

## 1 - INLEIDING

Ons festival vond in 2021 plaats van 11 – 21 maart en het in het geheel online.

Na het gecancelde festival vanwege de eerste lockdown in 2020 en de 6 alternatieve vertoningsdagen in de zaal (zij het met 1,5 meter afstand) van onze vaste locatie Bioscoop Het Ketelhuis (Westergas) in juli, augustus en september van hetzelfde jaar hebben we, gezien de beperkende maatregelen die Covid-19 (zonder enig positief perspectief) met zich mee bracht, qua voorbereidingen in eerste instantie ingezet op een hybride festival. Het was de bedoeling om zowel op onze vaste locatie Bioscoop Het Ketelhuis (Westergas) films te kunnen vertonen als online films te kunnen streamen.

We geloven nog steeds in ons uitgangspunt om LGBTQ+ (\*) gerelateerde films op het witte doek te vertonen. Daar zijn ze voor gemaakt en daar komen ze optimaal tot hun recht. We vinden het evenzo belangrijk om deze films die de LGBTQ+ gemeenschap representeren (die verder niet of nog niet in Nederland te zien zijn samen met gelijkgestemden te kunnen ervaren. Hiermee creëren we 11 dagen lang een ontmoetingsplek voor onze doelgroepen.

We gingen er bij de voorbereidingen (in het najaar 2020) van uit dat de anderhalve meter afstand nog altijd van kracht zou zijn en daarmee een veel kleiner publiek dan voorheen bediend zou kunnen worden. Vandaar dat er (gekoppeld aan de starttijden in de zalen) onlinevertoningen gepland werden. Toen in aanloop naar het festival duidelijk werd dat de lockdown die toen gold hoogstwaarschijnlijk niet tijdig zou worden opgeheven (sterker nog; er werd zelf een avondklok aan de maatregelen toegevoegd), hebben we ervoor moeten kiezen toch enkel online te programmeren.

(\*) LGBTQ+ (LHBTQ+) staat voor lesbian/lesbisch, gay/homoseksueel, bisexual/biseksueel, transgender, queer (of questioning) en others/anderen. De 'plus' staat voor andere seksuele en gender identiteiten, waaronder intersekse, non-binair, asexueel en Two-Spirit. De eerste vier letters van het acroniem worden sinds de jaren negentig gebruikt, maar de laatste jaren is men zich steeds meer bewust geworden van de noodzaak om ook andere seksuele identiteiten te omvatten om een betere representatie te bieden.

Het acroniem wordt gebruikt om een breed scala aan seksualiteiten en genderidentiteiten weer te geven, verwijzend naar iedereen die transgender is en/of tot hetzelfde/soortgelijke geslacht wordt aangetrokken. Roze Filmdagen gebruikt vanwege het internationale karakter van het festival het Engelse acroniem in de naam: Roze Filmdagen; Amsterdam LGBTQ+ Film Festival

## 2 - PROGRAMMERING

### Algemeen

In onze programmering balanceren wij tussen filmcultuur en emancipatie. We willen de relevante films met een LGBTQ+ thema delen met de doelgroep en erbuiten. Er is een heel groot aanbod, maar nog steeds is er in verhouding maar weinig representatie van de LGBTQ+ community in de bioscoop.

LGBTQ+ cinema is een breed begrip en kan variëren van documentaires die zich uitsluitend afspelen binnen een queer milieu tot speelfilms waarin seksuele diversiteit een bijrol vervult. Dit hele palet komt in ons festival aan bod. We zoeken naar een balans tussen films die een (op een subcultuur gericht) beperkt publiek aanspreken en films voor een groot publiek.

We vertonen bijvoorbeeld ook experimentele films die maatschappelijk belangrijke thema's aansnijden, of geven het publiek uitdagingen in cinematografische beleving.

We presenteren films waarin de 'community' zich kan herkennen; in de LGBTQ+ gerelateerde verhalen en personages van zowel een romantische komedie, een confronterende documentaire als alles wat daar aan variatie tussenin zit. Onze gemeenschap is constant in ontwikkeling en een focus op verscheidenheid bepaalt dan ook mede de keuze voor het programma. Representatie van een ieder uit de community blijft leidend in de keuzes – gelukkig is er een overweldigend aanbod zodat bij de uiteindelijke selectie de cinematografische kwaliteit de doorslag kan geven.

Hoogstaande cinematografie en de keuze om onderwerpen 'anders' te belichten hebben een duidelijke verrijking van queer films opgeleverd. De cinematografische kwaliteit van de films die op het festival vertoond worden is dusdanig hoog dat ook de cinefiel die niet onder de LGBTQ+ doelgroep valt tevreden kan zijn.

We bieden een breed scala van films uit alle delen van de wereld. Elk jaar vertonen we films uit Zuid-Amerika, Azië, Europa en de VS. We tonen ook films uit regio's zoals Afrika, het Midden-Oosten en Rusland, waar LGBTQ+ zijn meer uitdagingen betekent dan in andere delen van de wereld, om een compleet beeld van (mogelijke) ervaringen van LGBTQ+'ers te geven. De protagonisten zijn daarbij zeer afwisselend in gender, leeftijd en sociale klasse.

Het festival heeft de korte film al jaren hoog in het vaandel staan en de selectie wordt daardoor geprezen door (LGBTQ+) filmfestivals. Roze Filmdagen staat internationaal bekend om de geboden kwaliteit en het unieke aanbod dat je nergens anders te zien krijgt.

## Programma 2021 + thema's

De selectie van films voor 2021 is deels bepaald door de erfenis van de door de lockdown gecancelde editie van 2020. Een deel van de films van de 2020 editie films is later dat jaar alsnog tijdens de 6 REDUX dagen vertoond, maar de speelfilms, documentaires en de korte filmprogramma's waar geen ruimte voor was in het beperkte REDUX-vertoningsschema

hebben we grotendeels naar 2021 kunnen verplaatsen. Dit na overleg met de distributeurs / filmmakers. De meeste rechthebbende stemden in met een nieuwe vertoning omdat er al eerder *screening fee* was betaald. Een paar titels konden niet meer vertoond worden, omdat de rechten inmiddels bij een andere partij lagen, waardoor er opnieuw betaald zou moeten worden en/of dat de film al door een Nederlandse distributeur was aangekocht. (zodat deze al in de bioscoop was uitgebracht of on demand te zien was.)

De rest van het programma werd aangevuld met nieuwe films die we op andere (online) festivals vonden of die ons werden toegestuurd als 'submissions' (via het Roze Filmdagen-website formulier of via het internationale submission platform FilmFreeway).

Naast een algemeen programma dat zich vooral richt op cinema die de LGBTQ+ community in al haar facetten representeert hadden we ook weer een aantal themaprogramma's. De inhoud daarvan hangt grotendeels af van het aanbod, filmmakers spelen in op ontwikkelingen in de samenleving:

### *Thema 1: CULTURE CLASH*

Cultuurverschillen zijn van alle tijden. Maar door migratie, segregatie, klassenverschillen en andere mechanismen is er een brede waaier aan breuklijnen die dwars door steden, buurten en gemeenschappen gaat. Waar deze grenzen overschreden worden, ontstaan conflicten. En filmmakers gebruiken deze spanningen om scherpe, relevante, soms schurende maar daardoor des te krachtiger verhalen te vertellen. Wrijving brengt glans, en geeft ons festival de gelegenheid de onderbelichte zijden te laten zien.

### *Thema 2: DUTCH DELIGHTS*

Door de talloze internationale producties die het festival rijk is, zouden we bijna vergeten dat er ook bijzondere films in eigen land gemaakt worden. We zijn er trots op om ook dit jaar weer een verscheidenheid aan korte Nederlandse producties te tonen. Een van de geselecteerde korte films van eigen bodem (Made in Holland – shorts programma) maakt kans om genomineerd te worden voor de Iris Prize (Cardiff) waarvoor Roze Filmdagen een nominerend festival is. De winnaar ontvangt £30.000 om een nieuwe

film te maken. De korte film dingt jaarlijks in oktober tijdens het festival in Cardiff meedingen naar deze prijs.

De nominatie tijdens Roze Filmdagen komt tot stand naar aanleiding van een 50/50 stem van het publiek en het programmeringsteam.

### *Thema 3: IT'S ALL IN YOUR MIND*

Gelukkig is er de laatste jaren steeds meer aandacht voor geestelijke gezondheid, waarmee eventuele worstelingen uit de taboesfeer worden gehaald en steeds meer van ons zien dat we er niet alleen voor staan. De kracht van film is dat het dit thema op vele manieren inzichtelijk kan maken, van ernstig tot luchtig.

### *Thema 4: NEXT GENERATION*

Identiteiten verschuiven en nieuwe verhalen komen op. Jonge generaties kijken anders naar seksuele en genderidentiteit, coming-out en jezelf vinden dan de generaties voor hen; een hoopgevende ontwikkeling. Wat niet betekent dat jezelf en je relatie met de wereld ontdekken makkelijker is, maar wel anders. Als festival laten we deze ontwikkelingen nadrukkelijk laten zien met verhalen van en over de nieuwe generatie.

### *Thema 5: THE COLOR OF LOVE*

De golf van protest en bewustwording die wereldwijd met #BlackLivesMatter wordt gekenschetst, heeft natuurlijk al langer de aandacht van zwarte filmmakers. Bewust en onbewust racisme, het thematiseren van de dominante blik, dat alles levert actuele en urgente cinema op.

## [Alle films vertoond in 2021](#)

Filmtitels met cijfer (1) aanduiding verwijzen naar een van de bovenstaande thema's. Filmtitels met een (\*) aanduiding zijn programma's die vanuit de 2020-selectie naar de 2021-selectie zijn overgeheveld omdat deze door de noodgedwongen afgelasting in

2020 eerder niet vertoond konden worden. Dit zijn 14 titels van de 38 feature length films - speelfilms en documentaires- van het online aanbod 2020 en 5 programma's met korte films. De geselecteerde producties (38 feature length films en 78 korte films) zijn uit 42 landen afkomstig.

