



Jaarverslag 2019

Inhoudsopgave

- Gegevens organisatie
- Inleiding
- Het jaar in cijfers
- Voortgang en resultaten 2019
 - Verschuiving van bioscopen naar online premières op YouTube
 - Het filmfestival een 'gezicht' geven
 - Verdere uitbouw van ons netwerk
 - Uitvoering van de finale
- Aandacht in de media
- Toekomst
- YEAD
- Accountantsverklaring
- Ter afsluiting



Gegevens organisatie

Naam : Stichting En...Actie!
Adres : Postbus 24119
Postcode : 3007 DC
Plaats : Rotterdam
Telefoon : 0031 (0)6-11410741
Emailadres : info@stichtingenactie.nl
Websites : www.stichtingenactie.nl
www.krff.nl

Kamer van Koophandel : 24396200
IBAN : NL26INGB0005084486

Contactpersoon

Naam : Filip Braams
Artistiek projectleider
Telefoon : 06-11410741
E-mailadressen : info@stichtingenactie.nl
filip@krff.nl

Bestuur

Voorzitter : Jan de Ruijter
Penningmeester : Arno Ouwehand
Secretaris : Edward Jeijnsman
Bestuurslid : Eliane Groenendijk



Inleiding

In het jaar 2019 was ook weer het UNICEF Kinderrechten Filmfestival verreweg het grootste project wat Stichting En Actie heeft uitgevoerd. Zeker 80% van onze middelen en tijd is hier in gaan zitten. Het jaarsverslag zal daarom grotendeels het filmfestival behandelen.

Een ander project wat in 2019 is afgesloten is het Europese jongeren talent YEAD. Voor dit project was het CVB (Centre de video Bruxelles) de hoofdaanvrager en Stichting En actie 1 van de vijf Europese deelnemende organisaties. Het YEAD project is in de zomer van 2019 afgesloten met een week lang film educatie project voor jongeren in Brussel.

UNICEF Kinderrechten Filmfestival

Dankzij het groeiende enthousiasme voor het filmfestival hebben dit jaar maar liefst 587 (school)groepen deelgenomen. Al deze groepen hebben input geleverd voor een kinderrechten film. Hiervan zijn uiteindelijk 56 ideeën uitgekozen voor een verdere uitwerking in een korte film. Tijdens deze editie hebben zich voor het eerst ook 67 kinderen zelfstandig opgegeven voor deelname; zij waren fans van ons eigen YouTube-kanaal en gaven zich niet via school, maar via hun ouders op. Met 45 van hen hebben we een drietal films gemaakt.



Dat er ook veel enthousiasme is voor het online volgen van het festival werd snel duidelijk. Dagelijks keken er maar liefst 100.500 bezoekers naar een door kinderen zelf bedachte kinderrechten film op het eigen YouTube-kanaal. Tijdens afgelopen editie is dit aantal nog verder toegenomen.

Groei van het YouTube-kanaal in de afgelopen 3 jaar:

Editie	Periode	Views	Kijkminuten	Abonnees
4e	01.09.16 – 01.09.17	9.544.451	30.978.507	8.155
5e	01.09.17 – 15.08.18	33.311.093	107.512.573	50.013
6e	01.09.18 – 05.08.19	45.202.784	160.732.114	97.005

We wilden de vele bezoekers van ons YouTube-kanaal tijdens de 6e editie centraal zetten en wilden het voor elk kind in de leeftijd van 9 t/m 13 jaar moest makkelijker maken om mee kunnen doen. In theorie was dat bij vorige edities ook mogelijk, maar het feit dat de bioscooppremières plaatsvonden op locaties die vaak ver weg gelegen waren, was voor veel scholen de drempel om mee te doen te hoog. Vandaar dat we het format van de 6e editie structureel hebben aangepast. Door de premières van de films nu op een vaste dag gedurende het gehele schooljaar online te laten plaatsvinden, was deze drempel er niet meer. Het gevolg was dat er tijdens deze 6e editie meer remakes zijn gemaakt in plaatsen door heel Nederland.

Het grote bereik op ons YouTube-kanaal, maar ook de wervelende finale aan het einde van het schooljaar, heeft het KRFF ook een steeds belangrijker evenement gemaakt voor samenwerkingspartners. Zo speelt het festival een belangrijke rol bij de uitvoering van projecten van een aantal organisaties, zoals Stichting Het Vergeten Kind, Partou kinderopvang en vfonds. Deze organisaties namen deel aan het festival en financierden daarbij zelf de kosten die deelname met zich meebracht. Ook op andere manieren wordt samengewerkt, zoals met organisaties als Mediamasters, Inholland, Cinekid, Humanity House en IMC Weekendschool.

De groeiende aandacht voor het festival en het nieuwe KRFF-format hebben ons nog enthousiaster gemaakt. We kijken daarom met veel genoegen terug naar onze 6e editie. In dit jaarverslag vertellen we jullie graag meer!



Het jaar in cijfers

Afgelopen schooljaar hebben we maar liefst **587 inzendingen** gekregen van scholen en andere organisaties met input voor kinderrechten films. De inzendingen zijn als volgt tot stand gekomen:

- We hebben **405 online inzendingen** van (school)groepen ontvangen. De groepen, bestaande uit bovenbouwklassen van basisscholen door het hele land, meldden zich aan via onze website (www.krff.nl) en stuurden via deze weg hun ideeën over een kinderrechtenfilm in. Veel van deze ideeën kwamen tot stand tijdens de Week van de Mediawijsheid, een campagne georganiseerd in samenwerking met Mediamasters.
- Er zijn **71 Mini Movies** binnengekomen via BSO's van Partou kinderopvang. Deze organisatie had dit jaar een vaste medewerker aangenomen die één dag in de week de verschillende afdelingen van de organisatie afgang om hen voor het festival te enthousiasmeren.
- De International School of The Hague heeft een eigen Mini Movie kinderrechten filmfestival georganiseerd. Voor dit festival werden **21 Mini Movies** ingezonden die tijdens een eigen première gepresenteerd werden.
- Ook **15 Pabo-studenten** van hogeschool Inholland in Den Haag hebben met hun stageklassen mini movies gemaakt. Ook zij organiseerden een eigen première.
- Voor de 5e en laatste keer hebben we i.s.m. Stichting Het Vergeten Kind **acht films** gemaakt op diverse opvanglocaties voor kinderen die om verschillende redenen noodgedwongen niet thuis kunnen wonen. Aan het eind van de 'Week van Het Vergeten Kind' (op 4 februari) organiseerde deze stichting haar eigen première in Pathé Tuschinski.

