

ACTIVITEITEN VERSLAG 2026

STICHTING
PLAYGROUNDS



INLEIDING

2025 was voor Playgrounds een jaar vol energie, beweging en mooie ontmoetingen. We startten met een uitverkochte editie van The Art Department in het Klokgebouw in Eindhoven — een recordaantal bezoekers zette direct de toon. Aan het einde van het jaar sloten we af met de eerste editie van de Dutch Game Week in Breda, eveneens uitverkocht, en een helder bewijs dat het brede perspectief op games leeft en groeit in Nederland.

Tegelijk markeerde 2025 de start van een nieuwe vierjarige periode. Een periode waarin we niet alleen doorgaan met waar we al jaren sterk in zijn (community bouwen, programma maken, makers verbinden), maar ook bewust stilstaan bij wat er verandert. De creatieve sector is in beweging, het onderwijs staat onder druk, prijzen stijgen en de werkbelasting voor ons team vraagt om continue aandacht. We nemen die signalen serieus.

Om ook de komende jaren slagkrachtig te en effectief te blijven, heeft het bestuur in samenspraak met de Raad van Toezicht besloten om de activiteiten in Rotterdam en Berlijn voorlopig te onderbreken en deze programma-onderdelen onder te brengen in onder andere de activiteiten in Eindhoven. Dit geeft ons bovendien een mooie aanloop naar 2026, wanneer Playgrounds twintig jaar bestaat. We kijken ernaar uit om dat jubileum juist samen met ons trouwe publiek in Noord-Brabant te vieren.

Al twintig jaar werken we aan het stimuleren van de creatieve sector, het steunen van opkomende makers en het versterken van creatief zelfvertrouwen. Dat kreeg afgelopen zomer een bijzonder zichtbare vorm tijdens een vernieuwd Playgrounds Illustrada in Tilburg. Tientallen makers werkten samen met het publiek aan illustraties die ramen, betonnen pleinen, ledschermen en stoeptegels van de stad kleur en karakter gaven. Duizenden voorbijgangers zagen zo hoe beeldcultuur het straatbeeld kan verrijken.

Internationaal bleef Playgrounds zijn positie versterken. In 2025 keerde we terug naar de Barbican Main Hall en Cinema voor de derde editie van Playgrounds In Motion

in Londen. De volle zalen van de Barbican met internationaal, toonaangevende makers en studio's in combinatie met de Nederlandse activiteiten zorgt ervoor dat Playgrounds steeds meer internationale waardering en bekendheid vergaard. Playgrounds blijft hierdoor werken aan het verbinden van creatieve communities en het ontwikkelen van relevant programma voor de creative sector, op internationaal niveau.

Dit merkten we ook bij de eerste editie van de Dutch Game Week (DGW) in Breda. Internationale sprekers kennen Playgrounds en nemen graag deel in nieuwe initiatieven, waardoor we grote namen zoals Embark Studios, Larian en ook de toonaangevende Indie studio Moonhood aan de line-up konden toevoegen. Na twee pilot edities onder de naam 'Breda Game Week' is dit programma uitgegroeid tot de grootste bijeenkomst van makers en kennisinstellingen binnen de Nederlandse game-industrie met meer dan duizend bezoekers op de conferentie. We kijken ook terug op een waardevolle samenwerking met de Dutch Game Association, die tijdens ons avondprogramma de Game Awards 2025 uitreikte.

Het was, kortom, een druk en inspirerend jaar. We zijn oprecht dankbaar voor het vertrouwen en de steun van het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie, de Provincie Noord-Brabant, Gemeente Breda en Cultuur Eindhoven. Samen met ons betrokken team blijven we de komende jaren hard werken aan gedeelde ambities — met dezelfde passie waarmee we twintig jaar geleden begonnen.



Welcome

PROGRAMMALIJNEN

In de programmalijnen bespreekt Playgrounds de huidige zichtbare en (nog) onzichtbare ontwikkelingen in bewegend beeld in de volle breedte en met een open vizier. De (kunst)werken, ontwerpen en makers die wij programmeren, tonen ieder op hun eigen manier storytelling op hoogwaardig artistiek niveau, in toegepaste en/of autonome context. Wij houden een vinger aan de pols bij beeldmakers. Wat beweegt hen, welke vragen stellen zij zichzelf en wat zijn hun inspiraties? Deze programmalijnen verbinden we aan onze activiteiten en betrokken makers.

1. Visual as Post-Digital experiment

Digitale technieken zijn binnen de kunsten al tientallen jaren geaccepteerd, generaties groeien op die de wereld niet kennen zonder internet, game consoles en social media. Maar binnen deze gedigitaliseerde wereld is er ook weer een groeiende drang naar het fysieke; het tekenen op papier en met de handen in de klei.

De wisselwerking tussen beide werelden, fysiek en digitaal, is in de beeldcultuur goed te zien. Zo zitten we middenin de zogenoemde post-digitale wereld, waarin digitaal en fysiek elkaar afwisselen en wederzijds beïnvloeden. En waar vanuit fantastische beeldtalen en nieuwe esthetische waarden ontstaan.

Het zijn deze ontwikkelingen die Playgrounds nauwgezet volgt en aan de hand van presentaties, lezingen, panels en vertoningen met de sector deelt. In 2025 deden wij dit door de volgende makers op het podium te programmeren:

De Parijse studio **Fortiche** is verantwoordelijk voor de populaire animatieserie *Arcane*. Deze productie komt voort uit de succesvolle game 'League of Legends'. De serie won meerdere awards en kreeg internationaal veel erkenning voor hun unieke beeldtaal. Anne-Laure To (art-director) en Etienne Mattera (co-director) van Fortiche spraken over de artistieke overwegingen en de storytelling van de serie. De stijl van *Arcane* is uniek doordat de serie 2D- en 3D-animatie op een vernieuwende manier combineert. De 3D-beelden hebben een handgeschilderde, bijna schilderachtige

uitstraling, met zichtbare texturen en penseelstreken die elke scène expressief maken met referentie naar het handgemaakte. Daarnaast is de animatie van personages zeer subtiel en realistisch, met veel aandacht voor lichaamstaal en gezichtsuitdrukkingen. In combinatie met dynamische cinematografie en vlotte montage zorgt dit voor 'visual storytelling', die fris, emotioneel en direct herkenbaar is.

Het Zweedse **MoonHood Studios** (zie afbeelding op volgende pagina) is opgericht door Klaus Lyngelid en Olov Redmalm. Twee zeer ervaren makers uit de game-industrie. Die met hun laatste game 'the Midnight Walk' opzien baarde. Wat deze game zo bijzonder maakt, is de manier waarop hij visueel is opgebouwd. Alle personages en objecten zijn namelijk eerst met de hand in echte klei gemaakt, vervolgens 3D ingescand en geanimeerd in een stop-motion-achtige stijl. Dit zorgt voor een unieke, tactiele en soms surrealistische esthetiek die het gevoel geeft alsof je door een bewegend kunstwerk loopt.

Klaus en Olov gaven apart van elkaar een presentatie over de ontwikkeling van deze game waarin onder andere werd ingegaan op de toegevoegde waarde van de stijl op de spirituele ontwikkeling van het personage in het verhaal.



2. Tech-knowledge

Ontwikkelingen rondom technologie lijken steeds sneller te gaan en zijn trendgevoelig. Via technologie is het mogelijk de werkelijkheid naar je hand te zetten. Het doorgronden van manipulatieve beelden vergt steeds meer inzicht in de techniek en de sociaal-maatschappelijke bewegingen die achter een beeld schuil kunnen gaan. Gezien de huidige versnelling in technologische mogelijkheden is er een grote urgentie om beeld te blijven bespreken en maakprocessen inzichtelijk te maken voor iedereen.

Nieuwe (digitale) gereedschappen volgen elkaar in rap tempo op, van VR tot NFT en AI. Sommige sterven een stille dood, andere laten grote sporen na in de creatieve sector en blijken geweldige gereedschappen waarmee verhalen op een geheel nieuwe manier verteld kunnen worden.