## Feature length films

(alfabetisch):

### **A SKELETON IN THE CLOSET**

(todos tenemos un muerto en el placard o un hijo en el clóset) - Argentinië 2020, 103 min, Nicolás Teté

**ALICE JÚNIOR** (4) - Brazilië 2019, 87 min, Gil Baron

**ARE WE LOST FOREVER** - Zweden 2020, 104 min, David Färdmar

**BENJAMIN** (\*) (3) - VK 2019, 89 min, Simon Amstell

**BETWEEN THE SEASONS** (gyejeolgwa gyejeol sai) (\*) - Zuid-Korea 2018, 98 min, Kim Junsik

**BITTER YEARS** (3) - Italië 2019, 109 min, Andrea Adriatico

**CICADA** (5) - VS 2020, 94 min, Matthew Fifer / Kieran Mulcare

**COCOON** (kokon) (\*) (4) - Duitsland 2020, 95 min, Leoni Krippendorff

**COWBOYS** - VS 2020, 85 min, Anna Kerrigan

**CUBBY** (\*) (3) - VS 2019, 83 min, Mark Blane / Ben Mankoff

**DATING AMBER** (4) - Ierland 2020, 90 min, David Freyne

**DOUZE POINTS** (\*) (1) - Israël 2019, 90 min, Danny Sirki

**DRY WIND** (vento seco) - Brazilië 2020, 110 min, Daniel Nolasco

**EL CAZADOR** (young hunter) (\*) (4) - Argentinië 2019, 100 min, Marco Berger

**FORGOTTEN ROADS** (la nave del olvido) (1) - Chili 2019, 106 min, 71 min, Nicol Ruiz Benavidez

**GOODBYE MOTHER** (thưa mẹ con Đì) (1) - Vietnam 2019, 106 min, Trinh Dinh Le Minh

**GOSSAMER FOLDS** (5) - VS 2020, 96 min, Lisa Donato

**HAPPY ENDING** (\*) - Denemarken 2019, 93 min, Hella Joof

**JEUNE JULIETTE** (\*) (4) - Canada 2019, 97 min, Anne Émond

**KISS ME BEFORE IT BLOWS UP** (kiss me kosher) (1) - Duitsland / Israël 2020, 105 min, Shirel Peleg

**KOJIN** (toutes les vies de kojine) (1) (docu) - Irak / Frankrijk 2019, 88 min, Diako Yazdani

**LOVE, SPELLS AND ALL THAT** (aşk, büyü vs) - Turkije 2019, 96 min, Ümit Ünal

**METAMORPHOSIS** (\*) (1) - Filipijnen 2019, 98 min, Jose Enrique Tiglao

**MONSOON** (\*) (5) - Vietnam / VK 2019, 85 min, Hong Khaou

**NIMBY** (not in my backyard) (1) - Finland 2020, 95 min, Teemu Nikki

**ONE TAXI RIDE** (\*) (3) (docu) - Mexico / Singapore 2019, 84 min, C.K. Mak

**PRESENT STILL PERFECT** (kae nee koi dee laew song) (\*) -Thailand 2020, 110 min, Anusorn Soisa-Ngim

**QUEERING THE SCRIPT** (\*) (docu)- Canada 2019, 93 min, Gabrielle Zilkha

**RIALTO** (3) - Ierland / VK 2019, 115 min, Peter Mackie Burns

**SAME BUT DIFFERENT: A TRUE NEW ZEALAND LOVE STORY** (\*)- Nieuw-Zeeland 2019, 95 min, Nikki Si'ulepa

**SHIVA BABY** - VS 2020, 77 min, Emma Seligman

**SUBLET** - Israël / VS 2020, 89 min. Eytan Fox

**THE MAN WITH THE ANSWERS** (o anthropos me tis apantiseis) - Cyprus / Griekenland / Italië 2021, 80 min, Stelios Kammitis

**THE OBITUARY OF TUNDE JOHNSON** (5) - VS 2020, 104 min, Ali LeRoi

**THE TEACHER** (wo de ling hun shi ai zuo de) (\*) - Taiwan 2019, 92 min, Ming Lang Chen

**THROUGH THE GLASS DARKLY** (3) - VS 2020, 103 min, Lauren Fash

**VALENTINA** (4) - Brazilië 2020, 93 min, Cássio Pereira dos Santos

**YO ADOLESCENTE** (memories of a teenager) (\*) (3) - Argentinië 2019, 105 min, Lucas Santa Ana

## Korte films

Korte films spelen een belangrijke rol in het festival. Jonge regisseurs debuteren vaak met een korte film onder andere omdat het

makkelijker is financiering te vinden. Zeker als het in het land van oorsprong niet heel makkelijk is om LGBTQ+ -thematiek te behandelen.

En natuurlijk zijn er vele filmmakers die zich als een vis in het water voelen in het korte genre, en geen enkele behoefte hebben om langer te gaan werken. Korte film is een kunstvorm op zich, en een krachtig verhaal kan ook in enkele minuten worden neergezet.

Korte films zijn buiten festivals om maar weinig te zien en de unieke thematische samenstelling van de programma's maakt deze filmblokken elk jaar populairder bij het publiek.;

Dit jaar hebben we 11 programma's vertoond (bestaande uit 78 korte films):

**A RED LETTER DAY** – onverwachte ontmoetingen zorgen voor betekenisvolle momenten.

**ADVENTURES IN DATING** - online dating en one night stands

**BEAUTIFUL PEOPLE** - “heb jezelf lief als je naaste” (genderdiversiteit)

**BETWEEN TWO ISLANDS** – Verkenning van verschillende relatiefacetten

**BREAK 4 LOVE** – Onverwachte ontmoetingen en verrassende wendingen

**HAPPINESS IS AN OPTION** – Verschillende fasen van vrouwenrelaties

**MADE IN HOLLAND** – Eclectische oogst van eigen bodem

**THIS USED TO BE OUR FUTURE** – Ligt er liefde in het verschiet?

**TO FACE THE TRUTH** – hoe lang kun je een geheim bewaren?

**UP AGAINST IT** – de wilde Jaren tussen jongen en man

**WEIRD EN WONDERFUL** – alles is mogelijk in deze ode aan het onverwachte

In tegenstelling tot de lange films, die te zien waren op vaste starttijden, hebben we programma's met korte films het hele festival doorlopend beschikbaar kunnen maken. Je kon te allen tijde een kaartje kopen en genieten van een van de 11 thematisch geselecteerde short-blokken.



Programma's met (\*) aanduiding zijn programma's die vanuit 2020 naar 2021 zijn overgeheveld omdat door eerdere afgelasting van het festival (1<sup>ste</sup> corona lockdown - 12 maart 2020) deze niet vertoond konden worden en tijdens de Redux dagen niet alle programma's in het alternatieve programma konden worden opgenomen. (van de onderstaande programma's zijn er 5 van de in totaal 11 shorts programma's doorgeschoven van het gecancelde 2020 programma naar het streaming platform van 2021)

### **A RED LETTER DAY**

S.A.M - VK 2020, 16 min, Ely & Eyre

COSMOPOLITAN (5) - Israël 2020, 8 min, Moran Nakar

AND WE COLLIDE - China 2020, 19 min, Lanca Li Dongni

LAND OF THE FREE (du gamla, du fria) - Zweden 2020, 11 min, Dawid Ullgren

IT'S JUST IN MY HEAD - Italië 2020, 17 min, Marius Gabriel Stancu

BLACK LIPS (1) - Australië 2019, 15 min, Adrian Chiarella

ESCAPING THE FRAGILE PLANET - Griekenland 2020, 18 min, Thanasis Tsimpinis

### **ADVENTURES IN DATING**

1-1 - Zweden 2020, 7 min, Naures Sager

THE D\*CK APPOINTMENT - VS 2020, 10 min, Mike Roma

DIRTY (4) - VS 2020, 11 min, Matthew Puccini

SEDUCED (verführt) - Duitsland 2020, 3 min, Benjamin Hujawa

LITTLE VIRGIN - Frankrijk 2020, 11 min, Benoît Masocco

BENDER - Australië 2020, 15 min, Alex Cardy

U UP? - Hongarije 2020, 9 min, Viktória Szemerédy

GLANCES - Rusland / VS 2020, 7 min, Aleksei Borovikov

POMPEII - VK 2020, 9 min, Harry Lighton / Marco Alessi / Matthew Jacobs Morgan

LIMITS (límites) - Spanje 2020, José Antonio Valera

### **BEAUTIFUL PEOPLE**

VICTORIA - Spanje 2020, 8 min, Daniel Toledo Saura

FROG CATCHER - VS 2020, 18 min, Reina Higashitani  
SELMA AFTER THE RAIN (selma depois da chuva) - Brazilië 2019, 12 min, Loli Menzes  
QUEENS - VK 2020, 18 min, Nick Bechman  
ESCAMAS (shedding skin) - Spanje 2020, 17 min, Katherina Harder Sacre  
MY BROTHER IS A MERMAID (4) - VK 2019, 20 min, Alfie Dale

### **BETWEEN TWO ISLANDS (\*)**

A COUPLE (aquele casal) (3) - Brazilië 2019, 20 min, William de Oliveira  
DELIVERY BOY - Hong Kong 2019, 16 min, Hugo Kenzo  
WE'RE NOT HERE - Australië 2019, 11 min, Bonnie Moir  
TRADITION - Georgië / Duitsland 2019, 23 min, Soso Bliadze  
ADAGIO - Spanje 2019, 7 min, Yago de Torres  
SPARKLING CANDLES - Griekenland 2019, 9 min, Thanasis Neofotistos

### **BREAK 4 LOVE (\*)**

MADRID - ESTOCOLMO (madrid - stockholm) - Spanje 2019, 19 min, Antonio Ledesma Vila / Carmen Kaltchev Soto  
GLUE - VK 2019, 4 min, Eleanor Capaldi  
THEIR HAPPINESS (a felicidade delas) - Brazilië 2019, 14 min, Carol Rodrigues  
ALMOST... - VK 2019, 5 min, Teresa Garratty  
AYANEH (4) - Zwitserland 2019, 15 min, Nicolas Greinacher  
THE BOOTH - India 2018, 5 min, Rohin Raveendran Nair  
THE PASSING - VK 2019, 15 min, Nichola Wong  
I KNOW HER - VS 2019, 3 min, Fawzia Mirza

### **HAPPINESS IS AN OPTION**

BABYDYKE (babylebbe) (4) - Denemarken 2020, 20 min, Tone Ottilie  
BREAK IN - VS 2020, 16 min, Alyssa Lerner  
POLYGRAPH (1) - Israël 2020, 20 min, Samira Saraya  
THE CORNER - Noorwegen 2020, 5 min, Ida H. Eldøen  
LOVE X BITES - Myanmar 2020, 18 min, Myat Noe / Yupar Momo

