

Cinekid

De raad heeft op 4 juni 2020 geadviseerd Stichting Cinekid Amsterdam (hierna: Cinekid) geen subsidiebedrag toe te kennen, tenzij wordt voldaan aan een aantal voorwaarden. De minister heeft dit advies overgenomen. In haar subsidiebeschikking van 15 september 2020 heeft zij de instelling verzocht een aangepast activiteitenplan in te dienen dat voldoet aan de volgende voorwaarden, waarbij de instelling:

- de activiteiten concreet uitwerkt, inclusief heldere, meetbare doelstellingen en een inhoudelijk plan indient op het gebied van publieksbereik voor zowel het festival als de landelijke activiteiten.
- in het plan een uitgebreidere toelichting geeft om de financiële
- positie van Cinekid te verstevigen.
- met een begroting komt in lijn met het nieuwe activiteitenplan en met geoormerkt budget voor de landelijke activiteiten.

In dit advies beoordeelt de raad of de instelling aan deze voorwaarden heeft voldaan. Voor het overige handhaaft hij zijn beoordeling van 4 juni 2020.

Conclusie

De Raad voor Cultuur is van oordeel dat Stichting Cinekid Amsterdam met haar aangepaste plan aan de gestelde voorwaarden heeft voldaan.

De raad is positief over het feit dat Cinekid de kritische opmerkingen uit het eerdere advies ter harte heeft genomen. Ten opzichte van de vorige aanvraag zijn de doelen en activiteiten concreter uitgewerkt. Uit het plan spreekt energie en ambitie. Wel ziet de raad een spanningsveld tussen het vergroten van publieksbereik en de artistieke programmering. De raad heeft er vertrouwen in dat Cinekid dit de komende jaren in evenwicht weet te brengen.

De raad is kritisch op de haalbaarheid van het nieuwe SVOD-platform Play. De kosten voor dit platform zijn niet in de begroting opgenomen dus het is onduidelijk wat nodig is om dit te realiseren. De raad plaatst daarom vraagtekens bij het businessmodel; hij ziet liever meer focus op een heldere investering in het verbeteren van het festival in Amsterdam en in het land, en het samenwerken met al bestaande platforms als NPO Zapp. De begroting lijkt realistisch en bevat een geoormerkt budget voor landelijke activiteiten. Een nog verdere uitsplitsing was wenselijk geweest. De raad ziet in de begroting voldoende aangrijpingspunten om de financiële positie te verstevigen. Toch zijn de zorgen over de financiën niet in zijn geheel weggenomen met een ambitieus bedrag voor sponsoring en de lastige tijd voor een transitie naar nieuwe verdienmodellen.

Beoordeling

Artistieke/inhoudelijke kwaliteit

Cinekid heeft de afgelopen maanden samengewerkt met BIS-festivals IFFR, IDFA en NFF, wat resulteerde in een hybride festival, met fysieke en online activiteiten. De samenwerking op het online vlak juicht de raad toe.

Het is de raad niet duidelijk of het Cinekid Play initiatief uit deze samenwerking voortkomt en of dit een forse extra investering vergt. In een landschap waar grote internationale spelers elkaar beconcurreren met een omvangrijk en veelzijdig aanbod en scherpe prijzen is het wellicht niet verstandig nog een SVOD-platform te realiseren. Het lijkt niet voor de hand liggend om tijd, budget en energie te besteden aan het concurreren met deze grote platforms. Dit kan volgens de raad mogelijk beter in het festival in Amsterdam en in activiteiten in het land gestoken worden. De raad is positief over het inzetten van sociale media zoals Tik Tok en YouTube, om de doelgroep te bereiken. Naast de BIS-festivals werkt Cinekid ook samen met Pathé en de Taartrovers om zo een ander en groter publiek te bereiken.

Eerlijke beloning en gezonde bedrijfsvoering

De raad ziet dat begroting en activiteiten meer in lijn zijn gebracht, en het wordt duidelijk op welke wijze Cinekid haar financiële positie wil verstevigen. Zo is er een partnership manager aangenomen met als doel de private financiering van het festival te vergroten. Ook is er de verwachting dat Cinekid een A-merk als sponsor aan zich weet te binden. Wel vindt de raad het bedrag dat is opgenomen voor sponsoring nog steeds ambitieus. Hij is er zich vanzelfsprekend van bewust dat het een lastige tijd is een begroting voor de komende jaren op te stellen en heeft begrip dat een transitie naar nieuwe verdienmodellen en het werven van sponsorgelden tijd kost. Tegelijkertijd geeft Cinekid aan dat met het eventueel verhogen van de prijzen van kaartjes om meer publieksinkomsten te genereren de toegankelijkheid van het festival in gevaar komt. De raad onderkent deze spanning en blijft van mening dat de financiën kwetsbaar blijven, met een relatief laag aandeel eigen inkomsten. Nu door Covid-19 minder gereisd wordt is het passend om de kostenpost voor het reizen opnieuw tegen het licht te houden en daarop mogelijk te besparen.

De raad vindt het positief dat Cinekid streeft naar een groei van het eigen vermogen. Dat het eigen vermogen door het verwachte extreme exploitatieresultaat over 2020 meer dan verdubbelt, neemt de zorgen over het budget van Cinekid op langere termijn niet weg. De raad staat positief tegenover het aanspreken van reserves voor innovatie maar zou het onverstandig vinden als dit geld wordt aangewend om een nieuw, exclusief voor Cinekid SVOD-platform te realiseren. De kosten van dit SVOD-platform zijn niet inzichtelijk en niet in de begroting opgenomen. Cinekid geeft aan de komende jaren nieuwe richtingen verder uit te werken en bij te schaven - zowel artistiek als in de bedrijfsvoering. De raad begrijpt goed dat het in deze periode lastig is om invulling aan plannen te geven en dat aanpassingen tijd kosten maar hij zou graag zien dat er voor het door Cinekid genoemde jaar 2023 meer geconcretiseerd is.

Bevordering van educatie en participatie (inclusief publieksbenadering)

Cinekid wil meer - en meer verschillende - mensen bereiken en formuleert daarbij concrete doelstellingen. Zo worden er meer leerlingen bereikt via uitbreiding van twee naar vijf scholendagen tijdens het festival. Daarnaast wordt het aantal Amsterdamse partners met twee uitgebreid (in de stadsdelen Nieuw-West en Zuidoost). Naast het online platform defilmvandaag sluit Cinekid zich vanaf 2020 aan bij 'Film in de klas', het

RAAD VOOR CULTUUR

samenwerkingsverband tussen NFF, NPO start, Netwerk Filmeducatie en SchoolTV. Cinekid verwacht hier meer mensen mee te bereiken. De raad is benieuwd hoe (de impact van) deze bereikcijfers worden gemeten. De raad is positief over de verschillende onderzoeken die verricht gaan worden, zoals het impact onderzoek samen met Cigarbox, het Continu Bezoekersonderzoek en het merkonderzoek.

Geografische spreiding

Cinekid heeft de activiteiten van Cinekid on Tour beter en concreter uitgewerkt met oog voor de marketing, een bijbehorend budget en een impactonderzoek om het programma in de toekomst te kunnen verbeteren. Door Covid-19 was het Cinekid festival in 2020 meer in het land te bezoeken met lokale festivals. De raad is benieuwd naar de opgedane ervaring en hoe dit vertaald kan worden naar de toekomst.