



eye

BELEIDSPLAN 2017 - 2020

Vooraf

In 2016 is het precies zeventig jaar geleden dat het Nederlands Historisch Filmarchief (de voorloper van EYE) is opgericht. Tegelijkertijd vieren we onze vierde verjaardag in het nieuwe museumgebouw aan de noordelijke IJ-oever.

We zijn jong en oud tegelijk. In 2016 is de collectie verhuisd naar het nieuwe EYE collectiecentrum. Voor het eerst in de geschiedenis is het nationale filmerfgoed samengebracht onder één dak, in goed geklimatiseerde depots.

We kijken terug op jaren van grote verandering en zijn nog altijd in transitie. Dat geldt voor onze nieuwe behuizingen, voor onze nieuwe profilering en programmering, voor onze nieuwe taken als sectorondersteunende instelling en voor de voortgaande digitalisering van collectie en workflows. We zijn en blijven in beweging.

Het motto voor 2017-2020 is kort samen te vatten als 'consolideren en innoveren'. Innoveren om te anticiperen op technologische en cultureel-maatschappelijke ontwikkelingen. Prioriteiten zijn onder meer het ontwikkelen van nieuwe vormen van presentatie van film- en beeldcultuur en nieuwe manieren van ontsluiten van de collectie.

Consolideren wat we in de afgelopen jaren van metamorfose bereikt hebben: de artistieke en publieke successen, maar ook van een gezonde financiële situatie.

1. Missie & Visie

Schatbewaarder

EYE, als enige museum voor filmerfgoed en filmcultuur, beheert het cinematografisch erfgoed van Nederland: een internationaal toonaangevende collectie - met ruim 40.000 films, waarvan 60% internationaal - die de hele filmgeschiedenis omspannt tot en met de nieuwe Nederlandse films die vandaag de dag in première gaan of zelfs nog gemaakt worden. De collectie omvat daarnaast meer dan honderdduizenden foto's, affiches, bladmuziek, (pre)cinema apparaten, archieven van filmmakers en een uitgebreide bibliotheekcollectie. EYE is verantwoordelijk voor het duurzaam bewaren, toegankelijk maken, contextualiseren en levend houden van de filmcollectie Nederland.

Gids

Film is onverminderd populair en overal. We leven in een gemedialiseerde samenleving omringd door bewegend beeld. In die overvloed van beelden en films, streven wij er naar de weg te wijzen: naar dat wat (historisch) belangrijk is, naar wat bijzonder, wonderschoon of urgent is. Naar dat wat publieke en professionele aandacht en waardering verdient. En we leggen ook uit waarom. We plaatsen film- en beeldkunst in context. We maken educatieve programma's in huis en voor heel Nederland, waarin we kinderen en jongeren leren naar beelden te kijken. Internationaal promoten we de Nederlandse filmcultuur in de volle breedte, van nieuw filmtalent op internationale festivals tot en met Desmet in het MoMA.

Pionier

Zoals Jean Desmet, een van de grondleggers van de EYE collectie, de eerste filmpionier van Nederland was, zo vervult EYE vandaag de dag nog altijd een pioniersrol door een vernieuwende wijze van presenteren, restaureren en conserveren. Dat doen we onder meer door een innovatief tentoonstellingsprogramma. We onderzoeken de vraag 'hoe exposeer je film'. We laten zien wat film, buiten de vertrouwde muren van de bioscoop nog meer kan zijn. In de zogenaamde cross-over met andere artistieke disciplines tonen we de vernieuwing van film als hybride kunstvorm. In de filmprogrammering experimenteren we met nieuwe presentatievormen en nieuwe vormen van storytelling en filmmaken. We ontsluiten onze collectie door makers van nu, zoals Christoph Girardet, Peter Delpout en Aernout Mik, te vragen nieuw werk te maken op basis van onze collectie. Of we vragen studenten van kunstacademies om te samplen met gedigitaliseerd historisch filmmateriaal. Voor onze educatieve programma's zoeken we innovatieve methoden, zoals het bouwen van een online community (MovieZone) en vragen we doelgroepen zelf programma's te maken (Exposed).

In de internationale archiefwereld geldt EYE al jaren als koploper en pionier op het gebied van digitalisering, restauratie en digital access.

Visie

EYE wil wereldwijd toonaangevend zijn in de wijze waarop film en bewegend beeld binnen een museale context worden getoond.

We conserveren en presenteren film als kunst, vermaak, cultureel erfgoed en maatschappelijk document. EYE laat zien hoe bepalend bewegend beeld is voor het ervaren en begrijpen van de wereld om ons heen. Door verleden, heden en toekomst van de film te verbinden, verschaffen we de noodzakelijke context.

EYE laat je anders kijken.

2. Profiel & Positionering

EYE heeft een veelzijdige taak: museum, archief, filmvertoner, educatieve instelling, sector-ondersteunende instelling en promotor van de Nederlandse filmcultuur en filmindustrie in het buitenland. We passen niet eenvoudig in herkenbare hokjes of in traditionele categorieën. Het profiel echter moet kraakhelder zijn. EYE is film: alles draait om film en de kunst van het bewegend beeld, waarbij de artistieke kwaliteit leidend is. Als museum ambiëren we een voortrekkersrol in de wijze waarop film en de kunst van het bewegend beeld aan het publiek getoond wordt. Vanuit een integrale missie en visie - gericht op het stimuleren van film- en beeldcultuur in de meest brede zin van het woord - werken we met een elkaar onderling versterkend takenpakket, waarbij de collectie het fundament is.

