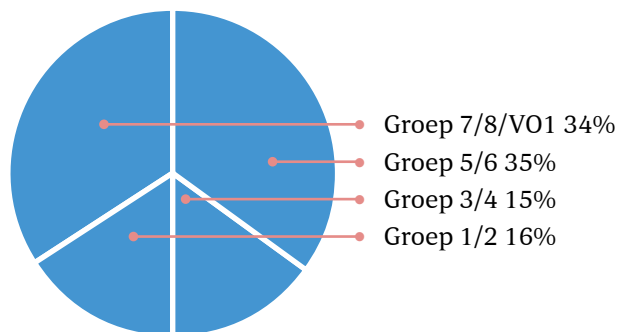
Publiek



Schoolbezoek Amsterdam - stadsdelen



Schoolbezoek Amsterdam - groepen



Inkomsten

