



Jaarverslag 2024



Inhoudsopgave

● Gegevens organisatie	2
● UNICEF KINDERRECHTEN FILMFESTIVAL	
● Inleiding	3
● Doelstellingen	3
● Input van de deelnemende leerlingen	4
● MediaMasters	8
● Online bereik (YouTube)	9
● Toelichting bereik	9
● Thumbnails	14
● Livestream 2024	15
● KRFF Afsluitend	17
● DROGE VOETEN, NATTE VOETEN	19
● Afleveringen, onderwerpen en zijpaadjes	19
● Een stukkie hout waarop Rotterdam is gebouwd	20
● DVNV in cijfers	21
● Thumbnails	21
● Reacties	22



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
Artiestiek projectleider
Telefoon : 06-11410741
E-mailadressen : info@stichtingenactie.nl

Bestuur

Voorzitter : Jan de Ruijter
Penningmeester : Nancy Lopulisa
Secretaris : Hans Franken

Inleiding

In 2024 zijn we begonnen met het 2e jaar van het in totaal 3 jarige contract met UNICEF. Het grootste verschil t.o.v. de andere jaren is dat Stichting En... Actie! geen externe subsidies meer aanvraagt voor de uitvoering van het KRFF.

We zijn heel erg blij dat we door het tekenen van het contract verzekerd zijn van het uitvoeren van het KRFF tot in ieder geval augustus 2026. Het contract heeft inhoudelijk niet veel wezenlijks aan het KRFF veranderd. Vorig jaar is de vormgeving en online lesmateriaal aangepast aan die van de educatie vormgeving van UNICEF. Verder zijn er aangepaste intro's en afsluitingen bij gekomen.

Verder zijn we op dezelfde wijze doorgegaan met de uitvoering van het UNICEF Kinderrechten filmfestival (KRFF) als de vorige jaren. Het belangrijkste onderdeel is om elke week een kinderrechten film in première te laten gaan op het YouTube kanaal.

In 2024 hebben we naast het UNICEF Kinderrechten Filmfestival ook gewerkt aan een nieuwe documentaire serie genaamd 'Droge Voeten Natte Voeten'.



Fragment uit de livestream met presentator Filmcoach Freek.



Tijdens de première van de serie Droge Voeten, Natte Voeten.

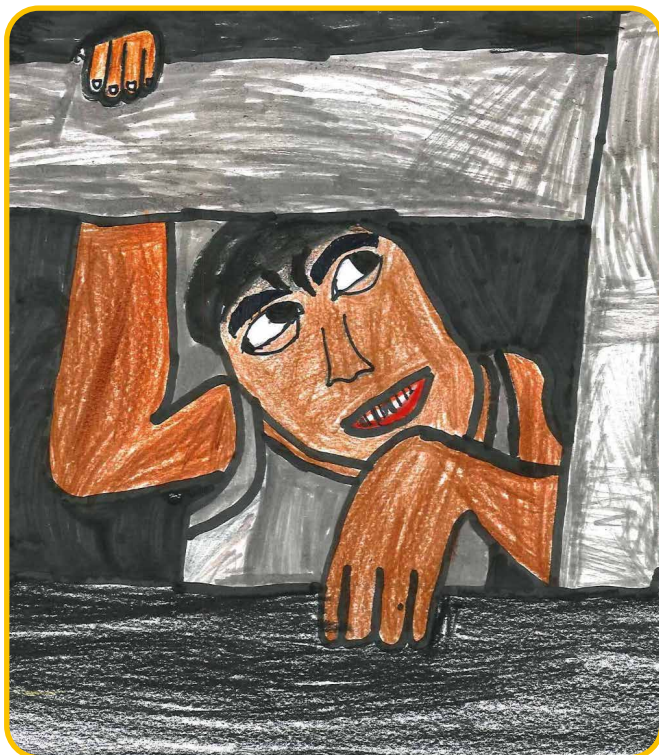
Doelstellingen

De doelstellingen voor SEA zijn komen grotendeels overeen met die van het KRFF en zijn onveranderd gebleven:

- Op een moderne, creatieve, laagdrempelige wijze, kinderen leren over hun kinderrechten, zodat zij deze beter leren kennen en beter voor zichzelf en anderen op kunnen komen.
- Consolideren van het online (YouTube) bereik, waarbij we een ondergrens hanteren van 1,5 miljoen maandelijkse views. Structureel (5 maanden achter elkaar) onder deze (1,5 miljoen) grens zou betekenen dat we in overleg gaan om te kijken of we nog verder willen gaan.
- Met het maken van een eigen film rondom kinderrechten, kinderen de mogelijkheid bieden hun mening te verkondigen.
- Het bieden van een project op het gebied van filmeducatie op een wijze die past bij de belevingswereld van kinderen in de leeftijd van 8 t/m 14 jaar.

De ongeveer 45 deelnemende schoolgroepen die uiteindelijk een KRRF film maken, leren online en in sommige gevallen ook via extra lesmateriaal van UNICEF over de kinderrechten. De leerkrachten sturen ons de input van de leerlingen. Deze input vrijwel altijd uit tekeningen die zij hebben gemaakt nadat zij het lesmateriaal hebben bekeken. Op deze pagina en de volgende pagina's ziet u een selectie van deze tekeningen.