In het iconische museum beschikken we over vier state-of-the-art filmzalen waarin we als modern museum voor film en de kunst van het bewegend beeld verleden, heden en toekomst verbinden en zichtbaar maken. Met een internationaal toonaangevend tentoonstellingsbeleid belichten we film als hybride kunstvorm, waarbij we rijkelijk putten uit eigen collectie. In het nieuwe en modern geoutilleerde collectiecentrum versterken en verdiepen we onze internationaal geroemde expertise op het gebied van conservering, restauratie, digitalisering en ontsluiting.

In de eerste jaren in het nieuwe gebouw hebben we ons vooral gericht op het creëren van draagvlak, zowel bij het publiek, bij de professionals als bij onze belangrijkste stakeholders. We moesten onszelf immers nog bewijzen: kwantitatief (bezoekersaantallen), kwalitatief (peer reviews, recensies, toonaangevend aanbod) en het belang van EYE voor de Nederlandse filmindustrie (de sector-ondersteunende taken).

Publieksbereik

Jaarlijks ontvangen we inmiddels gemiddeld 700.000 bezoekers in EYE, waarvan zeker 75% komt voor culturele activiteiten (in 2016: ca. 335.000 verkochte kaarten voor films en/of tentoonstellingen en 230.000 bezoekers voor debatten, scholierenvoorstellingen, educatieve activiteiten of voor de permanente museale opstelling in het Panorama) en het overige deel voor zakelijke events of om het café-restaurant te bezoeken.

Artistieke kwaliteit

Met een innovatief collectie- en restauratiebeleid, met een onderscheidend tentoonstellingsprofiel en unieke filmprogramma's heeft EYE zich in de afgelopen jaren een eigen positie weten te verwerven ten opzichte van andere filmvertoners en andere musea, zowel nationaal als internationaal. We mochten ons met grote regelmaat verheugen op lovende artikelen in de pers in binnen- en buitenland. Op die artistieke kwaliteit van het museale beleid willen we ook in de toekomst onszelf (laten) beoordelen.

Relevantie voor de Nederlandse filmsector

Ook als net opgerichte sector-ondersteunende instelling voor de filmbranche moesten we onszelf uitvinden en bewijzen. Wat kan EYE betekenen voor het filmklimaat in Nederland? Naast heldere taken gericht op landelijke filmeducatie en de internationale promotie van de Nederlandse film, hebben we in samenspraak met de filmsector een aantal concrete projecten opgepakt met als doel het filmklimaat in Nederland te stimuleren en te versterken. Zo zijn we (mede-) initiatiefnemers van de digitalisering van filmvertoning (Cinema Digitaal), van het trainingsprogramma voor het maken van betere trailers (Trailerpark) en van de Handreiking filmtheaters. In de afgelopen jaren hebben we onderzoeken laten uitvoeren

naar onder meer de gevolgen voor de diversiteit van het filmaanbod na digitalisering van het vertoningscircuit en naar het filmbezoekgedrag van jongeren met een niet-westerse achtergrond. We organiseren samen met de filmbranche congressen en netwerkbijeenkomsten, zoals in 2016 het bioscoopcongres Cinema 2020.

Ook in 2016 starten we met een aantal filmtheaters een concreet initiatief om het bezoek, vooral van jongeren, aan de artistieke Nederlandse film te stimuleren.

Stakeholdersonderzoek

In 2015 hebben we een stakeholdersonderzoek¹ laten uitvoeren, waarin we onze belangrijkste partners in de filmsector hebben gevraagd naar hun mening over het functioneren van EYE als sector-ondersteunende instelling. Over het algemeen is men positief tot zeer positief over de rol van EYE als 'het huis van de film' en promotor van (Nederlandse) filmcultuur. Ook zijn er verbeterpunten genoemd die inmiddels zijn opgepakt, zoals de samenwerking op het gebied van internationale promotie.

Zelfreflectie en evaluatie

Behalve het stakeholdersonderzoek organiseren we met regelmaat evaluatie- en brainstormsessies, zowel intern als met externen om ons beleid te evalueren.

In 2014 hebben we een Nederlands panel van deskundigen uit andere sectoren (wetenschap, journalistiek, design, nieuwe media) gevraagd naar hun perceptie van EYE.

In 2015 deden we hetzelfde met een gezelschap van internationale experts: collega-directeuren van filmmusea, filmcuratoren, filmwetenschappers². In beide sessies kon EYE rekenen op veel waardering: 'EYE is beyond a museum'. Gelukkig kregen we ook zinvolle adviezen voor de toekomst, zoals meer ruimte en aandacht voor experiment in de programmering, het intensiveren van onderzoek naar en actiever (online) openstellen van de collectie voor hergebruik.

Samenwerking

Zonder samenwerking kunnen we niet bestaan. Naast onze natuurlijke partners in de (inter-)nationale filmbranche en in het culturele landschap (musea, festivals, kunstinstituten, erfgoedinstellingen, opleidingsinstituten) zoeken we actief samenwerking met andere sectoren, van de creatieve industrie, het bedrijfsleven tot en met zorginstellingen.

3. Digitalisering

In de afgelopen jaren heeft het medium film zich (technisch) radicaal ontwikkeld. Na meer dan 100 jaar op celluloid te zijn opgenomen, vertoond en bewaard, is film in korte tijd een volledig digitaal object geworden. Digitalisering is in alle facetten van het medium diep verweven, van productie en vertoning tot aan de erfgoedpraktijk.

Analoge films en filmgerelateerde materialen (posters, film stills, papieren archieven) uit het verleden moeten gedigitaliseerd worden om in het huidige digitale tijdperk houdbaar, bruikbaar en zichtbaar te blijven.