REVOLVO - Duitsland 2020, 8 min, Francy Fabritz

WINGS - VK 2020, 18 min, Jamie Weston

### **MADE IN HOLLAND (2)**

FRUITY - Nederland 2019, 1 min, Selwin Vervoort

FIETSVAKANTIE (cycling trip) - Nederland 2019, 15 min, Sven Peetoom

MEISJESJONGENSMIX (girlboymix) - Nederland 2020, 6 min, Lara Aerts

HARTENPRINS (prince of hearts) - Nederland 2020, 25 min, Zino Bakker

VLINDERS (butterflies) - Nederland 2020, 23 min, Liza Koifman

MARLON BRANDO - Nederland 2020, 20 min, Vincent Tilanus

### **THIS USED TO BE OUR FUTURE (\*)**

6:23 AM - VK 2019, 4 min, Geoffrey Breton

BLÅ (blue) - Noorwegen 2018, 15 min, Ingrid Marie Røine

CAME THE WAVE - Frankrijk 2018, 20 min, Benjamin Busnel

MINO: A DIASPORIC MYTH - VS 2019, 18 min, Ashunda Norris

IN ORBIT - Ierland 2019, 17 min, Katie McNeice

VIRTUAL GUARD (la guardia virtual) - Argentinië 2019, 15 min, Daniela Aginsky

### **TO FACE THE TRUTH (\*)**

ISHA (1) - VK 2018, 15 min, Christopher Manning

BLACK HAT - VS 2019, 15 min, Sarah Smith

NOBODY WANTS YOUR TRUTH (nadie quiere tu verdad) - Spanje 2019, 6 min, Diego Roma

SUNDAY - India 2019, 10 min, Alun Fulara

FIRST POSITION -VS 2019, 21 min, Michael Elias Thomas

UN EDÉN PARA LADY HELENA (3) - Ecuador 2019, 5 min, Carina López

MAGNETIC HARVEST (la traction des pôles) - Frankrijk 2019, 23 min, Marine Levéel

### **UP AGAINST IT (\*)**

AMINE (1) - België 2019, 21 min, Noha Choukrallah  
HANN (his name) - IJsland 2019, 14 min, Rúnar Thor Sigurbjörnsson  
PLAY IT LIKE A MAN (un été viril) - Frankrijk 2018, 22 min, Laurent Lunetta  
FAMILY FIRST - Italië 2019, 7 min, Marco Mucig  
THE EDGE (4 fromages) - Frankrijk 2019, 18 min, David Chausse  
CUBAN HEEL SHOES (zapatos de tacón cubano) - Spanje 2019, 19 min, Julio Mas Alcaraz

### **WEIRD AND WONDERFUL**

EXTRA FLAVOUR (l'empoté) - Frankrijk 2020, 8 min, Carlos Abascal Peiró  
POLTER - Spanje 2019, 10 min, Álvaro Vicario  
THE NAP (la sieste) - België 2020, 14 min, Mickaël Gloro  
WHEN IN ROME (paese che vai) - Italië 2020, 11 min, Luca Padrini  
BABY LIES TRUTHFULLY - VK 2020, 6 min, Joe Ingham  
CATRAMINA - Argentinië 2020, 11 min, Horacio Parisotto  
GUARDIAN - Spanje 2020, 5 min, Pablo Arreba  
MY FAMILY - Singapore 2020, 8 min, Yan Qiu Foong  
THE COW OF FIRE - Portugal 2020, 23 min, Vasco de Oliveira

### **Awards**

Het publiek kon opnieuw hun waardering omzetten in een stem na afloop van de online vertoning (waardering op een schaal van 1 tot 5 sterren, waarbij de 5 als hoogste waardering telt). Alle films die vertoond werden gingen mee, alle korte films konden individueel beoordeeld worden.

In tegenstelling tot zaal voorstellingen werd er wat minder gestemd. Normaal ontkom je niet aan de stembakjes bij het verlaten van de zaal, waardoor bijna elke bezoeker een stem uitbrengt.

De praktijk leerde ons dat online veel bezoekers niet de moeite namen om te stemmen omdat men als de aftiteling loopt vaak het platform direct afsluit en niet de moeite meer neemt om naar de

startpagina te gaan (of wacht tot dat vanzelf gebeurt als de aftiteling eindigt) om te gaan stemmen.

Gelukkig is er wel voldoende gestemd om een goed beeld te krijgen van de algemene waardering en konden er toch een aantal (naast twee jury awards) publieksprijzen worden toegekend.

### Jury Awards

Best Feature Length Film: CICADA (dir. Matthew Fifer / Kieran Mulcare, Verenigde Staten)

Best Short Film: VICTORIA (dir. Daniel Toledo Saura, Spanje)

### Audience Awards

Best Mix Feature: DATING AMBER (dir. David Freyne, Ierland)

Best Female Feature: BETWEEN THE SEASONS (dir. Kim Junsik, Zuid-Korea)

Best Male Feature: CICADA (dir. Matthew Fifer / Kieran Mulcare, Verenigde Staten)

Best Documentary: ONE TAXI RIDE (dir. C.K. Mak, Singapore)

Best Female short: WINGS (dir. Jamie Weston, Verenigd Koninkrijk)

Best Male short: HANN (dir. Rúnar Thor Sigurbjörnson, IJsland)

Best Mixed short: FROG CATCHER (dir. Reina Higashitani, Verenigde Staten)

Nominee Iris Prize: VLINDERS (Liza Koifman, Nederland)

*Free To Be Me Award (sponsored by Hivos):*

VALENTINA (dir. Cássio Pereira dos Santos (Brazilië))

Dit jaar verbond Hivos voor het vierde achtereenvolgende jaar aan de Free To Be Me Award. Met deze award wordt een film onderscheiden die sterk bijdraagt aan de acceptatie van LGBTQ+'ers in een land waar dat niet vanzelfsprekend is. De prijs is een blijk van waardering voor de maker en geeft die een extra podium. Naast een geldbedrag

wordt de maker ook uitgenodigd om op het festival de prijs in ontvangst te nemen, maar vanwege Corona was dat niet mogelijk. Dit is vervangen door een online interview / introductie voorafgaand aan de filmvertoning.

De korte video's met de 'acceptance speeches' van een aantal award winnaars stonden de ochtend na het festival op de website bij het overzicht van alle winnaars, inclusief juryrapportjes en *runners up*.

### RANDPROGRAMMERING : Weekend Talks

Roze Filmdagen is normaliter natuurlijk meer dan een aanbod van cinematografische parels. Er is altijd ruimte voor inhoudelijke verdieping van de thema's die ons interesseren en die ons aangaan. Dit doen we normaal gesproken middels Q&A's, debatten, paneldiscussies of masterclasses. Daarnaast zijn we een fysieke plek om samen te komen, LGBTQ+ gerelateerde cultuur te beleven, tussen de screenings door met elkaar in gesprek te gaan en na afloop aan de bar van het bruisende Het Ketelhuis wat te drinken. Er waren al plannen voor bovengenoemde onderdelen, maar toen duidelijk werd dat het festival alleen online door zou gaan hebben we heel snel een mooi alternatief op kunnen zetten.

Met behulp van en in samenwerking met Cultuurhuis Felix Merites (die van de nood een deugd maakte en een 'cultureel noodhospitaal' had opgezet) konden we een viertal talkshows opnemen die tijdens het festival op weekendmiddagen om 15.00 uur gratis te zien waren en daarna beschikbaar bleven.

Twee talkshows gingen verdiepend in op thematische programma's van 2021, de andere twee belichtten aspecten van LGBTQ+ filmmaken. De talkshows werden op één dag na elkaar opgenomen met twee verschillende hosts als gezicht: Mandy Woelkens en Bo Hanna. Mandy Woelkens is presentator, editor, maker van CoupleGoals De Podcast en managing editor bij Cosmopolitan. Bo Hanna is freelance journalist, presentator en documentairemaker. Hij

publiceerde in onder andere NRC, De Volkskrant en Vice. Daarnaast werkt hij als redacteur bij BNNVARA.

Kijk hier de vier Weekend Talks terug:

<https://vimeo.com/showcase/rfd-weekendtalks>

### Weekend Talk 1: *QUEER FILMMAKEN IN NEDERLAND*

Bo Hanna in gesprek met alle filmmakers van wie shorts zijn opgenomen in het Made in Holland-programma van Roze Filmdagen 2021. Deze 6 films maken kans om namens Roze Filmdagen genomineerd te worden voor Iris Prize. Daarnaast komt de filmmaker van de vorig genomineerde film / de winnaar van Iris Prize 2020 langs (Victoria Warmerdam – Korte Kuitspier) Tot slot is er ook nog aandacht voor een nieuw project (AYOR van Tom Bakker) dat in samenwerking met het festival een wereldpremière zal beleven. Er wordt geanimeerd gesproken over een ieders drijfveer om deze LGBTQ+ gerelateerde films te maken en hoe het überhaupt gesteld is met queer filmmaken in Nederland.

De 6 korte films uit het Made in Holland programma zijn de hele festival periode on demand te zien. Bij elke afzonderlijke kort film kan een waardering achtergelaten worden. Deze publieksstemmen tellen voor 50% mee voor keuze van de nominatie. De andere 50% van de stemmen wordt door het programmeringsteam gegeven.

Gasten:

Victoria Warmerdam (regisseur KORTE KUITSPIER - winnaar Iris Prize 2020)

Sven Peetoom (regisseur van FIETSVAKANTIE)

Jetske Lieber (actrice) + Loes Komen (producent van MARLON BRANDO)

Selwin Vervoort (regisseur / animator van FRUITY)

Lara Aerts (regisseur van MEISJESJONGENSMIX)

Zino Bakker (regisseur) + Randy Duursma (producent van HARTENPRINS)

Liza Koifman (regisseur/ actrice van VLINDERS)

Rogier Kramer (producent) + Tom Bakker (regisseur van AYOR – wereldpremière (theatraal) uiteindelijk op 29 juli 2021)

## Weekend Talk 2 : *IT'S ALL IN YOUR MIND*

Bo Hanna heeft een open gesprek met drie gasten naar aanleiding van het film-themaprogramma *It's All In Your Mind*.

Gelukkig is er de laatste tijd meer aandacht voor geestelijke gezondheid, waarmee eventuele worstelingen uit de taboesfeer worden gehaald. en je het gevoel geven dat je er niet alleen voor staat. De kracht van film is dat het dit thema op vele manieren kan laten zien, van ernstig tot luchtig.

Onderwerpen die besproken worden zijn o.a:

- Hoe wordt mentale gezondheid (van queers) in films en op tv verbeeld? Is dit meestal geloofwaardig? En is het goed dat deze vormen van representatie er zijn of kunnen ze ook bijdragen aan het voortbestaan of verergeren van geestelijke gezondheidsproblemen?
- Wat zijn redenen dat onder LGBTQ+'ers, met name jongeren, meer psychische klachten zijn dan onder cis-hetero's?
- In hoeverre speelt de omgeving hierin een rol (werk/school/geloof/familie)?
- Wat kan de omgeving van queer personen doen om hen te steunen, in algemene zin en in noodsituaties?

