


# CORONA ADDENDUM AANGEPAST BELEIDS- PLAN 2021-2024 BIS

No entry  Geen doorgang

Up only  Alleen hier naar boven

# CORONA ADDENDUM AANGEPAST BELEIDS-

In de diverse hoofdstukken van het [bestuursverslag 2020](#) hebben we uitgebreid stilgestaan bij wat de gevolgen zijn geweest van de pandemie voor Eye en hoe we hebben geprobeerd zoveel als mogelijk met publiek en professionals uit het onderwijs en de filmindustrie in binnen en buitenland in contact te blijven.

Vanaf het begin van de lockdown heeft Eye zich ingespannen om zoveel mogelijk activiteiten al dan niet in hybride vorm online aan te bieden, bv. via video content, podcasts, (live) streams, online lessen en digitale festivalpaviljoens. Met sommige programma's bedienden we ons trouwe publiek, met andere programma's bereikten we een nieuw publiek, zoals bijvoorbeeld met activiteiten van de jongeren communities Exposed (het dansfeest i.s.m. Palet – 1.200 deelnemers) en MovieZone (#BlackFilmsMatter i.s.m. diverse organisaties – 47.000 kijkers).

Ook de eerste kijkcijfers van het nieuwe streaming platform van Eye, de Eye Film Player, zijn indrukwekkend. In de eerste drie maanden (november/december 2020, januari 2021) is het nieuwe online platform 38.000 maal bezocht door 26.000 unieke bezoekers. In totaal werden 257.000 pagina's bezocht op de Eye Film Player en werden 4.032 films bekeken.

Tijdens de lockdown was er voor het organiseren van online presentaties bij het bestaande personeel werktijd beschikbaar. Ook was het geen probleem om ruimten in het museumgebouw enkele dagen te reserveren voor opnames en te gebruiken als studio's. Door de coronasteun

vanuit het ministerie waren er ook financiële middelen beschikbaar. Eye heeft daarmee o.a. een basisset opname apparatuur aan kunnen schaffen, personeel kunnen trainen. Voor complexere live streams of online programma's konden externe partijen (incl. apparatuur) ingehuurd worden.

Verreweg het meeste online aanbod wordt gratis aangeboden. Daar waar dat niet het geval is (bv. de Eye Film Player), zijn de inkomsten marginaal.

---

Online aanbod heeft de potentie om nieuw publiek te genereren en ook na de pandemie zullen we hybride vormen blijven hanteren om nieuwe en bredere doelgroepen te bereiken. Op basis van de ervaring tot nu toe, zijn de verwachtingen t.a.v. extra inkomsten uit online activiteiten niet hoog gespannen.

Wanneer straks na heropening de online presentaties bovenop de reguliere activiteiten komen, brengt dit extra kosten met zich mee, is er extra personeel nodig (niet alleen met andere skills zoals regie en editing, maar ook voor programmering en productie) en moet er ruimte in huis beschikbaar zijn of moet deze anders elders gehuurd worden. Om dit te realiseren is extra budget nodig.

Als de online presentaties in plaats komen van de activiteiten die voor de coronacrisis in het museum werden georganiseerd, zal dit ten koste gaan van de inkomsten en is ook vanuit dit oogpunt extra budget nodig.

Eye heeft het afgelopen anderhalf jaar veel geleerd op online gebied, veel is zich ook nog aan het uitkristalliseren. Duidelijk is dat het fenomeen online presentatie ook ná corona tot de vaste taken van een culturele organisatie zal blijven behoren. Duidelijk is ook dat Eye, als filminstelling, online aanbod op een zowel technische, als arti stiek inhoudelijke hoogstaande manier dient te presenteren.

---

Hieronder gaan we specifiek in op de gevolgen van de Covid-19 pandemie voor de activiteiten op het gebied van landelijke educatie en internationale promotie.

