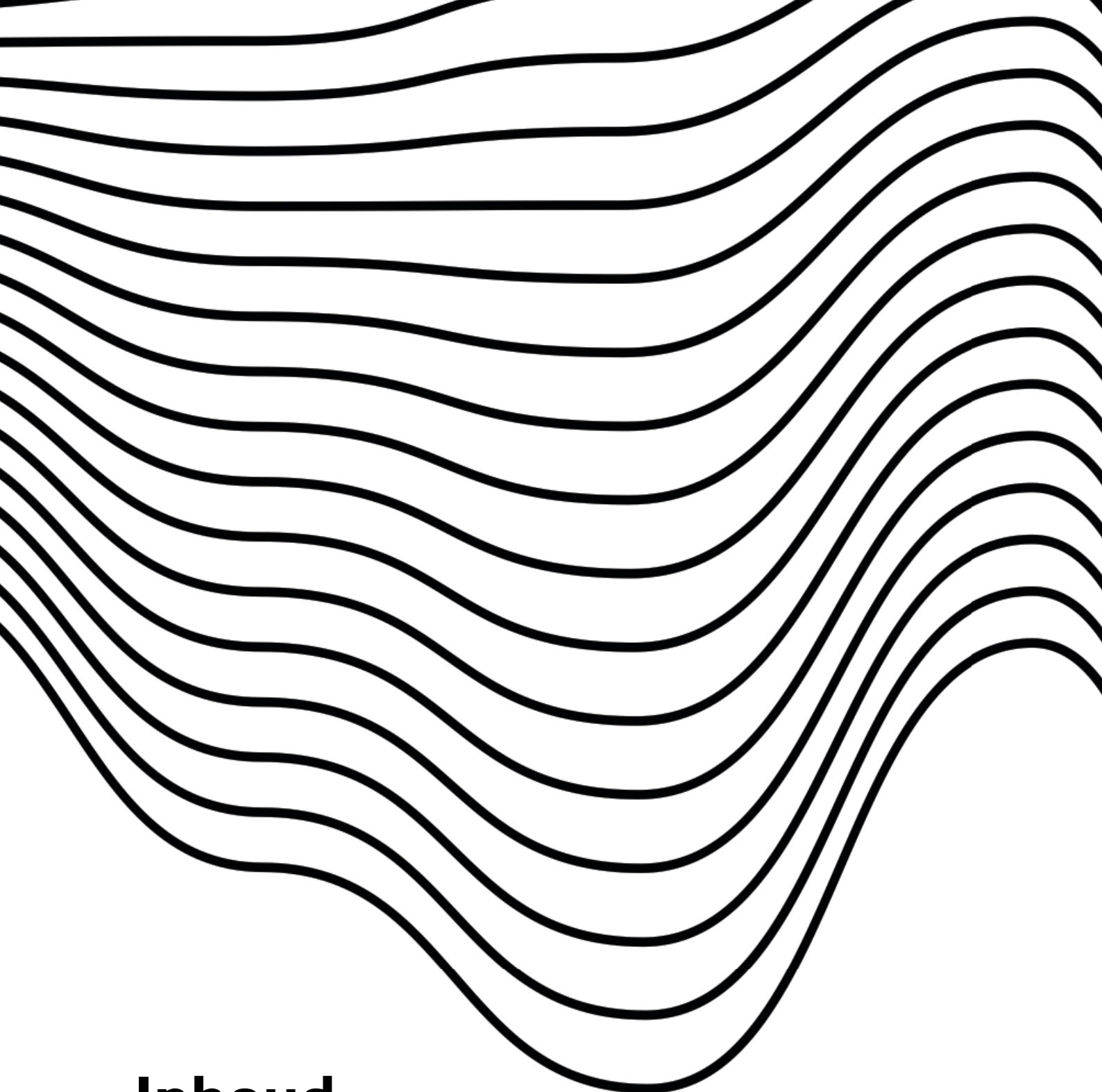




STICHTING PLAYGROUNDS 2020



Inhoud

Inleiding

Bestuursverslag

Artistieke visie

Activiteiten 2020

Communicatie en bereik

Inleiding

Playgrounds is een pionier, verbinder en aanjager voor de (inter)nationale beeld-industrie. Playgrounds richt zich nadrukkelijk op het maakproces, het experiment, de missers, successen, en de vragen achter het beeld. Daardoor lopen wij voor op de ontwikkelingen, staan vernieuwende makers als eerste op ons podium en weten wij belanghebbenden uit de (inter)nationale keten van de hedendaagse beeldcultuur (maker, talent, onderwijs en de creatieve industrie) direct aan ons en aan elkaar te binden:

2020 is een heel bijzonder en spannend jaar geweest. COVID-19 zette een dikke streep door onze geplande activiteiten en bracht alles even tot stilstand. Maar gelukkig konden we dankzij de flexibiliteit en creativiteit van ons team snel een nieuwe wending geven aan ons programma om zo onze community juist in deze tijd te blijven (onder)steunen en samen te brengen. En met succes. Ons bereik is door de inzet van online programmering sterk gegroeid naar meer dan 85.000 bezoekers. We hebben publiek uit alle delen van de wereld bereikt. Nog nooit zaten er zoveel mensen tegelijk in onze 'zaal'. De wereldwijde lockdown bracht mensen binnen ons programma alleen maar dichterbij elkaar.

Voor Playgrounds betekent 2020 een jaar waarin er grote stappen zijn gezet in het succesvol vertalen van onze fysieke activiteiten naar online ervaringen. We hebben veel technische en inhoudelijke kennis opgedaan en breed kunnen experimenteren met nieuwe formats. De overstap naar online programmeren betekende een grote sprong voorwaarts in internationaal programmeren. Doordat grenzen en reistijd vervaagden was het mogelijk om die artiesten uit te nodigen die anders niet fysiek op ons podium konden komen.

Playgrounds heeft in 2020 gekozen voor het ontwikkelen van online strategieën die de duurzaamheid van onze organisatie ondersteunen. We hebben niet alleen een online vertaling gevonden van onze activiteiten, maar we hebben ook gekeken naar hoe deze een duurzame aanvulling kan blijven voor onze organisatie. Zo werpen de investeringen die we dit jaar en komend jaar doen nog

lang hun vruchten af en bieden zij blijvend nieuwe mogelijkheden, ook als we straks weer fysieke activiteiten mogen ontwikkelen.

Playgrounds heeft een enorme veerkracht laten zien en kansen benut om de organisatie en het publiek verder te laten groeien. We hebben ons meer dan ooit laten zien aan een internationale community. We hebben aangetoond dat we ook in een crisis jaar een structurele basis van kennis en inspiratie zijn, zowel online als offline, voor al onze doelgroepen.

Vol bewondering kijken we naar het doorzettingsvermogen en de creativiteit van alle instellingen, partners, makers en het onderwijs die ieder op hun eigen manier kennis en inspiratie zijn blijven delen samen met ons en ons publiek. De internationale community lijkt zich als nooit tevoren verbonden te voelen nu iedereen in eenzelfde surrealistische situatie verkeert. Playgrounds zet zich in om deze verbondenheid mee te nemen in de komende jaren zodat we oog voor elkaar blijven houden en elkaar blijven ondersteunen.

Wij zijn dankbaar voor alle steun en positieve berichten die wij hebben ontvangen dit jaar. We hebben samen met het publiek, onze partners, de Gemeente Breda, Provincie Noord-Brabant, het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie en Eindhoven Cultuur een nieuwe stap gezet die een waardevolle aanvulling is op ons platform. Vol met de kennis op nieuwe gebieden, heel veel meer online ervaring en met enthousiasme uit het afgelopen jaar zullen wij verder blijven werken aan ons platform. Zo kunnen wij ons publiek blijven bedienen en structureel een bijdrage leveren aan het veld, juist nu de creatieve community daar meer dan ooit behoefte aan heeft.



Bestuursverslag

Stichting Playgrounds heeft als doelstelling een podium te vormen voor regionaal en (inter)nationaal toonaangevend werk op het gebied van innoverend audiovisueel en grafisch vormgevend beeld. Sinds haar oprichting nu bijna 14 jaar geleden is Playgrounds uitgegroeid van een klein festival naar dit nu inmiddels (inter)nationale podium met vele activiteiten. Dit heeft nu ook geresulteerd in een erkenning middels structurele subsidies en partnerships zowel vanuit de lokale (Eindhoven en Breda) overheid, provinciale overheid (Brabant) en het Stimuleringsfonds voor de Creatieve Industrie. Maar ook met onderwijsinstellingen, organisaties en bedrijven uit de creatieve industrie.

2020 is een bijzonder en bewogen jaar geweest. In 2020 werden vele aanvragen voor structurele subsidies voor het jaar 2021-2024 toegekend. Dit gaf veel duidelijkheid en rust voor het bestuur en de organisatie om zo verder vorm te kunnen geven aan de volgende ambities van Playgrounds. Tegelijkertijd brak de internationale Covid-crisis uit en in maart 2020 ook tot een lock-down met bijbehorende maatregelen in Nederland.

Bestuur

Stichting Playgrounds is transparant, gelijkwaardig en draagt zorg voor een prettige en veilige werkomgeving. Playgrounds volgt de Governance Code Cultuur alsmede de Fair Practice Code als de Code voor Diversiteit en Inclusie.

Het bestuur is verantwoordelijk voor de invulling aan de Governance Code Cultuur. Het bestuur ziet erop toe dat de directie deze code ook goed toepast. In dit verslag staat hoe we daar het afgelopen jaar invulling aan gaven en wat er nog meer gebeurd is in 2020.

Governance Code Cultuur principe 1 - De organisatie realiseert haar maatschappelijke doelstelling door culturele waarde te creëren, over te dragen en/of te bewaren.

In 2020 heeft de directie zich enorm ingespannen om in de Covid-crisis op creatieve en flexibele wijze de missie en de continuïteit van het Playgrounds gestalte te geven. Met goed oog voor de lastige omstandigheden waarin makers gedurende de Covid-crisis moeten werken, is de directie erin geslaagd om iedereen bij de organisatie betrokken te houden en waar nodig van steun te voorzien. In het afgelopen jaar bleek dat Playgrounds een groot draagvlak kent en dat stakeholders goed zijn aangesloten.

Playgrounds slaagde er in een actief podium te blijven voor de innovatieve creatieve (digitale) beeldmakers. Zo voegt zij waarde toe aan de creatieve sector in zowel Brabant, nationaal als ver daarbuiten. Hierbij is waar nodig goed gebruik gemaakt van de kennis, expertise en contacten van het bestuur.

Governance Code Cultuur principe 2 – De organisatie past de principes van de Governance Code Cultuur toe en licht toe hoe zij dat heeft gedaan (pas toe én leg uit).

Playgrounds volgt de principes van de Governance Code Cultuur en legt daarover verantwoording af in dit jaarverslag.

Governance Code Cultuur principe 3 – Bestuurders en toezichthouders zijn onafhankelijk en handelen integer. Zij zijn alert op belangenverstrengeling en gaan op een transparante en zorgvuldige wijze om met tegenstrijdige belangen.

Er zijn in 2020 geen incidenten geweest op het gebied van belangenverstrengeling of tegenstrijdig belang, noch in de directie en de werkorganisatie, noch in het bestuur. We zijn er wel alert op en bespreken dit in alle openheid met elkaar (bestuur en directie). Alle (neven)functies zijn openbaar, zie onderaan dit verslag. Er bestaat een goede vertrouwensband naar elkaar, waarin kritiek openlijk geuit en besproken wordt.

Governance Code Cultuur principe 4 – Bestuurders en toezichthouders zijn zich bewust van hun eigen rol en de onderlinge verdeling van taken, verantwoordelijkheden en bevoegdheden en handelen daarnaar.

De directie van Playgrounds bestaat uit één directeur (algemeen/artistiek). Er is een duidelijke taakverdeling tussen het bestuur en de directie. Dit is vastgelegd in de statuten en het directiereglement en in de praktijk werkt het goed. Bijvoorbeeld: Na de uitbraak van de Covid-crisis besprak het bestuur de mogelijke gevolgen voor de organisatie en daarmee Playgrounds. Zij ontwikkelde enkele scenario's en kwam met aangepaste begrotingen. De directie besprak haar voorstellen met het bestuur. Het bestuur besloot uiteindelijk (voorzien van adviezen) over de voorstellen van de directie. De samenwerking tussen bestuur en directie is goed, het bestuur wordt goed geïnformeerd, ook tussendoor. Dat maakt dat de samenwerking soepel verloopt.

Governance Code Cultuur principe 5 – De directie is verantwoordelijk voor de algemene en dagelijkse leiding, het functioneren en de resultaten van de organisatie.

De directie geeft leiding en sturing aan de werkorganisatie. Ook is de administratieve organisatie en tekenbevoegdheid goed in orde. Dit is uitgewerkt in het directiereglement. Zij geeft tevens leiding aan de personeelsleden.

Governance Code Cultuur principe 6 – Het bestuur gaat zorgvuldig en verantwoord om met de mensen en de middelen van de organisatie. Het bestuur geeft draagt zorg voor goed werkgeverschap.

In 2020 is door de directie direct na het uitbreken van de Covid-crisis een alternatieve Covid-plan en begroting opgesteld met een solide onderbouwing alsmede een Corona protocol opgesteld. Ondanks het daarmee lagere begrote resultaat maar met een voldoende financiële

positie was er duidelijk vertrouwen in zowel de korte als langere termijn. Tevens heeft zij zorg gedragen voor een gezond werkklimaat voor zowel de gezondheid van haar medewerkers, freelancers, vrijwilligers als gasten. Dit door het digitaal werken makkelijker mogelijk te maken en een Covid-protocol op te stellen bij de deels fysieke activiteiten. Dit alles binnen de door de overheid gestelde kaders.

Playgrounds draagt zorg voor een veilige werkomgeving voor zowel haar personeelsleden als de gasten, freelancers en vrijwilligers. Mede door de in de pers verschenen incidenten bij culturele organisaties elders heeft het bestuur in 2020 besloten ook een vertrouwenspersoon voor de organisatie te benoemen. In de loop van 2021 wordt deze met een daarbij behorend protocol geëffectueerd.

Governance Code Cultuur principe 7 – Het bestuur voert haar bestuurlijke, adviserende en werkgeversrol op een professionele en onafhankelijke wijze uit.

De afgelopen jaren en in het Covid-jaar 2020 is veelvuldig door het bestuur en directie gesproken over de continuïteit van Playgrounds en daarmee onze lange termijnstrategie. Het betrof hier met name zowel de uitbreiding van het bestuur, de instelling van een raad van advies als de verdere professionalisering en versterking van de organisatie. Dit heeft geleid tot een werving en aanstaande aanstelling van nieuwe bestuursleden, de aanstaande instelling en activering van een raad van advies alsmede een verdere personele versterking in 2021.

Het bestuur is werkgever van de directie. Bij Playgrounds bestaat de directie nu uit één directeur, 0,4 fte. Besloten is in 2021 deze fte verder uit te breiden naar 0,6 fte. Playgrounds kent een groot aantal stakeholders. Het bestuur is eindverantwoordelijk voor het stakeholdermanagement, maar de directie neemt hierin het voortouw en adviseert en ondersteunt het bestuur daarbij voor definitieve besluitvorming. In 2020 heeft het bestuur meerdere malen gereflecteerd op de aanpak van de activiteiten (online, hybride of offline), vestiging van een nieuwe locatie en bijbehorende investeringen, de interactie en samenwerking met potentiële partners alsmede op de Covid-crisis en de mogelijke (financiële)

consequenties.

Governance Code Cultuur principe 8 – Het bestuur is verantwoordelijk voor haar samenstelling en waarborgt daarbij deskundigheid, diversiteit en onafhankelijkheid. De samenstelling van het bestuur is in 2020 deels gewijzigd.