Zie de volgende pagina voor meer cijfers van deze editie.

Dankzij een verschuiving van onze focus naar het online bereik en de groeiende aandacht online ontvingen we dit jaar bovendien voor het eerst rechtstreekse inzendingen van fans van het YouTube kanaal. Wel liefst **67** van hen stuurden verhalen en tekeningen in met ideeën omtrent films over kinderrechten. Uit deze inzendingen zijn drie ideeën uitgekozen waarvan buiten schooltijd films zijn gemaakt, uiteraard na schriftelijke toestemming van hun ouders. In totaal hebben **45** kinderen deelgenomen aan films die zijn gemaakt met kijkers en fans van het YouTube-kanaal.



Prinses Beatrix feliciteert de leerlingen van Kolegio Strea Breante op Bonaire.

Na het succes in het schooljaar (2017-2018) is het UNICEF helaas niet op tijd gelukt om de financiering rond te krijgen voor een 2e Caribische Editie van het Kinderrechten filmfestival in 2019. De procedure rondom de financiering van met name het Ministerie van Binnenlandse Zaken duurde langer dan gedacht. Inmiddels is de financiering rond en is ook lokale financiering gerealiseerd, zodat de 2e editie alsnog (volgend jaar in 2020) kan plaatsvinden. Prinses Beatrix is, tijdens haar rondreis door Caribisch Nederland, langs geweest op Kolegio Strea Breante in Bonaire waar zij sprak met de makers van de film 'Ezjel' die vorig jaar (2018) de Publieksprijs won tijdens de finale in Pathé Tuschinski.

UNICEF KINDERRECHTEN FILMFESTIVAL

EDITIE 2019 IN CIJFERS



TOTAAL BEREIK

14.675 KINDEREN

DEELNEMENDE
GROEPEN

587

56

KINDERRECHTENFILMS, GE-
MAAKT MET BEHULP
VAN EEN FILMCOACH

You Tube

100.154

ABONNEES

D.D. 22 AUG 2019

19,6 MILJOEN

VIEWS

63,9 MILJOEN

KIJKMINUTEN

JANUARI 2018 T/M JUNI 2018

26,2 MILJOEN

VIEWS

33 %

91,8 MILJOEN

KIJKMINUTEN

JANUARI 2019 T/M JUNI 2019

43 %

152.000

VIEWS PER DAG

IN 2019 (TOT 30 JUNI)

76.220

VIEWS (GEMIDDELD)

PER FILM, IN 2 WEKEN

300.898

MEESTE VIEWS

VOOR 1 FILM, BINNEN 2 WEKEN

40

YOUTUBE LIVE
PREMIÈRES

GEMIDDELD AANTAL
KIJKERS PER PREMIÈRE:

225

11

NOTERINGEN IN DE
TRENDINGLIJST

HOOGSTE POSITIE: PLAATS 4

GEMIDDELD
KIJKDICHTHEID

52%

GEMETEN NA 2 WEKEN

UIT DE EVALUATIE

55%

VAN DE FORMULIEREN
ZIJN GERETOURNEERD

GEMIDDELD RAPPORTCIJFER
VOOR HET FILMFESTIVAL

8,9

100% ZOU HET FILMFESTIVAL AANRADEN

81%

NAAR SCHATTING IS 81% VAN HET AANTAL KINDEREN
DAT DEELGENOMEN HEEFT, OOK ABONNEE VAN HET
YOUTUBE-KANAAL

OPMERKINGEN VAN LEERKRACHTEN:

"ZE VONDEN HET ZEER INTERESSANT DAT ER ZO VEEL VERSCHILLENDE KINDERRECHTEN WAREN EN HEBBEN ZICH ER GOED IN VERDIEPT."

"ZE KENDEN DE KINDERRECHTEN AL, MAAR DOOR ER NU ACTIEF MET AAN DE SLAG TE GAAN HEBBEN ZE DIT VEEL BETER VASTGEZET."

"HET GEVOEL DAT ZE RECHTEN HEBBEN GEEFT HEN EEN GOED GEVOEL."

"HET MAKEN VAN EEN FILM OVER KINDERRECHTEN VERGROOT HET ZELFVERTROUWEN VAN DE KINDEREN."

"IK HEB VOORAL HET IDEE DAT DE KINDEREN BEKENDER ZIJN GEWORDEN MET DE KINDERRECHTEN. HET MAKEN VAN DE FILM HEEFT MIJ KANS GEBODEN OM DIEPER OP DE ONDERWERPEN IN TE GAAN."

"HET HELE TRAJECT VAN FILM MAKEN, WERKEN AAN PROMOTIE EN DAADWERKELIJK PROMOTEN LEEFDE ENORM."



Voortgang en resultaten 2019

In het projectplan voor 2019 stonden de volgende doelstellingen beschreven:

- 01** **Verschuiving van bioscopen naar online premières op het YouTube-kanaal**
- 02** **Het UNICEF Kinderrechten Filmfestival een 'gezicht' geven**
- 03** **Verdere uitbouw van ons netwerk**
- 04** **Uitvoering van de finale van de 6e editie (nieuwe stijl)**

Hieronder beschrijven we, per doelstelling, of en hoe we deze hebben gerealiseerd.

01 **Verschuiving van bioscopen naar online premières op het YouTube-kanaal**

Voor afgelopen schooljaar hadden wij als belangrijk doel om minder eigen premières in de bioscoop en meer online premières op ons YouTube-kanaal te laten plaatsvinden. Wij hadden hiertoe verschillende redenen:

- De organisatie van de premières in de bioscopen kost relatief veel tijd en middelen, terwijl er een betrekkelijk kleine groep kinderen mee wordt bereikt.
- Er is geen landelijke dekking, waardoor scholen buiten de Randstad die wel een goed idee voor een kinderrechtenfilm hadden ingestuurd toch niet geïnteresseerd waren in de verfilming van hun idee, aangezien het voor hen teveel tijd zou kosten om naar de bioscoop af te reizen met hun klas. Dit ondanks de onkostenvergoeding die wij hen boden.
- Het vernieuwende aspect van een eigen bioscooppremière is inmiddels niet vernieuwend meer. Toen wij in 2005 onder de naam 'Hollywood in de klas' als één van de eerste organisaties bioscooppremières organiseerden in Pathé de Kuip was dat heel bijzonder. Tegenwoordig worden bioscopen regelmatig afgehuurd door scholen zelf om bijvoorbeeld eindfilms van groepen 8 te vertonen.