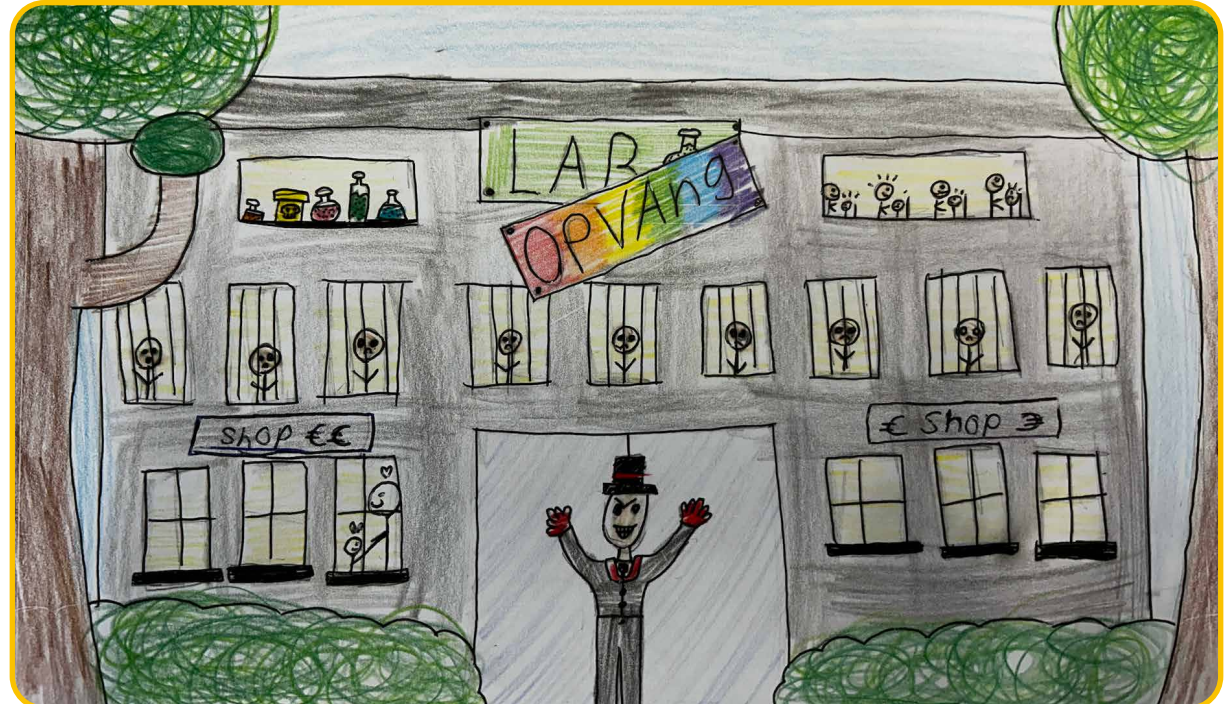


Ingestuurde tekeningen van de winnende film 'Weggepest', gemaakt door Hesselanden.



Don't give up!!!

"Passen Tyler, passen!" Tyler is aan het voetballen met zijn vrienden. Na school ging ze altijd naar de voetbalhoofballetje. Trappen. "he kom we gaan naar huis, het is lyna." "etenstijd!" riep zijn vriend Jason. Samen liepen ze naar huis en Jason bleef bij Tyler slapen. "hoe was het op school?" vroegen Tyler's ouders. Met een glimlachje begonnen ze te praten. na het eten gingen ze slapen. "he bro wij worden prof voetballers samen, toch?" vroeg Jason aan Tyler. "Ja bro" antwoorde Tyler stoevend. "Waker worden!" riep Tyler's vader. "O nee we komen te laat!" riep ze in hoor. snel als de bliksem pak ze hun tassen en stonden ze bij de deur. "zal ik jullie brengen?" vroeg Tyler's vader. "Nee thx we lopen zelf naar de club" zeiden ze. Ze waren maar een paar straatjes vande club af. "balletje trappen?" vroeg Jason. Tyler begon nteken. "pana!" Riep Tyler enthousiast. Door zijn enthousiasme volde de bal over straat. "ik haal hem wel!" riep Tyler. lichen flitson Voorbij. geschreeuw om zich heen hij zach alles wazig ambulances om zich heen de breedlers ilden Tyler op en roden Met hem naar het ziekenhuis.



Naast tekeningen worden er ook verhalen toegestuurd.



MediaMasters

Naast de tekeningen van leerlingen hebben we in november 2024 een recordaantal van 354 inzendingen ontvangen van leerlingen uit groepen 6, 7 en 8 via MediaMasters – een stijging van ruim 60% ten opzichte van het vorige jaar (toen: 225 inzendingen). Deze inzendingen bestaan uit korte, zelfgemaakte videoclipps of sketches en dus niet uit tekeningen. Vorig jaar zagen we al een stijging van 205 naar 225 inzendingen, maar de groei dit jaar is opvallend groot.

We denken dat dit komt door een combinatie van factoren:

- **Exclusiviteit van de video-opdracht:** We waren opnieuw de enige partij met een video-opdracht binnen MediaMasters.
- **Aansprekende instructie:** In onze korte uitlegvideo (verborgen op YouTube, maar toch al meer dan 10.000 keer bekeken) hebben we expliciet gekozen voor het woord “sketch” in plaats van “korte video”. Dit sluit beter aan bij de belevingswereld van de doelgroep, die vertrouwd is met sketches via platforms als YouTube Shorts en TikTok.
- **Vrijheid in themakeuze:** De inzendingen mochten gaan over alle kinderrechten, niet alleen over kinderrechten die een link hadden met mediawijsheid.
- **Uitbreiding naar jongere doelgroep:** Mediamasters is dit jaar ook voor groepen 6 toegankelijk.