Gasten:

Kris van der Veen - Kwartiermaker 113

Damani Leidsman - curator, danser, singer-songwriter en gewijd aan community care

Henk Burger - scenarioschrijver, dramaturg, docent, documentairemaker



### Weekend Talk 3: *THE COLOR OF LOVE*

Dit keer een gesprek naar aanleiding van het film-themaprogramma: The Color of Love:

De golf van protest en bewustwording die wereldwijd met #BlackLivesMatter wordt gekenschetst, heeft natuurlijk al langer de aandacht van filmmakers. Bewust en onbewust racisme, het thematiseren van de dominante blik, dat alles levert spannende, actuele en urgente cinema.

Een van de films in dit themaprogramma is *THE OBITUARY OF TUNDE JOHNSON*.

Naar aanleiding van deze film en het themaprogramma spreekt Mandy Woelkens met de regisseur Ali LeRoi: "The idea of people being able to be who they are and live as they are is really the core – if I could say there's a message in this film, that might be it."

Zo praten o.a. over wat de functie was van de timeloop-mechaniek en hoe het als regisseur was daarmee te werken; hoe LeRoi het script, geschreven door de destijds 19-jarige Stanley Kalu, heeft gevonden; waar de film voor staat en wat hij wil vertellen. Over LeRoi's werkwijze; hij heeft samengewerkt met een heel divers team en veelvuldig advies ingewonnen om te verzekeren dat alle lagen van het verhaal, zo ook de queer laag, integer en reëel waren.

Ook gaat het gesprek over waarom realistische en positieve representatie en representatie vanúit i.p.v. over een community belangrijk is, en hoe het was om de film in distributie te hebben te hebben vlak voordat de pandemie en de BLM-protesten uitbraken.

### Weekend Talk 4: *LGBTQ+ REPRESENTATIE IN FILM EN OP TV*

Mandy Woelkens praat dit keer met een viertal creatieven uit de community die in gesprek gaan over LGBTQ+ representatie in film, online en op tv. Een onderwerp dat aansluit bij de noodzakelijkheid

van het festival. De nog steeds beperkte aanwezigheid van LGBTQ+ personages of personen in de mainstream media is voor de organisatie een belangrijke drijfveer om de LGBTQ+ community zichtbaar te maken en voor de 4 gasten een motivatie om hun steentje aan deze representatie bij te dragen.

- Hoe staat het er op dit moment voor met representatie van queers in films en op tv? Hoe is de situatie nu ten opzichte van een paar jaar geleden? Wat mist er nog?

- Wat vind men van het laten spelen van queer rollen door cis-hetero acteurs?

- En wat als niet de acteurs, maar wel de regisseur/maker queer is?

- Stel, het probleem van gebrek aan *equal opportunity* zou wegvallen en er zou echte gelijkheid van kansen zijn tussen queer en cis-hetero acteurs en makers? Zijn de 'spelregels' dan anders?

Gasten:

Hanna van Vliet (co-creator / actrice ANNE+)

Bappie Kortram (co-host YouTube-kanaal KUTMANNEN)

Ayla Çekin Satijn (naast actrice in o.a. ANNE+, regisseur van op dat moment op handen staande korte film BEŞ)

Flip Zonne Zuiderland (regisseur van dramaserie SELFMADE MAN)

Naast de 4 Talkshows waren ook de Opening Night - en Closing Night speech vooraf opgenomen en voorafgaand aan de bijbehorende films afgespeeld.

Elke filmvertoning startte altijd met de festivaltrailer en 3 korte commercials van de Premium Partners / sponsors (Hivos / ABNAMRO en Aidsfonds). Fondsen sponsors en andere partner organisaties werden - naast vermelding op de website en in de festivalkrant - op de homepage van het online platform vermeld.

Na de Openingsfilm werd een (ook eerder opgenomen) uitgebreide Q&A met de regisseur van de film vertoond.

[Vertoningen en co-presentaties buiten het festival om](#)

DE STAD WAS VAN ONS (RFD film uit programma 2020) – co-presentatie (online) bij FILM FESTIVAL ASSEN (05/03)

PLAYDURIZM – co-presentatie + Q&A (beide online) bij IMAGINE online filmfestival (07/04)

ALICE JUNIOR (RFD film 2021) – co-presentatie + inleiding bij TRANSCREEN online filmfestival (13/05)

MADE IN HOLLAND shorts (RFD programma 2021) + theatrale premiere korte film AYOR (+Q&A) 29/07 – Het Ketelhuis (29/07) – ihkv Pride Amsterdam

COWBOYS (RFD film 2021) – vertoning voorafgegaan door literaire column (geïnspireerd op de film) door Thomas van der Meer (in samenwerking met SLAA – FilmHallén (02/08) - ihkv Pride Amsterdam

ARE WE LOST FOREVER – Theatrale première (NL distributie) + Q&A met regisseur David Färdmar) - Het Ketelhuis (05/08) - ihkv Pride Amsterdam

MADE IN HOLLAND shorts (RFD programma 2021) - CICADA – FORGOTTEN ROADS (RFD films 2021) – co-presentaties tijdens QFFU (Queer Film Festival Utrecht) (20-29/08)

SCREAM QUEEN, MY NIGHTMARE ON ELMSTREET – RFD presenteert speciale, eerder uitgestelde vertoning (door Covid-19 restricties) onderdeel van een Queer cinema reeks van Forum, Groningen (30/08)

CICADA + FORGOTTEN ROADS + KOJIN (RFD films 2021) - RFD presenteert (+ inleidingen) - LantarenVenster (21/09) ihkv Rotterdam Pride

LOLA VERS LA MER – RFD programeert voor HvA Pride (+inleiding) - Rialto (28/10)

MARICÓN PERDIDO – co-presentatie + inleiding bij Amsterdam Spanish Film Festival – Pathé de Munt (07/11)

DONDE CABEN DOS – co-presentatie + inleiding bij Amsterdam Spanish Film Festival – Pathé de Munt (12+14/11)

### 3. PUBLIEK

#### *3.1 Doelgroepen*

##### *LGBTQ+ gemeenschap en bondgenoten*

Nog steeds bestaat het hoofddeel van onze doelgroep uit de LGBTQ+ community en haar *allies*. Ons streven is dat zoveel mogelijk mensen uit deze brede en diverse gemeenschap zich gerepresenteerd zien in onze programmering, marketing, personele samenstelling en samenwerkingen en zich daardoor welkom bij ons voelen. Uit verscheidene rapporten blijkt dat de acceptatie van queers door cishetero gemeenschappen alsook het gevoel van veiligheid van LGBTQ+ mensen de laatste jaren tanende is. Ook het aantal transfobe ne homofobe incidenten lijkt toe te nemen. Juist in dit licht is het van belang dat wij als festival oprechte, inclusieve en gelaagde representatie bieden voor zoveel mogelijk delen van onze gemeenschap. Zodoende hebben wij aan onze gebruikelijke werkwijze vastgehouden en onze programmering en de beeldvorming in onze marketing zeer divers in (queer) perspectief, cultuur van herkomst, thematiek en genre gemaakt. Dit alles met tevens de hoge artistieke kwaliteit van de films in het oog houdende, zodat we een waardige bijdrage leveren aan het aanbod van LGBTQ+ cultuur in Amsterdam.

##### *Filmliefhebbers*

Als queer filmfestival hebben wij een dubbelrol. Niet alleen hebben we een maatschappelijke functie, onze artistieke missie is minstens net zo belangrijk voor ons. Als professioneel filmfestival richten wij ons op iedereen die houdt van film – zij het speelfilm, korte film of documentaire – als kunstvorm. Wij zelf programmeren vanuit liefde voor film en zijn er trots op jaarlijks veel kwalitatief hoogstaand werk te vertonen dat (nog) nergens anders te zien is. We streven constant vernieuwing na en doen ons best aan te sluiten op de actualiteit en trends in het vak en in de samenleving.

### *Scholieren en jongeren*

Naast bovenstaande missies dichtten we onszelf ook een educatieve en verbindende rol toe. Zodoende richten we ons op het bereiken van scholieren en jongeren om hen kennis te laten maken met queer cultuur en via deze weg een begeleid gesprek te openen over LGBTQ+ identiteiten. Voor sommige jongeren zal dit een eerste kennismaking zijn met doordachte representatie en de onderwerpen die ons als community bezighouden – en voor sommigen zal het een feest van (h)erkenning zijn. Het doel is deze beide groepen op een veilige manier met elkaar in gesprek te laten gaan. We willen bijdragen aan de normalisering van het openlijk en veilig bespreken van dit soort thema's en het openlijk en veilig uiten van LGBTQ+ identiteiten. Hierdoor kan de acceptatie vergroot worden en pestgedrag verminderd, op een manier die binnen de dagelijkse schoolpraktijk lastiger is. De respons vanuit de deelnemende scholen heeft de afgelopen jaren getoond dat een beeldend medium als film, gekoppeld aan een door het COC professioneel begeleid nagesprek, hier zeer geschikt voor is.

Nadat in 2020 een deel van onze jongerenprogrammering noodgedwongen verviel, hoopten we in 2021 een inhaalslag te kunnen maken. Tot onze grote spijt zaten we dit jaar echter in een nog strengere lockdown dan vorig jaar en was de uitvoering van een programma zoals hierboven omschreven niet haalbaar.

Omdat voor het slagen van dit deel van de programmering een fysiek samenzijn essentieel is, hebben we ervoor gekozen dit programma-onderdeel op de wachtlijst te zetten voor 2022. Voor dat jaar staat naast ons bestaande programma met verschillende middelbare scholen ook een nieuwe samenwerking met de Hogeschool van Amsterdam op de rol.

### *Biculturele LGBTQ+’ers*

Het zit ingebakken in de werkwijze van Roze Filmdagen dat we ons in de hoofd- en randprogrammering richten op LGBTQ+’ers met een bi-culturele achtergrond. We maken er een punt van films uit zoveel mogelijk landen te programmeren. Naast dat we dat zelf een belangrijk onderwerp programmeren we mee met wat er wereldwijd door filmmakers geproduceerd wordt (die veelal inspelen op de actuele/ urgente thema’s. Het onderwerp wordt bewust belicht of zit meer en meer organisch in de cast / plot verwerkt.

We zijn blij dat we onze vaste samenwerking met COC Cocktail dit jaar in online vorm hebben kunnen voortzetten. Dit project helpt de isolatie van LGBTQ+ migranten te verminderen, wat in tijden van pandemie en lockdown nog urgenter dan normaal was. Ook de banden met CinemAsia zijn warm gehouden: we overleggen met hen over programmeerkeuzes en co-hosten op elkaars festivals. Ook is de jaarlijks uitgereikte Hivos Free To Be Me Award gelinkt aan deze doelgroep. In deze periode van grootschalige isolatie en dreigende eenzaamheid waren we nog meer gesterkt in onze missie een festival te zijn waar álle queer mensen een stukje van zichzelf en hun community kunnen terugvinden.