Wat is een YouTube live première?

Het concept van een live première is half september 2019 door YouTube uitgerold en houdt in dat een film op een van te voren bepaalde dag en tijdstip op het YouTube-kanaal te zien is. Het is te vergelijken met het gezamenlijk bekijken van een TV-programma of nog meer met dat van een live-stream, alleen is de film in het geval van een live première al van te voren opgenomen. Het leukste kenmerk van een live première is dat je voorafgaand, tijdens en achteraf met andere kijkers kunt chatten over de film, het onderwerp en andere zaken. Na de live première staat de film gewoon online zoals dat bij andere video's ook het geval is.



Aan de hand van het aantal live premières en kijkers kunnen we stellen dat de verschuiving succesvol is geweest. In totaal hebben 40 live premières plaatsgevonden die gemiddeld per film 225 kijkers hadden. In totaal zijn dat 9.000 live kijkers, oftewel 30 volle bioscoopzalen met 300 personen. Het aantal kijkers is dus enorm toegenomen.

Daarnaast zijn er nog andere redenen waarom we met tevredenheid terugkijken op deze belangrijke aanpassing binnen het project. Zo loopt het KRFF nu het gehele schooljaar door: het begint aan het begin van het schooljaar met de eerste première op een vaste dag en tijdstip (donderdag om 16.00 uur) en loopt door tot de eerste week van juni. We hadden daarbij het geluk dat YouTube de functie waarbij een film live in première gaat bijna gelijktijdig uitrolde met de start van het schooljaar.

Vanwege de mogelijkheid tot een online première, heeft bovendien afgelopen jaar elke school die een idee voor een kinderrechtenfilm had ingestuurd en die geselecteerd was voor de verfilming of remake ervan, ook daadwerkelijk deelgenomen aan het filmfestival, terwijl voorheen een aantal scholen afhaakte vanwege de te veraf gelegen locatie van de bioscopen waar de premières plaatsvonden. Hierdoor namen afgelopen schooljaar scholen deel uit heel Nederland.

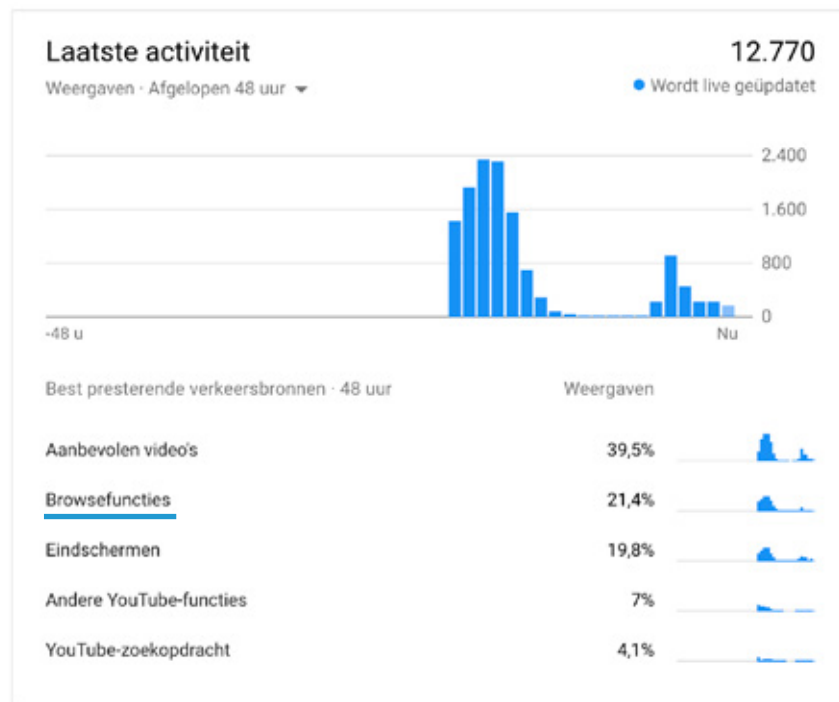




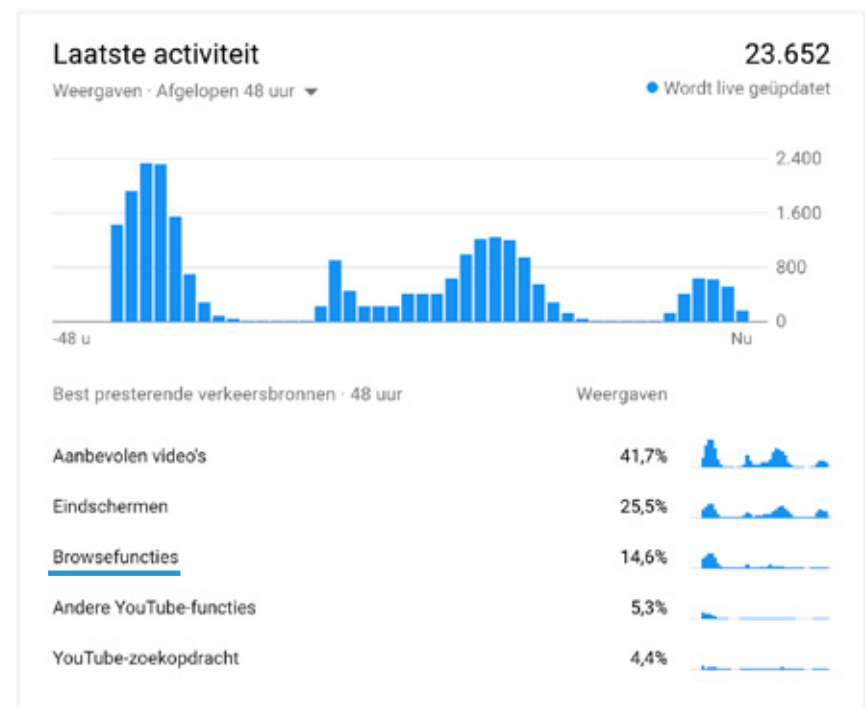
Promoten van het eigen filmpje

Het vaste schema van elke week een film op 'Kinderrechten-donderdag om 16.00 uur' zorgt ook voor een vaste stroom kijkers en geleidelijke groei van het YouTube-kanaal. Om de film zelf te kunnen promoten, konden de kinderen wiens film die week in première zou gaan een extra online les voor de klas volgen. Tijdens deze les leerden zij over statistieken en het promoten van een video op YouTube. Dit zorgde ervoor dat de kinderen zelf fanatiek aan de slag gingen met de promotie van hun film.