Zoals ieder jaar waren er verder via MediaMasters weer relatief veel punten (“bits”) te verdienen met het inzenden van een sketch. Tijdens de Week van de Mediawijsheid heeft het KRFF-team alle inzendingen beoordeeld. Hieruit zijn 25 inzendingen geselecteerd voor een remake, waarvan uiteindelijk 5 remakes zijn geproduceerd.

IN CIJFERS



TOTAAL BEREIK

11.659 GROEPEN

UIT HET REGULIER ONDERWIJS,
SPECIAAL ONDERWIJS EN BSO'S.

INZENDINGEN BIJ HET KRFF
inclusief 'spam'-achtige inzendingen van leerlingen die
bijv. 5 keer dezelfde inschrijving insturen met een neplink.

535

**INZENDINGEN DIE VOLDEDEN
AAN DE BASISCRITERIA**
(ZELF GEMAAKTE VIDEO OF SKETCH)

354

**VIEWS IN 1 WEEK VAN DE
KRFF-UITLEGVIDEO**
(‘VERBORGEN’ OP YOUTUBE)

10.000

**AANTAL MM-INZENDINGEN
GESELECTEERD VOOR EEN REMAKE**

25

**AANTAL GEMAAKTE
REMAKES**

5

**AANTAL VIEWS VAN DEZE
5 REMAKES (T/M JULI 2025)**

2.160.000

een stijging van 120% ten opzichte
van de 975.000 views in juli 2024

**DE REMAKE
‘LEREN VAN JE FOUTEN’
HEEFT GEWONNEN TIJDENS
DE LIVESTREAMFINALE**



Online bereik

Een belangrijke en goed meetbare doelstelling, is die van het online bereik. Vanaf 2017 is de focus steeds meer komen te liggen op het online bereik. Films gaan vanaf het schooljaar 2017/2018 niet meer in bioscopen in première, maar gaan wekelijks op het YouTube-kanaal in première. Sinds de verschuiving naar Youtube ziet het online bereik van de schooljaren (september tot juli) er zo uit:

SCHOOLJAAR

AANTAL VIEWS (GEMETEN VAN SEPTEMBER TOT JULI)

2017-2018

24,3 miljoen

2018-2019

40,4 miljoen

2019-2020

53,2 miljoen

2020-2021

18,7 miljoen

2021-2022

21,6 miljoen

2022-2023

30,9 miljoen

2023-2024

31,2 miljoen

2024-2025

59,1 miljoen*

*Meting van 1-9-2024
t/m 30-6-2025

Zie de volgende pagina's voor een toelichting van de stijging in 2024-2025.





Stats **vorig jaar** (23/24) periode 30-6- 2023 t/m 29-6 2024

Totaal views 31.3 miljoen
Standaard YT = 21 miljoen
YouTube Kids = 9,7 miljoen



Kanaal

UNICEF Kinderrechten Filmfestival

Vergelijken met...



Video's

30 jun 2023 – 29 jun 2024

Aangepast

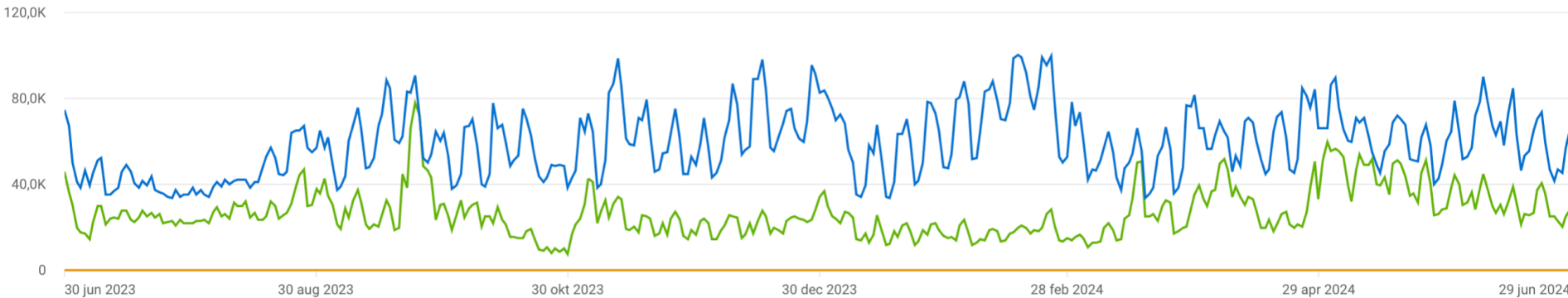
Content Verkeersbron Geografie Steden Leeftijd van kijker Gender van kijker Datum Abonnementstatus **YouTube-product** Meer

Weergaven per: YouTube-product

Secundaire statistiek selecteren

Lijndiagram

Dagelijks



YouTube-product	+	Weergaven ↓	Kijktijd (uur)	Gemiddelde weergaveduur	
☐ Totaal		31.478.261	2.381.463,1	4:32	
☒ YouTube		21.701.644 68,9%	1.810.528,4 76,0%	5:00	
☐ YouTube Kids		9.776.617 31,1%	570.934,7 24,0%	3:30	
☐ YouTube Music		0 0,0%	0,0 0,0%	—	



Stats 24/25 periode 30-6- 2024 t/m 29-6 2025

Totaal views:68,4 miljoen *
YouTube Kids40,1 miljoen
Standaard YT28,4 miljoen

*Meting van 30-6-2024
t/m 29-6-2025



Kanaal

UNICEF Kinderrechten Filmfestival

Vergelijken met...