In de professionaliseringsslag die we als organisatie aan het maken zijn, is een van de stappen om processen en beleid beter vast te leggen. Het opstellen van een inclusiebeleid waar bi-culturele doelgroepen onderdeel van zijn, hoort daarbij. Het

opstellen van dit beleid zullen we voor de volgende Kunstenplanperiode hebben ingezet.

Ook al is de programmering op alle mogelijk denkbare fronten divers en inclusief, er kan zeker nog meer ingezet worden om een divers (oa bi-cultureel) publiek te bereiken.

### *3.2 Marketing en promotie*

Een festival organiseren in een pandemie is op veel vlakken een onvoorspelbare bezigheid. Alle formules en strategieën voor marketing waar je normaal op terug kunt vallen, en voorspellingen die je kunt doen over publieksbereik, zijn wankel. In het eerste jaar van de pandemie is ons evenement, net als dat van veel van onze collega's, noodgedwongen afgelast. Later in het jaar hebben we op gefragmenteerd en op kleine schaal een deel van de programmering alsnog vertoond, maar op zeer andere wijze dan ons idealiter voor ogen staat. In dit tweede pandemische jaar wilden we proberen toch terug te gaan naar de kern en een echt festival op één moment en eventueel locatie te houden. Door deze omstandigheden hadden we geen reëel vergelijkingsmateriaal voor hoe dit jaar eruit zou zien en was het lastig te bepalen wat de beste marketingstrategie zou zijn. Bovendien bleef lang onduidelijk hoe de COVID-maatregelen eruit zouden zien ten tijde van het festival en dus welke vorm het festival zou krijgen (hybride of toch volledig online). Deels belemmerde dit het gestructureerd inplannen van marketingwerkzaamheden. Desondanks is het uiteindelijk gelukt om het gebruik van ons reguliere budget een aangepaste en succesvolle campagne uit te voeren. Hieronder lichten we toe hoe.

Als merk is Roze Filmdagen een sterke en herkenbare aanwezigheid in Groot-Amsterdam en ten dele ook daarbuiten.

#### *Offline marketing*

Normaliter wordt onze full-colour festivalkrant in tabloidformaat verspreid op relevante adressen in de stad, zoals (LGBTQ+) horecagelegenheden. In de loop der jaren heeft een significant aandeel van onze bezoekers aangegeven veel waarde te hechten aan de papieren krant om in te kunnen bladeren en aankruisen naar welke screenings ze willen, en deels ook als aandenken aan het festival van dat jaar. Ondanks het feit dat tijdens de voorbereidingen onduidelijk was of er een nieuwe lockdown zou komen, hebben we daarom gekozen voor het hoe dan ook drukken van de krant. Ons uitwijkplan was dat als de mensen niet naar de krant konden komen, we de krant naar de mensen toe zouden brengen. Toen de nieuwe lockdown dan toch werd afgekondigd, hebben we een formulier op onze website gezet en via social media gepromotet waarmee geïnteresseerden een krant konden opvragen die naar hun huisadres werd verstuurd. Dit was een gratis dienst, om publieksverlies te voorkomen.

Een extra motivatie om de krant wel te drukken en bij het publiek te bezorgen was van praktische aard. In 2020 kon het grootste deel van de oplage direct naar de papier recycle bakken vanwege het gecancelde festival. De krant is niet alleen een informatie verstrekker (programma, tickets en locatie), maar ook staan er betaalde advertenties in naast advertenties van de sponsors (als onderdeel van het sponsorpakket). Aangezien de advertenties allemaal al betaald waren hebben we met elke adverteerder kunnen afspreken om de advertentie (kostenloos) naar de volgende editie van het festival door te schuiven.

Toen bleek dat we volledig online moesten gaan, is besloten sterk in te zetten op een landelijke campagne. Omdat uit publieksonderzoek steevast blijkt dat onze outdoor campagne in Amsterdam zeer effectief is, hebben we ervoor gekozen deze, hetzij op iets bescheidener niveau, ook in de andere grote (studenten) steden van Nederland te lanceren. Het ging hierbij om



een buitencampagne met A0-posters in Groningen, Nijmegen, Rotterdam, Utrecht en Den Bosch.

### *Online marketing*

Net als in 2020 was de online marketing dit jaar van groot belang om ons (potentiële) publiek te bereiken, evenals om hen doorlopend te informeren over de meest recente stand van zaken omtrent wat de immer wijzigende COVID-maatregelen betekenden voor het festival en hun bezoek. We hebben regelmatig informatieve en wervende nieuwsbrieven naar onze achterban verstuurd, die historisch goed worden gelezen.

Ook hebben we onze socials actief gehouden. Omdat we dit jaar nog geen pr-medewerker in dienst hadden, hebben we voor het eerst samengewerkt met een marketingbureau dat voor een schappelijk tarief een doelgroepgerichte advertentiecampagne voor ons heeft gerund, met goede resultaten voor onze zichtbaarheid. Aan de grote online interactie die ontstond met ons publiek merkten we eens te meer hoe betrokken en enthousiast onze achterban is, wat om vele redenen, maar zeker in onzekere tijden natuurlijk ontzettend waardevol is.

Op moment van schrijven hadden we op Facebook 5.511 volgers (+2,5% ten opzichte van het vorige bestuursverslag), op Instagram 2.568 (+28%), op Twitter 788 (gelijk gebleven) en op LinkedIn 183 (+16%). Dit beeld is niet geheel representatief voor de editie van 2021, omdat dit verslag in 2022 is opgesteld, maar toch is het zinvol om te laten zien dat ons bereik ook tijdens de pandemie is blijven stijgen.

Onze nieuwsbrief had in 2021 2.480 abonnees en een gemiddelde openingsrate van 52%. De gemiddelde openingsrate is 22,71%, blijkt uit onderzoek van Mailchimp uit 2019. Het publiek dat wij bereiken via onze online platformen kent een brede spreiding qua leeftijd: zo'n 75% is evenredig verdeeld over de groepen 25-34, 35-44 en 45-54. Op Facebook bereiken we daarnaast ook een

flinke groep in de leeftijdscategorie daarboven (18%), terwijl we op Instagram juist een extra groep jongeren onder de 24 bereiken (10%). Dit is te verwachten, gezien welke leeftijdsgroepen welke apps gebruiken.

De statistieken laten een geografische spreiding zien waarin vanzelfsprekend de nadruk ligt op Amsterdam met 2/5 van de volgers. Dan is er nog 1/5 die verspreid is over de grote en middelgrote Nederlandse steden. Tot slot bedienen we een relatief groot internationaal publiek van filmliefhebbers met nog eens 2/5 van ons totale bereik.

Hoewel we tevreden zijn met de samenstelling van de bereikte doelgroepen en de aantallen door de jaren heen gestaag zijn gestegen, zijn we van mening dat op dit punt een snellere gerichte groei van online bereik en engagement wenselijk is. Ons streven is daarom om in de loop van de volgende Kunstenplanperiode onze online aanwezigheid strategischer te beheren. Nu zijn deze werkzaamheden verspreid over het team, in plaats van dat er één gespecialiseerd persoon eindverantwoordelijk is. Om deze reden gaan we een marketingmedewerker aannemen. Dit is meegenomen in de nieuwe vierjaarsbegroting.

### *Publieksbereik*

Onder de LGBTQ+ evenementen heeft Roze Filmdagen na Pride Amsterdam traditioneel het grootste publieksbereik van de stad en een van de grootste van het land. Ook als filmfestival zijn we een serieuze speler. In de publicatie 'Film Facts & Figures of the Netherlands. Summer 2022 Issue' van het Nederlands Filmfonds is op pagina 30 het verloop van de bezoekerscijfers van de 10 grote filmfestivals van Nederland sinds 2018 te lezen. Uit deze cijfers is te deduceren dat wij in 2021 de landelijke top 10 zijn binnengekomen. We voelen grote sympathie voor onze collegafestivals die delen van hun publiek zijn kwijtgeraakt in de

pandemie en wensen natuurlijk dat dit slechts een tijdelijke ontwikkeling is. Tegelijkertijd zijn we er trots op dat wij in dit woelige jaar onze cijfers zo dicht bij het peil van onze pre-pandemische jaren hebben kunnen houden, met dit fantastische resultaat.

Deels is de goede 'opkomst' te danken aan een kern van trouwe bezoekers uit groot-Amsterdam, maar deels hebben we dankzij onze grootscheepse marketingcampagne een flink nieuw publiek in de rest van het land bereikt door het online festival waardoor films in elke uithoek van het land te zien waren zolang er maar een internet verbinding was. We konden zien dat er in elke provincie is ingelogd tot aan elk Waddeneiland aan toe. We kregen ook veel reacties dat men in den lande blij was met deze online Roze Filmdagen, omdat bezoekers eerder wegens de afstand of andere beperkingen niet konden komen, terwijl ze dit al langere tijd graag wilden.

In de evaluaties en in de voorbereidingen voor de komende editie (2022) en de edities er op volgend zullen we moeten bekijken hoe met deze bevindingen omgaan en hoe we dit eventueel implementeren nadat we ons over een aantal vragen hebben gebogen: Hoe verhouden onze kerndoelen van het fysieke festival (ontmoetingsplek voor de doelgroep waar samen 'onze' films beleefd worden door ze op het grote doek vertoond worden) zich tot de landelijke bereikbaarheid van de online editie. Werd de online editie vooral een relatief succes door een zeer trouw publiek en het momentum van de lockdown en avondklok? Wegen de financiële uitgaven voor het online platform op tegen de lagere inkomsten door lagere ticketprijzen en het meekijken?

<b>Roze Filmdagen Online (betalende kijkers)</b>	<b>6.256</b>
<b>Roze Filmdagen Online (meekijkers*)</b>	<b>3.184</b>
<b>Totaal</b>	<b><u>9.440</u></b>

\*Het geschatte aantal *meekijkers* is berekend aan de hand van vrijwillig verstrekte gegevens naar aanleiding van een optionele vraag die is toegevoegd aan het ticketsysteem (als onderdeel van het aankoopproces) om ons inzicht te geven in het (nieuwe) kijkgedrag dat online streaming met zich meebrengt. Ticketkopers konden aangeven of ze met meerdere (en hoeveel) de film of het filmprogramma aan het kijken waren terwijl er maar een ticket gekocht werd.