Ook het filmarchief van de 21ste eeuw zelf - en de noodzakelijke infrastructuur - moet geheel gedigitaliseerd zijn: immers alle films van nu zijn digital born en moeten digitaal worden beheerd en duurzaam worden opgeslagen om ooit nog toegankelijk te zijn. Daarbij moeten we ons voortdurend rekenschap geven van de voortschrijdende digitale technieken.

Is een analoge film enkele tientallen jaren te bewaren, de veroudering van digitale materialen gaat in een sneller tempo. Dit vereist een constante migratie van digitaal materiaal naar nieuwe dragers, nieuwe standaarden en steeds opnieuw ge-upgrade hard- en software. Binnen samenwerkingsverbanden als de Nationale en de Culturele Coalitie Digitale Duurzaamheid, maar ook in internationaal verband (Association des Cinémathèques Européennes) werkt EYE actief aan de meest efficiënte en meest duurzame oplossingen voor het behoud en beheer van de digitale collectie, waarbij de specifieke eigenschappen van digitaal cinematografische erfgoed (zware en complexe bestanden) bijzondere eisen stellen.

Door een aanvullende structurele subsidie van het ministerie van OCW is deze belangrijke taak voor de toekomst financieel voldoende geborgd.

¹ Stichting Filmonderzoek – Stakeholdersonderzoek EYE, januari 2015

² Verslag expertmeeting internationale filmprofessionals over beleid en activiteiten EYE. [Lees hier](#)

4. Collectie

EYE, de schatbewaarder van de film in Nederland, heeft een archieftaak én een museale taak. De archieftaak betekent dat we het nationale filmerfgoed, van 1895 tot vandaag, beheren. Binnen de museale taak maken we keuzes gebaseerd op inhoudelijke, artistieke, historische, culturele en maatschappelijke criteria. We onderscheiden vijf aandachtsgebieden in onze collectie: de Nederlandse film, internationaal kunstzinnige en/of historisch relevante cinema, stille film, experimentele film en Expanded Cinema. Als ware goudzoekers onderzoeken onze curatoren ook de minder bekende onderdelen van de collectie, vaak in samenwerking met externe onderzoekers en/of gastcuratoren. Dat leidt met regelmaat tot unieke vondsten en restauraties zoals recent Fietsen naar de Maan (Jef van der Heijden, 1963), Herwinnen door Werk (Alex Roosdorp, 1945) en de verloren gewaande Britse speelfilm Love, Life and Laughter uit 1923.

Terugblik

De afgelopen jaren kenmerkten zich door intensieve voorbereidingen voor het nieuwe collectiecentrum in combinatie met een forse terugschaling na stopzetting van het digitaliseringproject Beelden voor de Toekomst.

Er zijn mede dankzij Beelden voor de Toekomst meer dan 7.000 titels gedigitaliseerd (en veelal daarvoor gerestaureerd) en er zijn talloze rechten gecleard. Inmiddels is een digitale workflow tot stand gekomen, die diep geworteld is in alle offline en online activiteiten: van het maken van lespakketten voor het primair onderwijs, ontsluiting voor eigen filmprogramma's en tentoonstellingen, hergebruik van collectiemateriaal door makers en kunstenaars, verkopen aan tv-zenders, digitaal aanbieden van korte films aan Nederlandse filmtheaters tot en met bruiklenen aan musea en internationaal rondreizende filmprogramma's en retrospectieven. Via diverse online platforms bieden we het publiek laagdrempelig toegang tot duizenden filmtitels (Youtube, Europeana, European Film Gateway en eigen websites).

Prioriteiten collectie 2017-2020

- De ingebruikname van het nieuwe collectiecentrum en het uitbouwen daarvan tot internationaal expertise centrum op het gebied van filmrestauratie
- Het intensiveren van onderzoek (R&D)
- Het -op bescheiden schaal en on demand- verder digitaliseren, restaureren, ontsluiten
- Het optimaliseren van de daarvoor noodzakelijke digitale infrastructuur

EYE Collectiecentrum

Het collectiecentrum, dat in 2016 in gebruik is genomen, doet dienst als depot met optimale opslag- en bewaaromstandigheden voor het filmisch erfgoed van Nederland en heeft bovendien een semi-publieksfunctie als expertisecentrum waar het (professionele) publiek uit binnen- en buitenland collecties kan raadplegen. Het centrum functioneert als laboratorium voor onderzoek naar en hergebruik van de collectie. Zo is er ruimte gecreëerd voor artists/scholars-in-residence programma's, bijeenkomsten met filmmakers en filmviewings voor onderzoekers, studenten, pers en filmprofessionals.

Restauraties

Naast tientallen films die jaarlijks worden gedigitaliseerd met het oog op ontsluiting en duurzaam behoud en nieuwe Nederlandse films die instromen in het archief, werkt EYE aan bijzondere restauratieprojecten, zoals in de komende periode het oeuvre van Frans Weisz en de unieke 68mm Biograph filmcollectie (1896-1903) met de allervroegste Nederlandse films.

Academische functie

De academische functie heeft zich de afgelopen jaren sterk ontwikkeld mede dankzij de installatie van de leerstoel Filmerfgoed en Digitale Filmcultuur aan de Universiteit van Amsterdam, ingevuld door de hoofdconservator van EYE. De samenwerking met de UvA richt zich onder meer op openbare collegereeksen (This is Film! Film Heritage in Practice), op de Masteropleiding Preservation and Presentation of the Moving Image en op internationale stage- en onderzoeksprojecten, met nadruk op innovatieve methodes voor ontsluiting, restauratie en digitalisering. Een voorbeeld is het project [Data Driven Film History: a demonstrator of EYE's Jean Desmet Collection](#).