30 jun 2024 – 29 jun 2025
Afgelopen 365 dagen

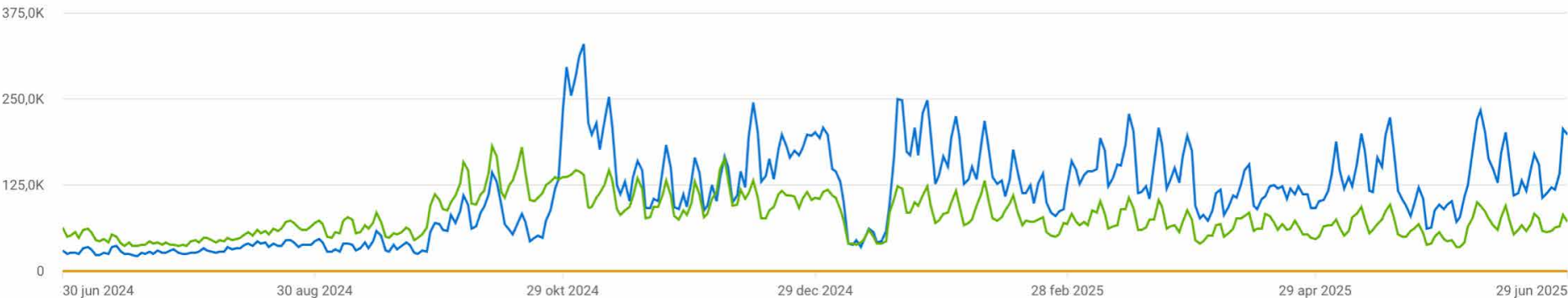
Content Verkeersbron Geografie Steden Leeftijd van kijker Gender van kijker Datum Abonnementstatus YouTube-product Meer

Weergaven per: YouTube-product

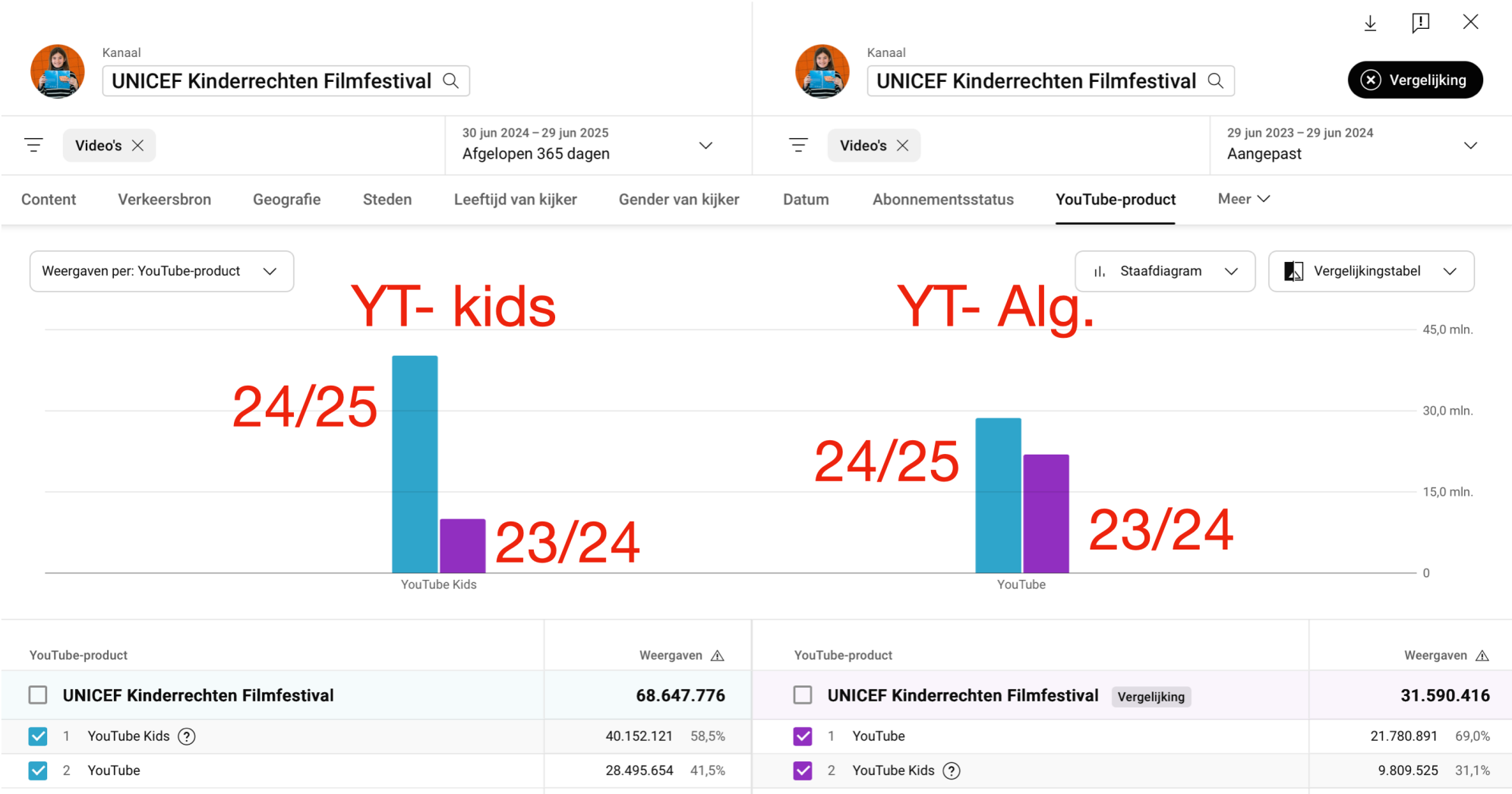
Secundaire statistiek selecteren

Lijndiagram

Dagelijks



YouTube-product	+	Weergaven	Kijktijd (uur)	Gemiddelde weergaveduur	
☐ Totaal		68.647.776	4.634.593,9	4:03	
☒ YouTube Kids		40.152.121 58,5%	2.424.871,1 52,3%	3:37	
☐ YouTube		28.495.654 41,5%	2.209.722,8 47,7%	4:39	
☐ YouTube Music		1 0,0%	0,0 0,0%	0:00	