### **Bezoekersaantal van de online talkhows (gratis) : 2073**

Weekend talk 1 : queer filmmaken: 492

Weekend talk 2 : it's all in your mind: 559

Weekend talk 3 : the color of love: 461

Weekend talk 4 : LGBTQ+ representatie: 561

### **Bezoekersaantal gast- / extra programmering buiten het festival om: 1603**

08/03/2021 DE STAD WAS VAN ONS (via streaming platform): 80 bezoekers

15/04/21 PLAYDURISME - IMAGINE (via streaming platform): 100 bezoekers

13/05/21 ALICE JUNIOR - TRANSCREEN (via streaming platform): 45 bezoekers

29/07/21 ROZE SHORTS - MADE IN HOLLAND - Het Ketelhuis: 140 bezoekers

01/08/21 LITERATUUR EN FILM: COWBOYS – Filmhallen: 120 bezoekers

05/08/21 ARE WE LOST FOREVER - Het Ketelhuis: 140 bezoekers

22/08/21 MADE IN HOLLAND - QFFU / Bibliotheek Neude, Utrecht: 80 bezoekers

29.08/21 CICADA - QFFU / Pathé Rembrandt, Utrecht: 120 bezoekers

30/08/21 SCREAM QUEEN, MY NIGHTMARE ON ELMSTREET – Forum Groningen: 22 bezoekers

21/09/21 KOJIN - Pride Rotterdam / LantarenVenster: 32 bezoekers

21/09/21 FORGOTTEN ROADS - Pride Rotterdam / LantarenVenster:  
58 bezoekers

21/09/21 CICADA - Pride Rotterdam / LantarenVenster: 56 bezoekers

28/10/21 LOLA VERS LA MER – HvA Pride / Rialto : 50 bezoekers

07/11/21 MARICÓN PERDIDO – ASFF / Pathé de Munt: 240 bezoekers

12+14/11/21 DONDE CABEN DOS – ASFF / Tuschinski : 320 bezoekers

#### 4. – SAMENWERKING EN PARTNERS

Voor het bereiken van onze doelstellingen en het gezond helpen houden van het werkveld is het onontbeerlijk om een goede variëteit aan duurzame samenwerkingen aan te gaan. Die noodzaak wordt nog eens vergroot door het feit dat we een organisatie met een relatief klein bureau zijn ten opzichte van het werk dat we verzetten. Door onze samenwerkingen met andere festivals, makers, distributeurs, locaties en andere inhoudelijke en praktische partners zijn we goed geworteld in de film- en evenementensector; de banden met onze trouwe sponsors, donateurs en relevante fondsen helpen ons in het veiligstellen van ons voortbestaan en geven extra geloofwaardigheid aan wat we doen; de samenwerkingen met middelbare scholen en LHBTQ-organisaties zijn essentieel voor het vervullen van onze educatieve en maatschappelijke doelen. We zijn al onze partners dankbaar voor wat zij aan onze missie bijdragen en zijn er bij elk partnerschap kritisch op dat wij ook teruggeven. Hieronder een beknopt overzicht van de samenwerkingen die we in 2021 zijn aangegaan of hebben voortgezet. Het zal voor zich spreken dat er ook overlap zit in deze categorieën, maar dit geeft wat ons betreft een goed totaalbeeld.

##### *4.1 Partners uit de film- en evenementenindustrie*

Als filmfestival onderhouden we nauw contact met veel van onze collega's uit de film- en evenementensector in Nederland en

daarbuiten. We houden vanzelfsprekend goed in de gaten wat de ontwikkelingen in het veld zijn en bezoeken regelmatig andere festivals. Dit jaar was de kans daartoe natuurlijk erg beperkt, maar alsnog, of eigenlijk juist, is er veelvuldig online contact geweest met festivals (en online festivals bezocht), makers en distributeurs overal. Praktische expertise is uitgewisseld, artistieke ideeën zijn opgedaan, harten zijn onder riemen gestoken.

Natuurlijk is de eerste partner die hier uitgelicht moet worden ons geliefde Het Ketelhuis. Al sinds 2011 vindt het festival hier plaats en in dit uitdagende jaar zijn ze enorm flexibel geweest. Het is mede met dank aan hun welwillende houding dat we in het najaar 2020 alsnog de REDUX hebben kunnen organiseren. Lang zijn we in nauw contact geweest over de mogelijkheden op locatie voor 2021, maar uiteindelijk konden ze ons simpelweg helaas geen ruimte bieden voor het jaarlijkse festival vanwege de lockdown / avondklok maatregelen. Gelukkig hebben we in de zomer rond Pride wel enkele voorstelling (zij het met wederom de 1,5 meter beperking) alsnog een paar voorstellingen samen kunnen organiseren.

Ook zijn we blij met de (vereenvoudigde) samenwerkingen die hebben kunnen plaatsvinden met partnerfestivals CinemAsia, Queer Film Festival Utrecht, Internationaal Filmfestival Assen, TranScreen, Imagine Film Festival en Amsterdam Spanish Film Festival

Andere partijen waarmee samenwerkingen zijn uitgevoerd zijn: CJP, Cineville, Rotterdam Pride, EYE, Filmhallen, en LantarenVenster en HvA Pride.

#### *4.2 Financiële stakeholders*

Het festival kan bestaan dankzij de financiële support (zowel direct als in natura) van vele partijen. We hebben duurzame

banden met onze belangrijkste sponsors, zoals Aidsfonds, Hivos, ABN AMRO, BNNVARA en PwC. Met meerdere van hen zoeken we tevens inhoudelijk de verdieping op. Zo doen we dat bij het Aidsfonds via films (en normaliter ook randprogrammering) waarin facetten van hiv/aids op bijzondere wijze worden verbeeld, en met Hivos via films die verhalen over mensenrechten in landen waar LGBTQ+'ers nog altijd wettelijk of anderszins onderdrukt worden, plus de uitreiking van de jaarlijkse Hivos Free To Be Me Award).

Ook ontvangen we van bedrijven zoals Vattenfall, GVB, Lloyd Hotel en Pension Homeland dankbaar sponsoring in natura door het beschikbaar stellen van materialen, locaties of ruimte voor promotie. Natuurlijk is tevens de steun van het Amsterdams Fonds voor de Kunst en van het Filmfonds onmisbaar geweest. Tot slot zijn we blij met loyale steun uit verschillende hoeken van de queer community: we hebben een groot aantal trouwe donateurs, en vele mkb'ers en zzp'ers uit de lokale LHBTQ+-gemeenschap kopen trouw advertentieruimte in in onze festivalkrant en helpen op hun platformen en op meer informele wijze ruchtbaarheid te geven aan het festival.

Naast bovengenoemde financiële partners kregen we in 2021 directe of indirecte steun van: COC Amsterdam, club chUrch / GALA, Dierenbescherming, Orange Otters, IHLIA en het Goethe-Instituut.

### *4.3 Community partners*

Naast een artistieke missie hebben we natuurlijk ook een duidelijke maatschappelijke missie, die zich uit in verschillende projecten en samenwerkingen. Zoals gezegd willen we er zijn voor alle leden van de queer gemeenschap en hun bondgenoten, dus zoeken we bewust samenwerkingen op die ons hierbij helpen zoals COC Amsterdam, HvA Pride, club chUrch / GALA en IHLIA.

## 5 - TALENTONTWIKKELING

In de verantwoording van vorig jaar hebben we al aangehaald dat onze aanvraag voor het huidige Kunstenplan hebben we onder meer budget aangevraagd voor het uitbreiden en structureren van onze activiteiten rond talentontwikkeling. Helaas is specifiek dit gedeelte van de aanvraag destijds afgewezen. We hadden begrip voor de kritiek dat ons team op dat moment relatief klein was om nieuwe talentontwikkelingsactiviteiten op te zetten, en dus ook voor de suggestie dat we ons beter konden richten op het uitbouwen van onze bestaande werkzaamheden. We koesteren de ambitie en na versterking van ons basis team komen we met een concreet plan hiervoor. Ondertussen blijven we wel talent een podium geven middels het Dutch Delights / Made in Holland focus programma en begeleiden we aan de zijlijn her en der filmtrajecten in wording naar premières bij Roze Filmdagen of vertoningen op Internationale (LGBTQ+) Filmfestivals.

### *5.1 Prijzen*

#### *Iris Prize*

Dit jaar heeft Roze Filmdagen voor het negende jaar op rij een Nederlandse korte film in mogen zenden voor de internationale Iris Prize, die met een waarde van £30.000 wereldwijd de grootste prijs voor korte films is. (in 2020 werd onze nominatie – Korte Kuitspier van Victoria Warmerdam - gehonoreerd met deze prijs. Op dit moment wordt gewerkt aan van de korte film – al loopt de realisatie wat vertraging op door Covid-19) vertragen het traject Dit bedrag kan de winnaar vrij besteden aan het maken van een nieuwe film. Jaarlijks wordt de prijs in Cardiff (VK) uitgereikt. Ondanks de beperking van de online editie hebben we toch weer een korte Nederlandse film mogen nomineren (VLINDERS die in oktober 2021 meedong naar de winst op het ook al online festival in Cardiff.) Voor ons is deze winst plus de langlopende status die



we hebben als nominerend festival een zeer gewaardeerde erkenning voor de kwaliteit van onze filmselectie.

### *Hivos Free To Be Me Award*

Sinds twee jaar reiken we de Hivos Free To Be Me Award ter waarde van € 1.000 uit. Die wordt jaarlijks toegekend aan een film die sterk bijdraagt aan de acceptatie van LGBTQ+'ers in een land waar die niet vanzelfsprekend is. Deze editie is de prijs toegekend aan VALENTINA (Brazilië), een speelfilm die een lans brak voor de zichtbaarheid van transgender jongeren. Na onze speciale award-vertoning is de film ook in Rotterdam en Utrecht vertoond. Regisseur Cássio Pereira dos Santos zou normaliter bij ons te gast zijn om de prijs in ontvangst te nemen, maar heeft vanwege COVID-19 en de online editie in plaats daarvan is er een *acceptance speech / interview* in videovorm vertoond voorafgaand aan de filmvertoning.

### *Juryprijzen en publieksprijzen*

Een vaste afsluiting van het festival is normaliter de uitreiking van de juryprijzen en publieksprijzen. De juryprijzen worden uitgereikt aan de Best Feature Film en de Best Short Film. Publieksprijzen zijn er voor Best Female Short, Best Mix/Gender Short, Best Male Short, Best Female Feature, Best Mix/Gender Feature en Best Male Feature.