Internationale conferenties

Eens per jaar organiseert EYE in huis een grote internationale conferentie voor filmwetenschappers, archivariissen, curatoren en restauratoren. De conferenties worden georganiseerd in samenwerking met partners uit de wetenschappelijke en filmerfgoedpraktijk, zoals in de nabije toekomst conferenties als [The Reel Thing](#), [Women and the Silent Screen](#) en het jaarlijkse congres van de [International Federation of Film Archives](#).

Wetenschappelijke publicaties

In samenwerking met Amsterdam University Press, heeft EYE de academische serie [Framing Film](#) opgezet, gericht op theoretische en analytische werken op het gebied van archief- en presentatiepraktijken. Inmiddels is een aantal internationaal goed ontvangen boeken gepubliceerd, waarvan sommige al in herdruk zijn genomen. Voor de komende periode staan uitgaven op stapel als *The Conscience of Cinema. The Works of Joris Ivens 1926-1989* en *Humor and Irony in Post-War Dutch Film*.

EYE is tevens medeoprichter van het e-journal NECSUS - European Journal of Media Studies, een open access online tijdschrift op het gebied van film- en mediastudies.

5. Presentatie

Als gids in het nationale en internationale filmaanbod van vroeger tot nu, brengt EYE filmcultuur in de breedste zin van het woord onder de aandacht van een divers publiek. Met tentoonstellingen, programmering in filmzalen en daarbuiten (onsite & online), presenteert en onderzoekt EYE de geschiedenis van de film en het grensvlak tussen cinema en andere kunsten. Beginnende en canonieke auteurs krijgen volop de ruimte. We hebben aandacht voor historische, cinematografische, cultureel-maatschappelijke en/of technologische ontwikkelingen die invloed hebben (gehad) op de film en filmcultuur binnen en buiten Nederland.

Terugblik

Prioriteit in de afgelopen jaren was het opzetten van een toonaangevend tentoonstellingsbeleid, de verbreding van de filmprogrammering en in het verlengde daarvan ook verbreding en vergroting van het publieksbereik. Dit heeft zich inmiddels vertaald in stabiele bezoekerstellingen, die ver boven de oorspronkelijke verwachtingen liggen.

Prioriteiten presentatie 2017-2020

- Consolideren en verder ontwikkelen van een toonaangevend filmprogrammerings- en tentoonstellingsbeleid
- Zichtbaar(-der) maken van de onderscheidende positie van EYE t.o.v. andere musea en andere filmvertoners
- Onderzoeken en ontwikkelen van innovatieve vormen van presentatie

Tentoonstellingen

Film is en blijft het vertrekpunt voor een viertal tentoonstellingen per jaar, waarin de volgende hoofdlijnen te onderscheiden zijn: thematische tentoonstellingen (o.a. *Found Footage*, *De Droomfabriek van Jean Desmet: de experimentele jaren van de vroege film*); tentoonstellingen gewijd aan grote en belangrijke auteurs als Antonioni, Fellini en Kubrick; tentoonstellingen die de geschiedenis van de experimentele en avantgarde film belichten (zoals de eerste tentoonstelling ooit gewijd aan de vroege abstracte cinema van pionier Oskar Fischinger en de tentoonstelling met het bizarre werk van de Quay Brothers) en tentoonstellingen die de raakvlakken onderzoeken tussen film en andere kunst disciplines, zoals die gewijd aan het werk van William Kentridge, *Expanded Cinema* en de filmsculpturen van Anthony McCall.

Bij het maken van tentoonstellingen richten we ons sterk op de eigen collectie. Zo is het werk van Johan van der Keuken opnieuw onder de aandacht gebracht en toonden we de prachtige collectie vroege Poolse en Tsjechische animatiefilms uit de jaren zestig en zeventig in de tentoonstelling van de gebroeders Quay. Daarbij zoeken we ook naar nieuwe perspectieven op de collectie en op de geschiedenis van de film, zoals in de tentoonstelling *Sluimerend Vuur* waarin Péter Forgács nieuwe betekenis gaf aan amateurfilms uit Nederlands-Indië.

Begin 2016 heeft in de tentoonstelling *Close Up* een talentvolle, nieuwe Nederlandse generatie film- en videokunstenaars centraal gestaan. In de zomer van 2016 is de tentoonstelling gewijd aan Nederlands beroemdste cameraman Robby Müller en in het najaar aan een aantal kunstenaars/filmmakers wiens werk de bijzondere kwaliteiten van het celluloid etaleert (Tacita Dean, Rosa Barba, Gusmao & Paiva, e.a.). In 2017 zal een speciaal voor EYE gemaakte filminstallatie van de Hongaarse filmkunstenaar Béla Tarr in de tentoonstellingsruimte worden ingericht. Toekomstige tentoonstellingsprojecten zijn onder meer het werk van Alex van Warmerdam en over het Duits Expressionisme uit de jaren twintig (o.a. *Nosferatu*, *Das Cabinet des Dr. Caligari*, *Metropolis*).

In de permanente tentoonstelling in het Panorama ontmoet de (pre)historie van filmmaken het digitale tijdperk. Op een laagdrempelige wijze geeft de vaste opstelling een beknopt inzicht in de technische ontwikkeling van opname en vertoning van bewegend beeld door de jaren heen. In de 360° kamer is een wervelwind van digitale filmfragmenten te zien.

De flipboekjesmachine en de greenscreen installatie nodigen de bezoeker uit om op speelse wijze zelf 'film' te maken. In vier EYE-pods zijn honderden (door EYE gedigitaliseerde) films gratis te zien.