Playgrounds onderzoekt hoe nieuwe technologie ingezet kan worden in het voordeel van de maker en het creatieve proces. Niet met als uitgangspunt het eindresultaat of de technologie op zichzelf (wat op dit moment de boventoon lijkt te voeren bij generative AI), maar met een focus op de controle over en de optimalisatie van het proces door de maker, en de leesbaarheid van het beeld voor het publiek.

In 2025 deden programmeerden wij o.a. de volgende makers binnen deze doorlopende programmaliijn:

De overlap van games en films, zowel in thema's als productiemethodes, worden tijdens onze activiteiten veel besproken. Zo ook door de uit België afkomstige **Marlon Nowe**, die meewerkte aan talloze grote animatieproducties zoals Disney's 'Tangled' en 'Frozen'. Bij de Amerikaanse Blur Studio animeerde hij aan de succesvolle Prime Video serie 'Secret Level'. Deze serie is gebaseerd op de concepten achter bekende videogames. Voor deze productie maakte Blur Studio intensief gebruik van de Unreal game-engine om een realtime productie-workflow te realiseren. In plaats van traditionele offline rendering, worden scènes, animatie, belichting en effecten direct in deze engine opgebouwd en aangepast. Dit stelt de makers in staat om veel sneller te itereren, creatief beslissingen meteen visueel te

beoordelen en filmische kwaliteit te bereiken zonder lange rendertijden. Dankzij realtime tools zoals dynamische belichting en live camerawerk voelt het eindresultaat aan als een hoogwaardige game-cinematic, maar met de flexibiliteit van een animatieproductie.

Voor de nieuwste Wallace & Gromit: Vengeance Most Fowl was **Darren Dubicki (Aardman)** betrokken bij de conceptontwikkeling en visuele planning. Hij hielp bij het maken van previsualisaties en kleur- en stijlmockups van belangrijke scènes. Dit betekent dat hij werkte aan vroege visuele voorstellen om het creatieve team te helpen de look, stijl en sfeer van het project vast te leggen voordat de fysieke stop-motion sets werden gebouwd en gefilmd.

Deze previsualisaties zijn belangrijk omdat ze de brug slaan tussen concept art en de daadwerkelijke productie. Op deze manier geven ze een visuele richting voor belichting, compositie en kleurgebruik, waardoor cinematografen, animators en andere teamleden een duidelijk beeld hebben van wat er visueel bereikt moet worden in de film. Tijdens zijn presentatie legde Dubicki uit dat hij veel gebruik van nieuwe technologische toepassingen, zoals VR, 3D printing en computeranimatie om de stop-motion kleianimatie zo soepel mogelijk te laten verlopen.



3. Out of Character

De sterke opkomst van social media en de ontwikkelingen binnen de wetenschap tonen het publiek de maakbaarheid van het lichaam en onze (online) identiteit, die mensen in onze maatschappij vormgeven via avatars, filters en AI.

Daarnaast is het ontwikkelen van karakters voor makers soms een heel persoonlijk proces waarin je eigen identiteit en achtergrond ook een grote rol speelt. Playgrounds maakt de gevoeligheid en kwetsbaarheid van dit onderwerp bespreekbaar en helpt makers in hun zoektocht naar hun verhaal, identiteit en positie.

Zo sprak op the Art Department **Kaho Yoshida**. Zij is een van oorsprong Japanse animator, illustrator en regisseur, gespecialiseerd in 'character-driven storytelling'. Ze combineert stop motion, 2D-animatie en mixed media om personages optimaal tot leven te brengen met humor, emotie en een sterk visueel karakter. Haar werk, zoals de korte film 'Tongue', legt de nadruk op persoonlijke verhalen. Ook in commerciële projecten en opdrachten gebruikt ze haar talent voor originele personages en expressieve animatie om verhalen op een speelse, diepgaande manier over te brengen.

Naast Kaho vertelde ook **Bee Grandinetti** over haar proces in character design. Bee is een Braziliaanse animator, illustrator en regisseur, gespecialiseerd in karakterdesign en storytelling. Bee is mede-oprichter van Panimation, een community voor vrouwen, trans- en non-binaire mensen in animatie, en werkt daarnaast als docent en spreker. Haar stijl wordt gekenmerkt door een combinatie van creatieve vormgeving, technische animatievaardigheden en een focus op persoonlijkheid en emotie in de verhalen.

4. Build a world make a story

In World building liggen de grondbeginselen van storytelling voor iedere beeldproductie. Hier ontstaat de kracht van een goed verhaal, in welk medium dan ook.

Tegelijk worstelen veel makers met grote thema's als ongelijkheid, klimaatverandering en oorlog en willen met hun werk veranderingen teweegbrengen, iets bijdragen. Daar ligt de enorme kracht van beeld: om met verhalende en beeldende middelen een boodschap uit

te dragen die impact heeft op de werkelijkheid.

Zo hadden we op the Art Department in Eindhoven **Patrick Chin** te gast. Chin is een Nederlandse animator, regisseur en actief binnen de Nederlandse animatie-gemeenschap, onder andere als mede-oprichter van Animatie in Kleur. Zijn nieuwe animatiefilm *F4Y4* vertelt het verhaal van Anton de Kom, de Surinaamse schrijver en verzetsstrijder. De film combineert historische feiten met fantasie. Zo reist De Kom door het Surinaamse oerwoud om een monster te bevechten dat symbool staat voor koloniale onderdrukking, en ontmoet onderweg wezens die de culturele diversiteit van Suriname vertegenwoordigen. Het project benadrukt identiteit, samenwerking en culturele verhalen. Chin put bij de totstandkoming van deze film uit zijn eigen Creoolse, inheemse en Chinese achtergrond ter inspiratie voor de visuele stijl en narratieve aanpak.

Een andere goed voorbeeld passend bij bovenstaande programmalijn **Studio Birthplace**. Oprichters Sil van der Woerd en Jorik Dozy werken hierbij samen met hun team op het snijvlak van creativiteit en maatschappelijke impact. Hun projecten richten zich niet op puur entertainment, maar op het overbrengen van urgente boodschappen over klimaatverandering, sociale rechtvaardigheid en duurzaamheid. Door storytelling als kern te gebruiken, zorgen ze ervoor dat complexe thema's toegankelijk en emotioneel resonant worden voor een breed publiek.

Met campagnes, korte films en muziekvideo's creëren ze bewustzijn, stimuleren ze betrokkenheid en ondersteunen ze gedragsverandering ondersteunen. De studio werkt internationaal en trekt samenwerkingen aan met muzikanten, merken en NGO's, zodat hun verhalen zowel lokaal relevant als wereldwijd herkenbaar zijn. Dit maakt Studio Birthplace uniek: ze verbinden hoogwaardig creatief werk met een duidelijke sociale en ecologische missie.



PLAY
GROU
NDS

STUDIO BIRTHPLACE

PLAY
GROU
NDS

STUDIO BIRTHPLACE

ACTIVITEITENOVERZICHT 2025

Playgrounds International Film Festival 2025	17 - 23 maart	Natlab	10.000 bezoekers
Outdoor Expo	5 – 24 maart	Ketelhuisplein	6.300 bezoekers
Sketch Sessions & workshops	19 maart	Strijp-S	48 deelnemers
The Art Department (NL)	20 & 21 maart	Klokgebouw, Natlab	6.500 bezoekers & 52 deelnemers
The Art Department (DE)	23 - 25 mei	Silent Green Berlijn	2.000 bezoekers & 90 deelnemers
Co-production DEN Conferentie	12 - 13 juni	Online	250 online deelnemers
Illustrada	6 – 14 september	Diverse locaties Tilburg	12.350 bezoekers & 1.118 deelnemers
In Motion (UK)	9 & 10 oktober	Barbican, Londen	3.600 bezoekers
Game Week Breda, conferentie, workshops	27 november – 7 december	Diverse locaties Breda	2500 bezoekers
Game Week Breda, expo, ontdekkingsroute, bijeenkomsten en workshops	22 november - 7 december	Stedelijk museum Breda, Nieuwe Veste Breda &	44.200 bezoekers & 800 deelnemers
Playgrounds in de Classroom	Hele jaar door	Diverse locaties	265 leerlingen
Replay	Hele jaar door	Online	7.400 lidmaatschappen 263.000 views
Sectoroverleg	20 maart en 4 december	Eindhoven en Breda	70 deelnemers
Next Talentontwikkeling op maat	Talentontwikkeling	Divers	8 deelnemers
Next XR talentontwikkeling	Talentontwikkeling	Divers	6 deelnemers
Next Talks	7 sessies	Natlab Eindhoven	144 bezoekers
Oomph!	2 sessies	Pier15 Breda	75 bezoekers