Uiteraard zijn alle leden van het bestuur deskundig en berekend op hun rol als bestuurder. Lucas Hendricks is voorzitter van het bestuur en neemt zijn expertise vanuit zowel de creatieve sector, overheidsinstanties en fondsen als bestuurlijk/politieke ontwikkelingen mee. Nelly Voorhuis is penningmeester en brengt haar expertise over financiering en culturele ontwikkelingen bij fondsen en (regionale) overheden mee. Gé Smit brengt zijn artistieke en creatieve brein in voor de innovatieve ontwikkelingen en organisatieontwikkeling. Hierbij is waar nodig door de directie goed gebruik gemaakt van de kennis, expertise en contacten van het bestuur. In 2020 heeft een bestuurswisseling plaatsgevonden waarbij een nieuwe penningmeester (Nelly Voorhuis) is aangesteld. Om de volgende ambities en strategie van Playgrounds te ondersteunen is besloten om het bestuur verder te versterken met extra bestuursleden en daarmee nieuwe kennis, kunde en netwerk. Culturele diversiteit en leeftijdsspreiding zijn bij de werving meegenomen.

Bestuursvergaderingen

In principe komt het bestuur 4 maal per jaar bij elkaar, indien nodig (rondom planvorming/verantwoordingen), voeren we de frequentie op. Het bestuur is en blijft onbezoldigd.

In 2020 heeft het bestuur viermaal vergaderd:

- In januari 2020 zijn de aanvragen voor de structurele subsidies uitvoerig besproken en is de vacature openbaar uitgezet voor een nieuwe penningmeester.
- In juni 2020 is de definitieve jaarrekening goedgekeurd en heeft er een bestuurswisseling plaatsgevonden.
- In september 2020 is een doorkijk gegeven over de activiteiten en financiën van Playgrounds in de Covid-tijd. Tevens is besloten tot het openbaar uitzetten van de werving van drie nieuwe bestuursleden.
- In november 2020 is de financiële situatie verder besproken en een doorkijk gegeven mede vanwege subsidie toekenningen en covid-ondersteunings subsidies. Tevens is op basis van de werving besloten tot selectie en later vervolgens keuze van drie nieuwe bestuursleden die in het voorjaar van 2021 zullen toetreden.

Overzicht functies en nevenfuncties van de bestuursleden in 2020:

Lucas Hendricks (voorzitter):

- Directeur/eigenaar Kairos Co (bezoldigd)
- Directeur/voorzitter Stichting A Lab (bezoldigd)
- Lid Raad van Toezicht stichting Fonds CultuurFinanciering (onbezoldigd)
- Bestuurslid Stichting Robopop (onbezoldigd)
- Ambassadeur Veerstichting (onbezoldigd)
- Ambassadeur IMC Weekendschool (onbezoldigd)

Gé Smit (secretaris)

- Oprichter/eigenaar G.O.D en senior creative (bezoldigd)
- Lecturer diverse onderwijsinstellingen (bezoldigd en onbezoldigd)

Nelly Voorhuis (penningmeester vanaf juni 2020)

- Freelance Kunsthistoricus, curator, directeur, projectmanagement in de Kunst/Cultuursector (bezoldigd)
- Commissielid Rotterdamse Raad voor de Kunst en Cultuur (bezoldigd)

Marijke Buylinckx (penningmeester tot juni 2020)

- Oprichter/eigenaar MCKX Tilburg (bezoldigd)

Aanstaande nieuwe bestuursleden vanaf voorjaar 2021

- Lebinh Luc (COO Levelup Ventures en partner Batenborch International)
- Ania Markham (Executive Producer/Strategy Partner The Panics)
- Marleine van der Werf (Filmmaker/Visual Artist)

Covid

Door de organisatie van Playgrounds is snel en adequaat gereageerd op de Covid-crisis door als een van de eerste organisaties succesvol online events en activiteiten aan te bieden. Zo heeft Playgrounds nu veel ervaring opgedaan en inzichten verkregen in de soort acties en kostenplaatjes die bij online activiteiten horen en de benadering van de deelnemers en bezoekers voor online programma's. Op deze verworven inzichten kunnen we komende jaren voortbouwen.

De eigen inkomsten in 2020 zijn door het uitvallen van fysieke activiteiten achtergebleven t.o.v. het voorgaand jaar. Dit uit zich voornamelijk in de terugval van publieksinkomsten. Tegelijk zien we wel een vermenigvuldiging in publieksbereik, en bereiken wij plekken in de wereld waar wij eerst niet konden komen. Online programma biedt nieuwe mogelijkheden voor het opbouwen van het publiek tegen relatief lage productielasten.

De community, die tevens de financiële gevolgen van Covid ondervindt, kon Playgrounds blijven bedienen. Mede dankzij steun van de fondsen en inzet van coulance maatregelen, was het mogelijk om content gratis aan te bieden aan het publiek, terwijl artiesten honoraria en freelance tarieven gelijk bleven of groeiden t.o.v. voorgaande jaren.

Met externe opdrachten heeft Playgrounds een ontwikkeling in overige directe inkomsten gerealiseerd, waardoor de terugval van eigen inkomsten zo klein mogelijk is gehouden. Playgrounds heeft de financiële gevolgen van de Covid-19 crisis voor een groot deel zelf weten op te vangen door het ontwikkelen van nieuwe businessmodellen.



De extra Covid-subsidie bijdragen die zijn ontvangen worden meegenomen in een bestemmingsfonds 2021 waarin verder wordt gewerkt aan de ontwikkeling van online activiteiten. Deze passen uitstekend bij onze ambities verwoord in het vierjaren plan om zo de organisatie verder zichtbaar te maken en te houden bij onze stakeholders.

De onzekere Covid-tijden zijn bij dit schrijven nog niet voorbij. De financiële risico's zijn daar maar met de gevormde bestemmingsreserve en de structurele subsidies van de gemeente Breda en Eindhoven, de provincie Brabant, het Stimuleringsfonds en andere partnerships te overzien. De activiteiten voor 2021 zullen zowel online (voorjaar) als mogelijk in het najaar online en fysiek (afhankelijk van de dan geldende mogelijkheden) worden geprogrammeerd. Playgrounds zet nadrukkelijk in op nieuwe concepten en inhoudelijke verbeteringen van het online aanbod om toonaangevend te blijven en zich te onderscheiden. Sponsors, partners en community blijven hierdoor verbonden aan de organisatie en investeren mee in de online ontwikkeling en zichtbaarheid. Playgrounds is er klaar voor om de artistieke, financiële en zakelijke keuzes te maken die noodzakelijk zijn voor een verdere (inter)nationale groei. Zowel in tijden van Corona als daarna.

Playgrounds toont aan een financieel gezonde duurzame organisatie te zijn die snel en flexibel kan schakelen. Door de juiste keuzes te maken en te investeren in omscholing van het personeel, is het Playgrounds gelukt ook in 2020 verder te professionaliseren, te groeien en tegelijk een stabiele financieringsmix te ontwikkelen die ook in complexe onverwachte situaties behouden blijft. Dit schept veel vertrouwen naar de toekomst.

Organisatie

Playgrounds kent een hechte organisatie met een efficiënt vast team. Aangevuld met een ervaren groep freelancers heeft Playgrounds een optimale aanpak gevonden om de productie van haar programma te verwezenlijken. Dat heeft zich in dit turbulente jaar temeer bewezen.

Het bestuur heeft oog voor de risico's die een flexibel team in samenwerking met freelancers met zich meebrengt. De passie kan ook in de weg staan van het verder professionaliseren van de organisatie. Daarom heeft het bestuur doelstellingen gedefinieerd om meer ruimte te maken voor verdere opschaling in aantal personeelsleden en freelancers als ook de hoogte van de salarissen en fee's. Deze dienen dan uiteindelijk marktconform te zijn waarbij Playgrounds het loongebouw van CAO Toneel en Dans zal volgen. De Fair Practice Code en de code Diversiteit en Inclusie zijn hierbij leidend.

De formalisering van administratieve procedures is door middel van ICT en digitalisering beter in de workflow opgenomen en ingebed. De inventarisatie van de begrote en gerealiseerde inkomstenstromen is een vast onderdeel op de bestuursagenda. Er is verder geïnvesteerd in de professionalisering van de organisatie en back-office. In 2020 is dit o.a. gedaan door een fulltime producent aan te stellen voor de uitvoering van het programma incl. een administratief medewerker voor 0,3 fte. Ook de stap naar een vast kantoor dat ruimte biedt voor online activiteiten en kleinschalige onsite bijeenkomsten is hier een uitwerking van.

De organisatie werkt in 2021 verder aan een op de instelling toegesneden systeem voor risicobeheersing en controle passend bij de huidige tijd. Hierbij wordt rekening gehouden met de volgende factoren omtrent het risicobeheer van de stichting: strategisch, governance (besturing/inrichting), financieel en operationeel.

Playgrounds is voorbeeldstellend, niet alleen in programma maar ook als opdracht-, en werkgever. In 2020 is ruimte gemaakt voor omscholing van het team. Met dezelfde aandacht voor kwaliteit is er een online-productieteam gecreëerd. Deze nieuw verworven

expertise is tevens via externe opdrachten ingezet, waardoor het Playgrounds is gelukt om het team, incl. freelancers, voldoende activiteiten en opdrachten te blijven verstrekken.

Subsidies

De structurele subsidies van Provincie Noord-Brabant, het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie, Gemeente Breda en Gemeente Eindhoven geven een krachtige basis van waaruit het activiteitenpallet van Playgrounds in 2021 en daarna verder vorm gegeven kan worden.

Ook het talentontwikkelingsprogramma in de vorm van Playgrounds Next, wordt dankzij de Talenthub regeling van de Provincie een vaste waarde voor Playgrounds, die in samenhang met de andere activiteiten de keten versterkt.

Cultureel ondernemerschap

COVID-19 betekende een grote verandering in de financiering van de activiteiten. Fysieke programma's konden geen doorgang vinden waardoor er nieuwe businessmodellen nodig waren. Sponsors, partners en publiek dienden meegenomen te worden in de veranderingen om op een andere manier kennis te gaan maken met het programma, met alle bijbehorende onzekerheden.

Een volledig online programma heeft effect op de positionering van Playgrounds. Waar Playgrounds met fysieke activiteiten vrijwel alleen opereert in het Europese veld, met een uniek aanbod aan activiteiten, werkt dit online heel anders. Partners van over de hele wereld zitten online veel dichterbij Playgrounds. Maar door als eerste een geslaagd online programma te realiseren heeft Playgrounds zich in dit internationale veld vrijwel direct op de kaart gezet. Dit momentum hebben we in 2020 behouden en vanuit daar werken we door in 2021. Zo blijven we ook aandacht besteden aan een divers en inclusief deelnemersveld die vele verschillende (inter)nationale culturen vertegenwoordigen.

Tegelijk zien sponsors het gemak om zelf hun volgers te dienen van online-programma's. Playgrounds moet zich daarom opnieuw bewijzen aan sponsors om de

bestaande relaties en afspraken in stand te kunnen houden. Hier is in 2020 hard en met succes aan gewerkt. Sponsors hebben gezien dat Playgrounds in zo'n situatie als COVID-19 niet wegvalt, maar doorpakt. Playgrounds maakt nu afspraken voor de toekomst waarin fysieke activiteiten weer mogelijk worden, zodat sponsors ook in 2021 willen blijven investeren in de organisatie. Hier vinden wij onze partners op gelijke grond en zien we de meerwaarde van samenwerking voor ieders organisatie waardoor we gezamenlijk kijken naar mogelijkheden in (online) partnerschappen.

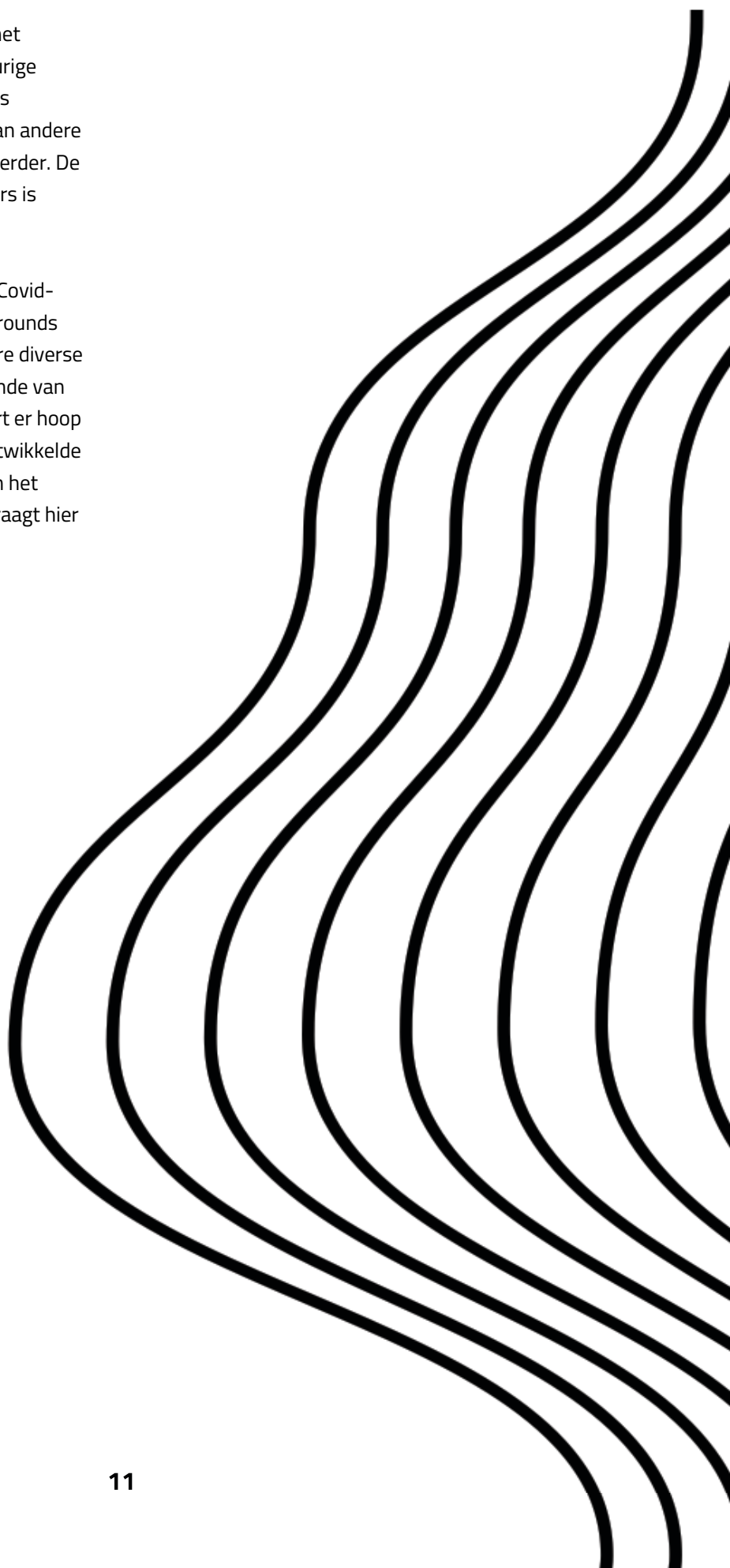
Ook voor het publiek betekende 2020 veel onverwachte veranderingen en ontwikkelingen. Maar Playgrounds is erin geslaagd om de duurzame verbindingen met het publiek te behouden. Dit deed Playgrounds door in te zetten op inhoud, te kijken wat er speelt en aan te voelen wat de juiste voorwaarden zijn voor een goed online programma. Dit betekent onder andere gratis online content ten einde een groter publiek kennis te laten maken met Playgrounds, een sterk gegroeide en zeer internationale community die uiteindelijk meegenomen wordt in het programma van komende jaren als een duurzame aanvulling. Playgrounds blijft werken aan de positionering in de steeds veranderlijke situatie die COVID-19 schept en hoopt binnenkort een stip op de horizon te kunnen geven waarin we weer fysiek mogen opereren.

De terugval in publieksinkomsten was met name te wijten aan het wegvallen van ticketverkoop voor fysieke activiteiten. Doordat de vaste lasten laag zijn en de kosten en baten per activiteit zorgvuldig worden ingeschat, heeft dit verder geen negatieve gevolgen gehad voor het resultaat. Binnen de inkomstenkaders vindt Playgrounds altijd ruimte om te blijven ontwikkelen en nieuwe kansen snel te grijpen zodat de organisatie en het programma op een verantwoorde manier doorgezet kunnen worden.