Toelichting

Een aantal punten bij de statistieken van het schooljaar 2024/2025:

- *De 12e editie van het KRFF staat met 59,1 miljoen views, gedurende het schooljaar (1 sept tot 1 juli) VERREWEG op plaats 1. Alleen 2019/2020 komt in de buurt.*
- *Sinds december 2022 is YouTube Kids belangrijk geworden voor het YouTube-kanaal. 65% van de nieuwe films die donderdag in première gaan worden niet gelijk door YouTube Kids opgepikt. Op YouTube Kids zijn met name films te zien die zich al eerder op het reguliere kanaal bewezen hebben. Het gevolg is wel dat de nieuwe films die donderdag in première gaan met name in de eerste 4 dagen minder hoog scoren dan voorgaande jaren. Daar waar vorige jaren 50.000 views in 4 dagen standaard was, is dat nu aan de hoge kant.*



Stills: voorbeelden van hoe we het kinderrechtenverdrag verwerken in de films.

Nieuwe vormgeving

In 2023 hebben we de vormgeving van het KRFF aangepast en in 2024 is het nu het eerste volle jaar waarin we van deze vormgeving gebruik maken. De huidige visuele stijl sluit nu aan bij de educatieve huisstijl van UNICEF. Deze nieuwe, speelsere variant is afgestemd op kinderen en vormt een logische en sterke visuele link tussen het KRFF en UNICEF.

In 2024 merken we duidelijk de voordelen van deze visuele samensmelting:

Herkenning en status van het Kinderrechtenboekje

In vrijwel elke kinderrechtenfilm die we maken, zit een kort fragment (± 5 sec) met het Kinderrechtenboekje. We merken dat leerlingen op scholen het boekje herkennen en dat het onder kinderen een bepaalde status begint te krijgen. Reacties als “Is dat een echt KR-boekje?” of “Mag ik ‘m hebben?” horen we steeds vaker.

Filmcoach Freek – ook het gezicht van het KRFF – wordt regelmatig gevraagd om de boekjes te signeren. Online vragen ouders van trouwe kijkers UNICEF steeds vaker of zij een Kinderrechtenboekje thuisgestuurd kunnen krijgen.

Dit soort interacties laten zien dat achter de miljoenen views echte betrokkenheid schuilgaat. Kinderen tonen concrete interesse in hun rechten. Daarmee leveren deze momenten, naast de statistieken, tastbaar bewijs dat we onze belangrijkste doelstelling realiseren: “Via een moderne, creatieve, laagdrempelige wijze, kinderen leren over hun kinderrechten, zodat zij deze beter leren kennen en beter voor zichzelf en anderen op kunnen komen.”

Grotere interne zichtbaarheid binnen UNICEF

Een ander belangrijk voordeel van de visuele aansluiting is de toegenomen interne betrokkenheid van UNICEF bij het KRFF.

Hoewel het festival na twaalf edities al wel bekend was binnen UNICEF, bleef het lang een losstaand, leuk project. Sinds de huisstijlvernieuwing zien we dat ook andere afdelingen – zoals fondsenwerving, sponsoring en communicatie – het potentieel van het KRFF onderkennen. Hierdoor ontstaan nieuwe kansen voor samenwerking en versterking van het project binnen UNICEF als geheel.

Thumbnails

Op zowel het reguliere YouTube als op YouTube Kids spelen thumbnails een cruciale rol. De effectiviteit van een thumbnail wordt gemeten aan de hand van de zogenaamde Click Through Rate (CTR), oftewel het percentage kijkers dat op een video klikt nadat zij de thumbnail hebben gezien. Gemiddeld ligt de CTR op YouTube rond de 2%.

Wanneer een video populair wordt en daardoor vaker door het algoritme wordt aanbevolen, daalt de CTR meestal. Dat komt omdat de video dan ook wordt getoond aan kijkers buiten de vaste doelgroep, die minder snel geneigd zijn om te klikken.

Een CTR van 8% na 8 maanden (zoals bij de film Verboden) is daarom eigenlijk beter dan de 9% score van De Kinderwinkel, omdat Verboden 2x zoveel views heeft dan De Kinderwinkel.

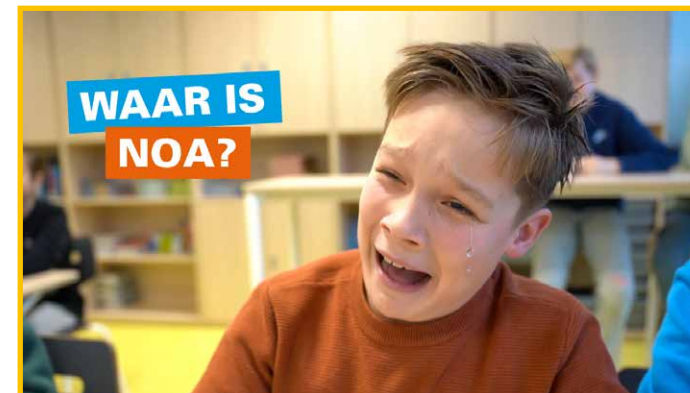
We merken dat de titels van KRFF-films minder bepalend zijn voor kijkers. Kinderen nemen de tekst op de thumbnail vaak automatisch als titel van de film. Een film die formeel de titel Weglopen heeft, wordt door kijkers meestal herkend en benoemd als Waar is Noa?