Feedback & Fries	1 sessie	Pier15 Breda	20 deelnemers
Next Coaching bij schrijven aanvragen	Talentontwikkeling, 3 sessies in ca. 9 weken	Divers	11 deelnemers
Presentaties Next Talenten	Talentontwikkeling	Diverse locaties	250 bezoekers
Writersroom Training voor Fictie	3 x 3 dagen	Klokgebouw Eindhoven	6 deelnemers
Writers meet-up	5 sessies	Nieuwe Veste Breda	5 deelnemers
Filmhelpdesk	12 sessies	BROET Eindhoven Kunstloc Tilburg	55 deelnemers



PLAYGROUNDS INTERNATIONAL FILM FESTIVAL (PIFF)

In 2025 zijn we begonnen TAD uit te breiden in Eindhoven met een filmfestival op het gebied van toonaangevende production design, art-direction en technologische innovatie genaamd **Playgrounds International Filmfestival (PIFF)**. Het programma is ontwikkeld in samenwerking met onder andere Natlab.

PIFF sluit aan op ons reeds bestaande, grootschalige festival The Art Department (hierna TAD). TAD vindt gelijktijdig plaats in het Klokgebouw. Door deze evenementen op elkaar aan te laten sluiten kunnen we direct een brug slaan tussen het brede publiek van film liefhebbers en de (internationale) makers die TAD bezoeken.

PIFF onderscheidt zich van andere filmfestivals door in te zetten op visueel en technisch ingenieus gemaakte films. Daar waar op andere filmfestivals de regisseurs en producenten "in the spotlight" staan, kiezen wij ervoor om bij PIFF juist de designers, kostuumontwerpers, VFX-ontwerpers, art directors en sounddesigners centraal te zetten. En hiermee een kijk achter de schermen te geven.

Een belangrijke pijler binnen Playgrounds is **talentontwikkeling en nieuwe makers**. Sinds eind 2024 is Playgrounds met Playgrounds Next ook officieel bestempeld (door OCW en het Nederlands Filmfonds) als film – en av talenthub, dat maakt dat we binnen PIFF deze pijler ook konden borgen met een uitgebreid programma.

Er werd binnen PIFF veel ruimte geboden aan nieuwe makers. We organiseerden in dit kader ook een gehele (uitverkochte) **Film Industry Day** waarin makers elkaar, maar ook de professionals uit de industrie konden ontmoeten. Waar we initieel het randprogramma van PIFF wilden laten bestaan uit een aantal workshops en panels is er gekozen voor het produceren van een specifieke Film Industry Day, waar workshops, panels en vertoningen werden gebundeld. Met als primaire doelgroep de filmmakers (fictie, documentair ea.) die we niet op TAD weten te bereiken.

Door de Film Industry Day parallel aan TAD te programmeren konden we rekenen op een smeltkroes van film makers uit alle disciplines die zich ophielden op Strijp S. Zowel in het Klokgebouw als in Natlab en op de

ontmoetingsplekken daarbuiten. Programma in Natlab was (indien plek) toegankelijk voor de TAD bezoekers en PIFF bezoekers konden de artist studios, buiten expo en art market bezoeken.

Andere programma's gericht op nieuwe makers waren: de **Animation Pitch Award**, de **Student Film Award** en de **Trailer contest**.

Bij de Pitch Award pitchten vijf animatoren hun idee aan een professionele jury en publiek. Winnaar Afan Zeng won €2500,- ontwikkelbudget. De jury bestond uit: Animator en docent – Loek Vugs, Producent - Tatevik Martirosyan - Producent KaChing Cartoons - Joost van den Bosch

In aansluiting op de **Student Animation Award**, die we reeds al een aantal jaar uitreiken tijdens TAD, hebben we binnen PIFF deze competitie opgerekt. Open voor alle disciplines werd de beste studenten film gekozen door een professionele Jury. De winnaar Michael Hauwert ontving een prijs van € 1000,-. De jury bestond uit: Simon Bavinck – programmaleider BROET, Cheyenne Goudswaard, animator en Hannah Lau –Walker, animator en programmeur.

Voor PIFF werden door 5 studententeams van de Master Animatie van Avans St.Joost ook trailers gemaakt die vertoond werden tijdens het festival.

In Natlab waren ook de originele ontwerp- en animatietekeningen te zien van the Lion King, Beauty and the Beast en Mulan gemaakt door **Aaron Blaise**. Blaise is een animator, regisseur en illustrator, die zeer bekend is geworden door zijn werk voor Disney. Hij wordt beschouwd als een van de beste dieren- en karakter-animateurs van dit moment. Bij Disney werkte hij meer dan 20 jaar aan klassiekers als Beauty and the Beast, Aladdin en The Lion King. Blaise was mede-regisseur van Brother Bear, waarvoor hij werd genomineerd voor een Oscar.

De Haagse **Vera van Wolferen** is papierkunstenaar, animator en filmregisseur ontwikkelde ook een mintoonstelling voor PIFF. Van Wolferen maakt sculpturen, installaties en korte animatiefilms volledig van papier. Thema's als natuur, fantasie en verstillings spelen een belangrijke rol in haar werk, waarbij ze experimenteert met licht en schaduw om haar papieren creaties extra diepte te geven. In Natlab exposeerde ze



verschillende objecten, die een rol speelde in haar film 'Tourist Trap'.

Daarnaast bestond het programma van het filmfestival uit onder anderen: 6 feature screenings, 5 korte film programma's, 5 kinderprogramma's, twee delige film cursus.

OUTDOOR EXPO KETELHUISPLEIN

De bij de programma-lijnen benoemde artiesten **Kaho Yoshida**, **Bee Graninetti** en **Studio Birthplace** waren naast hun lectures ook te zien op uitvergrote prints van stills uit hun verschillende films. Deze beelden, opgespannen in installaties, stonden op het drukbezochte Ketelhuisplein een de dagen voorafgaand en tijdens het filmfestival.

URBAN SKETCH SESSIONS

Illustratoren **Wouter Tulp**, **Jeremy Hoffman** en **Dirk van Dulmen** namen een groep van 25 deelnemers mee op een schetstocht door Strijp S gebied in Eindhoven om deze vast te leggen in hun schetsboeken.

THE ART DEPARTMENT EINDHOVEN

The Art Department (TAD) richt zich op het creatieve ontwerpproces van het vertellen van verhalen in (bewegende) beelden. In vakjargon ook wel visual development genoemd dat plaatsvindt in de zogeheten 'art departments'. Het betreft het vertalen van een idee of script naar een overtuigende beeldtaal. Dit vergt veel onderzoek, kennis en kunde en wordt toegepast in verschillende disciplines waarin iedereen zijn eigen expertise heeft.

'Art departments' worden ingezet binnen de ontwikkeling van zowel games, (animatie-)films, illustratie als digitale kunst en biedt dus de ideale overlap om verschillende communities met elkaar te verbinden. De focus ligt op het ontwikkelproces dat deze disciplines samenbrengt, zoals karakterontwerp, storyboarding, concept art, environmental design, acteren etc.

Experts uit de verschillende werelddelen komen tijdens TAD bij elkaar om hun visie en kunde te delen met het publiek. Op deze manier wordt niet alleen de beeldcultuur uit Hollywood belicht, maar een brede, gelaagde kennisbasis getoond en besproken.



Toonaangevende makers komen graag naar Playgrounds om kennis door te geven. Dit doen zij onder andere door artist talks waarin zij over hun proces vertellen, maar ook in de interactieve 'artist studios' waarin ze aan het werk zijn terwijl het publiek het proces kan zien en mee kan doen, of bij *one-on-ones* waar publiek met de beeldmakers in gesprek kan gaan.