Bij alle ontwikkelingen is gekeken naar duurzame aanvullingen op reeds bestaande activiteiten en doelstellingen. Op veel van deze nieuwe programma's en activiteiten zullen in de komende jaren verdienmodellen worden toegepast, zodat deze zowel inhoudelijk als financieel bijdragen.

Toekomst

Het bestuur ziet de toekomst van Playgrounds met vertrouwen tegemoet. De aanvragen voor langdurige subsidies maken dat de ambities van Playgrounds gerealiseerd kunnen worden. De toezeggingen van andere partners en samenwerkingen ondersteunen dit verder. De organisatie en team van freelancers en vrijwilligers is flexibel en enthousiast en al deels verder geprofessionaliseerd. Dit kan met noodzakelijke investeringen verder worden doorgetrokken. De Covid-crisis heeft het belang van het podium van Playgrounds alleen maar verder bevestigd met een nog bredere diverse (inter)nationale community. Maar ook met het einde van de Covid-crisis in zicht, middels vaccinaties, gloort er hoop op fysieke activiteiten samen met de nu goed ontwikkelde online activiteiten. De aanstaande uitbreiding van het bestuur met nieuwe kennis, kunde en netwerk draagt hier alleen maar verder aan bij.





STREAM CHAT

yllu: Woensel? xD

ture: Lava

coolia123: banana

erkamal9000: WOENSEL A MATTIE

saDraws: shrek

boby11: doomsday

odJebroodje: Fire Fire Fire

guysfs: Tilburg

nkoJonas: polish invasion

saDraws: pumpkin

wcomix: siiiick

saDraws: halloween

artin_vanners: @helloworldpanda daaaaaayum! Burn!

haha

yllu: Neenenenene. we houden het ff op eindhoven

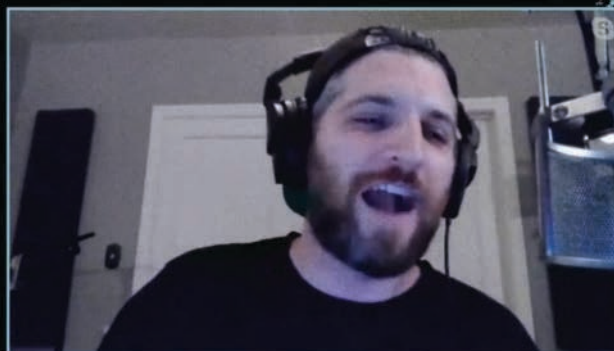
ciaChaia: pickle rick

ntehuhh: omgggg

ance: de echo

TheHeartyAchiever: CLAP CLAP CLAP

The Art Department



HARRY MACK | @harrymack



STREAM CHAT

mitchy_blue: time

TheHeartyAchiever: CLAP CLAP CLAP

njettie: pony

annemarijn: 🍌🍌🍌🍌🍌

Today2D: U2

Today2D: Oasis

minervaeneas: CLAP CLAP CLAP

playgroundsbots: These talks will be available on Demand platform later this year. Subscribe to our channel and get a special offer: www.bit.ly/3ijz9Lo

mitchy_blue: paint

cindyvermeulen: PAIN

diegoguizar: diego

AliciaChaia: pickle rick

lhazar: she sells sea shells in she seashore

Today2D: Amazing!!! 🎵🎵🎵

mitchy_blue: president

aetherrealm7: Go Vegan, I can't have that shit in my box

LuisaDraws: rolling in the sand

cindyvermeulen: mermaids protest

Artistieke visie

Playgrounds beweegt door genres en disciplines, en is er voor en door gepassioneerde makers en nieuwsgierig publiek. Bij Playgrounds hebben toegepast en autonoom werk een plek, presenteert een internationaal netwerk van artiesten zich aan professionals, publiek en onderwijs. Playgrounds vertrekt hierbij altijd vanuit het bewegend beeld, waarbij animatie, illustratie, kunst, film en digitale media een natuurlijke rol spelen. Maar Playgrounds kijkt ook graag verder en ziet sound design, illustratie, journalistiek en grafisch ontwerp als belangrijk onderdeel van het programma. Als geen ander weet Playgrounds een goede balans te creëren tussen toegepast, commercieel en autonoom werk. Daar waar anderen zich specialiseren, ziet Playgrounds juist de waarde in het tonen van werkprocessen waarin deze velden elkaar versterken, overlappen en inspireren.

Ontwikkelingen in de 'creatieve kunstsector' gaan razendsnel. De nieuwe realiteit en huidige situatie in de wereld tekent zich dan ook direct af in wat makers bezighoudt, en wat er wordt geproduceerd. Hier speelt Playgrounds op in door het maakproces centraal te stellen. Juist door het werkproces centraal te stellen lopen we voor op het eindresultaat en de programmering van anderen.

Door te programmeren vanuit het creatieve proces creëert Playgrounds een unieke plek in Nederland waar verschillende disciplines elkaar vanuit gedeelde interesse makkelijk kunnen vinden. Playgrounds haalt daarmee de discipline uit haar niche en maakt het breed toegankelijk. Makers laten zich immers niet weerhouden door traditionele kaders van discipline en ambacht. Ze mengen, kijken wat werkt en doen wat nodig is om hun verhaal of concept optimaal te kunnen verbeelden. Ze maken werk dat tussen het publiek in staat. Online via social media of offline door de publieke ruimte te gebruiken. Deze open-mind-benadering van beeld en ontwerp zetten wij al jaren voort in ons programma.

Playgrounds staat voor meer dan alleen een podium. Door middel van workshops, artist-talks, portfolio reviews, screenings en panelgesprekken werkt Playgrounds proactief mee aan het makers-klimaat en faciliteren wij kennisoverdracht, evenals het delen van inspiratie en persoonlijke passie voor makerschap in de beeldcultuur. Playgrounds legt daarmee fundamentele verbindingen binnen de keten van makers, creatieve industrie, onderwijs en publiek. Deze functie van ons programma heeft zich ook dit jaar bewezen waarin wij keken naar de behoeften van makers in deze tijd: wat hebben zij nodig, wat helpt ze verder en hoe kunnen we ze blijven inspireren en motiveren in deze uitzonderlijke tijden.



Programmalijnen

Voor onze programmering werken wij met overkoepelende programmalijnen. Deze programmalijnen zorgen ervoor dat de diverse onderdelen van ons programma inhoudelijk op elkaar kunnen reageren. De programmalijnen bevragen ieder de hedendaagse beeldcultuur vanuit een relevant perspectief, terwijl iedere lijn ook zijn eigen verbinding maakt met diverse maatschappelijke vraagstukken. Dit jaar hebben wij de effecten van de COVID-19 crisis toegevoegd als extra thema binnen deze programmalijnen, om zo direct in te kunnen springen op de vragen en discussies die ineens ontstonden binnen het veld. Binnen elke programmalijn is er dus ruimte gemaakt om de effecten van de crisis te bespreken.

Beyond motion: aesthetics of a post digital movement

Wat zijn de esthetische waarden die ons de techniek doen vergeten en ons meeneemt in het verhaal? Al sinds de eerste editie belicht Playgrounds de betekenisvorming van esthetische en technische ontwikkelingen in motion art en design. Hierin wordt gekeken naar de specifieke relatie tussen de technologische ontwikkelingen en de

esthetische veranderingen in beeldtaal. Het streven naar een steeds realistischere ervaring in twee- en driedimensionale beelden kent tegelijkertijd een groeiende tegenbeweging. De stilistische keuze van makers om zich af te zetten tegen strakke renderingen en hyper-realisme (aangevuld met tast, smaak of geur) vindt een steeds grotere navolging. Het door technische mogelijkheden omhooggestuwde (post) digitale beeld lijkt een relatief korte houdbaarheid te hebben. Waar we eerst geïmponeerd werden meegezogen in magische digitale werelden doorzien we in rap tempo als kitsch en plat. Hoe beweegt een hedendaagse vormgever zich binnen deze blijkbaar trendgevoelige beeldtaal? En hoe reageert het publiek op deze snelle ontwikkelingen, is er honger naar steeds betere "echtere" ervaringen, of is er een grens aan de digitale ervaring die wij niet over willen gaan?

We noemen nu een aantal artiesten die passen in deze lijn:

Meer dan ooit is het **The Panics** uit Amsterdam gelukt om de huidige tijdsgeest te verbinden met de opening-titels van de online edities van Playgrounds 2020. Vanuit hun huis werkten verschillende makers mee aan de totstandkoming van de videoclip, die middels het zeer bekende grid van zoomsessies een analoge animatie

vormden. De productie kwam al 3 weken na het begin van de eerste lockdown in Nederland tot stand. Het project werd geselecteerd tot de beste 3 titels van 2020 door het gerenommeerde The Art of the Title:

“If there’s one thing that’s come out of this pandemic it’s aesthetics that make use of this gridded platform known as Zoom. That’s what these titles do — for the most part — to great fun and effect, ... If you’ve got limitations, exploit them.”¹

Jon Burgerman richtte zich tijdens zijn (hilarische) lezing op het zien van kansen. Zelfs in ‘slechte’ tijden. Burgerman is een in NY woonachtige Engelsman, schrijver van het boek ‘It’s Great to Create’ en maakt murals, illustraties, animaties, fashion etc met een focus op character-design. Op zeer humoristische wijze weet Burgerman het publiek creatief zelfvertrouwen te geven en de drempel tot ‘het maken’ te verlagen. Hij doet dit door complexe techniek te vergeten en beeld tot een uitingvorm te vertalen die ons kan helpen de wereld anders te zien door het maken van kunst. Iets wat zeer gewaardeerd werd door het grote online publiek.

Rogier Van de Zwaag is een post-digitale kunstenaar pur sang. Als geen ander verstaat hij de illusie van het digitale beeld en maakt hij dit tot een onderwerp in zijn werk. De verbazing van het maakproces staat centraal en laat het publiek regelmatig vertwijfeld achter als blijkt dat ze niet naar een digitale maar een analoge productie zaten te kijken. Van der Zwaag gebruikt social media en het internet als zijn ideale digitale gallerie waarbij zijn esthetiek ook uitstekend past bij zijn publiek.

Eyesupply is een Eindhovens collectief die de titels maakte voor de hybride versie van Playgrounds The Art Department Hybrid (TAD) 2020. Na een brainstorm kwam het idee op om de titels in VR te maken met behulp van de Unity Engine, zodat onze virtuele bezoekers tussen de virtuele titels en in de wereld van Eyesupply konden rondlopen. De titels gingen tijdens TAD in première en konden door het publiek worden gedownload.

Hisko Hulsing is de regisseur van de alomtgeprezen serie op Amazon Prime Undone. Daarnaast won de Grand Prize voor Best Animated Short op het 2012 Ottawa International Animation Film Festival. Hij werkte o.a. mee aan het Emmy-award winnende The Last Hijack and Kurt Cobain: Montage of Heck (een HBO documentaire over de zanger van Nirvana). In een interview vertelde Hulsing over het mixen van animatie en live-action, zijn stijl van animeren (een mix van Bambi en barokke schilderijen) en over de projecten waar hij nu aan werkt. Tijdens TAD Hybrid 2020 legde hij uit hoe hij tot de unieke stijl van Undone kwam waarbij live-action, motion capture en rotoscoping werden gecombineerd, om de dromerige wereld de juiste emotionele en realistische toon te geven.

¹ <https://www.artofthetitle.com/feature/top-10-title-sequences-of-2020/>



Anatomy toolbox: the animated body and identity

De sterke opkomst van social media en de ontwikkelingen binnen de wetenschap tonen het publiek steeds meer de maakbaarheid van het menselijk lichaam en onze (online) identiteit. Het ontwerpen van karakters en hun profiel naast het toepassen van menselijke eigenschappen (het zogenaamde antropomorfisme) op wezens en objecten ontwikkelt zich als een ware kunstvorm. Hoe verhouden deze twee aspecten zich tot elkaar. Hoeveel van ons sociale leven speelt zich af in een virtueel bestaan en wat betekent dat voor onze identiteit?

Binnen de programmalijn van de anatomy toolbox hebben wij onder anderen de volgende artiesten geprogrammeerd:

Universal Everything werd zo'n 15 jaar geleden opgericht door Matt Pyke. Deze in Sheffield (UK) gevestigde studio richt zich al sinds het begin op de relatie tussen mens en technologie en de grijze scheidslijn tussen beeldende kunst en design. Beroemd zijn de films van de lopende mens (in stijl van Eadweard Muybridge) uitgevoerd in verschillende digitale materialen. Het canvas wat zij hiervoor gebruiken zijn digitale galeries als Sedition en de enorme publieke lightwalls in Azië (zie afbeelding).

Serial Cut (ES) Serial Cut staat al meer dan 20 jaar aan de top van de creatieve industrie met klanten als Adobe, Playstation, IKEA en Ray-ban. Met specialisten in alle disciplines van fotografie tot grafisch vormgevers, CG tot VR, combineren zij deze disciplines in fantastische beeldconcepten. De mens in het post-digitale tijdperk staat regelmatig centraal en wordt door de studio op verschillende manieren onderzocht. De relatie van de mens tot zijn digitale omgeving en de digitale mens in conflict met zijn analoge leefruimte. Tijdens zijn presentatie ging Sergio Del Puerto in op het maakproces van het boek 'Purely Iconic' dat het 20 jarige bestaan van Serial Cut en de hierboven beschreven thema's verbeeldt en beschrijft.

Brittany Meijers is een Amerikaanse character-designer, die verantwoordelijk is voor de vele characters in Oscar-winnende film Into the Spiderverse en op dit moment werkt voor Netflix en Sony. Ze was een groot fan van Disney's Rapunzel en toen ze erachter kwam dat Rapunzel gemaakt was door mensen en niet geboren was wist ze meteen dat ook zij characters als Rapunzel wilde creëren. In haar lezing ging ze in op hoe een character-designproces eruit ziet en hoe je deze karakter geeft.





S(t)imulation across the nation

Via beeld kan het persoonlijke verhaal naar een universeel publiek worden overgedragen. Van het onzichtbare naar het zicht- of voelbare. De post-digitale beeldcultuur is in staat om met behulp van verschillende media het publiek te overtuigen: lineair, non-lineair, trans-mediaal of vanuit een verhaalstrategie (games). Kunstenaars, wetenschappers en ontwerpers omarmen opkomende technologieën om interactiviteit en immersie te onderzoeken. Playgrounds zet zich in om de vaardigheden van storytelling en het vormen van een goed verhaal als één van de kerndoelen te stellen voor de ontwikkeling binnen de post-digitale beeldcultuur.

Dit jaar heeft Playgrounds het publiek meegenomen in de wijze waarop simulatie kan worden ingezet bij het vertellen van verhalen. Artiesten die hiervoor geprogrammeerd waren, zijn onder anderen:

Kitbash 3D is gestart door Max Burmann en Banks Boutte als tool om werelden te bouwen. Talloze artiesten werkte mee aan een bibliotheek van 3D-computermodellen, waarmee oneindig veel varianten op historische steden, futuristische landschappen etc. gemaakt kunnen worden in 3D-software of game-engines.

Amanita Design is een Tsjechische studio, die wereldfaam verwierf met de indie game klassieker *Machinarium*, een spel dat als grote inspiratiebron diende voor vele onafhankelijke game-developers. Onlangs was er de release van hun nieuwste productie *Creaks*. Een spel waar 5 jaar aan gewerkt is en een enorme spelwereld is gecreëerd met een illustratief karakter. De hele wereld lijkt handgetekend. Dit als alternatief voor de vele cartoonachtige en de door computergetekende werelden, die soms de menselijke schaal verliest. Daarnaast is er in de game natuurlijk de nadruk gelegd op storytelling. De makers vertelde tijdens Playgrounds over hun ervaring, visie en werkproces van deze game.