Een overzicht van de best scorende thumbnails van dit schooljaar — filmpjes die niet alleen goed zijn bekeken, maar ook een opvallend hoge CTR hadden.



'VERBODEN AFVAL'

CTR: 9,5% op dag 1 nu 7,6%.
600.000 views in 2 maanden.



'WEGGELOPEN'

CTR: 8,9% op dag1, nu 6,7% CTR. De film is in 4 maanden 1,2 miljoen keer bekeken en de thumb heeft 3,9 miljoen 'vertoningen' gehad.



'DE KINDERWINKEL'

CTR: 10% op dag 1 en gemiddeld na 8 maanden nog steeds op een 9%. Totaal aantal views: 452.000.



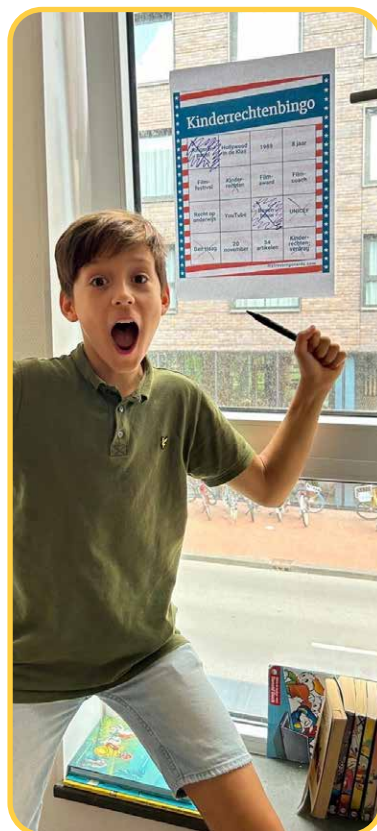
'VERBODEN'

CTR: 9,4 op dag 1 en na 8 maanden op 8%.
Totaal aantal views: 831.000.

Livestream 28 juni 2024

Op vrijdag 28 juni hebben we van 10.00 tot 11.00 uur de 11e editie van het KRFF afgesloten met een livestream vanuit het hoofdkantoor van UNICEF in Den Haag. Een speciale studio was ingericht en een lokale groep 7/8 van de Gelderlandschool uit Den Haag was als gast en kinderjury bij de livestream aanwezig.

De livestream was interactief. Via een WhatsApp-groep konden deelnemende schoolgroepen foto's van hun versierde klas sturen en hadden we contact met de winnende schoolgroepen die hebben gewonnen.



We hadden dit jaar de volgende prijswinnaars in deze categorieën:

Winnaar MediaMasters – Gokken op de bottleflip
Meest bekeken film (in 4 dagen op YouTube) – Altijd Moe
Beste kinderrechtenfilm – Meester/Juf

De laatste categorie zien we als de hoofdprijs. We hebben er veel moeite ingestoken om deze winnaar te bepalen. Een groep van maar liefst 13 juryleden heeft naar de genomineerde films gekeken en hun feedback en punten gegeven.

De eindscore was uiteindelijk:

1. Meester/Juf totaal	112 punten - gemiddeld 8,6
2. Hinder-rechten	107 punten - gemiddeld 8,2
3. Het mislukte verjaardagsfeestje	101,5 punten - gemiddeld 7,8



ENKELE QUOTES UIT DE JURYRAPPORTEN

Jullie film maakt indruk omdat jullie een heel belangrijk en actueel thema met een mooi en pakkend voorbeeld (metafoor rups-vlinder) behandelen. Andere kinderen (en volwassenen) kunnen van deze film leren dat het echt het best is als jij jezelf kunt zijn en dat je een ander kunt helpen zichzelf te zijn door liefdevol te zijn naar iemand. Een krachtig en belangrijk verhaal dat door veel mensen gezien moet worden!

Lukas (Filmhub Midden)
over de film 'Meester/Juf'

Het bespreekbaar maken van kinderrechten maar ook het controleren van naleven van de kinderrechten is ook heel belangrijk en kwam goed aan bod.

Suzanne Laszlo (Directrice UNICEF)
over de film 'Hinder-rechten'

De leukste uitspraak was nog wel van de hoofdrolspeelster uit de winnende film 'Meester/juf' die bij de ontvangstspeech riep:

'Dit maak je maar 1 keer in je leven mee..!'

Het verhaal is goed bedacht. Zo maar in de cel gestopt worden mag écht niet gebeuren! Leuk dat het verhaal luchtig gehouden wordt. En ook nog het thema aanhaalt m.b.t. de kinderfeestjes die steeds meer omvatten waardoor kinderen die daar niet aan mee aan kunnen doen in de problemen gebracht worden.

Babelle van 't Hullenaar (kinder- en jeugdpsycholoog)
over de film 'Het mislukte verjaardagsfeestje'



KRFF Afsluitend

We kijken met enige verbazing terug op deze 12e editie. Na een fikse daling qua views vanaf 2020 ivm de invoering van de COPPA wetgeving en de hele invoering van 'Made for kids – content' en het YouTube kids kanaal.

Zagen we vanaf 2021 elk jaar een lichte stijging van views en zijn we nooit onder de doelstelling van 1,5 miljoen maandelijks views gekomen (18 miljoen op jaarbasis) maar de enorme explosie van 40 miljoen extra views vanuit YouTube kids heeft ons ook enorm verrast.