TAD is de afgelopen vier jaar gegroeid naar meer dan 6.000 bezoekers per jaar. Het festival verkoopt altijd uit. Dat bevestigt de grote behoefte vanuit het veld. De beroepsgroep ziet dit als belangrijk moment om te leren en te netwerken.

Dit jaar vond The Art Department plaats op 20 en 21 maart, met als hart van het festival het klokgebouw waar we artists talks, expo, workshops, panels, netwerksessies en nog veel meer organiseerden.

We zien ieder jaar weer een groeiend publiek dat graag vanuit verschillende landen naar Eindhoven komt afgereisd om hun collega's te ontmoeten, trends te volgen en kennis op te halen. Playgrounds heeft met TAD een toegankelijk programma gecreëerd, met internationale impact, waar creativiteit gevierd kan worden. TAD is daarmee een onmisbaar festival geworden voor een groeiend aantal makers.

De highlights van het TAD programma in 2025 waren Fortiche (makers van o.a. Arcane) en Dermot Power die aan de producties van o.a. Harry Potter reeks, Batman Begins, Star Wars (The Force Awakens) en V for Vendetta. Uiteraard waren de zalen ook weer vol bij de presentaties van Aaron Blaise en de Londense studio The Line.

Voor een audiovisuele impressie van TAD is de volgende aftermovie beschikbaar: [TAD2025](#)



THE ART DEPARTMENT BERLIJN

Als aanvulling op onze Eindhovense editie, organiseerden we dit jaar voor alweer de vijfde keer een uitverkochte The Art Department Berlijn. Voor onze internationale programma's zoeken we de lokale community gericht op en zetten we in op partnerships waarmee we het programma samen kunnen ontwikkelen. Voor Berlijn is dit o.a. Drink and Draw Berlin, Karakter studio en onze Duits / Griekse co-curator en publicist Spiridon Giannakis, waarmee we inhoudelijk samenwerken om een goed beeld te krijgen van wat er speelt in Oost-Europa.

Dit jaar werkten we samen met een nieuwe locatie, Silent Green. Een voormalig crematorium waar verschillende Duitse culturele instellingen gevestigd zijn. Deze zeer goed uitgeruste en stijlvolle locatie gaf ons de juiste mogelijkheden om ons programma optimaal uit te voeren.

Ons doel met internationalisering is enerzijds mensen in staat stellen onze programma's te bezoeken zonder ver te moeten reizen, tegelijk willen wij direct in contact

komen met lokale makers waarmee we gezamenlijk kunnen programmeren en een nieuw geluid kunnen laten horen. Berlijn is daarnaast een perfecte uitvalsbasis om de Eindhovense editie beter weg te kunnen zetten bij internationaal publiek, pers en partners. Dit waren twee in het oog springende artiesten:

Oleksandra Fastovets is een Oekraïense traditionele en digitale kunstenaar die momenteel gevestigd is in Parijs. De oorlog dwong haar Oekraïne te verlaten, maar gelukkig kreeg ze een baan bij het Franse bedrijf Fortiche Production, waar Oleksandra meewerkte aan de ontwikkeling van Arcane seizoen 2. Momenteel werkt ze samen met meerdere animatiestudio's als 'character artist' en 2D lay-out artist.

Emnet Mulugeta is cinematics director bij Goodbye Kansas Studios, gevestigd in Stockholm. Geboren in Eritrea en opgegroeid in Zweden, maakt hij sinds 2000 deel uit van de design-, animatie- en VFX-gemeenschap. Na het behalen van een diploma in grafisch ontwerp aan UNISA (Australië), bouwde Emnet een veelzijdige carrière op in motion design, art direction, creative direction en live-actionregie in Zweden, het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten.



DEN CONFERENTIE

Sinds 2023 werkt Playgrounds nauw samen met Digitaal Erfgoed Nederland (DEN). In opdracht van DEN verzorgen wij de productie van hun online conferentie. Tegelijk zijn we partner in de programmering waarin we meedenken en meewerken aan passende sprekers en stellen we een toonaangevend filmprogramma samen als creatief intermezzo van het programma. Juist doordat de conferentie veel beleids- en belissingsmakers uit het culturele veld bereikt, is de conferentie een interessant podium voor makers.

ILLUSTRADA

In tijden van onzekerheid ziet Playground het als essentieel om verwondering te blijven stimuleren, nieuwe perspectieven te bieden en de dialoog te faciliteren. De makers van Illustrada tonen dat kunst een krachtig middel is om nieuwe ideeën te bedenken en te verbeelden, en om de grenzen van mogelijkheden te verkennen.

Illustrada brengt kunst dichterbij door illustraties letterlijk tastbaar in de stad te plaatsen, zodat de openbare ruimte verandert in een toegankelijke expositieruimte. Het festival biedt een waardevol podium voor kunstenaars en talenten in verschillende stadia van hun carrière, waarmee zij een nieuw en breed publiek bereiken. Een publiek bestaande uit mensen van alle leeftijden en achtergronden, inclusief degenen die zich doorgaans niet met kunst bezighouden.

"Ik hou erg van de ontregelende functie die kunst kan hebben. Alles om je heen is getekend en vormgegeven. Van de lantaarnpaal en de auto's op straat tot de reclame's die je toeschreeuwen. Je kunt er met een stift overheen kalken maar ik vind het leuker om er met mijn tekening tussen te staan zodat mensen denken 'Hooft dit erbij?' "

Jeroen de Leijer

In 2025 is een nieuwe opzet voor Illustrada ontwikkeld. De grote torens in de binnenstad hebben plaatsgemaakt voor een heus illustratie paviljoen met een uitgebreide ramenroute door de stad.

Het **Illustratie paviljoen** was een bijna 10 meter hoge tijdelijke constructie in het Spoorpak van Tilburg waar bezoekers en fantasie- en kleurrijke wereld konden binnenstappen. Het paviljoen was omkleed met

illustraties ontworpen door de lokale studio Loulou & Tummie dit creëerde een speelse omgeving waar bezoekers interactief konden verblijven, spelen en ontdekken. Het was een waar statement.

Door samenwerkingen met andere partijen die gelijktijdig een evenement hadden in het Spoorpark werd aansluiting gezocht met verschillende doelgroepen. Zo waren we het creatief hoogtepunt van Just Move festival en vond er een kinderyoga sessie plaats in het paviljoen.

Het paviljoen nodigde uit om te verblijven en zocht de interactie. Zo was er een zoekplaat waarmee bezoekers verstopte elementen in de illustraties konden zoeken en was 1 zijde een XXXL kleurplaat van de Tilburgse maker Discodip, waarop iedereen kon meewerken aan het invullen van de kleurplaat. Deze laagdrempelige activiteiten sloten naadloos aan bij de behoeften van de bezoekers van het spoorpark die graag een creatieve uitdaging krijgen die past bij alle leeftijden en alle achtergronden. De activiteiten werkten daarmee verbindend. De grote prints nodigde met bijhorende accessoires, zoals een schommel en gitaar ook uit voor spelen en goede foto's met het werk.

Naast het paviljoen was er ook een ramen route met meer dan 20 locaties waar jonge makers een illustratie realiseerden. Dit werd aangevuld met 2 video installaties waardoor er ook aandacht was voor het bewegende beeld. De route werd zeer enthousiast ontvangen door zowel de deelnemende ondernemers als het publiek.

Bij het station werd een grote flooral gemaakt door de lokale maker Vera Savelkouds. Zowel hier als bij de ramenroute trok juist het maken van het werk veel bekijks en interactie met het publiek.

Voor de bezoeker die meer verdieping zocht organiseerden we ook een interview tussen Teddy Tops en Jeroen de Leijer, die spraken over de veranderingen van het illustratorschap. Het interview vond plaats in de Lochal en werd mede georganiseerd voor de VPRO.

Voor de jongste doelgroep was er in het laatste weekend een stoeptekenwedstrijd waarbij ruim 60 deelnemers enthousiast hun eigen creativiteit gingen ontplooiën.

Ten laatste waren er twee pop-up activiteiten. De Graphic Art Market en een workshop verzorgd door WobbyClub.