Danar Worya brak pas echt door toen hij de kans kreeg om te werken aan *Horizon: Zero Dawn* van Guerrilla Games. In de vier jaren die volgden, werkte hij onder meer voor bedrijven als One Pixel Brush, Infinity Ward en 'leading game developer' Naughty Dog. Deze studio is bekend van de zeer geprezen game *THE LAST OF US* waaraan hij werkte als environmental designer. We hebben Danar gevraagd verschillende programma-onderdelen in te vullen. Hij gaf een talk over zijn werkproces, een workshop over world building en nam deel aan verschillende paneldiscussies over educatie, social media en diversiteit in games.

Activiteiten 2020

2020 betekende een grote verschuiving in onze jaarprogrammering. Activiteiten werden uitgesteld, afgelast of op een andere manier voortgezet.

Vrij snel nadat de overheid de eerste lockdown aangekondigde heeft Playgrounds geschakeld en twee online festivals opgezet. The Art Department online en Blend online. Playgrounds voelde de urgentie bij de community om 'iets' te doen en steun, inspiratie en een ontmoetingsplek te creëren. Zo werden wij 1 van de eerste kunstorganisaties die online zichtbaar was in het veld. Mede daardoor waren deze eerste twee festivals een groot succes en werden wij voorbeeldstellend voor de sector.

Playgrounds is gedurende 2020 vaak voorop blijven lopen en heeft de ontwikkelingen in online producties goed gevold. Vanuit daar hebben wij in het najaar een eerste stap genomen naar een Hybride festival. The Art Department Hybrid edition vond plaats in het Klokgebouw in Eindhoven en tegelijk online. Helaas mocht in aanloop naar het evenement ineens minder publiek worden toegelaten waardoor de live-ervaring maar voor een heel beperkt publiek toegankelijk was. Toch hebben we in online productie een grote stap kunnen maken en gespeeld met hoe een bijeenkomst, festival of conferentie online kan groeien.

Tegen het einde van het jaar zijn we aan de duurzame toevoegingen voor onze activiteiten gaan werken in de vorm van een OnDemand kanaal waar wij ons archiefmateriaal kunnen ontsluiten. Ook werkten we aan het format Playgrounds TV waar we optimaal gebruikmaken van de online mogelijkheden binnen ons programma.

Wij verdelen onze activiteiten onder in drie doelstellingen:

1. Presentatie en distributie

- Artists wanna talk
- Expo
- Filmprogramma
- Internationalisering
- OnDemand
- Performance

2. Aanjagen en stimuleren

- Netwerk
- InDepth
- Co-producties
- Research & Development
- Partnerprogramma's
- Gonna teach you a lesson

3. Talentontwikkeling

- Showcase, presentatie werk talenten
- Academy, masterclasses en workshops
- Productie nieuw werk / ontwikkeling coaching

Binnen presentatie en distributie staat het tonen van werk, werkprocessen en artiesten centraal. Dit is vaak de kern van iedere Playgrounds activiteit. Zo laten wij de artiesten vertellen over hun werk met artists wanna talk en tonen wij dit werk in filmprogramma's en exposities. Via performance krijgen ook de podiumkunsten een plek in het programma. Dit jaar is daar de verspreiding van ons materiaal via ons OnDemand platform hier aan toegevoegd.

Met aanjagen en stimuleren zetten we in op verdieping en directe kennisuitwisseling. Innovaties in de techniek worden hier naast inhoudelijke probleemstellingen geplaatst zodat iedere deelnemer zich kan ontwikkelen op het gebied van zijn/haar keuze. Dit wordt aangevuld met de netwerkmomenten middels o.a. portfolio reviews. Ook zetten wij hier in op het ontwikkelen en produceren van beeld en kennis. Dit wordt nagestreefd in de onderdelen Research & Development, co-producties en partnerprogramma's, bij deze laatste is ook het internationale en/of interdisciplinaire karakter van de productie van groot belang.

Binnen talentontwikkeling staat het talent centraal, wij zetten in op het verbreden en verdiepen van de kennis van het talent in coaching en workshops die tevens breder toegankelijk zijn voor onze hele community. Daarnaast geven wij de talenten een podium in het onderdeel showcase en bieden wij de mogelijkheid tot het ontwikkelen van nieuw werk in het onderdeel productie nieuw werk.

Playgrounds zorgt ervoor dat binnen alles wat wij doen een mix van doelstellingen bij elkaar komen. Er is vaak een afwisselend aanbod van workshops, talks, demo's, performance en exposities tijdens een activiteit te vinden. Ons publiek ziet dat wij ons hierin steeds blijven uitdagen en nieuwe formats blijven zoeken om mee te gaan met de technologische en sociale ontwikkelingen in de beeldcultuur.

In 2020 hebben wij de volgende concrete activiteiten uitgevoerd:

The Art Department online fest

In het voorjaar 2020 moesten we door de corona-crisis onze activiteiten noodgedwongen annuleren. Toen bedachten we, als dan toch alles anders is laten we dan doen wat Playgrounds al meer dan 10 jaar doet, maar dan online. We trekken jaarlijks makers uit meer dan 25 landen en we weten dat onze events heel belangrijk zijn voor het internationale netwerk. Het is een heftige, rare tijd, waarin ook de animatie-, film- en gamesector getroffen is. We willen onze community een hart onder de riem steken én meteen laten zien dat Playgrounds er is en blijft voor de creatieve community ook in deze rare tijden.

16 april organiseerden we het eerste grote online festival ter wereld voor concept art en design voor animatie, film en games. Op 3 virtuele stages konden mensen genieten van artist talks door sprekers van o.a. Marvel, Ubisoft, Horizon Zero Dawn, maar ook independent studio's, zoals het met meerdere BAFTA's bekroonde Studio AKA, waren live te zien.

Zoals bij onze fysieke evenementen had ook ons online programma een mix van activiteiten. Naast artist talks, programmeerden we demo's over concept art in vr,

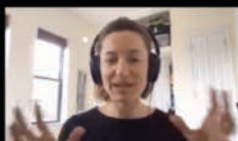
painting, storyboarding, paneldiscussies over actuele onderwerpen in de industrie en een live schetssessie door Drink and Draw Berlin. Tevens konden bezoekers in private-sessies hun portfolio online bespreken met studio's als Industrial Light & Magic (Starwars), Ubisoft (Assassin's Creed) en Axis Studios (Chernobyl, Netflix' Love, Deaths and Robots).

De volledige line up bestond uit meer dan 25 artiesten uit de hele wereld, onder andere:

Cecille Carre is een Franse illustrator / animator / regisseur, die pas na studie vliegtuigbouwkunde erachter kwam dat ze liever illustrator wilde worden. Met de nauwkeurigheid van een ingenieur stortte ze zich op animatie en illustratie en bracht haar in topproducties als KLAUS en werkt ze nu bij Netflix aan de ontwikkeling van verschillende nieuwe projecten. Carre sprak uitvoerig over storytelling, acteren en compositie. Ze heeft zoveel kennis om te delen dat het publiek een luidruchtig WE WANT MORE in de chat liet horen waarna ze beloofde nog een keer terug te komen.

PLAY GROU NDS

Online Fest #1



Cécile Carre



Cécile Carre

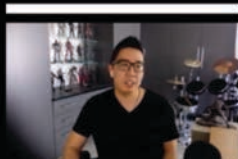
Brought to you by: Procreate®

Please note that it is prohibited to record or distribute talks and demos of this event on any other platform.

PLAY GROU NDS

Online Fest #1
The Art Department

Stream 1



Andy Park



Brought to you by: Procreate®

Please note that it is prohibited to record or distribute talks and demos of this event on any other platform.

Pedro Conti is een Braziliaanse 3D-modeler en animator die meewerkte aan verschillende grote producties waaronder Moana. Conti is als geen ander in staat een 2D tekening te vertalen naar een 3D model zonder de kracht van het ontwerp te verliezen. Aan de hand van een aantal projecten gaf hij het publiek inzicht in ruimtelijk ontwerp en het vertalen van een onmogelijke lijn naar een sculptuur.

Jama Jurabaev afkomstig uit Tajikistan, maar woonachtig in Londen heeft zich de laatste jaren ontwikkeld tot één van de meest gewaardeerde concept-artiest van dit moment. Zijn bijzondere aanpak, waarbij hij VR-technologie toepast binnen zijn digitale schilderijen wordt inmiddels door verschillende grote studio's gebruikt zoals o.a Industrial Light and Magic en Riot. Jama laat in zijn presentatie zien hoe je nieuw digitaal gereedschap op verschillende manieren naar je hand kan zetten.

Ander sprekers waren oa: **Studio AKA (UK), Loish (NL), Pablo Carpio (VS), Even Mehl Amundsen (N), Salon Alpin (PT/AT), Beatrice Blue (F), Wardenlight Studio (F), Marta Nael (ES), Jana Schirmer (D/VS), Pauline Voß (D), Cristian Chihai (RO), Nikolai Lockertsen (N), Ka-Ching (NL), Axis Studios (UK), Riot Games (VS), Ubisoft (VS), Bo Zonneveld (NL/B), Industrial Light & Magic (UK).**

Zoals gebruikelijk openden we ons festival met titles gemaakt door een artiest in opdracht van ons. Voor deze speciale online editie werkten samen met regisseur **Edwin van den IJssel** (The Panics).

Kenmerkend voor de fysieke festivals is het creëren van een momentum waarbij er wordt ingezet op het je-had-erbij-moeten-zijn-gevoel. Dit 'live' aspect is ook voor ons digitale festival van groot belang gebleken. Door zoveel mogelijk bezoekers op 1 moment bij elkaar op 1 platform te kunnen bedienen, ontstond een echt festival-gevoel. Interactie met het publiek onderling is ongekend belangrijk gebleken; het publiek levert commentaar, stelt vragen en kan elkaar virtueel ontmoeten. Wij merkten zelfs dat de anonimiteit van de online stream een barrière wegnam voor het publiek dat meer vragen durfde te stellen en actiever reageerde op de inhoud.

Publiek, onderwijs, sponsors en partners waren erg blij met de manier waarop Playgrounds snel kon schakelen en de community al vroeg in de lockdown bij elkaar wist te brengen. Dit had zelfs tot gevolg dat wij een explosieve toename zagen in het aantal bezoekers en ook in de geografische verspreiding. We bereikten landen en steden die we eerder nooit zagen. Met meer dan 30.000 unieke bezoekers was dit het meest succesvolle programma ooit.

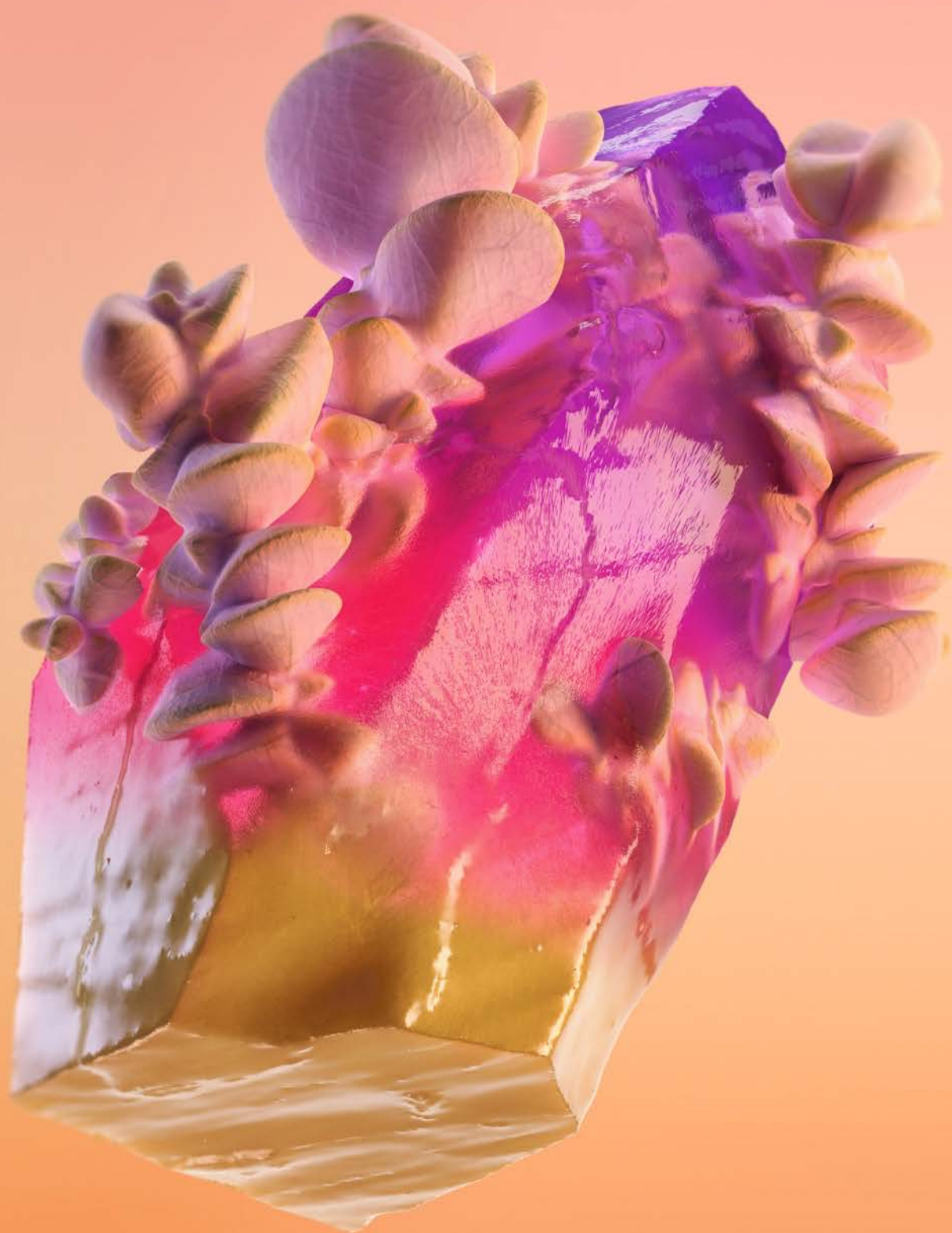
Tevens werd Playgrounds hiermee een pionier en waren we voorloper in het creëren van online events. Later volgden anderen ons voorbeeld, maar bleef Playgrounds genoemd als eerste en hebben we de lat hoog weten te leggen op het gebied van kwaliteit en beleving.



“(No feedback just) eternally grateful that you would take the time to create such a wonderful event free of cost for everyone who can’t afford before or during the quarantine/ COVID 19. It is truly inspiring seeing how you brought this all together for us. Much love and blessing to the whole team.”

Bezoeker online fest





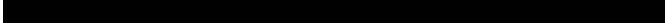
Blend online fest

Met de ervaring van The Art Department online fest konden wij snel de stap zetten naar een tweede online festival: Blend. Op 15 mei kon het publiek via 2 virtuele stages genieten van een catwalk aan makers die de grenzen van hun disciplines opzoeken en nieuw en innovatief beeld maken. Makers die in de voorhoede van de beeldcultuur opereren, zoals Universal Everything (UK) en het Spaanse Serial Cut (zie afbeelding vorige pagina). En met een schare aan nieuwe hosts zoals Justin Locky van Editors die samen met ons een hart onder de riem staken van de creatieve industrie.

Ook hier programmeerden we niet alleen talks, maar ook paneldiscussies over actuele topics in de creatieve industrie, performances, portfolio reviews, demo's een een virtuele Playgrounds hang-out (Discord).

Blend staat voor de kruisbestuiving tussen verschillende disciplines. De meest getalenteerde en innovatie creatieve professionals in animatie, game, interactief design, robotics, grafisch ontwerp, illustratie en creatieve technologie komen samen en "blenden" letterlijk met elkaar. Het is een cutting-edge programma waar het publiek van het ene naar het andere wordt geslingerd in een speelse opeenvolging van inspirerende en toonaangevende makers en werken.

Daarnaast experimenteerde Playgrounds ook zelf met de mogelijkheden van een online medium en zetten we de performance van rapper Harry Mack in voor een ultieme interactie met het publiek. Publiek kon random woorden in de chat zetten waaruit Harry Mack live een rap creëerde. Dit werd een voorbeeld van hoe het publiek online op creatieve manieren betrokken kan worden bij het programma.