Wat uit de statistieken duidelijk zichtbaar wordt, is dat deze promotie door de kinderen zelf, met name effect had in de eerste 48 uur na de première van de film. Dit kunnen we zien aan de hand van de browserfunctie, waarin we terug kunnen zien hoeveel kijkers gericht zoeken op een titel van een film, wat zeer waarschijnlijk het gevolg is van de promotie door de klas/school. Zo laten de statistieken op vrijdagochtend (± 12 uur na première) zien dat 21.4% van de kijkers het filmpje via de browser gericht heeft opgezocht. Het gaat in dit geval om 2667 kijkers. Op zaterdagochtend (36 uur na de première) is het percentage, dat de film bekijkt door deze met de browserfunctie op te zoeken, gedaald naar 14.6%. Op zondagochtend zakt het naar 5.9% en op dinsdagochtend is dit nog 2,9%.



Vrijdagochtend



Zaterdagochtend



Contact met het publiek

Elke film krijgt nu ook even veel aandacht en het aantal kijkers per film is enorm toegenomen. De afgelopen jaren werden alle tien premièrefilms na de vertoning in de bioscoop tegelijkertijd online gezet. Van de tien films werden vervolgens twee of drie films in een week ongeveer 10.000 keer bekeken, terwijl de andere films slechts 2000 keer werden bekeken. Omdat elke film nu één week lang alleen in de spotlights stond, is elke film gemiddeld (in twee weken tijd) 76.220 keer bekeken.

Het klinkt wellicht tegenstrijdig, maar juist door de online live premières op ons YouTube-kanaal kregen we veel meer contact met onze doelgroep dan wanneer we ze massaal bij een première in de bioscoop zagen. Tijdens de live premières bestond ongeveer 50% uit de makers van de film met hun familie, vrienden en leerkrachten van de school; de andere 50% zijn vaste kijkers en fans van ons kanaal. Onze doelgroep zijn digital natives (een generatie die haar naam ontleent aan het feit zo opgegroeid te zijn met digitale instrumenten dat het voor haar eigen is. Het internet is simpelweg niet meer weg te denken.) en het was voor ons opvallend te zien dat vaste kijkers echt contact met elkaar maakten, er vriendschappen ontstonden en er onderling over de gemaakte films werd gesproken.

Een andere manier waarmee we contact hebben met de doelgroep zijn de interactieve vragen die we regelmatig stellen t.a.v. de films. Deze vragen hebben altijd betrekking op het onderwerp van de film en worden gemiddeld in twee weken tijd ruim 2.000 keer beantwoord.

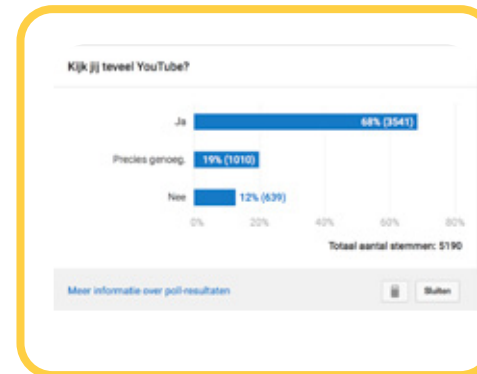
Een paar voorbeelden van interactieve kaarten:



Welk kinderrecht is niet echt? (2652 reacties)



Welk kinderrecht mag nooit gestolen worden? (70%: recht op schoon drinkwater)



Kijk jij te veel YouTube? (5190 reacties)



Hoe zou jij gevluchte kinderen kunnen helpen? (77%: Helpen met de Nederlandse taal)

Het contact met de kijkers tijdens de live premières bracht ons ook op het idee om tijdens de 6e editie drie filmworkshops te organiseren met in totaal 45 kinderen die zich zelfstandig aanmeldde en van hun ouders toestemming hadden gekregen.

Cijfers liegen niet, maar we laten ons niet (mis)leiden

Cijfers liegen niet en geven ons goed inzicht in het aantal kijkers, ook per thema. Zo zien we dat films over kinderrechten die direct betrekking hebben op kinderen in Nederland en die zich bovendien op school afspelen, over het algemeen beter scoren (100.000 views in één week) dan films die over kinderrechten gaan die verder van de kinderen afstaan, zoals schoon drinkwater of films die zich buiten de school afspelen.

Een nadeel van het elke week uploaden is dat het hele YouTube-kanaal voor die week een dipje kan krijgen als er een film tussen zit die minder bekeken wordt omdat het thema minder interessant wordt bevonden. Toch willen we ons als team bewust niet laten leiden door de kijkcijfers en daardoor alleen ideeën selecteren waarvan we weten dat zij hoge kijkcijfers zullen scoren. Zo zijn films die niet in het Nederlands worden gesproken, zoals bij de films van de International School The Hague, of de films die buiten school zijn opgenomen, zoals van Cinekid en Beeld en Geluid, bijvoorbeeld minder interessant voor wat betreft de kijkcijfers. De films uit Caribisch Nederland vallen ook binnen deze categorie. De educatieve waarde en het betrekken van een zo'n breed en gevarieerd mogelijke doelgroep zijn voor ons echter minstens zulke belangrijke afwegingen. Voor ons is dat logisch, maar we vinden het belangrijk om dit hier extra te benoemen.

02 Het filmfestival een 'gezicht' geven

Voor het filmfestival zijn we lang op zoek geweest naar een eigen gezicht voor het YouTube-kanaal, waarmee we het KRFF persoonlijker maken. We hebben dit de afgelopen jaren op verschillende manieren geprobeerd, bijvoorbeeld door het invoeren van de 'Kinderrechten Kids' waarbij we kinderen een reportage lieten maken over de kinderrechten en het filmfestival. Omdat we vanwege praktische redenen elke keer andere kinderen moesten inzetten, bleek dit helaas geen groot succes.

Vervolgens was het idee aan het begin van dit projectjaar om Klaas van Kruistum (Unicef-ambassadeur en presentator van diverse tv-programma's op o.a. Zapp) regelmatig video's voor ons kanaal te laten maken. In de praktijk bleek dit echter door met name de drukke agenda van Klaas niet haalbaar. Na een brainstormsessie kwamen we uiteindelijk op het idee om naar een interne oplossing te zoeken. Al snel kwamen we op het idee om onze eigen 'Filmcoach Freek' hiervoor te benaderen.