IN MOTION LONDON

Het aanjagen van nieuwe technologieën, het oprekken van genres en het net niet over het randje gaan (of misschien net wel). In Motion (IM) werkt als een visueel luisterrijke catwalk waarin we kritisch en onbevooroordeeld opkomende trends en technologieën bespreken die een rol (gaan) spelen binnen de beeldcultuur.

Playgrounds lanceerde IM in 2023 samen met partner Procreate en het is gelukt om de zalen in Londen en Rotterdam uit te verkopen. Internationale beeldbepalende denkers en makers wisten we te verbinden met het Nederlandse veld.

Een grote rol binnen IM speelt de vrijheid om je op een visuele manier uit te drukken en de rol die beeldmakers spelen bij de beleving van activisme, muziek, gender, liefde en humor. IM is een visuele vrijstaat waar ontwerp niet dient te gaan over de meest praktische en geoptimaliseerde beleving, maar juist zoekt naar het onverwachte.

Vanwege de oplopende kosten voor productie en de beperkte capaciteit van de huidige locatie, was het voor ons niet meer mogelijk In Motion in Rotterdam uit te voeren voor 2025. In Londen hebben we het programma wel kunnen doorzetten door partnerschappen (zoals Procreate en Netflix) en een zeer enthousiaste lokale community. Voor de 2025 zaten we voor de tweede keer in een uitverkochte Barbican Hall.

We zetten voor de programmering in op een mix van lokaal, Nederlands en internationaal. Op lokaal niveau verbinden we Londense studios en makers, er bevindt zich een levendige industrie die elkaar graag ontmoet en daar nog onvoldoende faciliteiten voor heeft. Tegelijk zetten wij Nederlandse makers op het podium en geven we hen de mogelijkheid zichzelf internationaal te presenteren. Ten laatste biedt In Motion Londen ons de uitgelezen kans om Playgrounds internationaal op de kaart te zetten. Het zet de deur open naar de grote studios en partners die zich graag profileren met een Londens programma. Het netwerk van Playgrounds verstevigd en Nederlandse activiteiten krijgen zo meer kans.

Hoogtepunten van het festival waren de presentaties van o.a. de Oscar genomineerde regisseurs **Maggie Kang** en **Chris Appelhans** (Kpop Demon Hunters), **Raman Djafari** (bekend van o muziekvideo's voor de labels Universal, Warp Record en Downtown records).

Afsluiter van de eerste dag was het soms chaotische, maar humoristische en creatieve gesprek tussen de vrienden Patrick McHale en Pendleton Ward, makers en bedenkers van o.a. Adventure Time, een animatie serie die moderne animatie sterk heeft beïnvloed door de unieke mix van surrealistische humor, sterke storytelling en onvergetelijke karakters.

Bekijk onze [aftermovie](#) voor een audiovisuele impressie van IM 2025.



DUTCH GAME WEEK

Van 27 november tot en met 4 december vond de eerste editie van de Dutch Game Week (DGW) plaats. Deze editie bouwde voort op de twee pilotedities van de Breda Game Week in 2023 en 2024, waarin een basis is gelegd voor partnerschappen, een onderscheidende positionering en een aanpak om uiteenlopende game-communities te bereiken en te betrekken. In nauwe samenwerking met Dutch Games Association (DGA) werd voor het eerst de naam Dutch Game Week gevoerd en vonden de Dutch Game Awards plaats tijdens de week.

Het 8-daagse programma strekte zich uit over 14 locaties in Breda en werd gerealiseerd samen met een breed netwerk van lokale en (inter)nationale partners.

Het inhoudelijke programma kende een verbreding en verdieping. Avans Creative Innovation organiseerde via haar lectoraat een dag gericht op onderzoek en applied gaming. Chassé Cinema programmeerde drie dagen lang gamefilmklassiekers, terwijl het Newmancollege een e-sportstoernooi organiseerde waaraan negentig leerlingen van dertien Bredase middelbare scholen deelnamen. De tweedaagse conferentie verhuisde naar het Chassé Theater, met een verdrievoudiging van de zaalcapaciteit en een aanzienlijke uitbreiding van het randprogramma. Bijdragen van onder meer Embark Studios, kort na de release van Arc Raiders, en MoonHood, bekroond met meerdere grote prijzen voor hun VR-game, zorgden samen met lokaal en nationaal talent voor een uitverkochte conferentie.

Ook het zakelijke programma groeide door: het B2B-programma breidde uit van één naar twee dagen en trok onder meer publishers en investeerders uit de UK, België, Zwitserland, Duitsland en Frankrijk. De samenwerking met Breda University of Applied Sciences (BUas) bood studenten en alumni een podium voor game demo's, expo's en talks, terwijl mbo-studenten van De Rooi Pannen betrokken waren bij de organisatie van het scholentoernooi. Daarnaast werd de samenwerking met onderwijsinstellingen verder uitgebreid naar andere game-academies in Utrecht, Groningen, Kortrijk en Genk. Op mediagebied was ook een duidelijke opschaling zichtbaar, met landelijke aandacht van onder meer BNR en de Volkskrant, en de landelijke première van de telefilm Fanboy in samenwerking met AVROTROS. Andere (inter)nationale samenwerkingspartners waren

o.a. MeetToMatch, CIIIC, Creative Europe MEDIA, OASIS die ook aanwezig waren tijdens het sectoroverleg voor genodigden.

Deze editie verstevigde het fundament voor de verdere ontwikkeling van DGW in de komende jaren als een (inter)nationaal gewaardeerd game-event dat de volledige breedte van de sector samenbrengt. Van business tot art & design, van e-sports tot development, en van beleid & financiering tot applied gaming. Juist dit samenbrengen en wat in het dna van Playgrounds geborgd is, is essentieel om innovatie te stimuleren en gezamenlijk in te spelen op vraagstukken en uitdagingen.

Tegelijk onderscheidt DGW zich door een toegankelijk publieksprogramma. In samenwerking met Stedelijk Museum Breda, Nieuwe Veste, BUas en Beeld & Geluid werden twee exposities gerealiseerd. Er was een onderwijsprogramma voor basis- en middelbare scholen, een speurtocht die je langs verschillende DGW-locaties in de stad liet lopen en in Nieuwe Veste was er een programma voor alle leeftijden. Zo liet DGW een breed publiek ervaren dat spelen én maken binnen games voor iedereen toegankelijk is.



DIGITALISERING

De digitalisering van ons programma zien wij als duurzame ondersteuning én aanvulling op ons fysieke programma, waarin fysiek en online ieder hun eigen waarden en kwaliteiten meebrengen.

Binnen de online programma's zetten we vooral in op internationaal bereik. Playgrounds heeft daarvoor een eigen on demand kanaal ontwikkeld: RePlay. Op dit platform publiceren wij alle artist talks waar wij vrijwaring voor krijgen van de betreffende kunstenaars. In de komende jaren zullen we onderzoeken hoe wij deze uitgebreide content, dat nu fungeert als archief, op een meer toegankelijke manier kunnen toepassen. Daarvoor kijken we niet alleen naar RePlay als een losstaand kanaal, maar zien we ook mogelijkheden om de site, social media en nieuwsbrieven inhoudelijk te koppelen aan de content die op RePlay te vinden is.



EDUCATIE - PLAYGROUNDS IN THE CLASSROOM

In 2025 ontwikkelde Playgrounds een samenhangende visie en aanpak verder uit waarin de uitgangspunten van *Playgrounds in the Classroom* en *Creative Confidence* samenkomen. In een wereld waarin beeldcultuur en visuele communicatie een steeds grotere rol spelen, is het van belang dat kinderen en jongeren leren beelden te begrijpen, te maken en te delen. Beeldgeletterdheid en creatief zelfvertrouwen vormen hierin de kern: het vertrouwen om ideeën te verbeelden, te experimenteren en te presenteren, ook wanneer dit nog niet volmaakt is. Een belangrijk uitgangspunt daarbij is om (jonge) makers als rolmodellen naar het klaslokaal te brengen. Met persoonlijke verhalen, herkenbare achtergronden en regionale verankering laten zij zien hoe creatief zelfvertrouwen bijdraagt aan persoonlijke ontwikkeling, zowel binnen als buiten het creatieve vak.