"Funny thing about Playgrounds is that it certainly has a certain community, a very wholesome and supportive one, which also really shined through digitally. It is also still visible in the Afterparty Discord, which is still kinda alive."

Bezoeker online fest



De volledige line up bestond uit meer dan 20 artiesten uit de hele wereld, onder andere:

Nick Liefhebber (NL) ontwerpt kleurrijke en ietwat psychedelische illustraties. Hij werkt in opdracht maar creëert ook onafhankelijk screen- en risoprints. Nick is geïnspireerd door patronen en ritme, die hij terugziet in de natuur. Zijn beelden zijn opgezet als collages en knipsels van inkttekeningen en computerglitches en zelfontworpen typografie. Zijn post-digitale beelden zie je terug in internationale campagnes, expo's, mode en albumhoezen. (Zie afbeelding volgende pagina.)

Beatrice Blue is een illustrator, die haar inspiratie haalt uit de natuur en de reizen die ze maakt. Ze gaat nooit op pad zonder haar banaanvormige etui vol tekenmateriaal en schetsboeken. Als geen ander kan Blue ongecompliceerd vertellen over kunst en illustratie. Een lezing van Beatrice Blue geeft je het gevoel dat je kan tekenen en een drive om naar buiten te rennen en al dat prachtigs vast te leggen in schetsboeken. Het geven van creatief vertrouwen en inspiratie is iets waar binnen het onderwijs meer aandacht voor zou moeten bestaan.



Golden Wolf 's **Ingi Erlisson** (UK) is een toonaangevende regisseur op het gebied van motion design. Prachtige art-direction en gewaagde, complexe geanimeerde camerabewegingen hebben de laatste jaren gezorgd voor een herkenbaar handschrift van kwaliteit. De uitdaging om tussen zoveel competitie jezelf te onderscheiden was een van de onderwerpen van het interview. Het vermengen van 2D en 3D technieken tot één geheel naast een ongelooflijk sterke manier van editen heeft Golden Wolf tot een kunst verheven.

Andere sprekers waren: **Max Ulichney (VS), Beatrice Blue (F) , Ambassadors (NL), Rogier van der Zwaag (NL), Jon Burgerman (VS), Maxx Burman (VS), Stéphane Bourez (UK).**

The Art Department – Hybrid edition

In navolging van de eerste online edities stond het najaar van 2020 in het teken van het doorontwikkelen van formats voor online programma om publiek mee te kunnen blijven nemen en te bedienen. Met het succes van de Art Department online fest en de vele navolging die die editie kreeg, zetten wij een nieuwe stap door een hybride editie te ontwikkelen waarbij het fysieke onderdeel van het programma langzaam kon terugkeren, zij het volgens de richtlijnen van het RIVM.

Het Klokgebouw werd ingezet als heuse TV-studio. Hierop werd een mix van programmaonderdelen aangeboden: talks, performances, interviews en screenings. Door zowel online als offline te opereren onderzochten we de creatieve mogelijkheden in de huidige corona-crisis als het gaat om het organiseren van digitale events. We stelden onszelf de vraag of het fysieke podium de 'online presence' kon dienen en vice versa. Het was een voorbijgaand event, maar door bepaalde onderdelen achteraf met de community te delen wordt de discussie gaande gehouden en blijven we in gesprek.

Door te kijken naar de mogelijkheden in plaats van belemmeringen konden we nieuwe formats ontwikkelen die blijvend terugkeren in onze activiteiten, ook na de crisis. Dat we bij deze Hybrid edition een groot deel online hebben kunnen doen, nam de drempel weg voor vele

internationale artiesten om mee te doen. Zo werd de line-up van artiesten veel breder en internationaler dan we ooit voor elkaar zouden kunnen krijgen tijdens een fysiek event. Sommige artiesten waren juist schuw voor een digitale camera, maar door met deze artiesten juist een interview set-up voor te bereiden, konden we toch nog een aantal grote namen betrekken bij deze editie. De Q&A's met de artiesten werkten als een katalysator en nodigde meer bezoekers uit, waardoor de chat echt een interactief onderdeel werd van het festival die bezoekers en artiest samenbracht. Er werden talks gegeven direct vanuit de studio in het Klokgebouw, maar andere talks kwamen juist van de (internationale) locatie waar de artiest zich bevond. Dit wisselde elkaar natuurlijk af, zodat er een mooie mix ontstond die bleef boeien.

"It's unbelievable what is achieved by Playgrounds with this event. Not only words. Your organization really brings the art scene together."

*Roland Ijzermans
Art-Director Guerrilla Games*

Belangrijk voor Playgrounds is het programma ook aan te passen aan de behoeften van ons publiek. Zo werden de effecten van de COVID-19 crisis op verschillende momenten besproken en onderdeel van het programma. Zo praatte **Isobel Stenhouse** over de geestelijke gesteldheid van de ondernemer in de creatieve industrie samen met **Jamie Bolio** en **Banks Boutté**. En waren **Iris Compiet**, **Danar Worya** en **Loish** in gesprek over online presence en hoe je zelf kan bouwen aan je online portfolio en presence.



Wij zochten op meerdere punten in het programma naar hybride mogelijkheden, de mix tussen on site en online programmering. Zo waren er paneldiscussies waarbij sommige panelleden fysiek in het klokgebouw op het podium stonden terwijl andere online meepraatten. Maar het ultieme experiment voor hybride programma was wel de performance tussen drievoudig Nederlands kampioen beatboxen **B-Art** die live op het podium de beats aangaf voor rapper **HarryMack** die via live verbinding uit LA weer reageerde op het publiek dat suggesties gaf in de chat. Woorden uit de chat (publiek) werden omgezet naar rap (LA) en kwamen samen met de beats op het podium (Klokgebouw); een geslaagd experiment waarin on- en offline elkaar naadloos aanvulden en het publiek onderdeel werd van de productie.

Naast de twee kanalen met artist talks en demo's hadden we een derde kanaal waarin, zoals bij **'SKETCHING, into the mind of the artist'**, werd ingezoomd op de schetsfase van de artiest vanuit verschillende disciplines. Het publiek kon nu letterlijk de artiesten aan het werk zien in hun eigen creatieve werkplaats. Zo neemt het publiek niet alleen een kijkje in het hoofd van de artiest, maar ook de omgeving waarin de werken tot stand komen. Het doel van dit kanaal was de bezoeker te laten inzoomen op de schetsfase van het maakproces. Er waren slow schetssessies met **Drink&Draw Berlin** waar tekenen centraal stond, maar ook een 'sculpting session' met **Eric Staub** die als een ware Bob Ross met klei werkte. Ook werkten we voor het eerst samen met het collectief **Superani**, een collectief uit Azië die het perspectief van kunstenaars willen uitbreiden door de blik over verschillende culturen te verbreden. Tegelijk daagden wij het publiek ook uit en mocht iedereen zelf een eigen Time Lapse insturen van hun werkproces. Ook hier zetten we digitale middelen in om de interactie met het publiek te vergroten.

Een andere nieuwe mogelijkheid die deze hybrid editie bood, was het openen van onze podia aan nieuwe talenten door middel van een Talent stage. Er is veel onontdekt talent en we besloten om hen ons virtuele podium aan te bieden. Juist door de digitale kanalen was dit voor deze editie makkelijker te realiseren. We deden een open call naar onze community waarbij meerdere

talenten werden geselecteerd die hun werk presenteerden.

Ontmoeting en netwerk blijft juist in deze tijd essentieel. En online kan er soms veel meer, zo bleek de afgelopen maanden waarin wij sommige van onze populaire programmaonderdelen een online vertaling gaven. De online versies van de portfolio reviews boden nieuwe kansen om artiest te koppelen aan publiek. Een grotere diversiteit was mogelijk en daar is Playgrounds op ingesprongen. Zo hebben we voor het eerst een verschil aangebracht in de soorten reviews, van beginnend (hoe stel je een portfolio samen) tot expert niveau (creatief advies van een artiest) naar recruitment (interview met bedrijf/studio die op zoek is naar nieuwe werknemers). Door de reviews op te delen was Playgrounds nog beter in staat om de juiste mensen aan elkaar te koppelen en konden wij onze netwerkfunctie efficiënter inzetten.

Ook partnerschappen hoefden in de hybride editie niet te wijken. Zo ontwikkelden we samen met het Instituut voor **Beeld en Geluid** een open call waarin we filmmakers opriepen om nieuw werk te maken met de open source beelden uit hun archieven. En met Wacom werden battles georganiseerd die bezoekers creatief tegenover elkaar zetten. Ze lieten hun skills zien door op het (online) podium een werk te creëren waarmee ze vervolgens creatief de strijd met elkaar aangingen. Voor de hybrid editie hebben we nog nooit zo'n internationaal en divers aantal deelnemers kunnen bereiken. Het was erg inspirerend om makers virtueel te zien battlen over alle continenten heen.

Hieronder volgt nog een korte selectie van enkele artiesten die tijdens The Art Department Hybrid edition aanwezig waren (fysiek of online):

Tomm Moore partner en creative director van Cartoon Saloon, gaf een talk over zijn laatste animatiefilm **Wolfwalkers**. **Wolfwalkers** is geproduceerd samen met Ross Stewart en in opdracht van Apple TV. Het is de derde animatiefilm van de tweevoudig Academy Award genomineerde Moore en maakte z'n wereldpremière als 'official selection of the 45th Toronto International Film Festival' in september 2020.

Shaun Tan won een Academy Award voor zijn korte animatiefilm The Lost Thing. Zijn werk heeft vele theaterproducties geïnspireerd en is in vele talen vertaald. Ook werkte hij onder andere als concept artist aan Pixar's WALL-E. In een online interview kreeg de bezoeker een heel integer inkijkje in de belevingswereld van Shaun Tan.

Martin Koolhoven is regisseur en scenarioschrijver, bekend van o.a. Het Schnitzelparadijs, Oorlogswinter en Brimstone. Tijdens The Art Department heeft Martin twee inspirerende talks gegeven één over storytelling en een andere over het waarmaken van je dromen door groot te denken.

Dean Taylor is the art-director van de wereldberoemde cult-christmas classic : The Nightmare before Christmas van Tim Burton. Taylor wordt door velen beschouwd als een legende in de animatie- en illustratiewereld. Hij werkte mee aan o.a. the Jetsons, Scooby Doo, Tom and Jerry, de cult-serie Cow and Chicken en niet te vergeten 'The Ren and Stimpy Show'. Tijdens zijn interview legde hij uit dat hij altijd zoekt naar de juiste verhouding van imperfectie in zijn werk. Daar waar het vragen oproept in zijn designs ontstaan er verhalen. Dit zie je terug in de krassende stijl van tekenen die ook terug komt in de texturen en materialen van The Nightmare before Christmas.



Playgrounds TV

In december lanceerden we een gloednieuwe reeks reguliere online bijeenkomsten: Playgrounds TV. Met de Playgrounds TV uitzendingen willen we regelmatig actuele onderwerpen bespreken en bijvoorbeeld via in-depth interviews dieper ingaan op bepaalde topics. Het is een laagdrempelige manier om contact te hebben met onze community en ook om nieuw publiek te bereiken. We streamden via Twitch, en onderzoeken in 2021 de mogelijkheden om de gratis content aan te bieden na registratie.

De eerste Playgrounds TV in december 2020 ging in op het thema Games. Samen met Matthijs van der Laar van de Bredase gamestudio Twirlbound en Breda Game City hebben we een gratis toegankelijke broadcast opgezet over games en gamedesign.

We begonnen de avond met het geweldige **Amanita Design**, een Tsjechische indie game studio die vertelde over hun nieuwe game Creaks. Kunstenaars als **Danar Worya** (The Last of Us Part II), **Florent Lebrun** en **Jad Saber** gaven daarna inzicht in hun professionele reis om concept art voor AAA-games te maken. En we vergaten het andere uiteinde van het gamespectrum niet! In de paneldiscussie 'Free spirits of games' concentreerden we ons op de ontwikkeling van indie games en het starten en onderhouden van een gamestudio. Host van dit panel was **Matthijs van de Laar** van Twirlbound. Hij ging in gesprek met gamedeveloper **Tomas Sala** en **Lennart Sas** directeur van Triumph Studios. We sloten deze broadcast af met een interview met concept artist **Marek Madej** (Cyberpunk 2077).

OnDemand

Het ontwikkelen van OnDemand was een project dat langer bij Playgrounds op de plank lag, maar met de COVID-19 crisis een extra urgentie en momentum kreeg. Het onsluiten van ons archief aan registraties van eerdere festivals en evenementen betekent het openstellen van een schat aan informatie voor ons publiek. Dit past bij de waarden en doelstellingen van Playgrounds. OnDemand zet dan ook in op kennisdeling.

Om een OnDemand platform te creëren was eerst een rigoreuze aanpassing van de website noodzakelijk. Ook hier is dit jaar extra in geïnvesteerd. Eind 2020 was het mogelijk om het OnDemand archief een nieuwe vaste plek te geven in onze online omgeving.

Het project is in 2020 gestart, maar wordt in 2021 verder doorgezet zodat al het bruikbare archief materiaal van Playgrounds toegankelijk wordt voor het publiek. En we blijven aanvullen door telkens nieuwe opnames van activiteiten toe te voegen. Tegelijk worden er speciale programma's ontwikkeld voor OnDemand zoals een online workshop reeks binnen bepaalde thema's. Zo wordt Playgrounds OnDemand een steeds rijkere bibliotheek die gebruikt kan worden door zowel professionals als het onderwijs.

Voor een extra indruk van onze activiteiten, zie onze after movies 2020:

Online fests The Art Department & Blend
<https://vimeo.com/434274149>

The Art Department Hybrid 2020
<https://vimeo.com/469703858>

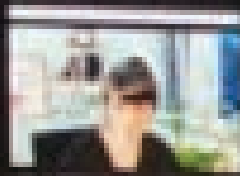
Watching

@weareplaygrounds as
I draw this evening -
it's a free online art
festival on twitch

PLAY
GROU
NDS

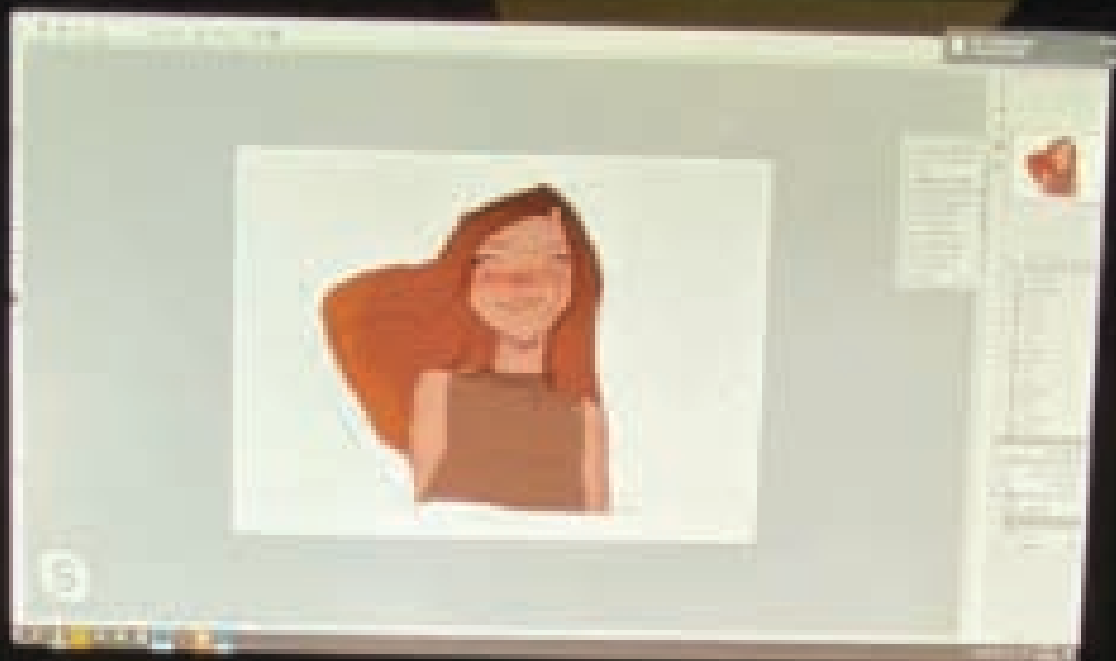
Online Fest at
The Art Department

Stream 1



Lolish

Please note that it is prohibited to upload or distribute any and content of this event on any other platform.