De grote populariteit van onze content binnen YT-kids zette zich in okt. 2024 in. Na de kerstvakantie leken de kijkcijfers weer terug te gaan naar meer reguliere dagelijkse views van ± 85.000, maar dat was van korte duur. Het zal in de 2e helft van 2025 raar moeten lopen als we het 2024 record van 53 miljoen jaarlijkse views in 2025 niet gaan verbreken, omdat we halverwege 2025 al op 40 miljoen views staan. Toch gaan we er niet vanuit dat deze hoge views 'het nieuwe normaal' is.

Naast deze explosie van views, vertalen de toenemende reacties van leerlingen in klassen/scholen maar ook die van ouders hetgeen wat we in de cijfers zien; Een toenemende belangstelling voor de kinderrechten. We slagen er daadwerkelijk in om de 'kinderrechten' dichterbij de doelgroep te brengen en het belang van de rechten te onderstrepen.

In 2024 zijn we ook 2 keer in het landelijke nieuws gekomen een item bij EditieNL en een groot artikel in Kidsweek.





Door [Sanne van Houwelingen](#)
Leestijd 3 minuten • 14 november 2024, 10:23

Drie, twee, één... actie! Voor het UNICEF Kinderrechten Filmfestival maakten Zoë (12) en Julius (11) van groep 8 van GBO de Indon in Bussum in één dag een film en leerden zo veel over kinderrechten.

Het hele jaar door worden door verschillende klassen in Nederland films gemaakt voor het festival. 'Wij maken een film over het recht op opvoeding', vertelt Zoë. Het verhaal gaat over een groep kinderen die een puppy willen. 'Die kopen ze bij een hondenverkoper in het park', zegt Julius. Maar dan blijkt dat de verkoper eigenlijk een van hun ouders is. Die wil hen zo laten zien dat opvoeden lastiger is dan je denkt.

Echte film

Bij het maken van de film krijgen ze hulp van filmcoach Luc. Hij laat eerst zijn camera, lens en microfoon zien. 'Moet je daar zo tijdens het opnemen in kijken?' vraagt hij aan de klas. Bij selfies wel, denken de meesten. 'Maar bij een speelfilm kijk je tijdens het acteren niet in de camera, anders ziet het er niet echt uit', legt Luc uit. Net als bij een echte film worden de scènes door elkaar heen opgenomen en dat is best verwarrend. 'We beginnen niet vooraan, maar met scène 5, in de klas', zegt Julius. Samen met Zoë speelt hij een van de kinderen die de puppy hebben gekocht. Zoë is zelfs verkleed. 'Ik speel een nerd, zij weet alles van kinderrechten.'

Honderd keer opnieuw

Filmcoach Luc heeft op basis van ideeën uit de klas een script gemaakt. Hij vertelt dan ook steeds wat de kinderen moeten zeggen en iedereen doet hem enthousiast na. Soms zo enthousiast dat ze over hun woorden struikelen en dus moeten de scènes best vaak opnieuw. 'Dan is het moeilijk om je te concentreren', vindt Julius. Ook Zoë vindt dat lastig. 'Maar het acteren gaat wel goed.' Veel scènes met de hondenverkoper worden buiten gefilmd en dat is af en toe best afzien. 'Aah, mijn vingers worden koud', roept Zoë. Na een hele ochtend filmen staat alles erop. Nu is het wachten tot het eindresultaat op het YouTube-kanaal van het filmfestival staat. 'Het leukste was om samen met klasgenoten te acteren', vindt Zoë. Julius: 'En om met iedereen achter de schermen lol te maken.' Door het spelen van dit verhaal, hebben ze ook iets geleerd over kinderrechten. 'Dat iedereen een goede opvoeding moet krijgen', zegt Julius. 'En dat het belangrijk is dat je regels krijgt, anders leer je niks.' Zoë: 'Het is belangrijk dat je ouders goed voor je zorgen en dat elk kind een thuis heeft.'

Wat zijn kinderrechten?

Elk kind heeft recht op een veilig en gezond leven. In het VN-Kinderrechtenverdrag staan al die rechten opgeschreven. Bijna alle landen op de wereld hebben dat verdrag ondertekend. Er staan onder andere regels in over recht op voedsel, een dak boven je hoofd en onderwijs. En er zijn regels over heftige situaties, zoals bescherming tegen mishandeling, oorlog en kinderarbeid. Maar kinderen hebben ook rechten waar je misschien niet altijd bij stilstaat. Zo heb je ook recht op privacy, een eigen geloof, vrije tijd en je eigen mening.

Droge Voeten, Natte Voeten



Droge Voeten Natte Voeten (DVNV) is een luchtige, educatieve, 7-delige serie over de haat/liefde-relatie die Rotterdam al zo'n 750 jaar heeft met het water.

Afleveringen en onderwerpen



Klik hier om de afleveringen op YouTube te bekijken.