Filmprogrammering

EYE is een modern museum voor de film en film is een moderne kunst. We presenteren zowel de meesters uit het verleden als de beloften van de toekomst. Een combinatie van klassiek en hedendaags werk is een wezenlijke voorwaarde voor een levend filmmuseum dat er nu en in de toekomst toe doet.

De filmprogrammering kent drie hoofdlijnen:

Cureren van retrospectieven en – veelal horizontaal geprogrammeerde – programmaformats: Film NL (van Kees Hin tot Paul Verhoeven), Cinema Concerten (stille films met nieuwe scores of bijzondere experimenten zoals het theatrale schouwspel van pianiste Tomoko Mukayama omringd door een woud van beeldschermen waarop beelden uit de EYE collectie), Cinema Egzotik (vaste cultavonden met een nog vastere publieksachterban), EYE on Art (gewijd aan de crossover tussen film en andere kunsten, veelal in samenwerking met andere kunstinstellingen) en de vaak uitverkochte Cinemini-voorstellingen op zondagochtend voor kinderen vanaf 2 jaar.

Experimenteren met innovatieve presentatievormen, die inspelen op nieuwe vormen van filmmaken en storytelling, VR presentaties, live performances, grensverleggende en cinematografische geluidskunst zoals in Club EYE (werktitel voor een nieuwe reeks experimentele avonden met elektronische acts en onderscheidend visueel karakter) en de [EYE Exposed programma's](#) voor en door een doelgroep van jonge cultuurliefhebbers.

Themaprogramma's, waarin maatschappelijke actualiteit binnen een cinematografische context wordt onderzocht, zoals de nieuwe documentaire reeks 'EYE on the World' en in het recente verleden 'Where do we go now – Arab women behind the camera'. Hierbij wordt samengewerkt met gastcuratoren en organisaties uit binnen- en buitenland; zowel uit de film- als museale wereld, en met academische en maatschappelijke instellingen.

Premières in context

De premièreprogrammering bestaat uit ongeveer 80 nieuwe films per jaar: artistieke (jeugd-)films, Nederlandse films en re-releases van klassiekers. Uitgangspunt is een gevarieerd aanbod van beginnende tot iconische makers die zowel inhoudelijk als in vorm over hoogwaardige artistieke kwaliteit beschikken. Meer dan de helft van de titels wordt voorzien van randprogrammering uit eigen archief of collega-archieven, zoals eerdere films van dezelfde maker, thematische of historische verwijzingen en afwijkende projectieformaten (zoals *The Hateful Eight* van Tarantino op 70mm).

Een deel van deze first run-titels valt in de categorie 'kwetsbare artistieke film' en is niet of nauwelijks in andere theaters te zien of wordt überhaupt niet in Nederland uitgebracht, zoals in het jaarlijks terugkerende Previously Unreleased programma. Daarbij nemen wij (samen met distributeurs) de vertoningssituatie in de regio Amsterdam in ogenschouw. Dit bepaalt mede de inzet van films (aantal slots) en de veelal van andere filmtheaters afwijkende vertoningstijdstippen. Bovendien biedt EYE de artistieke Nederlandse films (vaak als enige vertoner met Engelse ondertitels) een langere release-tijd dan ze normaal in de vertonersmarkt gegund wordt.

Festivals

EYE biedt onderdak aan 7 festivals per jaar, waaronder Klik!, IDFA, Cinedans en Imagine. Het complementaire karakter op onze eigen programmering is van groot belang. Hierbij weegt niet alleen de inhoudelijke kwaliteit, maar ook de mate waarin materiaal uit de collectie in een andere, nieuwe context wordt gepresenteerd. Festivals waarvoor we kiezen zijn nooit geografisch bepaald (geen landen programma's), maar altijd cinematografisch van aard. Met het Keep an Eye eindexamenfestival van de Filmacademie bieden we een platform voor het nieuwe filmtalent van Nederland.

Distributie

Ten aanzien van de landelijke spreiding van filmcultuur concentreert EYE zich op de distributie van klassiekers en korte films. In de afgelopen jaren zijn klassiekers als *Breakfast at Tiffany's*, *Il conformista* en *Gone with the Wind* (meer dan 10.000 bezoekers!) uitgebracht in de Nederlandse theaters. Met het oog op collectievorming (oeuvres van belangwekkende makers) is een tiental niet aan Nederland verkochte recente artistieke films geacquireerd en vertoond in een landelijk circuit, zoals *Shirley*, *Visions of Reality*, een film van Gustav Deutsch, geïnspireerd door de schilderijen van Edward Hopper.

Om de vertoning van korte films te bevorderen heeft EYE het initiatief genomen tot de Korte Film Poule, waarvoor meer dan 250 korte films (uit eigen collectie, via de NTR Kort! of afkomstig van onafhankelijke producenten) zijn overgezet van analoog naar digitaal formaat.

Via de Korte Film Poule worden speciaal gecureerde programma's aangeboden aan de filmtheaters: van compilatieprogramma's van filmfestivals tot educatieve programma's inclusief gratis lesmateriaal.

6. Educatie

Het leren begrijpen en gebruiken van film- en beeldtaal is essentieel in onze gemedialiseerde samenleving. Film is een toegankelijk medium en ondersteunt mensen om al op jonge leeftijd de wereld te ontdekken. Film kan, net als andere kunsten, ontroeren, vermaken en aan het denken zetten.

Als gids in een overvloedige wereld van beeldcultuur geeft EYE kinderen, jongeren en even zo goed volwassenen de kennis en vaardigheden om film te onderzoeken, te analyseren en de invloed ervan op de samenleving te begrijpen. De educatieve activiteiten van EYE zijn in twee verschillende functies onderverdeeld: de museale c.q. erfgoed educatie en de portalfunctie voor landelijke filmeducatie.