Talentontwikkeling - Next

Vanaf 2016 voert Playgrounds het talentontwikkelingstraject Next uit. Geïnitieerd door Playgrounds, maar gedragen door en ontwikkeld met landelijke partners: AKV|St. Joost, Kaboom animatie festival (voorheen KLIK), Submarine Channel, The Panics (voorheen PostPanic), Submarine Channel, Herrie film & tv, Natlab en BROET. Belangrijk zijn ook de gesprekken die we sinds 2020 voeren met een aantal netwerkpartners, te weten CineSud, New Noardic Wave en FilmForward. Deze instellingen zetten zich ook op allerlei manieren in voor talentontwikkeling en middels deze structurele overleggen weten we programma en strategie aan elkaar te koppelen. Tot slot zijn we trots te kunnen vermelden dat we een samenwerking aan zijn gegaan met Netflix voor een programma waar we schrijvers gaan opleiden en ondersteunen. De details van dit programma worden in de eerste helft van 2021 uitgewerkt.

Next is inmiddels tot volle wasdom gekomen, waarbij we in 2020 konden doorontwikkelen van twee aparte trajecten voor animatie en documentaire naar één hub voor talenten van alle av-disciplines, te weten animatie en illustratie, fictie en documentaire.

Op het moment van schrijven lopen er twee trajecten: Next | Doc, voor 6 documentaire makers (eind datum uitgesteld tot mid-2021 i.v.m. Corona), en Next AV (gestart in oktober 2020) waarin we 8 makers uit alle AV genres begeleiden.

Next is een talentontwikkelingstraject op maat. Talenten ontwikkelen binnen Next een eigen project en ontvangen op maat coaching. De talenten worden aangedragen door belangrijke ambassadeurs uit het veld en zijn geselecteerd door de partners, nadat ze zich hebben aangemeld met een ontwikkelplan, motivatie en cv.

Het traject wordt steeds inhoudelijk aan de talenten aangepast, maar het kent wel overkoepelende focuspunten waarop de talenten zich ontwikkelen, te weten:

- Artistieke identiteit

- Vakmanschap
- Zakelijke ontwikkeling / cultureel ondernemerschap
- Werkhouding
- Uitbreiding van en inbedding in het professionele netwerk

Ieder talent stapt in vanuit hun eigen achtergrond en kennis, waardoor bij ieder talent de balans tussen de focuspunten kan wisselen. Waar de ene meer inzet op vakmanschap zal de andere meer inzetten op ondernemerschap en artistieke identiteit. Voor alle trajecten geldt dat we streven naar een stevig fundament voor de talenten waarop zij een weerbare en wendbare carrière kunnen bouwen. De talenten krijgen inzicht in hun eigen beroepspraktijk en een helder ontwikkelplan wordt samen met hen vormgegeven.

Next | Doc

Hieronder presenteren we de 6 makers die in november 2019 zijn gestart binnen het Next | Doc traject en de manier waarop zij invulling geven aan dit traject.

Aiman Hassani is schrijver, regisseur, begeleider van jong talent en voorvechter van culturele diversiteit en inclusie in de filmsector. Hassani heeft zich binnen Next gefocust op het samenbrengen van alle facetten van zijn creatief ondernemerschap. Hij werkte met een schrijfcoach aan een plan voor De Oversteek, ontwikkelde een plan voor UltraKort! Nam deel aan IDFAcademy en is uitgekozen om een plan verder te ontwikkelen binnen ZappDocLab. Hij werkte aan een stevig positioneringsverhaal en kreeg funding voor zijn eigen talentontwikkelingstraject voor jongeren met zijn stichting Wedowe. Hij werd verkozen tot Talent Enroute tijdens het NFF en won de Code Diversiteit en Inclusie persoons - &Award. Op dit moment werkt hij aan het vormgeven van een online representatie waarin zijn missie en visie als multitalent goed zichtbaar is.

Marieke Widlak is autodidact documentaire filmmaker. Widlak rondde dit jaar haar Teledoc Campus 'Centen van Knegsel' af die in première ging op het NFF. Samen met de film van Next Talent Josefien van Kooten werd haar film in tweeluik geprogrammeerd in een aantal filmtheaters. Door corona werd de tour helaas vroegtijdig

afgebroken. Marieke werkte onder leiding van Isabel Lamberti aan haar regievisie en ontwikkelde haar plan voor haar Wildcard film. Deze is inmiddels in productie en binnen het Next traject wordt de film tot een lange documentaire ontwikkeld. Daarnaast gaat ze met schrijfcoach (waarschijnlijk Nathalie Crum) de laatste maanden van het traject werken aan een nieuw filmplan.

Documentaire filmmaker **Loes Janssen** maakte in 2020 haar Teledoc Campus film 'Wat achterblijft' (zie afbeelding hiernaast) af. De film ging in samenwerking met de partners van Next in première in Natlab tussen de lockdowns door. Haar focus ligt op de ontwikkeling van een impact campagne rondom de film die niet alleen als film maar als multidisciplinair project verder ontwikkeld wordt. Rouwverwerking en de relatie met spullen die achterblijven staat hierin centraal. Het impact plan wordt in samenwerking met producent Van Osch films ontwikkeld. Daarnaast werkte ze aan de doorontwikkeling van haar eigen productiekantoor Visfilm.

Documentaire filmmaker **Josefien van Kooten** rondde in 2020 haar Teledoc Campus film 'Honds' af waarmee ze veel persaandacht en een selectie voor een nominatie van een Gouden Kalf verwierf. De film tourde kort als tweeluik met de film van Next talent Marieke Widlak langs een aantal filmtheaters. Josefien werkt aan haar filmplan voor een nieuwe creatieve lange documentaire over de Rotterdamse haven. Daarnaast werkt ze aan het verbeteren van haar montage skills en heeft ze een vrije opdracht voor de montage van een film van Ton van Zantvoort.

Iris van der Meule is Digital artist en werd in 2020 met haar VR installatie 'Inktzwart' genomineerd voor een Gouden Kalf. Ze startte tijdens Next haar eigen beroepspraktijk en maakte haar eerste opdrachtfilms. 'Inktzwart' werd geselecteerd voor een aantal internationale festivals (Tel Aviv, Zwitserland). Samen met producent Corine Meijers volgde ze de Filmfonds Immersive Storytelling Workshop. Ze werkt aan de ontwikkeling van een nieuw project de Gay Simulator en bereidt een aanvraag voor Immersive/Interact voor.



Autodidact **Justus van den Elsen** werkt aan een documentaire project 'Brandweer zonder grenzen' en vond via Next de producent Copperviews. Een potentiële co-productie met Vlaanderen wordt onderzocht. Bovendien wordt deze docu samen met het Zuidelijk toneel doorontwikkeld tot een podiumvoorstelling met debat. Daarnaast schrijft Justus aan twee korte filmscripts en werkte hij aan zijn pitching skills.

Next AV

Hieronder presenteren we de makers die in oktober 2020 zijn gestart binnen het nieuwe Next AV traject en de manier waarop zij invulling geven aan dit traject.

Animator en illustrator **Tosca van der Weerden** (zie afbeelding hieronder) werkt momenteel in een research periode aan haar te ontwikkelen project. Tosca is een activistische maker die thema's als vrouwenrechten en Black Lives Matter in haar werk verwerkt. Ze onderzoekt de thema's 'the male gaze' en 'intersectional feminism'. Belangrijk in haar onderzoek is hoe zij op ethische wijze haar verhaal kan vertellen, zonder deze thematieken zichzelf toe te eigenen maar haar werk echt in te kunnen zetten om impact te maken. Naast een artistiek onderzoek, gebruikt Tosca dit project ook om aan haar projectmanagement skills te werken en op een andere manier haar research te documenteren. Zij volgt zodoende een op maat traject van business coach Maarten Gulickx, en de training persoonlijk leiderschap, ook is ze in gesprek met Tunde Vollenbroek van Studio Pupil.

De van oorsprong Colombiaanse visual artist **Juliana Erazo** heeft na haar Master Animatie AKV|St. Joost besloten om zich definitief te vestigen in Nederland. Op dit moment is zij in Columbia voor haar visa-aanvraag en tegelijkertijd doet ze daar research voor haar project binnen Next, een serie over moeders en dochters. Zij is in overleg met Corine Meijers, freelance producent voor Submarine Channel over deze serie.

Filmmaker en schrijver **Dwight Fagbamilla** werkt momenteel aan zijn eerste speelfilm Femi. Op dit moment zit hij in de montage, maar weet hij een dag in de week vrij te maken voor Next. Voor Next wil hij een interactieve game ontwikkelen. Hij is momenteel met een technisch programmeur een eerste concept aan het schrijven.

Aswin Baaijens is een autodidact filmmaker en schrijver. Hij heeft inmiddels meerdere korte films in eigen beheer uitgebracht. Aswin is geselecteerd voor het CineSud script lab. Verder werkt Aswin momenteel aan zijn pitch- en schrijfvaardigheden. Hij heeft nog geen concept ontwikkeld voor zijn project tijdens Next, maar daar is nog ruim voldoende tijd voor.



Documentairemaker **Eline van der Kaa** studeerde dit jaar af met de documentaire De Reizigers. En met deze afstudeerfilm won zij in december een Wildcard. Op dit moment ontwikkelt zij haar pitch- en presentatievaardigheden. Ook doet ze haar eerste research voor de nieuw te ontwikkelen film. Met de coördinatoren van Next bespreekt ze de mogelijke producenten die bij haar zouden passen.

Festus Toll en Victoire Elekonawo vormen het duo **VxF** (zie afbeelding hieronder). Het duo combineert verschillende disciplines in hun werk: muziek, videoclip, documentaire maar ook de eerste stappen richting fictie zijn gezet. Net na de selectie voor Next doorliep Festus de IDFacademy. Op dit moment doorlopen VxF de nulmeting bij Kunstloc. Daarnaast hebben zij een online festival opgezet als residency bij WORM in Rotterdam. Partner in Next The Panics heeft een aantal gesprekken met ze gevoerd over hun bedrijfsvoering en positionering.

Filmmaker **Catherina Iosifidis** maakte Ster, een korte coming of age fictie film voor haar afstuderen. Tijdens Next diende ze een nieuw filmpjan in voor het CineSud Shorts Lab en werd geselecteerd. Hierdoor kunnen twee talentontwikkelingstrajecten ook specifiek voor een individuele maker gekoppeld worden. Voor Catherina gaan we focussen op coaching op het gebied van schrijven.

Daphna Awadish is een Israëlische filmmaker en illustrator die de Master Animatie van AKV|St. Joost deed en besloot om zich in Nederland te vestigen. Ze is gespecialiseerd in het maken van geanimeerde documentaires en won vele prijzen op internationale filmfestivals voor haar twee films Journey Birds en Bear with Me. Daphna is op dit moment bezig haar nulmeting af te ronden. Binnen Next hebben we een distributieplan voor haar online release van Bear with Me gerealiseerd.



Next Presentatie-momenten

Een belangrijk onderdeel van het talentprogramma is het organiseren van labs, workshops, werkbezoeken en presentatiemomenten voor de talenten. Het uitvoeren van de presentatiemogelijkheden is door Corona vrijwel onmogelijk geweest omdat podia, theaters, festivals noodgedwongen moesten sluiten of hun programma aan moesten passen. Hieronder volgt een opsomming van presentatiemomenten die wel doorgang vonden.

In februari vond de Doc Industry Day plaats op het Docfeed festival in Eindhoven, waar talent Marieke Widlak te gast was tijdens de Pop Up Cinema Talent Talks. Tijdens deze Talent Talk gaf Marieke een kijkje in de keuken van haar maakproces aan de hand van fragmenten en een interview.

In de zomer is in samenwerking met partner BROET de documentaire van Next talent Aiman Hassani: 'Maar je achternaam is toch Marrokaans' tweemaal vertoond in het filmprogramma Staycation: 'Meet your homegrown talent' pop-up cinema. En trots melden we dat Loes Janssen onderdeel was van de eindshow van BredaPhoto, waar ze op het Talent stage geïnterviewd werd door Lucas de Man.

Daarnaast gingen de korte documentaires 'Honds' en 'De Centen van Kneysel', gemaakt door Next-talenten Josefiën van Kooten en Marieke Widlak, tijdens het Nederlands Film Festival in première. Beide regisseurs waren aanwezig voor een Q&A. De voorstellingen in Natlab waren uitverkocht. De films zijn ook als 'pakket' uitgezet bij lokale filmtheaters waaronder theater De Schalm in Veldhoven, helaas moest een deel van de geplande vertoningen geannuleerd worden door de tijdelijke sluiting van de bioscopen.

Tijdens IDFA waren twee korte documentaires te zien over het thema rouw, gefilmd vanuit tegenovergestelde perspectieven waaronder de film 'Wat Achterblijft' van Next talent Loes Jansen. Zowel Loes Jansen als Roshan Nejal maker van de andere documentaire waren aanwezig voor een Q&A.

Next Academy

Naast een op maat traject per maker, ontwikkelen we binnen Next ook workshops en masterclasses die we breed aanbieden, zodat meerdere makers profiteren en zich professionaliseren. Helaas kon ook hier een deel geen doorgang vinden in verband met Corona. Gelukkig waren er een aantal die wel konden plaatsvinden of die als digitale versie zijn doorgezet.

In het voorjaar waren er de workshops Outreach & Impact, door Ilja Kok en er was een workshop over de inzet en het gebruik van sociale media door Paulien Mandos.

In samenwerking met CineSud zijn er twee Writersrooms georganiseerd waarin deelnemers in een periode van drie maanden in drie sessies werkten aan hun filmplannen onder begeleiding van een professional. Er was een Writersroom Docu onder leiding van Nathalie Crum, en een Writersroom Fictie onder leiding van Ibo Karatay. De sessies begonnen met een fysieke bijeenkomst, daarna werden de maatregelen aangescherpt en werden de sessies omgevormd naar online sessies.

In het najaar volgden nog een aantal losse masterclasses met o.a. regisseur Jurjen Blick over zijn werkproces en de serie 'Stuk', filmmaker Shamira Raphaëla over gebruik van archiefmateriaal en ethiek en researcher voor film en tv Manon van der Sluijs, over haar onderzoek voor de documentaire reeks 'Klassen' te zien op NPO.

Next Interdisciplinair

Naast het Next Academy programma zijn er een aantal Talenthub-brede activiteiten ontwikkeld. Dit is onderdeel van het overkoepelende overleg tussen de talenthubs, waar de bevordering van kennisuitwisseling tussen de verschillende talenten en disciplines centraal staat. Een daarvan is de pitchtraining door Marlies Leupen en Ilse Wouters. Het doel van deze actieve training is om de presentatievaardigheden te verbeteren.

Daarnaast organiseerden we het project Persoonlijk & Artistiek Leiderschap. Dit is een intensieve training gedurende vier maanden met vier bijeenkomsten, waarbij er twee fysiek hebben kunnen plaatsvinden en twee

omgevormd zijn naar online. De training werd ontwikkeld in samenwerking met Coaching in Cultuur en Off Script.

Als laatste organiseerden wij ook een Autumn School. Makers, (podium)kunstenaars en ontwerpers zijn per definitie veelzijdig en dat moet ook, want er wordt nogal wat van ze gevraagd. Ze zijn tegelijk de 'frontoffice' en de 'backoffice', de sales, de marketing en de uitvoerder; de creatieve maker moet dus wel van alle markten thuis zijn. In de Autumn School bundelden we vragen die de coördinatoren van alle talenthubs vaker krijgen tot een gecompriemd online workshopprogramma van een week met masterclasses en sessies van experts. De coördinatoren van Next hadden de projectleiding en maakten het programma.