Freek is al bijna 4 jaar betrokken bij het KRFF als filmcoach en we zagen dat hij een goede chemie heeft met de kinderen met wie hij werkt. Freek was al het gezicht van de online video-lessen en was daarom de ideale kandidaat. Begin 2019 vond de eerste aflevering van 'Filmcoach Freek' plaats en sindsdien zijn gedurende het schooljaar in totaal 36 Filmcoach Freek-afleveringen gemaakt die op elke maandag om 16.00 uur online gingen. Inhoudelijk gingen de afleveringen het afgelopen schooljaar over het KRFF, de kinderrechten en de films die op de eerstvolgende donderdag in première gingen.



De eerste 12 afleveringen duurden 5 minuten en werden iets te lang bevonden. Er werd met gemiddeld 4.500 views te weinig naar gekeken. Na een aantal aanpassingen, zoals een kortere duur en nieuwe items, zijn de Filmcoach Freek-afleveringen beter gaan scoren. Inmiddels worden de afleveringen gemiddeld ruim 20.000 keer bekeken. Belangrijker is echter dat Filmcoach Freek in een half jaar echt is uitgegroeid tot het gezicht van KRFF. Hij begint langzaam aan dan ook een echte YouTube-ster te worden: er zijn in drie maanden tijd maar liefst 4000 door ons gedrukte handtekeningenkaarten gesigneerd en uitgedeeld op diverse scholen en tijdens evenementen.



Filmcoach Freek is voor het KRFF een echte aanwinst omdat:

- het KRFF nu een persoonlijker project is waarvan Filmcoach Freek een verbindend en herkenbaar personage is.
- we nu intern de beschikking hebben over een aansprekend personage met wie we snel kunnen schakelen, zoals voor het maken van een oproep-clipje.
- hij het project heel goed kent en een uitstekend visitekaartje is bij contacten met andere organisaties, maar ook bij evenementen, zoals de finale in Tuschinski, of als het KRFF ergens een presentatie moet geven.

Overigens is Filmcoach Freek niet de enige filmcoach die dit schooljaar positief in beeld kwam. Tijdens het Nederlands Filmfestival in Utrecht is onze filmcoach Jeroen Stultiens (sinds 2009 betrokken bij onze organisatie), die bovendien drie dagen in de week voor zijn eigen klas staat, door het EYE Filminstituut tot de eerste 'Filmleraar van het jaar' uitgeroepen. Hierdoor werd hij het gezicht van de filmeducatie op scholen in Nederland.



03 Verdere uitbouw van ons netwerk

We zijn er trots op dat het KRFF inmiddels een groot educatief film- en kinderrechtenevenement in Nederland is met een relatief lage begroting. Het KRFF heeft zich door het bereik via YouTube, haar jarenlange ervaring, haar netwerk en de grote aantrekkelijke finale aan het eind van het schooljaar opgewerkt tot een evenement waarmee andere organisaties graag samenwerken.

Samenwerking is voor het KRFF ook van groot belang; dankzij samenwerking kunnen we ons bereik en het aantal films vergroten, zonder dat we daar zelf veel extra werk en kosten voor hoeven te maken. Met name met onderstaande vier organisaties werken wij al langere tijd samen. Zo hebben we ook afgelopen jaar weer films met hen gemaakt en premières georganiseerd, waarbij de kosten geheel voor rekening van deze organisaties zelf kwamen. Het gaat daarbij om:

- **Het Vergeten Kind Filmfestival** (met een budget van € 37.500,-).
- **Partou première** (met een budget van € 17.500,- met inzet van Partou-personeel).
- **De vfonds première** (met een budget van € 15.000,-).
- **Inholland stageproject** met Pabo-studenten (wordt budgetneutraal uitgevoerd met de inzet van personeel van Inholland en ± 17 Pabo-studenten).



Cinekid Festival

Naast deze organisaties hebben we het afgelopen jaar ook samengewerkt met:

- **MediaMasters**, met wie we uit de vele inzendingen een vijftal films hebben geselecteerd die een remake van hun kinderrechten-idee kregen. Nieuw dit jaar was de opname van een film met de winnende groep op het kantoor van Mediamasters bij het Beeld en Geluid instituut in Hilversum.

Op kleinere schaal is er samengewerkt met:

- **Zomerschool in Kerkrade**: met hen hebben we een film opgenomen tijdens de zomervakantie.
- **Building Arts**: met hen hadden we al eerder samengewerkt en ook dit jaar hebben we met hen in de zomervakantie een film gemaakt.
- **Weekendscholen**: met hen hebben we in Haarlem en Sneek films gemaakt.
- **Unicef België**: met deze organisatie hebben we twee films op Vlaamse scholen opgenomen.
- **Cinekid**, met wie we tijdens het festival een film hebben opgenomen met fans van het YouTube-kanaal. Tijdens Cinekid is ook de winnende film van vorig jaar 'Haat sterker dan liefde' vertoond.
- **Humanity House** in Den Haag, met wie we in de meivakantie een film met fans hebben opgenomen.
- **Cultura-Ede**, met wie we scholen hebben geworven, waaruit één school is geselecteerd om het winnende idee mee te verfilmen.

04 Uitvoering van de finale

Op 28 juni 2019 vond de finale plaats van de zesde editie van KRFF in Pathé Tuschinski, een partner die al vanaf het begin is betrokken bij het KRFF. Al zes jaar lang stellen zij hun bioscoopzalen gratis te beschikking en betalen wij alleen de kosten van het personeel en technische aanpassingen.

De finale is een zeer belangrijk onderdeel van het filmfestival en we zijn trots te kunnen vermelden dat deze 6e finale de best lopende finale tot nog toe was. Zo waren de bussen die uit heel Nederland en dit jaar ook België naar Amsterdam moesten komen, een kwartier eerder dan gepland in Amsterdam en was Tuschinski met 500 bezoekers, waarvan 350 kinderen en 150 volwassenen, goed gevuld (Tuschinski heeft een capaciteit van 700 bezoekers).

De presentatie was dit jaar in handen van Filmcoach Freek en dit zorgde ervoor dat alles zeer gestroomlijnd verliep en dat het publiek onder zijn leiding enorm werd opgezeefd. Een intromuziekje bij alle kinderen die door het gangpad naar voren liepen voor hun presentatie, zorgde ervoor dat de kinderen elke zes minuten een moment hadden waarop zij even ritmisch met de muziek konden meeklappen.



De juryleden tijdens de finale in Pathé Tuschinski.