Terugblik

In de afgelopen jaren hebben we sterk ingezet op innovatie en duurzaamheid (het ontwikkelen van programma's die met kleine aanpassingen voor meerdere toepassingen en doelgroepen geschikt zijn). Voorbeelden zijn de meerdere malen internationaal bekroonde EYEWalk (videotour), het nieuwe erfgoedgerelateerde educatieproject Filmjuwelen en het jongerenmerk MovieZone.

MovieZone geeft jongeren de kans om film te ontdekken, zowel in de praktijk (zelf maken) als door kennis te nemen van de theorie (filmtechniek, filmhistorie). En we zoeken de jongeren op daar waar ze het meest verblijven: op internet. Met MovieZone (zowel online als via tv) zijn in twee jaar tijd meer dan 2 miljoen jongeren uit de doelgroep (12-21 jaar) bereikt.

Ander nieuw initiatief dat EYE twee jaar geleden heeft opgezet is EXPOSED, de community voor jonge cultuurliefhebbers waarbij we innig samenwerken met de doelgroep. Het jonge curatorenteam geeft voor hun eigen peer group op geheel eigen wijze betekenis aan het aanbod van EYE, onder meer via een onlinemagazine en events rond tentoonstellingen.

Prioriteiten educatie 2017-2020

- Actieve bijdrage om structureel aandacht voor film te realiseren in het onderwijscurriculum, met name in het primair Onderwijs
- Zichtbaarder maken van de rol die EYE speelt als landelijk coördinator filmeducatie

Film in het onderwijscurriculum

Film brengt de wereld in de school. Film is een laagdrempelige kunstvorm om kinderen de wereld te laten zien en te leren begrijpen. Vaak echter wordt bewegend beeld op scholen ingezet zonder filmeducatieve duiding, waardoor kinderen niet mediawijzer worden gemaakt. In het kader van de maatschappelijke dialoog over Onderwijs 2032 heeft EYE het initiatief genomen voor de Expert Meeting 'Film in School'³, met als doel: een lerarenopleiding film(educatie); een doorlopende leerlijn; kwalitatief lesmateriaal; het ontwikkelen en bijbrengen van skills die een leerling nodig heeft om zelfstandig en vrij te bewegen in onze gemedialiseerde samenleving.

Museale c.q. erfgoed educatie

De museale activiteiten staan in het teken van erfgoed educatie, waarvoor de collectie de inspiratiebron is. Daarmee onderscheidt EYE zich van andere aanbieders van filmeducatie in de regio Amsterdam en de rest van Nederland. We richten ons met de museale educatieve activiteiten⁴ op het PO, VO en op jongeren, waarbij we duidelijk onderscheid maken tussen de specifieke doel- en leeftijdsgroepen. We ontwikkelen workshops, speurtochten en educatief materiaal bij historische films, rond tentoonstellingen, voor schoolvoorstellingen en bij de permanente opstelling in het Panorama.

³ Deelnemers expertgroep: Community filmdocenten, het Netwerk Filmeducatie, het Filmfonds, de Filmacademie, Stichting Mediawijsheden, PABO Inholland Den Haag en Hogeschool Leiden

⁴ Veel van de museale educatieve activiteiten vinden plaats in samenwerking met andere partijen zoals de IMC weekendschool, Stichting Wijzneus, Museumkidsweek en de Museum Jeugd Universiteit.

Landelijke filmeducatie

Als sectorondersteunende instelling stimuleert EYE de afstemming van kwaliteit en samenhang van het landelijke film-educatie aanbod. Focus ligt op het bevorderen en faciliteren van kennisuitwisseling op het gebied van film- en mediaonderwijs tussen aanbieders onderling en tussen aanbieders en gebruikers. Zo is EYE de motor achter en coördinator van het Netwerk Filmeducatie, dat bestaat uit instellingen uit de film- en audiovisuele mediasector. In dit netwerk wordt kennis en expertise over filmeducatie samengebracht, zowel online als bij expertmeetings. Filmeducatie.nl is het meest gebruikte platform voor filmeducatie door docenten en filmprofessionals. EYE is zowel door het onderwijsveld als door de filmbranche, van gesubsidieerde theaters tot commerciële ketens, een veelgevraagd adviseur.

Naast de adviserende en bemiddelende functie, maken we zelf -en vaak op verzoek- educatief materiaal dat landelijk wordt ingezet in samenwerking met lokale partners. Zoals 'Avonturen in het Donker' voor het PO, MovieZone voor VO, lesmateriaal bij korte filmprogramma's en voor de nationale filmfestivals. We coördineren en ontsluiten educatieve materialen van andere aanbieders en partnerorganisaties via Filmeducatie.nl, waar we het aanbod categoriseren en metadateren om de vindbaarheid te vergroten.

In de komende periode zal EYE in samenwerking met onder meer het Filmfonds en Filmproducenten Nederland lesmateriaal ontwikkelen en aanbieden bij nieuwe Nederlandse jeugd- en familiefilms. Het materiaal kan zowel in de klas als in de bioscopen/filmtheaters worden ingezet.

Op lokaal niveau is EYE initiator en coördinator van het Amsterdams Filmmenu, gericht op de promotie van het gevarieerde educatieve aanbod van alle Amsterdamse aanbieders van filmeducatie.

Ook buiten de filmsector worden samenwerkingen geïnitieerd, zoals maatschappelijke programma's als Cultuur op Recept (i.s.m. het Stedelijk Museum Amsterdam en de Stadsschouwburg) en een lesmethode voor blinden en slechtzienden voor Bartiméus Sonneheerdt.