Online Graduation Show:

Playgrounds in the ZoomRoom

Playgrounds is zeer betrokken bij te vormgeven en bijdragen aan het huidige kunst en ontwerponderwijs. Binnen Next willen we een brede groep makers en talenten ondersteunen door onder andere het Academy-programma aan te bieden. Dit jaar hebben we extra ondersteuning geboden aan de Master-studenten Animatie van AKV|St. Joost. Door Corona kon hun fysieke eindpresentaties niet doorgaan. We zien het als de taak van Playgrounds om de kennis en ervaring die we het afgelopen jaar hebben opgebouwd in livestreamen en online festivals ook in te zetten voor een nieuwe generatie makers.

De samenwerking tussen ons team en de Master-studenten resulteerde in een livestream vormgegeven en gepresenteerd door de Master-studenten, ondersteund met technische kennis en advies in production design door Playgrounds.

Daarnaast verzorgden we 4 keer een online ochtendcollege voor meer dan 100 studenten waar verschillende sprekers uit de industrie, waaronder **Monobanda, Vera van Wolferen, Hedof, Emanuel Wiemans** betrokken waren. Op deze manier kon de creatieve industrie hun kennis alsnog in de klas delen en vragen van studenten beantwoorden.

Communicatie

Playgrounds is door het jaar heen bereikbaar met meerdere offline events en een online platform. Alle communicatiemiddelen, zowel online als offline, worden zorgvuldig geladen. We hebben daarvoor de afgelopen jaren vier labels ontwikkeld:

1. Playgrounds (digitaal en offline platform inclusief alle activiteiten, de paraplù)
2. Next (talentontwikkeling en Academy)
3. Blend (festival)
4. The Art Department (festival)

Afgelopen jaar hebben we daarnaast twee nieuwe labels ontwikkeld, die ook in corona-tijden uitgevoerd en doorontwikkeld kunnen worden:

5. Playgrounds TV
6. Playgrounds On Demand

Doelgroepen

Playgrounds richt zich voornamelijk op de volgende doelgroepen: (beeld)makers, talent, het onderwijs en de industrie. Deze zijn in de inleiding reeds uiteengezet. Daarnaast heeft Playgrounds een bereik bij het brede publiek. Voor deze doelgroep stelt Playgrounds zich ten doel de kijk op beeldcultuur te verbreden en te verdiepen. Dit doet Playgrounds door te reflecteren op de bestaande beeldcultuur en vooruit te kijken naar toekomstige ontwikkelingen. Maar ook door het publiek zich te laten verwonderen over de mogelijkheden en nieuwe ervaringen die technologie en storytelling met zich meebrengen.

Strategie

Door de jaren heen hebben we een verfijnde strategie ontwikkeld om onze verschillende doelgroepen te bereiken.

Strategie 1: Maak gebruik van de kanalen en media die sprekers en collega-festivals hanteren.

De gasten, bezoekers en artiesten van Playgrounds zijn belangrijke mediapartners. Bezoekers die werken in de

creatieve industrie hebben vaak hun eigen socials waar ze content posten. Een groot aantal sprekers is bovendien influencer in hun vakgebied. We maken concrete afspraken met onze sprekers uit ons netwerk over het delen van onze content via hun kanalen. Daarmee bereiken we gericht onze belangrijkste doelgroepen. Playgrounds heeft nauwe banden met een aantal collega-festivals die geloven in het belang van delen van informatie en elkaar aanvullen in plaats van elkaar beconcurreren.

Strategie 2: Richt je op platforms waarop de doelgroepen zich begeven.

Door nauwe banden te ontwikkelen met deze platforms werd onze content en naam gedeeld met een internationale doelgroep.

- Het Amerikaanse Motionographer is een internationaal online platform voor filmmakers, animatoren en ontwerpers.
- STASH is het wereldwijde online archief van animatie, visual effects (VFX) en motion design. STASH publiceerde meerdere malen de Playgrounds Titles, waaronder de titles van The Art Department Eindhoven 2019 door Nick Denboer (CND) en die van The Art Department Berlin 2019 door Sava Zivkovich (RS).
- ImagineFX, deel van Creative Bloq, is een printmagazine en blog over concept art en design
- ArtStation is de grootste portfolio-site ter wereld voor concept artists.
- Het Britse Digital Arts is een blog over de art van grafische vormgeving, animatie, vfx, web en interactie design voor professionals.
- Firestarter Community Magazine is een community platform en print magazine voor concept art.
- De samenwerking met Submarine en Submarine Channel (leidend in Nederland als het gaat om transmediale online producties) werd voortgezet en doorontwikkeld.
- Het belangrijkste AV-platform in Brabant, KONKAV, was wederom een partner om gericht Brabantse makers te bereiken.
- Natuurlijk werden ook platforms en magazines als 3D Hype, Animatieblog.nl, Vers, Adobe User

Group, Bright, Vice en Creative Review geïnformeerd.

Strategie 3: Creëer ambassadeurs door je doelgroep voor en tijdens het event te betrekken bij je activiteiten.

Voor Playgrounds zijn de bezoekers belangrijke ambassadeurs om onze activiteiten onder de aandacht te brengen. Als zij zich betrokken voelen, dragen zij veel publiek aan via hun eigen kanalen en dragen zij bij aan de toekomstige programmering door aanbevelingen te doen. Ook de studenten van de kunstvakopleidingen zijn ambassadeurs. Zij zijn de professionals van de toekomst, en we vinden het belangrijk dat zij ook echt invloed hebben op de koers. We bevroegen al deze doelgroepen zodat zij actief bijdragen aan ons programma via onze programmaraden, Facebookgroepen en andere fora.

Strategie 4: Bouw nieuwe relaties op.

Playgrounds heeft in Nederland een sterk netwerk van professionele makers en (commerciële) studio's, en is ook ingebed in vele onderwijsinstellingen: van AKV|St. Joost, tot de HAN, van St. Lucas tot de Nederlandse Filmacademie. Aan dat educatieve netwerk hebben we bijna 15 jaar gebouwd. Dit bouwwerk gaan we internationaal uitbreiden door op verschillende onderwijsinstellingen presentaties te houden en internationale docenten in onze programmaraad te betrekken.

Online is key

Voor Playgrounds is online communicatie en marketing key in het bereiken van nieuwe doelgroepen en de bestaande community. Naast een uitgebreide contentmarketingstrategie voor haar organische uitingen, ontwikkelde Playgrounds verschillende advertentie-campagnes voor Facebook en Instagram voor naamsbekendheid.

Owned Media

Curatol series

We ontwikkelden in 2020 de volgende online series door:

- Playgrounds Eye Candy: redacteuren uit het veld deelden regelmatig projecten en makers die hen opvielen. We hebben er bewust voor gekozen een redactie samen te stellen bestaande uit

professionals uit de industrie. Wij willen niet op een eiland zitten en met een klein team bepalen wat waardevol is, maar de nieuwste trends en ontwikkelingen juist door de industrie aangedragen krijgen. Playgrounds werkte hiervoor samen met Bobby Polla (Simon Buijs), Iris van den Akker, Leon Tukker, Bo Zonneveld en Romee van der Schoot.

- Fresh Faces i.s.m. KONKAV: samen met het Brabantse AV-platform ontwikkelden we een serie waarin we Brabantse makers in de spotlight zetten getiteld 'fresh faces'.
- The Marvids: social media manager Maria Dicéanu werkte in het verleden voor o.a. Submarine Channel. Voor Playgrounds ging ze afgelopen jaar in op de ontwikkelingen in het genre 'videoclip', een genre waarin vaak vooruitstrevende en nieuwe ontwikkelingen op het gebied van beeld als eerste zichtbaar zijn. Dit alles onder de titel 'The Marvids'.
- Interviews: de interviews die we deden door de jaren heen zijn ontsloten via het platform.
- Titles: voor elk festival maakt Playgrounds titles. Deze titles zijn niet alleen terug te vinden via ons Vimeo kanaal, maar ook via ons platform.
- Interviews: samen met Submarine Channel hebben we een aantal artiesten met een verdiepend interview extra zichtbaar gemaakt. Submarine Channel filmde en interviewde tijdens The Art Department Hybrid o.a. Martin Koolhoven en Bram Sels. Deze video's en geschreven interviews werden via onze socials en die van Submarine Channel gedeeld in de maanden na ons festival.

Nieuwsbrieven

Er zijn in 2020 22 nieuwsbrieven verstuurd. Deze nieuwsbrieven worden voor 37% geopend en gelezen. De benchmark ligt op 25%, waaruit we concluderen dat we een betrokken community hebben. In de aanloop van onze online festivals Blend, The Art Department en Playgrounds TV wordt de nieuwsbrief volledig vormgegeven in de huisstijl van dat event. Daarnaast hebben we aan het einde van het jaar een speciale educational newsletter in het leven geroepen om

zo meer gestructureerd ons educatieve netwerk op de hoogte te kunnen houden van onze activiteiten.

Instagram

De afgelopen 2 jaar is onze doelgroep steeds meer 'verhuisd' van Facebook naar Instagram. In het voorjaar hebben we een sprong gemaakt in het aantal volgers en inmiddels hebben we ruim 13.000 volgers. Dit is met name een organische groei, omdat we minimaal marketingbudget hierop gezet hebben.

Onze belangrijkste focus in de contentstrategie voor de online festivals was interactie en engagement. In aanloop naar de festivals hebben we festivalgerelateerde content gepost, zoals bevestigde artiesten, inhoud en deelnemers van panelgesprekken, oproepen voor portfolio reviews, paint-overs en open calls die we organiseerden met Beeld & Geluid en ArtStation. Daarnaast hebben we een nieuw programma-onderdeel via Instagram uitgezet: talent stage. Jonge makers kregen de kans om hun werk te presenteren tijdens het festival.

Facebook

Onze community kent een sterke online structuur. Door te posten in Facebookgroepen als Animatie Nederland, This is IGAD, Dutch Game Industry, Controle Magazine met nieuwe namen en ander nieuws genereerden we telkens weer aandacht voor ons event.

Onze fans en volgers op deze gekoppelde kanalen informeerden we volgens een contentstrategie waarin we de focus legden op de volgende thema's:

- Programma met artist talks van hun 'helden'
- Matchmaking: portfolio reviews en recruitment
- Panelgesprekken over hot topics in de industrie

Twitter & TikTok

Voor Twitter herhalen we de content die we maken voor Instagram of verwijzen we direct door naar nieuws op de website. Ons TikTok account hebben pas dit jaar gestart en de communicatie voor dit kanaal staat nog volledig in de kinderschoenen. We willen hier de volgende jaren een heldere strategie voor ontwikkelen. Nu hebben we ervoor gekozen alle video's die we rondom het festival maakten ook via TikTok te verspreiden.

After movies

De aftermovie van de online festivals in het voorjaar van 2020 werd ingezet als teaser voor The Art Department in oktober. Daarnaast hebben we uiteraard een after movie gemaakt van de hybride editie. Voor een fysiek event een belangrijk element om publiek dat er niet bij kon zijn, toch een gevoel van de sfeer te geven, maar ook voor een online festival werkt dit goed. Daarnaast is het een instrument om nogmaals de sponsors en funding partners zichtbaar te maken in onze community.

Teasers

We maakten een aantal videoteasers met nieuwe namen van de line-up die we zowel organisch als in advertising inzetten.

Ambassadeurs

Een belangrijk instrument in onze communicatiestrategie zijn onze ambassadeurs. Daarin vallen de volgende groepen:

- Sprekers: deze artiesten delen hun aanwezigheid tijdens het festival op hun eigen kanalen. Artiesten als Loish hebben meer dan 1 miljoen eigen volgers en zijn dus een belangrijke tool om het festival en ons merk onder de aandacht te brengen bij (nieuw) publiek.
- Makers geselecteerd voor de talent stage: deze nieuwe en jonge makers deden een korte pitch, maar waren wel echt onderdeel van de programmering. En dat lieten zij ook weten aan hun achterban. Weliswaar is die achterban kleiner dan meer gevestigde artiesten, maar daarmee bereiken we wel weer nieuwe makers én vele kleine communities kunnen verbonden worden aan de Playgrounds community.
- De samenwerking met Beeld en Geluid is een mooi voorbeeld hoe we een **nationale ipv nieuwe** instelling met een programmatisch doel, nieuw werk met archiefmateriaal, konden verbinden aan onze community.
- Studio's: tijdens het festival organiseerden we ook een-op-een portfolio reviews met studio's die talent wilden scouten en of vacatures hadden. Deelnemende studio's maakten hun

aanwezigheid en de mogelijkheid hen te spreken kenbaar via hun eigen kanalen.

- Het publiek tijdens het event: veel kijkers deelden welke talks ze tof vonden of hun ervaring met een een-op-een portfolio review op hun eigen kanalen wat weer onze zichtbaarheid vergroot.

Onderwijs

Een belangrijke doelgroep voor The Art Department zijn studenten in de eindfase van hun studie. Door de opleidingen tijdig te informeren en te betrekken bij het programma via persoonlijke mails naar alle coördinatoren, konden we de studenten toch betrekken bij het online festival. Ook benaderden we meerdere internationale opleidingen. Door ons festival in Berlijn in 2019 hebben we ons internationale educatieve netwerk kunnen uitbreiden en die hebben we op deze manier toch kunnen betrekken bij onze online edities.

Mediapartner ArtStation

Met het internationale platform voor concept artists ArtStation sloten we een mediadeal voor de drie festivals bestaande uit een aantal componenten:

- Een artikel over de festivals in het online magazine
- Een artikel in de nieuwsbrief
- Een aantal social posts
- Bannerings in aanloop naar het festival
- Livestreams zichtbaar op de homepage tijdens het festival
- Programmatische samenwerking: we deden een call onder ArtStation gebruikers voor het aanleveren van een timelapse van hun schetsproces voor vertoning in onze livestream voor The Art Department Hybrid

Kanalen sponsoren

In onze sponsordeals maken we afspraken over het delen van content in aanloop naar het festival en tijdens ons festival. Procreate, Wacom en MSI hebben een grote achterban en 'fanbase'. Met name Procreate heeft niet alleen een achterban geïnteresseerd in hun product opgebouwd, maar meer een art community. Tijdens de festivals hebben we een aantal contests uitgezet voor Procreate en Wacom. Publiek kon nieuw werk gemaakt met Procreate uploaden middels een hashtag en een werk winnen van een van aanwezige

artiesten, Even Mehl Amundsen. Voor de Wacom contest gaf deze sponsor een Wacom Cintiq 16 weg, wederom via een tekenwedstrijd met een hashtag.

Doorontwikkeling website

We hebben dit jaar onze website doorontwikkeld, waardoor beter zichtbaar is welke verschillende labels we onder de paraplu Playgrounds uitvoeren. We bedienen binnen Playgrounds verschillende communities die nu sneller de content vinden die zij echt interessant vinden. Daarnaast hebben we in 2020 een On Demand platform ontwikkeld.

Free publicity

In de aanloop naar de verschillende festivals verstuurden we meerdere persberichten. De titles die The Panics voor ons creëerden, konden internationaal op veel waardering rekenen. Zo besteedde It's Nice That aandacht aan de titles en het intensieve maakproces en werden deze titles zelfs als derde beste titles van 2020 uitgeroepen door Art of the Titles.