De juryleden waren zeer begaan met de kinderen en de onderwerpen van de films en door de verbeterde manier van jureren, verliep het proces perfect en binnen de gestelde tijd. Er was zo tijd om elke film goed te noemen bij de vermelding van de nominaties. De jury bestond deze editie uit de volgende leden:

- **Sasja Böklerink (Management UNICEF)**
- **Rens Raemakers (Kamerlid D66)**
- **Rómeycia Valentijn (Winnares Jeugdjournaal presentatie wedstrijd 2019)**
- **Jacques Vriens (kinderboekenschrijver)**
- **Klaasje Meijer (Actrice en zangeres K3)**
- **Teun Peters (Youtube-ster bij o.a. Dylan Haegens)**

De winnaars van de nieuw vormgegeven Awards gingen dit jaar naar de volgende films:

- | | |
|-------------------------------|---|
| Beste Film: | Stoepkrijt – De Vosseschans (Ter Aar) |
| Beste Verhaal: | Kids Switch – BSO (Wierden) |
| Beste Acteerprestatie: | Gezond Alarm - BS De Blokkendoos (Antwerpen) |
| Publieksprijs: | Humanji – Basisschool Neel (Roermond) |



Aandacht in de media

Een belangrijk onderdeel van de online-les die de groepen volgen wiens film in première gaat op kinderrechten donderdag, is het zelf genereren van lokale en regionale media-aandacht. Dat is dit jaar goed gelukt met 31 artikelen in lokale en regionale media, zoals kranten, lokale televisie en online magazines.

Wat voor de tweede keer op een rij tegenviel, was de aandacht van de landelijke media. Zeker gezien de aandacht die sommige zogenaamde influencers wel krijgen in de media, is dit soms frustrerend en lastig te verklaren. Daar waar het het KRFF namelijk lukt om elke maand ruim 3,5 miljoen kijkers te trekken met een relatief lastig onderwerp als 'kinderrechten', zien we dat andere YouTube-kanalen volop media aandacht krijgen met niet eens de helft van het aantal kijkers. Met name tijdens de finale gaat er veel tijd zitten in het verzorgen van de P.R. om media-aandacht te krijgen. Dan is het jammer als daar dan weinig resultaten mee worden behaald. We twijfelen er daarom aan of we voor de komende editie nog steeds zoveel tijd moeten vrijmaken voor de P.R.

Tegelijkertijd is het zeer hoopgevend dat onze eigen live stream van de finale ruim 19.000 keer is bekeken. Dit jaar was de live stream nog een test met slechts één camera die de finale vanaf een vaste positie vastlegde. We hebben dit keer ook geen ruchtbaarheid gegeven aan de live stream. Voor de volgende finale willen we, wellicht i.s.m. Canon Nederland, onderzoeken of we met meerdere camera's de finale live kunnen verslaan.

Als laatste maken we, na het succes van vorig jaar, ook dit jaar weer een visueel jaarverslag waarin we in vijf minuten de gehele 6e editie van het KRFF voorbij laten komen.



© Het Laatste Nieuws - HLN.be

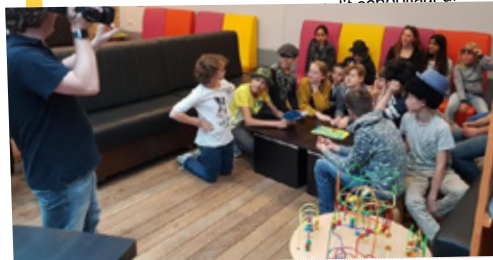
- Regio
- Aartselaar

Leerlingen De Blokkendoos maken kortfilm over gezonde voeding

Ben Conaerts | 16 maart 2019 | 17u35



RV
© Een still uit de film 'Gezond alarm', waarin het belang van gezonde voeding in de kijker wordt gezet.



YouTube première kinderrechtenfilm van Weekendschool Súdwest-Fryslân



Dit schooljaar werden uit 400 inzendingen 58 filmideeën geselecteerd voor een professionele remake onder leiding van een filmcoach van Hollywood in de Klas.

Basisschool De Vosseschans finalist voor het UNICEF kinderrechten filmfestival.

ma 27 mei 2019, 13:35



"Stoepkrijt" van basisschool De Vosseschans uit Ter Aar is door naar de finale van het UNICEF Kinderrechten Filmfestival (UKRF). Voor dit online filmproject bedenken en maken een film over kinderrechten. Hun kinderrechtenfilm "Stoepkrijt" heeft 18 views op YouTube en verdiende daarmee een felbegeerde prijs van 1000,- op zaterdag 28 juni in bioscoop Pathé Tuschinski in Amsterdam.

"Stoepkrijt" in première op het YouTube kanaal van het UNICEF



Kinderen op het podium bij het Kinderrechten Filmfestival in Amsterdam. Foto: SHe Fotografie | Suzanne Heikoop (SHe Fotografie | Suzanne Heikoop)

Film 'Kids Switch van kinderopvang Partou sleept prijs in de wacht

ma 1 jul 2019, 10:38 | Ingezonden

Tijdens de finale van het Unicef Kinderrechten Filmfestival in de Amsterdamse bioscoop Tuschinski kreeg basisschool De Vosseschans uit Ter Aar de award voor Beste film. Basisschoolleerlingen uit heel Nederland hadden afgelopen schooljaar korte speelfilms over kinderrechten gemaakt voor het filmfestival. Tien groepen stonden in de finale. Ook de film van kinderopvang Partou heeft een prijs gewonnen.

AMSTERDAM / WIERDEN - De jury, bestaande uit onder meer kinderboekenschrijver Jacques Vriens, zangeres Klasje Meijer (K3), YouTube-acteur Teun Peters en winnaars Romeyca Valentijn van de Jeugdjournaalwedstrijd 2019 had een flinke kluit aan het bepalen van de winnaars. De juryleden vonden de film Stoepkrijt de beste kinderrechtentfilm. "Fantastisch om te zien hoe kinderen films maken over kinderrechten en hoe ze daarbij fantasie en humor

Toekomst

We zijn erg tevreden over het verloop van de 6e editie van het UNICEF Kinderrechten Filmfestival. De aanpassing van het format met de online premieres heeft het KRFF een mooie en goede impuls gegeven. Voor de volgende editie is inmiddels al 80% van het budget beschikbaar gesteld. De bevrijding van Nederland 75 jaar geleden en de betekenis van vrijheid nu en in de toekomst gaat volgend schooljaar een belangrijk thema worden in de films die we gaan realiseren.