### *5.2 The 48 Hour Film Project*

Dit jaar hebben in de aanloop naar het festival voor de vierde keer samengewerkt met filmcompetitie The 48 Hour Film Project. Dit is een wereldwijde competitie waarin teams van vaak jonge filmmakers een genre uit een hoge hoed trekken en daar vervolgens een personage, een rekwisiet en een zin bij toegewezen krijgen. Vanaf dat moment hebben ze 48 uur de tijd om een korte film te maken waarin alle opgelegde elementen

verwerkt zijn. The 48 Hour Film Project is de langst bestaande tijdsgebonden filmcompetitie en Roze Filmdagen is er trots op wereldwijd het enige geselecteerde LGBTQ+-filmfestival te zijn dat meedoet.

Helaas kon de editie 2021 geen doorgang vinden vanwege de Covid-19 restricties.

### *5.3 Stages en overig*

Normaliter begeleiden we jaarlijks stagiaires vanuit de Filmacademie, Communicatiewetenschappen of andere relevante opleidingen. Dit jaar hebben we hier helaas geen ruimte voor gevonden.

## **6. TOELICHTING JAARREKENING EN PRESTATIEAFSPRAKEN**

### *6.1 Algemene toelichting resultatenoverzicht*

In deze beleidsperiode hadden we de beschikking over een budget wat ten opzichte van 2020 bijna was verdubbeld. Dat heeft het voor ons mogelijk gemaakt om een zakelijk leider aan te stellen daarmee konden we onze organisatie professionaliseren. Het Bestuur maakte daarmee een transitie door van sterk meewerkend naar een bestuur meer op afstand. Daarmee konden we als stichting werken aan een governance code. Met het uitbreiden van de begroting en de toetreding tot het Kunstenplan hebben we daarin de afgelopen jaren belangrijke eerste stappen gezet. Tevens helpt het verstevigen van onze financiële basis in het realiseren van onze inhoudelijke ambities.

2021 was voor ons een bijzonder jaar; we hadden een positief resultaat van ruim 80.000 euro meegenomen uit 2020 dankzij een evenementen verzekering. Daarmee konden we verder bouwen

aan onze reserves. Belangrijk om professionalisering verder vorm te geven en een buffer op te bouwen voor onvoorziene omstandigheden.

In de volgende paragrafen lichten we eerst per post de afwijkingen van meer dan 10% ten opzichte van de begroting zoals ingediend bij het vierjarenplan toe en geven we daarna meer toelichting op de bestemming van de nieuw opgebouwde reserves.

### *6.2 Lastenzijde*

De personele lasten zijn gestegen door de aanstelling van een zakelijk leider. Daarmee zijn ook de beheerslasten personeel gestegen.

De algemene kosten zijn gestegen doordat we ons kantoor nu het hele jaar huren en niet meer alleen in de festival periode. En door stijging kantoorkosten.

De projectkosten zijn lager ivm de online programmering daardoor verviel de huur van de Westergas fabriek.

### *6.3 Batenzijde*

Onder de inkomsten valt op dat de publieksinkomsten dit jaar fors hoger zijn door de ontvangen recettes.

En de subsidiebijdrage -toekenning kunstenplan 2021-2024-van het Amsterdams Fonds voor de Kunsten is fors hoger .

De sponsorinkomsten zijn iets hoger, deels is sponsoring uit 2020 (geen festival) doorgeschoven naar 2021.

De inkomsten uit advertenties zijn er niet in 2021. Investeerders droegen niet bij aan een online festival.

Het verplichte percentage eigen inkomsten van 25% weet Roze Filmdagen traditioneel ruim te overschrijden. Onze insteek is

uiteraard om dit percentage ook in de toekomst hoog en gevarieerd in soort te houden.

#### *6.4 Balans*

De percentages eigen vermogen, solvabiliteit en liquiditeit zijn goed in balans en tonen aan dat Stichting Pink Media in staat is alle kort- en langlopende schulden te betalen.

#### *6.5 Dotatie reserves*

Dankzij de volledig uitgekeerde evenementenverzekering in 2020 hadden we een meer dan degelijke reserve aangelegd die onze liquiditeit sterk verbeterde: als festival zijn we immers altijd genoodzaakt vrijwel alle kosten voor een festivaleditie vooruit te voldoen, wat een inherente kwetsbaarheid oplevert. Door de ophoging van onze algemene reserves die we dit jaar door kunnen voeren naar € 34.791 (positief resultaat) is deze kwetsbaarheid flink afgenomen. Daarnaast hebben we een aantal bestemmingsreserves gecreëerd die ons enerzijds gaan helpen in het verder uitvoeren onze professionaliseringsslag en ons anderzijds in staat stellen in 2022 een extra bijzonder festival te organiseren rond ons 25-jarig bestaan.

- De bestemmingsreserve voor de jubileumeditie hebben we opgehoogd naar € 30.000.
- De bestemmingsreserve voor de website hebben we opgehoogd naar € 15.000; de informatieve site die we nu hebben willen we vervangen door een online platform waarin ook streaming en ticketing in zijn geïntegreerd, in plaats van daar drie verschillende websites voor te gebruiken.
- Tevens hebben we een bestemmingsreserve van € 21.600 opgezet: in 2021 hebben we een volledig online festival georganiseerd. Graag zouden we vanaf het komende jaar hybride gaan – dit zijn de verwachte technische kosten voor nog drie jaar online streamen. Hiermee zijn we tot en met

het eind van de komende beleidsperiode gedekt in deze kosten.

- Met het uitbreiden van ons team hebben we de komende jaren budget nodig voor de hardware en software waarmee zij zullen gaan werken. Hiervoor is € 5.000 apart gezet.
- Tot slot zijn we tot de conclusie gekomen dat waar we in onze oorspronkelijke Kunstenplanaanvraag voor 2021-2024 hadden ingecalculerd per 2023 een marketeer aan te nemen, het zeer wenselijk is deze een jaar eerder aan te nemen, zodat die al tijdens de jubileumeditie aan de slag kan. Hiertoe hebben we een jaar extra personeelslasten voor deze functie opzijgezet.

## 7. ORGANISATIE, BESTUUR EN BELEID

### 7.1 Bestuur

Het bestuur van Stichting Pink Media vergadert minimaal vier keer per jaar. Vanwege de geringe grootte van het uitvoerende team is er daarnaast in aanloop naar het festival intensief contact tussen bestuur en directeur om de laatste zo goed mogelijk te ondersteunen in het uitoefenen van zijn functie. Het onbezoldigde bestuur heeft een controlerende en voorwaardenscheppende functie, in lijn met het Bestuur-Directiemodel. De Code Cultural Governance wordt nageleefd en het bestuur controleert met regelmaat of nog aan alle richtlijnen wordt voldaan. In 2021 bestond het bestuur van Stichting Pink Media uit:

Huib Koeleman	Voorzitter	Nevenfuncties: senior adviseur communicatie bij Orange Otters
Martijn Krediet	Vice-voorzitter	Nevenfuncties: grootaandeelhouder en lid Raad van Advies bij Jan Krediet

Emil Schröder	Penningmeester	Nevenfuncties: zelfstandig grafisch vormgever bij DC Art Company; secretaris en penningmeester bij Stichting Grenadaid
Annemarie van Iren	Algemeen bestuurslid	Nevenfuncties: consultant, trainer en coach op het terrein van diversiteit en inclusie. Ruime ervaring in bestuurlijke functies w.o de Meervaart en Only Friends

## 7.2 Bureau

Het bureau bestond in 2021 uit:

Werner Borkes	Directeur	32 uur p/w
Esther Kuijper	Zakelijk Leider	28 uur p/w
Thomas Vandewalle	Producent	35 uur p/w gedurende 3 maanden

Het bestuur heeft eerder bemerkt dat dit een relatief klein team is voor de hoeveelheid werkzaamheden die er liggen rond het organiseren van het festival in optimale vorm. Omdat we enerzijds geen roofbouw willen plegen op onze werknemers en anderzijds in meer algemene zin de wens hebben de bedrijfsvoering verder te professionaliseren, is besloten om gedurende het Kunstenplan 2021-2024 gericht te investeren in groei van het bureau. De inhoudelijke en financiële plannen hiervoor zijn meegenomen in de inmiddels gehonoreerde subsidieaanvraag over die periode bij het AFK. Zo werd vanaf januari 2021 de directie opgesplitst in een

artistiek directeur (dit zal Werner Borkes blijven) en een nieuw aangestelde zakelijk leider (Esther Kuijper). In een later stadium worden een marketingmedewerker en een educatiemedewerker aan het team toegevoegd. Het gaat in alle gevallen om part-time functies.

### *7.3 Risico-analyse*

Door dit verslag heen worden veel van de mogelijke vragen omtrent mogelijkheid en noodzaak tot verdere ontwikkeling van de stichting al benoemd. Hier zetten we, gebruikmakend van de risicopannenboek uit de toolkit van de CCG, alles bondig op een rijtje. Per voorgeschreven onderdeel wordt een inschatting gegeven van het risiconiveau: 1) kleine kans, weinig impact; 2) grote kans, weinig impact; 3) kleine kans, grote impact; 4) grote kans, grote impact. Bij een risiconiveau van 3 of 4 worden kort actiepunten benoemd voor het omlaag brengen van een risico.

#### *7.3.1 Strategie*

*Aanbod/activiteiten: risiconiveau 2.* Onze doelgroepen zijn loyaal en de noodzaak voor het bestaan van ons festival is op de korte en middellange termijn nog groot. We zien beperkte concurrentie van andere (opkomende) festivals, maar blijven trouw aan onze unieke koers en houden onze programmering gezond door met hen waar mogelijk samenwerkingen aan te gaan.

*Omgeving: risiconiveau 1.* We zijn ons zeer bewust van relevante politieke en maatschappelijke ontwikkelingen en passen ons daar indien nodig snel aan. Er zijn op dit vlak geen ontwikkelingen gaande die ons bedreigen.

*Reputatie: risiconiveau 2.* We hebben een goede reputatie bij publiek, vakgenoten, sponsors en beleidsmakers, die echter nog wel verder ontwikkeld kan worden. We zijn actief stappen aan het ondernemen om de organisatie op een beheerste manier te professionaliseren.

### 7.3.2 Governance

*Inrichting bestuur en toezicht: risiconiveau 3.* De stichting kende een klein bureau dat afhankelijk was van een zeer meewerkend bestuur; een vrij platte organisatie waarin de rollen van uitvoerder en toezichthouder soms (noodgedwongen) door elkaar liepen. Dit heeft nog niet tot problemen geleid, maar om mogelijke problemen voor te zijn is er we per 1 januari 2021 voor het eerst een zakelijk leider aangesteld die de bedrijfsvoering op zich heeft nemen, zodat het bestuur op meer afstand van de dagelijkse praktijk kan gaan staan en daarmee ook beter toezicht kan houden.