Vanuit deze visie werden in 2025 diverse educatieprogramma's ontwikkeld, gekoppeld aan PIFF in Eindhoven en DGW in Breda. Het onderwijsprogramma van PIFF richtte zich specifiek op praktische opleidingen en bereikte ruim 400 leerlingen, voornamelijk vmbo-ers, met een focus op het vakmanschap van film. Een belangrijk onderdeel was de samenwerking met jonge maker en Next Talent Pien van Grinsven, die binnen haar leertraject haar rol in educatie verkende en fungeerde als rolmodel voor leerlingen.

Daarnaast werd in samenwerking met Filmhub Zuid en Natlab een meetup georganiseerd voor docenten, coördinatoren en intermediairs om de mogelijkheden van Playgrounds voor het voortgezet onderwijs te presenteren.

Het onderwijsprogramma van DGW richtte zich op de discipline game en bereikte via workshops en gastlessen van professionals circa 230 leerlingen. Ook buiten het letterlijke klaslokaal kan Playgrounds in the Classroom plaatsvinden. Tijdens Illustrada nam character designer Jeremy Hoffman veertig studenten van de minor Transmedia Design mee op een verkennende tocht door Tilburg.

Ook gedurende het jaar weten scholen en organisaties Playgrounds steeds vaker te vinden voor educatieve activiteiten. Via workshops, Playgrounds in the

Classroom en presentaties werden nog eens circa 265 deelnemers bereikt.

Tot slot werden in samenwerking met twee vmbo-scholen in de regio Eindhoven twee subsidieaanvragen bij het Fonds voor Cultuurparticipatie gehonoreerd. Deze verkenningen, gericht op creatief zelfvertrouwen en samenwerking met jonge makers, vormen de basis voor activiteiten die in 2026 van start gaan.

TALENTONTWIKKELING

De Talenthub Playgrounds Next is een sterke pijler binnen het programma van Playgrounds en goed ingebed in de organisatie waardoor ingezet wordt op verduurzaming van de activiteiten op het gebied van talentontwikkeling en de hele keten wordt bediend: via de educatieve activiteiten komen makers in spé al vroeg in aanraking met Playgrounds en na de talenthub kunnen ze doorstromen richting hoofdpodia van de verschillende festivals van Playgrounds en worden matches met de industrie gemaakt.

In 2016 initieerde Playgrounds het talentontwikkelingsprogramma Playgrounds Next en ontwikkelde deze hub door met landelijke partners tot waar we nu staan. We maken deel uit van het bredere programma Talenthub Brabant. Een belangrijk speerpunt in Talenthub Brabant is dat de verschillende discipline-specifieke hubs, de professionals en de talenten elkaar kunnen ontmoeten en van elkaar leren. Dit faciliteren we door samen met de andere hubs discipline-overstijgende projecten te organiseren. Ook delen we actief kennis met de andere talenthubs in Noord-Brabant, zodat we onze programma's blijven aanscherpen, verbeteren en van elkaar leren. Inmiddels heeft de Provincie haar vertrouwen in de Talenthubs vertaald naar vierjarige structurele ondersteuning en een versimpeling van de verantwoordingsverplichting. Een kroon op het werk van de verschillende Talenthubs in Brabant. Ook kregen we eind 2025 te horen dat het Filmfonds de hub opnieuw 2-jarig gaat ondersteunen met €400.000 per jaar.

Playgrounds Next is geïnitieerd door Playgrounds, maar gedragen door en ontwikkeld met landelijke partners: St. Joost School for Art and Design, Kaboom Animatie Festival, Submarine, freelance producent Inge Zoete, Studio Biarritz, Noise film & tv, BredaPhoto, BROET en Natlab. Deze partners representeren de gehele keten, van producent, distributeur tot vertoningsplek. De kennis,

input, netwerk en betrokkenheid van deze partners biedt een unieke structuur voor de talenten om in terecht te komen. Zo vinden ze op allerlei vlakken directe aansluiting met de landelijke industrie. In de bijlage worden alle partners en de samenwerking uitgebreider beschreven.

Intensieve Trajecten

Next kent een op maat benadering waarbij begeleiding en ondersteuning wordt geboden aan talenten al gelang van hun behoeften. De focus ligt op de persoonlijke ontwikkeling van de maker in de film- en audiovisuele sector. Het is dus niet project- en resultaat-gedreven, maar ondersteunt in het maken van een volgende stap. Er kan bijvoorbeeld gewerkt worden aan portfolio, beeldexperimenten, prototypes of andere onderdelen die essentieel zijn voor de brede ontwikkeling van het makerschap. Deze methodiek wordt inmiddels omarmd door onder andere het Filmfonds en andere talenthubs wegens de grote en duurzame impact op de beroepspraktijk van de deelnemers.

Inmiddels zijn er al tientallen talenten begeleid, waarvan een derde makers met een gemengde etnische/culturele achtergrond. Daarnaast komt een deel van de talenten uit de LHBTQ+ community en kampten meerdere talenten met hun neurodiversiteit. Deze thematieken komen ook terug in hun werk.

In 2025 hebben we de volgende 8 talenten begeleid in het op maat programma:

Afan Zeng – animator/illustrator

Ira Hoefsmid – documentaire maker

Puck Paassen – animator/illustrator

Ayoola Olagunju – animator/illustrator

Maria Cristhin Kuiper – documentaire maker

Stijn van Drunen – fictie filmer

Zlatelina Tsokova – animator/illustrator

Eddy Wu – animator / documentary maker (zie afbeelding volgende pagina, Wu's deelname aan Illustrada 2025)

Naast het Next Op Maat traject voerden we in 2025 de tweede editie van Next XR uit. XR maker en producent Nienke Huitenga-Broeren coördineerde dit programma en begeleidde 6 talenten uit het hele land.

- Eva Zoë Heijnen
- Hsin Min Chan
- Leeza Pritychenko
- Sophia Bulgakova
- Okke van Breemen
- Agata Grochowska

Coaches die voor deze 14 talenten werden ingeschakeld zijn onder andere Milo Cremer Eindhoven (script ontwikkeling), De Heren van Werk (ondernemerschap), Marshmallow Laser Feast (conceptontwikkeling VR), Dirk van Dulmen (story boarding) en Marieke Blaauw (script ontwikkeling). Ook zetten we oud Nexters in als coach, bijvoorbeeld Juliana Erazo voor Eddy Wu en Mackenzie Fincham voor Zlatelina Tsokova.

We organiseerden in 2025 twee eindpresentaties van de 13 talenten die we in de periode 2024-2025 mochten begeleiden. Voor deze eindpresentaties nodigden we de industrie uit, zodat het talent meteen gepresenteerd werd aan die film- en creatieve industrie. Aanwezig waren o.a. het Filmfonds, CILIC, Kunstloc, een aantal regionale talenthubs, Screen Talent NL, voormalig Next-talenten, de partners in Next en coaches.

In 2025 voegden we ook twee nieuwe intensieve trajecten toe aan het programma.

Naar analogie van de Writers Room Training voor fictie serie ontwikkelden we met visual artist Dirk van Dulmen en docent en producent Frank Verheggen de Animated Series Story Room Training. Zes makers gingen drie keer drie dagen aan de slag om vanuit een verhaal een IP voor een animatieserie te ontwikkelen. Ze kregen daarnaast workshops van internationale makers als Charlotte Hamlyn en Agnes Bizarro van Cartoon Springboard. Deelnemende makers waren Puck Paassen, Eva Bonnevits, Kayne Mosch, Annelieke Lammerts van Bueren, Tessa Stehouwer en Leda Spiranec. Alle deelnemers hebben een Brabantse link. De eindpresentatie van dit traject gebeurt in 2026.

Samen met CineZee en BROET organiseerden we een 5-tal zaterdagen waar makers onder de begeleiding van fictie filmer en oud Next talent Dwight Fagbamila aan hun eigen filmplan schreven. Deze Writers Meet-Up richtte

zich op makers die al wat ervaring hadden, maar ook bv in Filmhelpdesks aan hadden gegeven behoefte te hebben om samen te schrijven. De deelnemers kregen daarnaast ook een workshop pitchten door Susanne van Opstal en pitchten hun filmplan tot slot voor de industrie.