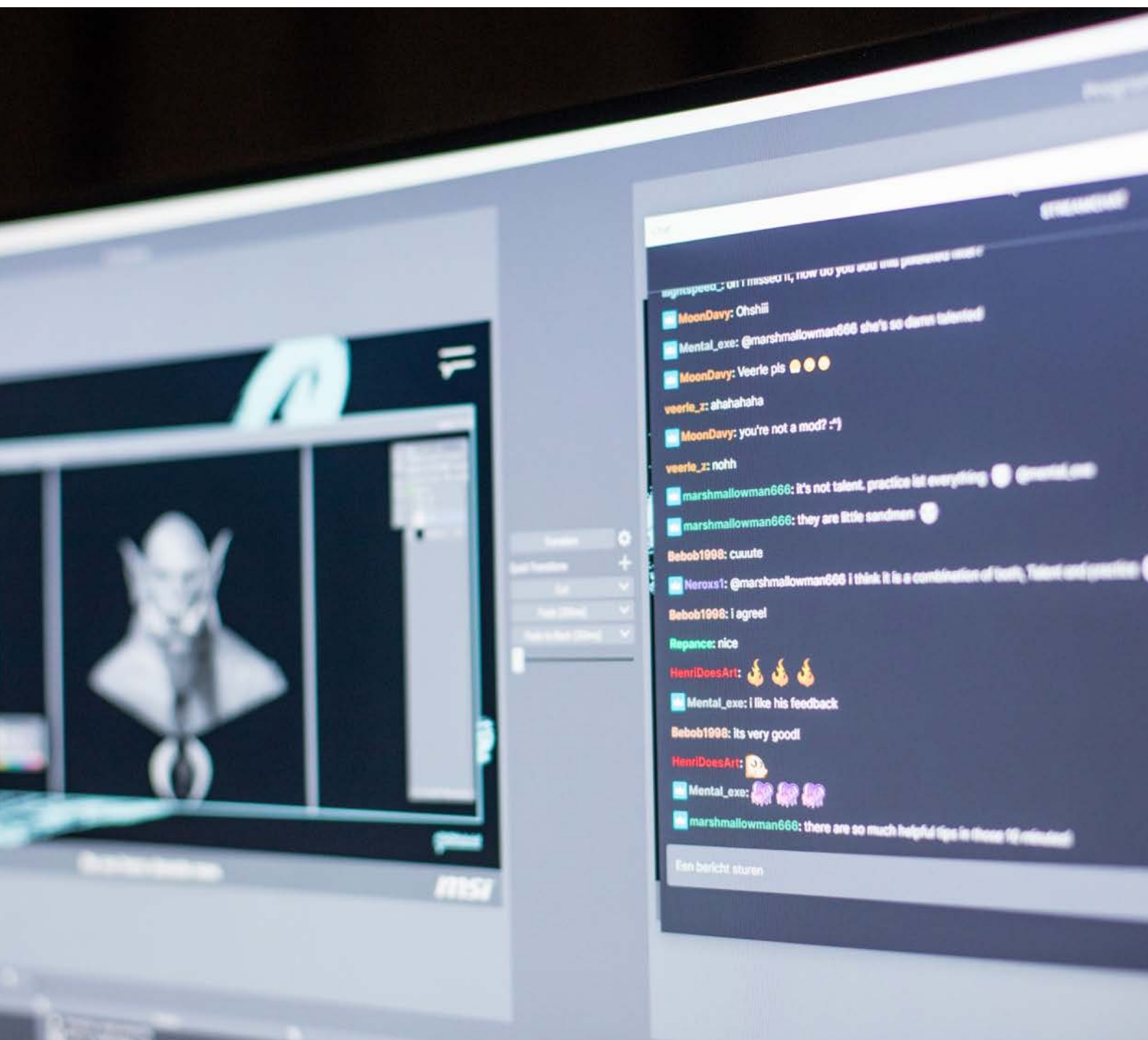
Ook werd internationaal de manier waarop wij onze festivals transformeerden naar online opgepikt:



"The success of the Playgrounds event showed that the current wave of the pandemic doesn't have to necessarily be the end of creative events; nor does it have to mean sketchy live streams and a forced, airless sense of festivity."

Digital Arts Magazine





Paid Media

Middels gerichte targetting op publiek dat we gedurende het jaar hebben opgebouwd via onze contentmarketingstrategie bereikten we 2.500.000 unieke bezoekers en realiseerden we ruim een kleine 7 miljoen impressies op de kanalen Facebook en Instagram. Voor beide kanalen hebben we zowel voor Blend als voor The Art Department een paid campagne gedaan om de online festivals onder de aandacht te brengen.

Daarnaast hebben we een aantal videoposts betaald uitgezet waarin we tips van artiesten promoten. Dit resulteerde in een kleine 15.000 engagements en meer dan 2.000 opgeslagen berichten. We hebben dit jaar summier ingezet op paid content, omdat we door de pandemie in eerste instantie wilden kijken hoe onze financieringsstromen dit jaar zouden lopen. Paid content blijft wel onderdeel van de lange termijn online strategie.

Enquête

Alle bezoekers van onze online festivals konden via onze online kanalen een digitale enquête invullen.

Hieronder volgen enkele van de belangrijkste conclusies / learnings:

- De bezoekers spraken grote waardering uit voor de festivals, de tijd en energie die team en artiesten namen om een nieuw online format te ontwikkelen;
- De bezoekers voelden zich daadwerkelijk verbonden met elkaar en met Playgrounds;
- Zo'n 60% van de bezoekers bezocht een Playgrounds-event voor de eerste keer;
- Nagenoeg alle nieuwe bezoekers hadden al eens van Playgrounds gehoord, maar waren nog niet in de gelegenheid geweest om naar Nederland te reizen of waren daartoe niet in staat (kosten, locatie);
- De line up wordt gewaardeerd, waarbij de diversiteit positief wordt beoordeeld
- Programma-onderdelen zoals actief tekenen onder begeleiding van onze partner Drink & Draw Berlin, worden positief beoordeeld;
- Programma-onderdelen zoals de wedstrijden, sketch battles, worden positief beoordeeld;

- De inhoudelijke invulling die we met sponsors Procreate, Wacom, Maxon en MSI aan onze samenwerking hebben gegeven middels paint-over sessions en lezingen wordt zeer gewaardeerd;
- De wijze waarop we portofolio reviews en recruitment hebben weten om te vormen naar een online format, wordt zowel door de deelnemende studio's als deelnemende makers positief gewaardeerd;
- Ons publiek bestond uit: animatoren, illustratoren, gamedevelopers en – designers, character designers, concept artists, een enkele creature artist, vfx specialists, visual artists, ux-designers, art directors en grafisch vormgevers;
- We programmeerden 2 of 3 kanalen tegelijkertijd voor onze online fests: dit werd soms als teveel ervaren;
- Veel bezoekers wilden na het festival nog een keer talks kunnen terugkijken. Dit hebben we opgepakt door een On Demand platform te ontwikkelen.

Registratie

Beeld is key in de communicatie van Playgrounds. Met de hybrid editie van The Art Department werkten we samen met fotograaf Willeke Machiels die al jarenlang ons team versterkt. Doorgaans verwerken we in de beeldtaal drie narratieven: Playgrounds als plek van ontmoeting en inspiratie voor de industrie, registratie van de talks met beelden van het werk van de artiesten en het team achter Playgrounds, de Playgrounds family. Vanaf 2016 hebben we ook in bewegend beeld stappen gezet. In aanloop van de conferentie worden teasers gemaakt die in paid online campagnes tot conversies leiden. Daarnaast zijn deze teasers goede instrumenten om het gesprek over Playgrounds online op gang te krijgen. De aftermovie is niet alleen een mooie terugblik en een middel om alle mensen, partners en sponsors te bedanken, maar tegelijkertijd ook een instrument om te teasen voor een volgend event en nieuwe sponsors te werven. We werken voor al het filmmateriaal samen met regisseur Jochem de Vet.



Bereik

Het afgelopen jaar waren bezoekers uit alle continenten bij onze online festivals: uit India, Rusland, Amerika, maar ook artiesten uit Brazilië en Mexico keken mee vanuit hun huis of studio.

Voor het eerste online festival, The Art Department, trokken we 80% bezoekers uit het buitenland. Het tweede online festival, Blend, trok 25% Nederlandse makers, 75% van het publiek was afkomstig uit de internationale creatieve industrie. Voor The Art Department Hybrid kwam slechts 39% van de bezoekers uit Nederland.

Waar we pre-corona door onze toegankelijke toegangsprijzen, de goede ligging van de stad, aantrekkelijke locatie en ons hoogwaardig programma-aanbod al een internationale community naar Eindhoven, Breda, Amsterdam of Berlijn wisten te halen, zette deze trend zich in 2020 voort met bezoekers die onze livestreams bezochten uit nieuwe landen zoals Brazilië en India. (Helaas biedt de streamingsdienst Twitch geen data in verhoudingen man-vrouw, of inzicht in de leeftijd van de kijkers, zoals we bij onze reguliere ticketverkoop wel hebben.)

Voor dit jaar hebben we heel bewust gekozen voor een zeer laagdrempelige manier van streamen, via een gratis tool waarvoor geen registratie nodig was, juist om heel toegankelijk een online programma te bieden. We hebben ingezet op het uitbreiden van onze community in nieuwe continenten als Azië en Zuid-Amerika. Makers die niet of nauwelijks in staat zijn om naar een fysieke editie van een Playgrounds festival af te reizen. We hebben deze doelstelling ruimschoots gehaald. Daarnaast wilden we met een lage drempel onze community hoop, inspiratie en kennis bieden en met elkaar verbinden.

In 2021 willen we een stap maken om ons nieuwe internationale publiek beter te leren kennen en middels meer data een beter passend programma aan te bieden. We onderzoeken op dit moment een aantal registratietools die gekoppeld kunnen worden aan een livestream.



“The online edition of The Art Department was overwhelming. I am a big fan of your event, but living in Pakistan makes it impossible for me to visit the event in Eindhoven. Thank you so much for this online event. It was actually the first time I felt visiting a festival with like minded people, being part of a community.”

bezoeker van The Art Department
online edition



	Bereik betaald	Bereik onbetaald	Totaal
Online Streaming events		84.879*	84.879
Online Workshops & reviews	107		107
Workshops Next Academy	106	40	146
Presentaties Next	425	5	430
Totaal	638	84.924	85.562

** Voor veel organisatie is het tellen van het bereik voor online streaming een nieuwe tak van sport. Wij trachten de cijfers zo inzichtelijk mogelijk te maken. Tegelijk hebben wij rekening te houden met de gelimiteerde data die door onze streamingdienst (Twitch) wordt aangeboden. Zo hebben wij o.a. geen inzicht in gemiddelde kijkduur.*

Voor het bereik gebruiken wij de unieke kijkers per stream per dag.

Het On Demand platform is gelanceerd op 12 december, campagne voor verkoop startte pas echt in 2021 dus hier zijn nog geen tellingen van meegenomen in 2020.

Playgrounds heeft normaliter geen moeite met het uitverkopen van de activiteiten. Dit jaar lag de focus op het doorontwikkelen van bestaande events naar creatieve online formats. Tijdens onze eerste online activiteiten, besloten we dat we bij een live stream minimaal onze normale zaalbezetting wilden bereiken. Dit streven hebben wij ruimschoots overtroffen.

Voor **The Art Department online fest** (16 april) hadden wij 2 streams die ieder meer dan 8 uur uitzonden.

Met The Art Department heeft Playgrounds een internationale positie weten te realiseren met een uniek aanbod aan lezingen, demo's, workshops, portfolio reviews en recruitment op het gebied van concept art en design voor film, animatie en games. Waar bij de start van het festival in 2017 dit nog een redelijk afgeschermd community is in Nederland, weten Nederlandse makers op dit gebied en internationale artiesten werkzaam in dit vakgebied The Art Department inmiddels feilloos te vinden.

Gemiddeld keken er op ieder moment van de stream een kleine 5.000 bezoekers. In totaal telden wij 37.447 unieke bezoekers.

Met portfolio reviews trokken daarnaast 28 unieke deelnemers die een kleine vergoeding betaalde voor hun deelname. Kijkers en deelnemers kwamen uit alle hoeken van de wereld. Waar we eind 2019 doelen formuleerden om meer makers uit landen als India, Columbia, Iran etc. te bereiken, maakten we al in april 2020 verbinding met nieuwe makers in alle continenten.

Bij ons tweede online fest een maand later met een andere thematiek, **Blend** (16 mei) hadden wij tevens 2 streams ingericht waarop gemiddeld 7,5 uur werd uitgezonden.

Blend kent een focus op internationale makers uit de voorhoede: makers die experimenteren, de grenzen van de discipline opzoeken en innovatief beeld produceren en daarop reflecteren. De bezoekers van Blend behoren tot een andere community dan de bezoekers van The Art Department. Door beide festivals en stromingen in een

jaarprogramma aan te bieden, blenden en mixen de communities zich. De bezoeker vertrouwt Playgrounds en gaat ook naar een festival wat in eerste instantie minder aansluit op de eerste 'beeldbehoefte'.

Gemiddeld keken er iets meer dan 2.000 bezoekers op ieder moment van de stream. In totaal telden wij 18.022 unieke bezoekers.

De portfolio reviews trokken daarnaast nog 28 unieke deelnemers die een kleine vergoeding betaalde voor hun deelname.

De **Graduation Show** (i.s.m. St Joost, 3 september) was een enkele stream van 3,5 uur en trok 896 unieke bezoekers.

The **Art Department Hybrid edition** (7-9 oktober) betrof 3 verschillende streams die twee dagen lang gemiddeld 8,5 uur per dag uitzonden en verschillende kanalen voor workshops en portfolio reviews. We telden 51 betaalde deelnemers voor de workshops en reviews. Daarnaast keken er 27.958 unieke kijkers naar de 3 streams.

In december 2020 lanceerden we de eerste uitzending van Playgrounds TV. Een online tv programma dat we vanaf maart 2021 tweewekelijks uitzenden. **Playgrounds TV: Games** werd uitgezonden op 12 december en duurde 3 uur en 50 minuten. We organiseerden deze editie samen met Breda Game City. Deze eerste aflevering trok 556 unieke bezoekers met een gemiddelde van 122 kijkers op ieder moment van de stream.

Talent Talks – Doc Industry Day tijdens het festival Docfeed trok 200 bezoekers

Outreach & Impact workshop met Ilja Kok en **Social media** workshop met Paulien Mandos waren twee online sessies voor de 6 Doc Next talenten

Filmprogramma Staycation, Meet your homegrown talent van Pop Up Cinema betrof 2 vertoningen van documentaire Next talent, in totaal trokken de vertoningen 40 bezoekers.

Writers Room Docu in samenwerking met CineSud – onder leiding van Nathalie Crum was uitverkocht met 6 deelnemers, 3 Next talenten en 3 talenten van buitenaf

Writers Room Fictie in samenwerking met CineSud – onder leiding van Ibo Karatay was uitverkocht met 6 deelnemers: 1 Next talent en 5 talenten van buitenaf

Masterclass Jurjen Blick – Natlab in samenwerking met BROET had 26 betalende deelnemers

De films van Josefien van Kooten en Marieke Widlak, gingen tijdens het **Nederlands Film Festival** in première. Bezoekersaantallen hiervan zijn onbekend. In Natlab waren beide regisseurs aanwezig voor een Q&A. De voorstellingen waren uitverkocht met 130 bezoekers

Op **IDFA** ging de film van talent Loes Janssen in première inclusief Q+A dit trok 60 betalende bezoekers

Beeld & Geluid Workshop dag, vond online plaats en trok 15 onbetaalde deelnemers bestaande uit Next talenten en Rijksacademie studenten.

Masterclass Research door Manon van der Sluijs was uitverkocht met 35 deelnemers waarvan 27 betalend en 8 plekken voor de talenten.

Pitch trainingen door Marlies Leupen en Ilse Wouters waren vol met 15 talenten uit verschillende talenthubs.

De workshop **Persoonlijk & Artistiek Leiderschap** zat eveneens vol met deelname door 10 talenten uit de diverse talenthubs

Autumn School kende 33 inschrijvingen die aan meerdere sessies konden deelnemen. In totaal waren er 10 aparte sessies.

- Time Management door Marion Beltman, 13 deelnemers
- Online Presence door Paulien Mandos & Imke de Feber, 15 deelnemers
- Online Marketing & Communicatie voor muziek door Christian Nijberg, 8 deelnemers

- Do's & Don'ts in Subsidieland door Teun van Irsel, 14 deelnemers
- Speeddates Subsidies, 8 deelnemers
- Crowdfunding: verdienmodel & communicatietool door Alyssa Mahler, 6 deelnemers
- Auteursrecht & exploitatiecontracten door Debby Boekema, 6 deelnemers
- Speeddates Recht, 3 deelnemers
- Wat ben ik waard? door Maarten Gulickx, 11 deelnemers
- Bio's schrijven, 8 deelnemers.