7. Internationale promotie

Internationale samenwerking is voorwaardelijk voor een gezond filmklimaat in Nederland.

We hebben als filmland met een rijke productie en rijke geschiedenis veel te laten zien en veel te delen. Film is bovendien een kunstdiscipline die 'makkelijk' reist en op laagdrempelige wijze onze Nederlandse identiteit en onze democratische principes van een moderne, duurzame en diverse samenleving kan verbeelden, ook in landen waar dat niet zo vanzelfsprekend is. Zo keken in de afgelopen jaren meer dan één miljoen Chinezen naar Nederlandse films via een online filmfestival.

Terugblik

Kijkend naar de selectie van internationale festivals, hebben de Nederlandse films het de afgelopen vier jaar goed gedaan in het buitenland. Zo was in 2013 voor het eerst sinds 37 jaar weer een Nederlandse film geselecteerd voor de competitie in Cannes en meer films dan ooit vonden hun weg naar de Berlinale, Toronto, San Sebastian en Locarno. Met een meer integrale aanpak van de internationale promotie van de Nederlandse film en filmcultuur, van Jean Desmet tot Morgan Knibbe, bereiken we plekken, die voorheen niet of nauwelijks aandacht schonken aan de Nederlandse film. Zo waren er in de afgelopen jaren naast festivalvertoningen Nederlandse films te zien in o.a. het Centre Pompidou in Parijs, het MoMA in New York, en op een rondreizend Nederlands festival van korte films in 37 steden in Brazilië.

Prioriteiten internationale promotie 2017 – 2020

- Ontwikkelen gezamenlijke internationale strategie van diverse spelers (EYE, Filmfonds, filmproducenten, filmfestivals) en heldere branding
- Meer inzet op online strategie en cross promotie film met andere sectoren (creatieve industrie, andere kunst disciplines)

Gezamenlijke strategie

Duidelijke taakverdeling en afstemming tussen alle betrokken partijen is cruciaal en kan beter. Speerpunt is de ontwikkeling van een nieuwe gemeenschappelijke branding (SEE NL – Films from the Netherlands) en een gezamenlijke communicatiestrategie voor internationale promotie, waarbij ruimte moet blijven voor het veelzijdige karakter van de Neder-

landse film(-sector).

Voor de zomer van 2015 heeft EYE het initiatief genomen om met de grote Nederlandse filmfestivals en het Filmfonds te komen tot een gezamenlijke strategische agenda en roadmap waarbij krachten worden gebundeld en overlap wordt voorkomen.

Activiteiten internationale promotie

EYE is verantwoordelijk voor de coördinatie van de internationale promotie en uitvoering van een groot aantal activiteiten: van festivalselecties en aanwezigheid op filmmarkten, bezoekersprogramma's, speciale programma's met ambassades en/of buitenlandse filminstellingen tot en met de Oscar en Golden Globe-inzendingen. Als gids voor de Nederlandse film(cultuur) onderhouden we een intensief internationaal netwerk van sales agenten, distributeurs, journalisten en festivalprogrammeurs. De Nederlandse filmprofessionals adviseren en coachen we op het gebied van festival- en sales-strategieën voor hun nieuwe films.

Online business platform

Samen met het Filmfonds onderzoeken we mogelijkheden om een online business platform in te richten voor de internationale promotie van de Nederlandse film en filmindustrie (SEE NL Live). Naast een beveiligde online screeningroom voor de nieuwste Nederlandse films en coproducties, wordt hier ook aandacht besteed aan interviews met makers, filmnieuws, showcases van de filmfestivals, internationale en cross-sectorale samenwerkingen.

Meer aandacht gaat in de komende jaren uit naar de cross promotie met andere sectoren, als de creatieve industrie (onder meer in samenwerking met Het Nieuwe Instituut) en andere kunst disciplines. Zoals het Nederlandse paviljoen in Cannes dat afgelopen jaar geheel was ingericht met Dutch Design.

Met ambassades en consulaten worden nieuwe promotionele activiteiten ontwikkeld. Hierbij gaat het niet alleen om de meest recente Nederlandse films onder de aandacht te brengen, maar ook de Nederlandse filmprofessionals (bijv. acteurs met internationale potentie) en een bredere selectie van wat Nederland als filmland te bieden heeft. Ook hier geldt dat de artistieke kwaliteit voorop staat.

Samen met Dutch Culture speelt EYE een actieve rol bij bovensectorale manifestaties, vooral daar waar het belang van de internationale promotie van de Nederlandse film(industrie) nadrukkelijk mee gediend wordt.

Bij nieuwe plannen en ambities op internationaal vlak geldt – net als voor de andere taken van EYE – dat het subsidieniveau al jaren ongewijzigd is. Uitbreiding van activiteiten, zoals door de branche vaak wordt verwacht, en vernieuwing kunnen alleen worden gerealiseerd op voorwaarde van additionele financiering. Daarbij moet worden aangetekend dat ondersteunende taken als internationale promotie net zoals de erfgoedtaak van EYE zich moeilijk lenen voor het genereren van eigen publieke of private inkomsten.

8. Maatschappelijke waarde

De sprong over het IJ heeft in nog geen vier jaar tijd meer dan 2.5 miljoen bezoekers opgeleverd. Dat is op z'n zachtst gezegd een giant leap. Het iconische museumgebouw werkt als een magneet en is een belangrijke maar niet de enige succesfactor. Bijna driekwart van de bezoekers komt voor de tentoonstellingen, de films en/of de culturele en educatieve activiteiten. EYE is in korte tijd uitgegroeid tot een waardevolle culturele ontmoetingsplaats en een op vele (internationale) lijstjes genoemde hotspot.