Laagdrempelige Hulp en Ondersteuning van AV-Makers

Naast de intensieve trajecten waarin we talenten individueel begeleiden hebben we een aantal meer laagdrempelige programma's uitgevoerd.

Zo organiseerden we in 2025 12 Filmhelpdesks samen met BROET en Kunstloc waarin telkens een professional aansloot en waar mensen een half uur (gratis) met deze professional en een vertegenwoordiger van Playgrounds Next, BROET of Kunstloc kon spreken. We hebben samen kunnen werken met o.a. Mike Weerts, Jasper de Bruijn (Omroep Brabant), Aiman Hassani, Ema Cvrkota (Screen Talent NL, De Ontmoeting) en Tangerine Tree. De meeste Filmhelpdesks waren volgeboekt. Ca. 55 makers hebben hun vragen kunnen delen in de Filmhelpdesks.

Netwerk en Ontmoeting

Om makers buiten de intensieve trajecten van Next ook impuls te geven, ontwikkelden we het kortlopende coachingstraject 'Funding application' waarbij een coach samen met een maker in 3 sessies en ca. 9 weken een subsidie-aanvraag voorbereidt en finetunt. We hebben met dit traject 11 makers kunnen ondersteunen.

Playgrounds Next faciliteert ontmoeting en netwerkvorming op verschillende manieren. In Natlab in Eindhoven organiseerden we 7 Next Talks met verschillende thema's om zo makers inspiratie en verdieping te bieden, maar ook een ontmoetingsmoment tussen makers. Thema's als mentale gezondheid in de creatieve industrie, storytelling, impact met je film, immersieve installaties en DIY filmmaking kwamen aan bod. Gasten waren o.a. Cyril Guds (Loverboy), Cinemind met Maaïke Hartjes en Kiki Ho, Milo Cremer Eindhoven, Matunda Groenendijk en Jongsma&O'Neill.

OOMPH!

Om de talenthub meer zichtbaar te laten zijn in de Provincie ontwikkelden we samen met curator Dymphie Huijssen een programma met ontmoetingsmomenten in Breda, meer gericht op animatoren en illustratoren. Oomph is een kleinschalige en laagdrempelige bijeenkomst waarbij startende talenten binnen de animatie- en illustratiecommunity een podium wordt gegeven. Tijdens deze avonden vertellen talenten over

hun plannen, werk en inspiratiebronnen. Voor het publiek is er volop de gelegenheid om vragen te stellen en een gesprek aan te gaan. De afgelopen jaren is dit uitgevoerd en geprogrammeerd in samenwerking met lokale maker Dymphie Huijssen in Breda. De komende vier jaar gaan we dit succesvolle 'underground' format in verschillende steden organiseren met lokale makers.

Twee keer organiseerde zijn Next OOMPH in skatepark Pier15 waar jonge makers werden geïnterviewd, zoals Max Peterse, Sam Kaufmann en Deane Warnaar.

Daarnaast organiseerden we een Atelier Next in Nieuwe Veste waar makers aan de slag gingen met character design onder begeleiding van illustrator Eva Toorenent. Nieuw dit jaar was ook het programma Next Feedback & Fries, een laagdrempelig format waarin we makers vroegen eerste concepten met elkaar te delen en feedback op elkaars werk te geven. Een succesvolle pilot want de eerste editie was meteen volgeboekt en 20 enthousiaste makers hebben een hele avond met elkaar over elkaars werk gepraat.

Tot slot organiseerden we aan het einde van het jaar onze alumni borrel om bij te praten en de huidige Next talenten aan de alumni voor te stellen.



COMMUNICATIE EN PUBLEKSWERKING

In de communicatiestrategie van Playgrounds wordt actief gewerkt aan een groter online en offline publieksbereik én voert Playgrounds actief acties uit die passen binnen de langetermijnvisie. Zo investeren we in duurzame contacten met samenwerkingspartners, publiek en pers, zodat de on- en offline community blijft groeien. In plaats van 'alleen zenden' communicatie, geloven wij in wederkerigheid.

Community building

Onze focus in communicatie en publiekswerving ligt niet op een kwantitatieve, maar kwalitatieve groei zodat we onze doelgroepen duurzamer aan onze activiteiten kunnen koppelen.

Playgrounds heeft een steeds diverser publiek van alle achtergronden. Dit is een natuurlijk proces dat volgt op de groei en veranderingen in de sector zelf. Door open te staan voor high en low culture brengt Playgrounds als vanzelf ook doelgroepen met verschillende achtergronden en perspectieven samen.

De gelijkmatige verdeling van mannen/vrouwen/x die onze activiteiten bezoeken hebben we ook dit jaar behouden. Ons publiek is relatief jong, tussen de 16 en 35 jaar, waarmee we een generatie bedienen die vaak ongreepbaar is voor andere culturele instellingen.

We bereiken bezoekers met verschillende culturele achtergronden. Het afgelopen jaar heeft publiek uit 60 landen één of meerdere van onze activiteiten bezocht. Zo trokken we bezoekers uit Duitsland, Frankrijk en Engeland, maar ook India, Egypte, Pakistan, Marokko, Turkije en Iran. Ook bezoekers met een bi-culturele achtergrond weten ons te vinden.

We merken een groeiende behoefte bij ons publiek voor een brede toegankelijkheid van onze activiteiten. In de afgelopen jaren hebben we ons, mede door corona, gericht op de toegankelijkheid via digitalisering. Zo is al onze digitale content ondertiteld en is deze content gratis beschikbaar. Maar inmiddels krijgt toegankelijkheid van offline activiteiten voor bezoekers met een beperking ook onze aandacht. We creëren prikkelarme zones en activiteiten zijn zoveel mogelijk rolstoelvriendelijk.

Ambassadeurs

De gasten, bezoekers en artiesten van Playgrounds zijn belangrijke mediapartners en ambassadeurs. 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 zoals See no evil (Londen), UNWRAP, UsByNight, IFFR, Kaboom Animation Festival en BredaPhoto die geloven in het belang van delen van informatie en elkaar aanvullen in plaats van elkaar concurreren.

Ook onze bezoekers zijn belangrijke ambassadeurs om onze activiteiten onder de aandacht te brengen. Met hun enthousiasme en betrokkenheid dragen zij veel publiek aan via hun eigen kanalen. Daarnaast creëren ook de studenten van de kunstvakopleidingen mond-opmond-reclame. Zij zijn de professionals van de toekomst, en we vinden het belangrijk dat zij ook echt invloed hebben op de koers. We bevragen al deze doelgroepen zodat zij actief bijdragen aan ons programma via persoonlijk contact, survey's en Discord. Ook kunnen alle talks en interviews teruggekeken worden op ons eigen gratis uitzendkanaal RePlay. Bezoekers kunnen het festival zo herbeleven en nieuwe artiesten ontdekken.

Educatief Netwerk

Playgrounds heeft in Nederland een sterk netwerk van professionele makers en (commerciële) studio's, en is ook ingebed in vele onderwijsinstellingen: van St. Joost School of Art & Design tot de Filmacademie. Niet alleen in hoger onderwijs hebben we een sterk netwerk, maar ook mbo-opleidingen als het Grafisch Lyceum Rotterdam en SintLucas bezoeken onze events. Aan dat educatieve netwerk hebben we meer dan vijftien jaar gebouwd. Autodidact makers vinden ons via onze samenwerkingspartner BROET met wie we gericht programma ontwikkelen om die groep te bereiken. Internationaal hebben we het afgelopen jaar ons educatief netwerk uitgebreid door op verschillende onderwijsinstellingen presentaties te houden en (internationale) docenten in onze programmaraad te betrekken. Scholen uit België, Noorwegen, Engeland, Duitsland, Polen weten ons te vinden en nemen onze festivals op in hun curriculum.