*Interne cultuur en gedrag: risiconiveau 1.* De interne cultuur is over het algemeen risicomijdend, maar flexibel en creatief. Een gezonde houding die de gewenste beheerste professionalisering mogelijk maakt.

*Verantwoording: risiconiveau 3.* Om het proces van verantwoording gestructureerder en transparanter te laten verlopen, is zakelijk leider aangenomen. Deze gaat samen met het bestuur de gehele bedrijfsvoering onder de loep leggen.

### 7.3.3 Financieel

*Financiële opzet: risiconiveau 2.* In lijn met de analyse in paragraaf 7.3.1 voorzien we geen sterke verandering in de wensen van ons publiek of partners. Desondanks gaan we in de komende beleidsperiode onder meer ons sponsorbeleid verstevigen, om het proces van professionalisering extra solide te maken.

*Krediet: risiconiveau 1.* We kunnen alle uitstaande kort- en langlopende leningen betalen.

*Liquiditeit: risiconiveau 1.* Met dank aan de vorig jaar uitgekeerde evenementenverzekering is onze liquiditeit uitstekend. We houden ruim voldoende reserves aan om de liquiditeit ook de komende jaren gezond te houden.



*Marktfactoren/prijsgevoeligheid: risiconiveau 2.* Door de coronacrisis zijn veel delen van de culturele sector in zwaar weer gekomen. Volgens onze informatie zijn vrijwel al onze belangrijkste partners nog financieel gezond, maar in een sommige gevallen kan het wegvallen van een partner een uitdaging opleveren.

#### *7.3.4 Operationeel*

*Medewerkers: risiconiveau 2.* Het team dat er is heeft jarenlange ervaring met het organiseren van dit festival, staat stevig in haar schoenen en is gepassioneerd en loyaal. Tegelijkertijd wordt gesignaleerd dat door de geringe grootte van het betaalde team (was festival directeur en tijdelijke producent) overbelasting voor de medewerkers een risico is en dat we zodoende aan personeelsuitbreiding toe zijn. De komende jaren gaan we gefaseerd, naast de dit jaar aangestelde een zakelijk leider, een marketeer en een educatiemedewerker aannemen.

*IT: risiconiveau 3.* Hoewel directie en bestuur zeggenschap hebben over IT-beleid en

-werkzaamheden, ligt de uitvoering daarvan op dit moment bij één vrijwilliger. Deze persoon is al sinds het begin van het festival zeer trouw bij ons betrokken en is niet voornemens weg te gaan. Echter, mocht hij deze rol toch niet meer kunnen of willen vervullen dan is de impact, zowel operationeel als financieel, groot. we gaan een nieuwe website bouwen door een externe, die ook beter beantwoord aan de eisen van digitaal festival waardoor minder druk komt op de vrijwilliger. Verder gaan we kijken of we deze functie in de toekomst (deels) kunnen onderbrengen bij de nieuwe marketing persoon.

*Contracten/aansprakelijkheid/integriteit: risiconiveau 2.* Iedereen binnen bureau en bestuur gaat integer en vanuit loyaliteit aan de organisatie te werk. Voor het bestuur is een aansprakelijkheidsverzekering afgesloten. De contracten met

partners zijn op orde, maar kunnen scherper opgesteld – dit gaat de zakelijk leider oppakken.

*Proces: risiconiveau 3.* Vanaf komend jaar willen we de bedrijfsvoering nadrukkelijk professionaliseren. Er hebben zich nog geen grote problemen voorgedaan, maar uiteraard willen we daar niet op wachten. Wanneer het betaalde team groeit, zullen de interne processen onder leiding van de versterkte directie veel beter gestructureerd kunnen worden.

*Continuïteit/kwaliteit: risiconiveau 3.* Op een aantal vlakken ontbreekt het ons nu aan expertise. Ook is de uitvoering van bepaalde taken nu te diffuus verspreid over het team. Dit gaan we gefaseerd oplossen met de eerder gespecificeerde personeelsuitbreiding.

#### *7.4 Code Diversiteit en Inclusie & Fair Practice Code*

Vanuit de aard van onze organisatie hecht Stichting Pink Media groot belang aan het bieden van een divers en inclusief festival en idem werksfeer. Wij willen een veilig thuis zijn voor álle leden en *allies* van de LGBTQ+ gemeenschap en vieren daarom vanzelfsprekend ook diversiteit in andere mogelijk identiteitsbepalende markers, zoals culturele achtergrond, fysieke en mentale diversiteit, sociaal-maatschappelijke status en leeftijd. Onlosmakelijk verbonden daarmee is het op zakelijk vlak gezond willen houden van onze gemeenschap en de arbeidsmarkt in bredere zin door verantwoord en duurzaam te ondernemen. Hoewel onze stichting deze zaken in de praktijk op veel fronten heeft weten te realiseren, is dit tot nu toe niet op alle vlakken volgens vaste meetbare methoden gedaan. De Code Diversiteit en Inclusie en de Fair Practice Code zijn welkome handvaten waar we vanaf de komende beleidsperiode actief en gestructureerd gebruik van zullen gaan maken, zodat onze inspanningen meetbaarder en transparanter worden – voor onszelf en voor de buitenwereld. Dit proces is nadrukkelijk onderdeel van de plannen om de organisatie verder te professionaliseren. Het

bestuur zal samen met de aan te stellen zakelijk leider een plan uitwerken voor het in kaart brengen en vervolgens verbeteren van de naleving van beide codes.

### *7.5 Privacy en cyberveiligheid*

Stichting Pink Media is zich bewust van de regelgeving omtrent cyberaanvallen en privacywetgeving. Het beleid dat wij hier op dit moment op voeren omvat hetgeen we binnen onze mogelijkheden kunnen waarborgen: de bescherming van persoonsgegevens van ons personeel en onze bezoekers en het bijhouden van ontwikkelingen op het gebied van cyber(on)veiligheid en wetgeving hieromtrent.

### *7.6 Vrijkaartenbeleid*

Volgens het door ons gehanteerde vrijkaartenbeleid kunnen normaliter onderstaande partijen binnen redelijke grenzen aanspraak maken op vrijkaarten:

- Bureau, bestuursleden en vrijwilligers;
- Makers en sprekers met een rol tijdens de betreffende festivaleditie;
- Sponsors en samenwerkingspartners die financieel, materieel of op het gebied van marketing bijdragen aan het festival;
- Pers en media.

In 2021, echter, hebben we in de praktijk vanwege het online festival geen pers of media ontvangen, geen sponsors en geen filmmakers waardoor er een zeer klein aantal vrijkaarten (vouchers die toegang verschaften tot het streamingplatform. De meeste van het zeer lage aantal uitgegeven vrijkaarten waren bestemd voor bureau en vrijwilligers.

## 8 – EVALUATIE EN VOORUITBLIK

De afronding van nog een onstuimig jaar: na het gecancelde festival (op de dag van de opening) in 2020 bleef het nog lang onrustig in het culturele circuit. Veel tijd om de teleurstelling te verwerken was er niet omdat al redelijk snel duidelijk werd dat Covid-19 niet zomaar zou overwaaien. Het zoeken naar alternatieven werd een uitdagend proces, zeker omdat dit voor een ieder binnen de culturele sector gold. We spreken onze dank uit aan het AFK voor de financiële ondersteuning maar vooral het wederom vertrouwen dat we mogen ervaren in deze complexe tijd voor cultuur waarin we niet altijd precies dat kunnen bieden wat in onze (gehonoreerde) aanvraag is beschreven.

Voor de 2021 editie is ingezet op een hybride festival en het zoeken van het meest passende online platform kostte veel tijd. Er zit veel 'festival'-ervaring bij de betrokkenen van Roze Filmdagen, maar een online variant was (en is) in tegenstelling tot de fysieke van een heel andere orde. We hadden het geluk dat onze (tijdelijke) producent van 2021 juist deze kennis in huis bleek te hebben voor het uitzoeken van het voor Roze Filmdagen meest optimale platform en *leading* te zijn in het bouwen / vullen van het platform en het te bouwen / te koppelen ticketsysteem.

De inzet op een hybride festival lijkt misschien logisch (op safe spelen) in de periode 2020/2021, maar in de praktijk blijkt dat je eigenlijk twee festivals organiseert. En dat met dezelfde menskracht als bij het reguliere festival op locatie. Ook al lijkt er een overeenkomst, je deelt (deels) dezelfde inhoud, in werkelijkheid ligt de praktische uitvoerbaarheid ver uiteen.

Uiteindelijk, nadat het hybride festival wel in de steigers stond, bleek een fysieke gedeelte niet uitvoerbaar door de geldende Covid-19 maatregelen (lockdown en avondklok) en werd noodgedwongen een (volwaardig) online festival gelanceerd. Het is bizar om vanaf kantoor (ingericht als 'helpdesk') het festival te zien plaatsvinden en de enkele 'ontmoeting' met de bezoekers was

vooral probleemoplossend (lees: technische ongemakken die voor 99% konden worden opgelost).

Ook al was het anders dan hoe we ons festival graag zien, het was mooi om te zien dat we in heel Nederland 'bezocht' werden. Het is lastig om vergelijkingen te trekken met het bezoek (aantallen, leeftijd van de bezoeker, etc.) van eerdere jaren omdat er bij online een ander kijkgedrag is, maar we begrepen dat we met onze bezoekers aantallen (ook al is het minder dan het fysieke festival) het voor online nog helemaal niet zo slecht hadden gedaan. Natuurlijk is het mooi dat je nu ook bezoekers kunt bereiken die anders niet helemaal naar Amsterdam kunnen komen, maar het gemis van de fysieke ontmoeting en het samen met gelijkgestemden de films beleven kwam vaak naar voren uit de enquête na afloop van het festival.

Hoewel onze wortels nadrukkelijk in (groot-)Amsterdam blijven, hebben we ook de ambitie om te verkennen of en hoe ons publieksbereik in de rest van het land vergroot kan worden. In 2021 hebben we van de nood een deugd gemaakt en onze eerste online editie georganiseerd. Zowel in de geografische spreiding van het publiek als in hun enthousiaste reacties in ons marketingonderzoek was terug te lezen dat ook in andere steden veel mensen behoefte hebben aan een filmfestival (of in ieder geval aan content) dat zich richt op cinema met seksuele- en gender diversiteitsverhalen. Ook was het goed te merken dat mensen (bv met een beperking) die ons eerder niet konden bezoeken, dat nu wel konden. Daarom willen we gaan experimenteren met het vormgeven van een hybride festival waarbij de kwaliteit zowel offline als online hoog genoeg blijft. De grootste uitdaging zal zijn hoe het festivalgevoel en LGBTQ+ community gevoel voor online te bewaken, want niets is mooier dan onze films samen te beleven.