## Landelijke Educatie

Covid-19 heeft grote invloed gehad op het werkveld van filmeducatie. Het onderwijs, buitenschoolse educatie en culturele instellingen hebben te maken met sluiting, waardoor er acuut overgeschakeld moest worden op online alternatieven. Online lesgeven, online publieksprogramma's, hybride aanbod: we hebben het ons in een korte tijd eigen moeten maken en dat ging (en gaat nog steeds) met vallen en opstaan. Aantal voorbeelden van online aanbod:

- *Kort voor Kids*: tips met korte films voor thuis onderwijs of als leuke inhoudelijke ontspanning, samen te kijken met je ouders (of grootouders via een gedeeld scherm bij het videobellen). Met leuke en leerzame verwerkingsopdrachten erbij (1.816 views).
- Online workshops: kinderen en jongeren kunnen thuis meedoen met de online workshops zoals *Acteren voor de camera* (2.436 views) en *Stop Motion* (930 views).
- *Meer met Film*: lestips voor leraren in het primair onderwijs, handig bij elkaar gezet
- *Filmkwartier* en *Dit is Film*: korte filmlessen voor het basis en voortgezet onderwijs
- *Wat Kijk Jij Nou?*: serie in samenwerking met SchoolTV die tijdens de pandemie flink is uitgebouwd, waar door 34.000 leraren en leerlingen naar gekeken is.
- Veertig films met lessen van *Film in de Klas* (een samenwerking van met NFF, NPO en NTR) worden veel ingezet door docenten voor

- hun online en offline lessen: 15.000 unieke bezoekers per maand.
- MovieZone Talks: een serie van drie talks die live gestreamd met het thema #BlackFilms-Matter, waarin jongeren in gesprek gingen met professionals uit de filmindustrie. De streams werden tegelijkertijd ook via de kanalen van de partners (NFF, Tolhuis tuin, DaBounce Urban Film Festival) uitgezonden en trokken in totaal 47.000 kijkers.
  - Instalive Events door MovieZone

Sinds april 2021 zijn de basisscholen weer open, maar staan ze nog steeds voor de uitdaging een veilige situatie te creëren voor ouders, leerkrachten en leerlingen uit de hogere groepen.

Voor het voortgezet onderwijs is het een enorme uitdaging om fysiek les te geven waarbij 1,5 meter gewaarborgd kan worden tussen leerlingen, tussen leerlingen en docenten en tussen de docenten onderling. Mbo, hbo en wo kunnen op het moment van schrijven van dit addendum nog maar in beperkte mate fysiek onderwijs bieden, waardoor veel instellingen er voorlopig voor kiezen om alleen online les te geven.

Door de pandemie hebben scholen, bovenop een aantal bestaande problemen als lerarentekort, te grote klassen en te veel leerlingen met een rugzakje in reguliere klassen, er derhalve nieuwe uitdagingen bij gekregen die de aandacht voor 'extra-curriculaire' vakken in gevaar brengen (zoals filmeducatie). Dit bemoeilijkt het om de aandacht voor filmeducatie in het onderwijs te vergroten en zodoende alle leerlingen de kans te geven 'film te leren spreken'.

Tegelijkertijd zijn scholen versneld technisch en digitaal vaardiger geworden. Online lesgeven, film gebruiken ter ondersteuning van het inhoudelijke verhaal, het filmen van je les om de les te kunnen delen met leerlingen: deze veelgebruikte middelen ten tijde van de lockdown hebben er toe geleid dat leraren nu meer open staan voor (online) filmeducatie.

---

Naast de extra uitdagingen waar het onderwijs (onze primaire doelgroep) mee te maken heeft, zijn er nog een aantal aspecten die het werken tijdens een pandemie anders en doorgaans moeilijker maken.