Aflevering

1. **Rivieren Rotterdam**
2. **Molens vs Gemalen**
3. **Een dijk van een stad**
4. **Waterzuivering**
5. **Vismigratie**
6. **Wateropvang kleinschalig**
7. **Wateropvang grootschalig**

Onderwerpen

*Nieuwe Maas, Rotte en archeologische opgravingen Rotta Nova
Prinsenmolen en zijn geschiedenis, Gemaal Essenburgsingel
Zuiderdeijk, Schielandshogezeedijk, buitendijksgebied
Boezemsingel (Vuilvishuisje), Waterzuivering Dokhaven
Snoekpaaiplaats, Leuvekolk, Gemaal Schilthuis
Groene dak Hoogheemraadschap, Gebouw de Heuvel
Benthemplein, Museumplein en Eendragtspolder, Rijnhaven*



Zijpaadjes (korte extra reportages)

Vooraf plannen we natuurlijk de afleveringen, onderwerpen en gasten. Tijdens de research over het onderwerp, tijdens de opnames zelf of tijdens de montage komen we regelmatig (meestal geschiedkundige) onderwerpen tegen die niet direct een link hebben met het hoofdonderwerp. We slaan dan altijd graag een zijpad in om dit onderwerp aan de hand van archiefmateriaal toe te lichten. Op deze manier zitten er in de serie een aantal zijpaadjes over de volgende onderwerpen:

- **Gemaal Blijdorp (afl. 2)**
- **Zuiderziekenhuis (afl. 3)**
- **Leuvekolk (afl. 5)**
- **Gebouw de Heuvel (afl. 6)**
- **Wateratlas (afl. 7)**

Een ander niet gepland zijpaadje was een kleine voorpremière in de Centrale Bibliotheek van een paar afleveringen van de serie, die een link hadden met het ondergrondse, tijdens de Maand van de Ondergrond. Voor elke bezoeker hadden we uit aflevering 1 (opgravingen Rotta Nova) een 'stukkie hout waarop Rotterdam is gebouwd' meegenomen, wat enorm werd gewaardeerd. *Zie volgende pagina.*

EEN STUKKIE HOUT WAAROP ROTTERDAM IS GEBOUWD



In 1270 was de dam in de Rotte het startpunt van de stad Rotterdam. Het gaf de stad niet alleen zijn naam, maar zorgde er ook voor dat de stad veiliger werd om te wonen en kon uitgroeien tot de wereldstad die het nu is.

In 2024 zijn er maandenlang archeologische opgravingen gedaan bij de bouw van het wooncomplex Rotta Nova. Er zijn toen houten sluisen van de dam gevonden en gedocumenteerd. Ze behoren tot de vroege geschiedenis van Rotterdam en je kunt wel zeggen dat het fundamenten zijn waarop het oude Rotterdam, rond 1270, groot is geworden. Om het even kort in het Rotterdams te zeggen: Een stukkie hout waarop Rotterdam is gebouwd.



Bouwplaats Rotta Nova.



Oorspronkelijk sluisonderdeel van het damstelsel.



Vanaf 11 november 2024 zeven weken lang bij OPEN Rotterdam.

OPEN
ROTTERDAM

Gemeente
Rotterdam

het
cultuurfonds
Volkskracht



Florian Franken reposted this



Robert Spiering • 1st

strategic senior communication, (online) marketing and pr advis...

23h • Edited •

Afgelopen maandag is een nieuw pareltje gelanceerd in medialand, namelijk de serie 'Droge Voeten, Natte Voeten'. Dit is een zevendelige serie waarin presentator [Florian Franken](#) op luchtige wijze vertelt over de 750 jaar ...more

Show translation



with Florian Franken and 1 other

Freek Commandeur and 22 others

3 comments • 1 repost

Droge Voeten Natte Voeten in cijfers

7

Afleveringen
(12 minuten elk)

10

Halve
Draaidagen

56.000

Views op het YouTube-kanaal
OPEN (d.d. 22 januari 2025)

19

Rotterdamse
locaties

10

Gasten voor de
camera gehad

110.000

Views op fragmenten op TikTok-kanaal
van OPEN (d.d. 22 januari 2025)





Reacties

Verder zijn er tientallen leuke reacties en complimenten bij ons persoonlijk binnengekomen, maar ook openbaar zijn er veel positieve reacties te lezen:



@janhenkalmeloo9475 6 dagen geleden
geweldige serie! dankjewel. Zelf jaren in Rotterdam-Blijdorp gewoond ik min Rotterdam nog elke dag!

👍 9 💬 Beantwoorden



@sjoerdvangeuns5773 1 maand geleden
Rond tijd 645 v.v. Zeer interessant, ik heb net zo veel nieuwe vragen ? wow !

👍 1 💬 Beantwoorden



@viru_zzsquad7355 5 dagen geleden
wat een lekkere rotterdamse serie! ik hoop dat er een seizoen 2 komt want water is natuurlijk super interessant en er zijn nog zoveel rotterdamse hoogstantjes te vinden in ons prachtige handelsstadje! complimenten heren en dames voor het mooie resultaat :)

👍 2 💬 Beantwoorden



@TimeSplice3D 6 dagen geleden
Erg leuke serie, je steekt er ook nog wat van op

👍 6 💬 Beantwoorden



@thomastoadie9006 4 dagen geleden
Toptelevisie.

👍 2 💬 Beantwoorden



@DoubleUProds 6 dagen geleden
Ik loop vaak op onze gemeente te schelden maar deze serie maakt echt heel veel goed.

👍 4 💬 Beantwoorden



@EUCitizenFedUpWithAllThisCrap 1 maand geleden
Jullie content is zo top

👍 2 💬 Beantwoorden



We zijn met name de mediaregeling van OPEN Rotterdam, als grootste subsidiënt, enorm dankbaar voor het vertrouwen wat we hebben gekregen om deze serie te mogen maken. Als ook het Hoogheemraadschap van Schieland en de Krimpenerwaard, Stichting Volkskracht en het Cultuurfonds (Zuid Holland).

OPEN
ROTTERDAM

Hoogheemraadschap
van Schieland en de
750 Krimpenerwaard

Volkskracht^V

het
Cultuurfonds