Zoals eerder aangegeven in dit verslag, vinden we de cijfers wel belangrijk, maar laten we ons er niet door (mis)leiden. Films maken met fans is minder populair dan films met schoolgroepen. Ook films uit Caribisch Nederland doen het op YouTube iets minder goed. Maar we blijven deze maken en plaatsen, omdat we een breed en gevarieerd bereik belangrijk vinden. We denken daarom ook niet dat een verdere groei reëel is en zouden al erg tevreden zijn als we kunnen consolideren en gemiddeld 3,5 miljoen maandelijkse views kunnen behouden. Dit is een bereik waar vergelijkbare educatieve videoprojecten met een maatschappelijke insteek voor kinderen alleen maar van kunnen dromen.



De miljoenen kijkers geven ons een signaal af dat hetgeen we doen gewaardeerd wordt. Je kan het er mee eens zijn of niet, maar de jonge generatie bestaat uit digital natives, wiens levens zich deels online afspelen. We denken daarom dat het goed is om hen dan ook content aan te bieden waar ze over moeten nadenken en die verder gaat dan bijvoorbeeld 'slijm maken'.

De finale neemt een steeds belangrijkere plek in binnen het KRFF. We denken er dan ook aan om de finale in overleg met Pathé op een zaterdag of een zondag te laten plaatsvinden. Op die manier kunnen ook fans van ons YouTube-kanaal met hun ouders naar de finale komen. Canon Nederland, die te gast was bij afgelopen finale, heeft interesse getoond om het KRFF op faciliterend niveau te willen ondersteunen met apparatuur en know how, zodat we bijvoorbeeld de live stream vanuit Tuschinski kunnen uitbreiden.

Afronding YEAD

Van 2016 t/m. 2019 heeft Stichting En Actie deelgenomen als één van de vijf Europese partners aan het EU project YEAD (Young Educational Cultural Audience Development). Voor dit project kwamen jongeren uit 5 verschillende EU landen met elkaar in contact en maakten zij diverse audiovisuele producties over de volgende onderwerpen:

2016 Culture for every one

2017 Colonialism

2018 Youth and Culture

2019 Final year and presentation

De doelstellingen van het YEAD project zijn om jongeren uit de EU met elkaar in contact te laten komen en zich door middel van film na te laten denken over culturele thema's. De jongeren uitgekozen voor het YEAD project zijn afkomstig uit een achterstandspositie. Het YEAD project biedt deze jongeren de kans om andere culturen te leren kennen, niet als een toerist maar als leerling en producent van content.

Hoofdorganisator van YEAD is het Brusselse Centre de Video. Naast **CVB** waren de volgende andere organisaties uit Europe vertegenwoordigd:

Alternatives uit Frankrijk

AO Norte uit Portugal

Fondazione ISMU uit Italie

RAA Mecklenburg



Het gehele YEAD project is in zijn vier jaar dat het duurde een interessante ervaring geweest. Wel merk je als kleine organisatie uit Nederland die is gewend om snel te schakelen dat het lastig is om binnen een groter project waarbij de voertaal Engels is (wat niet iedereen even machtig is) zaken langer duren om te regelen.

De belangrijkste pijler van het project is de uitwisseling van jongeren tussen de verschillende landen. Tijdens het laatste jaar in 2019 is er een week lang samenzijn geweest in Brussel. Voor Nederland is hier een groep van 8 jongeren gestuurd onder leiding van begeleider Claudia Rison namens Stichting En Actie.



In Brussel hebben de jongeren deelgenomen aan gehele serie van audiovisuele workshops en hebben zij in gemixte groepjes een tiental av-producties bedacht, opgenomen en gepresenteerd.

Het YEAD project werd in juli 2019 afgesloten in de Cinema de Galeries in Brussel waar ook het magazine met de resultaten van de afgelopen 4 jaar is gepresenteerd. Voor deze presentatie is de voorzitter van de stichting Jan de Ruijter samen met Filip Braams afgereisd naar Brussel om bij deze presentatie aanwezig te zijn. Eind 2019 is het YEAD door de organisatie in Brussel ook formeel afgesloten.



Accountantsverklaring

Verreweg het grootste project van Stichting En...Actie is het UNICEF Kinderrechten Filmfestival. De begroting van dat filmfestival wordt elk jaar door een accountant gecontroleerd.



Mastenbroek Accountancy
F.v.d. Poest Clemenlaan 26, Poortugaal
Postbus 736, 3170 AA Poortugaal
T : 06 - 55 37 06 92
E : info@mastenbroekaccountancy.nl
I : www.mastenbroekaccountancy.nl

Het bestuur van
Stichting En...Actie
Postbus 24119
3007 DC ROTTERDAM

Poortugaal, 16 oktober 2019

Onze referentie : RM/JMS/1630/2019-082

Betreft : beoordelingsverklaring bij 'UNICEF Kinderrechten Filmfestival' 2018-2019

Behandeld door : de heer R.P. Mastenbroek AA

Geacht bestuur,

Opdracht

Wij hebben bijgevoegd de door ons gewaarmerkte financiële verantwoording 2018-2019 van het project 'UNICEF Kinderrechten Filmfestival', uitgevoerd door Stichting En...Actie te Rotterdam, beoordeeld. Het bestuur van de stichting is verantwoordelijk voor het opmaken en het weergeven van het overzicht. Het is onze verantwoordelijkheid een beoordelingsverklaring inzake deze financiële verantwoording te verstrekken.

Werkzaamheden

Wij hebben de beoordeling van de verantwoording verricht in overeenstemming met Nederlands recht, waaronder standaard 2400 "Opdrachten tot het beoordelen van financiële overzichten". De in dit kader uitgevoerde werkzaamheden bestonden in hoofdzaak uit het inwinnen van inlichtingen bij functionarissen van de entiteit en het uitvoeren van cijferanalyses met betrekking tot de financiële gegevens. Door de aard en omvang van onze werkzaamheden kunnen deze slechts resulteren in een beperkte mate van zekerheid omtrent de getrouwheid van de verantwoording. Deze mate van zekerheid is lager dan die welke aan een accountantsverklaring kan worden ontleend.

Conclusie

Op grond van onze beoordeling is ons niets gebleken op basis waarvan wij zouden moeten concluderen dat de financiële verantwoording 2018-2019 van het project 'UNICEF Kinderrechten Filmfestival', aangevende een bedrag van totaal € 111.545 aan projectkosten in alle van materieel belang zijnde aspecten een onjuiste weergave van de projectkosten (en een volledige weergave van de daarmee gerelateerde baten) geeft.