Het Landelijk Netwerk Filmeducatie was nog maar kort voor de pandemie begonnen met een omvangrijke vernieuwing en dito uitbereiding van taken. Dit geldt nog meer voor de filmeducatiehubs: vier van de zes zijn in de eerste lockdown opgestart. Het opzetten van een organisatie met nieuwe collega's, het creëren van een vruchtbare werkcultuur, het bespreken van complexe problemen, het zoeken naar effectieve oplossingen: dit alles was niet gemakkelijk in een periode waarin tegelijkertijd ook een crisis moest worden gemanaged, thuis en online werken moest worden opgezet en eigen gemaakt, en werk vaak moest worden gecombineerd met privé (zorgtaken/lesgeven).

---

Er is het voorbije jaar vanuit het Netwerk veel geïnvesteerd in het opzetten van online alternatieven: van online meetings, lesmateriaal, en borrels tot online talkshows, masterclasses en workshops. Ondanks de beschikbaarheid van *open source software* of mogelijkheden via een organisatiebreed abonnement, is het professioneel produceren van online meetings (van vergadering tot workshop) een arbeidsintensieve en kostbare aangelegenheid. Zeker wanneer een programma visueel aantrekkelijk en interactief moet zijn (twee minimale voorwaarden voor film en educatie). Het is gebleken dat online bijeenkomsten bij voorkeur relatief kort van opzet moeten zijn en tegelijkertijd maar een beperkt aantal onderwerpen kunnen behandelen. Wel is het potentiële bereik van online activiteiten beduidend groter dan offline.

Wat we hebben geleerd uit deze pandemie? Er gaat niks boven fysiek onderwijs en fysieke ontmoetingen, maar we zijn voldoende flexibel gebleken om alternatieven te onderzoeken, te ontwikkelen en daar de meest positieve aspecten van te benutten; ook voor op de langere termijn (hopelijk zonder pandemie).

### **Internationale promotie (SEE NL)**

De Berlinale en de European Film Market 2020 waren het laatste festival en markt waar SEE NL fysiek aanwezig was met een stand. Vanaf medio maart ging de wereld in lockdown. Veel internationale festivals en markten werden in eerste instantie uitgesteld, maar zijn veelal daarna afgelast of vonden doorgang in een beperktere online versie.

Waar mogelijk was een vertegenwoordiging van SEE NL online aanwezig en zijn speciale online stands en paviljoens gecreëerd, waarmee recente Nederlandse films en de Nederlandse filmprofessionals onder de aandacht werden gebracht van de internationale industrie.

In samenwerking met een aantal ambassades zijn speciale online voorstellingen van bekende Nederlandse films georganiseerd in bijvoorbeeld Frankrijk, Canada, Rusland en Indonesië.

Programmeurs van internationale festivals kunnen voorsnog niet naar Nederland reizen om recente Nederlandse films te bekijken of om deel te nemen aan de grote filmfestivals. Dergelijke activiteiten ondersteunt SEE NL normaliter met middelen uit het Buitenlandse Bezoekers Programma. In plaats hiervan stellen we middelen beschikbaar voor online presentaties, lezingen en masterclasses van internationale filmprofessionals om op deze manier hun Nederlandse vakbroeders op de hoogte te brengen van hun werkwijze en specifieke activiteiten.

De hele filmindustrie heeft het (financieel) zwaar tijdens deze pandemie. SEE NL probeert met kleine bijdragen en gestes waar mogelijk te ondersteunen door bijvoorbeeld de kosten voor (online) accreditaties en market screenings op zich te nemen. Straks, als alle lockdowns weer zijn opgeheven, zetten we breder in op reisbeurzen voor meer makers naar meer festivals dan voorheen.

---

In de toekomst verwachten we dat veel festivals en markten naast hun fysieke activiteiten ook een online component zullen blijven organiseren. Dit heeft zeker financiële consequenties, want een aanvullende online aanwezigheid kost extra geld (technische ontwikkeling, design, productie en onderhoud). De fysieke aanwezigheid op festivals zal de komende jaren ook duurder worden aangezien alle extra kosten als gevolg van de Covid-19 maatregelen op de deelnemende partijen verhaald zal worden.

---