**PIECE
OF ART**

Nieuwe Festivals – Nieuwe Merken

In 2023 ontwikkelden we het nieuwe festival In Motion. Na enkele succesvolle edities in Nederland vond dit reizende festival zijn vaste basis in London. In 2025 vond In Motion London voor de derde keer plaats en verkochten we opnieuw het prestigieuze The Barbican Centre uit. Deze editie versterkte het merk aanzienlijk en wordt binnen de Engelse creatieve industrie beschouwd als 'The Creative Meet-Up of the Year'.

In 2025 organiseerden we voor de derde keer de Game Week in Breda. Dankzij onze nauwe samenwerking met de Dutch Gaming Association draagt het festival sinds vorig jaar de naam Dutch Game Week. Tijdens deze editie vonden ook de prestigieuze Dutch Game Awards plaats als onderdeel van het programma.

Het opgezette businessprogramma en onze samenwerking met MeetToMatch hebben bijgedragen aan een verdere professionalisering van het evenement en van onze totale bezoekersaantallen. Met als hoogtepunt van de week een uitverkochte Dutch Game Week Conference in het Chassé Theater.

Een festival dat in 2025 voor het eerst het licht zag, is het Playgrounds International Film Festival. Daarmee voegden we het laatste ontbrekende element toe aan onze line-up van festivals. We hebben ervoor gekozen het festival gelijktijdig te laten plaatsvinden met The Art Department in Eindhoven, met Natlab als thuisbasis. Op deze manier faciliteren we een toegankelijke en inhoudelijke cross-over tussen het publiek uit animatie, games en design en dat van film-, fictie- en documentairemakers.

Naast het bereiken van de professionele filmindustrie hebben we het Film Festival ook opgezet om een breder, lokaal publiek aan te spreken. Zo brengen we nieuwe doelgroepen in contact met het merk Playgrounds en versterken we onze positie binnen de stad en regio.

Online Strategie

Voor Playgrounds is online communicatie en marketing essentieel in het bereiken van nieuwe doelgroepen en de bestaande community. Hier leeft en werkt het grootste deel van onze doelgroep.

Via online communicatie kan Playgrounds permanent in contact zijn met de doelgroep. Naast een uitgebreide contentmarketingstrategie voor haar organische uitingen, ontwikkelt Playgrounds verschillende advertentiecampaagnes voor Instagram, Facebook, Google en LinkedIn voor naamsbekendheid en conversie. Daarnaast hebben we de afgelopen jaren Google Adwords ingezet voor meer zichtbaarheid. We hebben de afgelopen jaren besloten om voor onze

merken aparte Instagram-kanalen op te zetten naast het het algemene Playgrounds-kanaal, zodat onze bezoekers gericht het merk konden volgen dat het beste bij hun interesse aansluit. Zo'n 70.000 volgers volgen onze Insta-kanalen.

In 2025 organiseerden we online events in onze Discord (onze community-hub) waarin het draait om digitale ontmoeting. Deze online sessies kennen altijd een actieve creatieve component, zoals met een tekenopdracht, tekenwedstrijd of paint-over door een artiest. Maar het draait daarbij vooral om onze (internationale) doelgroep met regelmaat te 'zien' en elkaar te ontmoeten.

We hebben nauwe banden met platforms die onze bezoekers regelmatig bezoeken en raadplegen. Onze content en naam worden hier gedeeld met een internationale doelgroep. Denk bijvoorbeeld aan het Canadese online platform: Stash waar we in 2025 mee samenwerkten in media-aandacht, maar ook in programma voor In Motion London.

Maar ook werken we samen met nationale en regionale platforms als Neon Moiré, The Rookies, That's My Berlin, Convoloot, 3D Total, Filmkrant, Animatie NL en KONKAV, voor Brabantse makers, en de fysieke broedplaats BROET in Eindhoven.

Daarnaast zijn onze partnerships met Procreate, Wacom, MSI in onze online communicatie belangrijk. Regelmatig deelden we afgelopen jaar content via de Procreate kanalen en bereiken daarmee (een deel van) hun wereldwijde achterban van 2,4 miljoen volgers.

Nieuwsbrieven

Er zijn in aanloop naar de verschillende festivals en activiteiten 68 nieuwsbrieven verstuurd. We hebben iets meer dan 15.200 abonnees.

Direct Mailing

Voor elk festival benaderen we studios uit de creatieve industrie. We hebben de afgelopen jaren een database van interessante studios aangelegd in London, Berlijn en andere grote creatieve clusters in Europese steden. Dit bestand is door research aangevuld.

Daarnaast hebben we ook via direct mails de educatieve partners, kunstacademies en scholen benaderd.

Publieke Ruimte

Voor de festivals in Nederland investeerden we in een poster & flyer campagnes in Breda, Rotterdam en Eindhoven. Daarnaast hebben we voor The Art Department en het Playgrounds International Film Festival in de week voorafgaan aan het festival teasers

laten zien op de beacons in het centrum van Eindhoven en op het perron van Station Eindhoven Centraal. Ook plaatsten we zo'n 2 weken voorafgaand aan het festival een expositie in de vorm van een toren op het Ketelhuisplein waar bezoekers in aanraking konden komen met het werk van artiesten die te zien waren tijdens zowel The Art Department als het Playgrounds International Film Festival.

After movies

Voor al onze festivals maakten we after movies. Voor een fysiek event een belangrijk middel om publiek dat er niet bij kon zijn toch een gevoel van de sfeer te geven en om bezoekers opnieuw te enthousiasmeren voor een volgende editie. Daarnaast is het een effectief 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 hebben ingezet.

Playgrounds app

Om de festivalervaring voor bezoekers te verbeteren en het netwerken te vergemakkelijken, hebben we in samenwerking met TimeSquare onze eigen app ontwikkeld. Via de app kunnen bezoekers hun persoonlijke programma samenstellen, ontvangen zij direct de laatste updates en kunnen zij andere bezoekersprofielen bekijken en berichten sturen om eenvoudig een eerste contact te leggen.

De app is zeer positief ontvangen, bij alle festivals ingezet en door circa 60% van de bezoekers gedownload en tijdens de eventdagen actief gebruikt.

Daarnaast biedt de nieuwssectie op de homepage Playgrounds de mogelijkheid om partners, sponsors en aanvullende programmaonderdelen extra uit te lichten en beter onder de aandacht te brengen.

Persaandacht

Playgrounds investeert sinds dit jaar ook in een communicatie- & pr-specialist met een groot netwerk in het media- en commerciële veld. Met het aantrekken van deze pr-specialist geeft Playgrounds haar persbeleid en onze aanpak van publieksuitbreiding structureel vorm en dragen we onze projecten en daarmee onze visie en missie uit via nationale en internationale mediamerken. Met een gerichte persstrategie bereikten we dit jaar o.a. BNR Radio, VPRO Cinema, de Volkskrant, het Algemeen Dagblad, Radio 1, VPRO Radio, de Filmkrant, lokale

dagbladen als BN DeStem en Eindhovens Dagblad. Deze brede zichtbaarheid is essentieel voor onze naamsbekendheid bij een groter algemeen publiek.

Onderzoek & Evaluatie

Alle events worden uitgebreid geëvalueerd.

Publieksinbreng wordt al tijdens de events opgehaald bij de ticketing- en infobalie. Daarnaast versturen we na elk event een survey. De feedback geeft input voor nieuw programma, verbeteringen in de productie en toegankelijkheid.

In 2025 zijn voor de volgende activiteiten surveys uitgestuurd. Daarnaast geven we kort weer wat de resultaten daarvan zijn.

- Playgrounds International Film Festival
- The Art Department Eindhoven
- The Art Department Berlijn
- In Motion London
- Dutch Game Week

De activiteiten van Playgrounds krijgen een gemiddeld rapportcijfer van een 8 of hoger. De sfeer en de crew op de festivals worden hoog gewaardeerd. Qua programma komen waarderen de bezoekers voornamelijk de artist talks en interviews op de hoofdpodia, daarnaast zijn de art market, portfolio reviews en de bookshop populaire onderdelen.

Activiteiten die wij langer voeren trekken gemiddeld 30% nieuwe bezoekers. Bij andere activiteiten zoals In Motion Londen, Playgrounds International Film Festival en de Dutch Game Week liggen deze percentage hoger, zo tussen de 60 % en 80%.