Hoogachtend,

Mastenbroek Accountancy

R.P. Mastenbroek AA

Bijlage.

Bankrekening: NL68 INGB 0652 6560 21 KvK-nummer: 51359693 BTW-nummer: NL1792.88.908.B.03

Op al onze opdrachten zijn de algemene NBA-voorwaarden van toepassing die zijn gedeponeerd bij de Griffie van de Rechtbank te Amsterdam d.d. 30 januari 2013, onder nummer 6/2013.

Stichting En...Actie, Rotterdam

FINANCIËLE VERANTWOORDING UNICEF KINDERRECHTEN FILMFESTIVAL 2018-2019

UNICEF Kinderrechten Filmfestival 2018-2019	BEGROTING KOSTEN	RESTERE KOSTEN	VERSCHEIL KOSTEN
KOSTEN	€	€	€
Nr. 1 Voorbereidingen			
A. Algemene voorbereidingen UNICEF en planontwikkeling	1.250	1.233	17
Subtotaal voorbereidingen	1.250	1.233	17
Nr. 2 Uitvoeringskosten projectpersoneel			
A. Creatieve projectontwikkeling en dagelijkse loeding	23.000	23.000	0
B. Zakelijke en organisatorische projectleiding	5.800	5.800	0
C. Kostenvervoer en reisbestedingen	5.800	5.800	0
D. Meezing, communicatie en productie	7.079	6.987	92
E. Vormgeving, website en YouTube-kanaal	7.079	7.079	0
F. Vrijwilligers en stagiaires	250	250	0
Subtotaal projectpersoneel	49.008	49.007	1
Nr. 3 Materialen en inzet filmcoaches t.b.v. projectuitvoering			
A. Nieuw materiaal, interactieve kaarten, mediaconcepten, afspelingen	5.022	4.998	24
B. Realisatie van 3D films met voorverkoop en vertoelst	19.000	18.998	2
C. Afscheidingen Kinderrechten Kato	12.100	12.124	-24
Subtotaal premiere template en website	36.122	36.119	3
Nr. 4 Uitvoeringskosten finale			
A. Fotokosten naar foto	7.000	6.824	176
B. Gebruik en aanpassingen zaal, benodigdheden, techniek en catering	3.500	3.537	-37
C. Prijzen vervoer (buskaartjes, Avanti)	1.500	1.400	100
D. Productie, pr en communicatie	3.029	3.018	11
E. Overige vergoeding juryleden	1.000	979	21
F. Fotografiefinale en gebruik van foto's	300	318	-18
G. Foto, verblijf en catering kosten HOK personeel	280	280	0
Subtotaal premiere	16.609	16.349	260
Nr. 5 Overhead/Overheadkosten			
A. Drukwerk, advertenties en merchandise en verzendkosten	2.500	2.495	5
B. Huur productiekamer	1.500	1.487	13
C. Telefoonkosten/Kantoor en perko kosten	1.000	998	2
D. Administratieve en accountantskosten	2.000	2.000	0
E. Overige kosten en onvoorzien	2.000	1.980	20
Subtotaal Overheadkosten/Overheadkosten	9.000	8.980	20
Totaal kosten der subtotale	112.890	111.849	1.041
TOTAAL KOSTEN	112.890	111.849	1.041
DEKKINGSPLAN			
OPBRENGSTEN	TOEGANGEN	OPBRENGSTEN	
UNICEF + eigen bijdrage (reeds toegangs)	40.000	40.000	
Inkomsten YouTube-kanaal	19.045	19.045	
Y&B fonden	15.000	15.000	
Fonds 21	20.000	20.000	
Fonds 1818	12.500	12.500	
Volkskracht	5.000	5.000	
TOTAAL OPBRENGSTEN	111.545	111.545	
BALDO PROJECT	405	0	

Poortugaal, 16 oktober 2019

Mastenbroek

ACCOUNTANCY

R.P. Mastenbroek AA



Ter afsluiting...

In een jaarverslag en de bijbehorende financiële verantwoording staan vaak veel cijfers. Maar achter deze cijfers gaan natuurlijk kinderen, ouders, scholen, leerkrachten, dromen en emoties schuil. We vinden het belangrijk om elk jaar ons jaarverslag af te sluiten met een opvallend, vaak persoonlijk verhaal of gebeurtenis.

Dit jaar gaat het over de impact van ons project. Deze impact is heel lastig te meten. In de evaluaties van leerkrachten wordt weliswaar gezegd dat het maken van de film een grote indruk heeft achter gelaten en we zien het ook aan reacties online, maar wat is van die 'indruk' nog over na een week, een maand of een jaar.....?

Het Unicef Kinderrechten filmfestival gaat al verder terug dan de zes edities die we tot nu toe hebben uitgevoerd. Het is voorafgegaan door zeven edities van het 'Hollywood in de klas filmfestival'. Op 25 juni, een paar dagen voor de finale van afgelopen editie, kregen we onderstaande mail van JE-Maduro. Hij is nu 21 jaar en heeft in 2008 met zijn klas deelgenomen aan het filmfestival. In zijn mail gaf hij aan dat hij graag de film die hij toen met zijn klas had gemaakt nog een keer wilde terug zien, maar dat hij de film nergens meer kon vinden. We hebben in ons archief gezocht en hem vervolgens een WeTransfer-link gestuurd.



Trotse ouders tijdens prijsuitreiking.

Vervolgens kregen wij deze reactie terug:

"Hartstikke bedankt lijkt me super grappig om het weer terug te kijken bedankt voor de moeite & de leuke herinneringen".

Als een, nu 21-jarige man, elf jaar na het project nog terug denkt aan het filmfestival en de moeite neemt om naar de film op zoek te gaan, dan denk ik dat je een echte blijvende herinnering hebt achter gelaten. Natuurlijk zullen het niet alle honderdduizend deelnemende kinderen er hetzelfde over denken, maar al is het maar 10%, dan is dat toch een significant aantal waarop we een blijvende indruk hebben achter gelaten... Het is een aspect dat heel waardevol voor ons is.

;vraag

Aan: Hollywood in de klas

Beste,

Ik heb in 2008/2009 aan Hollywood in de klas meegedaan op mijn basisschool met de titel genaamd, De nep meeste op de Wilhelminaschool op de de link <https://www.hollywoodindeklas.nl/wilhelminaschool-de-nepmeester/> . Alleen werkt de link niet meer, ik zal het graag weer willen terug zien. Kunnen jullie mij helpen, invb jullie het hebben opgenomen :D

Met vriendelijke groet!