Voor Amsterdam vertegenwoordigt EYE als toeristische trekpleister een belangrijke economische waarde en heeft als katalysator in aanzienlijke mate bijgedragen aan de opleving en herwaardering van Amsterdam-Noord. Binnen het stadsdeel werkt EYE nauw samen met maatschappelijke partners en onderwijsinstellingen om een meer cultureel divers publiek te bereiken. Inmiddels is 7% van het totaal aantal bezoekers afkomstig uit het voorheen cultuurarme stadsdeel.

Onder Amsterdammers en onder hoogopgeleide Noord-Hollandse cultuurbezoekers is de merkpositie van EYE sterk ontwikkeld en wordt EYE gezien als 'uiterst gedurfd, creatief, non-conformistisch en actief'.⁵

Uit continu publieksonderzoek blijkt het publiek van EYE grotendeels te voldoen aan het algemene profiel van de gemid-

⁵ Hendrik Beerda, merkanalyse EYE mei 2015

delde cultuurliefhebber: hoogopgeleid, bovenmodaal inkomen en net iets meer vrouwen (59%) dan mannen. Ten opzichte van de museale sector trekt EYE opvallend meer bezoekers uit de leeftijdsgroep 18-30 jaar.

Kwalitatief publieksonderzoek laat zien dat nog niet voor alle bezoekers én voor de niet-bezoekers duidelijk is wat EYE te bieden heeft. Prioriteit in de komende jaren is dan ook het versterken van de museale uitstraling en het zichtbaarder maken van het onderscheidende karakter van EYE, zowel in de communicatie als in het aanbod (zoals de inmiddels gerealiseerde uitbreiding van de permanente opstelling en innovatieve toepassingen als interactieve video- en audio-tours).

Met programma's en reeksen van niet-westerse films streven we ernaar een cultureel divers publiek te bereiken, van zowel Nederlandse als allochtone afkomst. Uit onderzoek⁶ blijkt dat niet-westerse allochtonen vooralsnog vooral geïnteresseerd zijn in Amerikaans (Hollywood) product. In samenwerking met scholen richten we ons met verhoogde inzet op het bereiken van de nieuwe generatie Nederlanders, die in grote steden als Amsterdam sowieso van culturele diverse afkomst is.

Online bereik

De website van EYE wordt jaarlijks 1.4 miljoen keer bezocht door gemiddeld 900.000 unieke bezoekers. Op Facebook heeft EYE ruim 47.500 volgers en op Twitter ruim 19.000. Daarnaast hebben 21.000 mensen zich geregistreerd voor de digitale nieuwsbrief.

9. Ondernemerschap

De transitie die EYE de afgelopen jaren heeft doorgemaakt, heeft vanzelfsprekend ook effect op de financiën. Voor de intrek in het nieuwe museum in 2012 waren de jaarlijkse exploitatielasten ca. €11 miljoen, inmiddels is dat ruim €17 miljoen. Het overgrote deel van die schaalvergroting heeft EYE weten te financieren uit verhoging van de eigen inkomsten (in 2011 voor de verhuizing 13%, inmiddels 40% van de baten).

De ontwikkeling en bouw van het nieuwe museum is mogelijk gemaakt door een 25-jaar durende huurgarantie van OCW. In het verlengde hiervan heeft de minister van OCW in 2009 toegezegd de subsidie t.b.v. de stijgende exploitatielasten jaarlijks te verhogen met €1.65 miljoen vanaf het moment van ingebruikname. In 2011, vlak voor de opening, is die oorspronkelijke toezegging verlaagd met €750.000 per jaar. Deze tegenvaller, bovenop de generieke bezuiniging van 5% voor de hele cultuursector, heeft EYE in de afgelopen jaren kunnen opvangen door hogere eigen inkomsten en door inzet van specifiek voor de transitie opgebouwde maar eindige reserves. In 2016 heeft EYE een oplossing kunnen realiseren waarmee deze tegenvaller grotendeels is gecompenseerd. EYE heeft het museumgebouw kunnen aankopen waardoor de huisvestingslasten aanzienlijk zijn teruggedrongen.

Daarnaast heeft de minister van OCW vanaf 2017 structureel een extra bijdrage van € 1 miljoen toegezegd, waarmee het knelpunt is opgelost met betrekking tot hogere structurele lasten als gevolg van de digitalisering.

Financieringsmix

Om de eigen inkomsten te verhogen heeft EYE de afgelopen jaar fors ingezet op het vergroten van het cultureel ondernemerschap. Grootste bronnen van inkomsten daarbij zijn de kaartverkoop en de inkomsten uit commerciële activiteiten (zaalverhuur, winkel, horeca). Met diverse geefkringen, van vriendenprogramma's (vanaf €50) tot en met het U&EYE Fonds voor particuliere investeerders (tot €10.000) hebben we inmiddels een supportersschare opgebouwd van 1500 private ondersteuners. De business club van EYE telt inmiddels 27 leden. Het realiseren van corporate partnerships met het bedrijfsleven is – net al bij veel andere culturele instellingen – een moeizaam proces. Bedrijven houden de hand op de knip en de sponsormarkt is overvol. Desalniettemin heeft EYE onlangs een aantal partners aan zich weten te verbinden voor specifieke projecten, zoals Solvinity (ICT), Rabobank (filmeducatie), WAD Archiefdepots (collectiecentrum) en een energieleverancier voor het jaarlijkse Filmbal.

⁶ Diversiteit in filmbezoek; Een onderzoek naar de attitude en het gedrag van allochtone Nederlanders ten opzichte van bioscoop- en filmtheaterbezoek en Nederlandse films uitgevoerd door stichting Filmonderzoek (2015)

Cultural Governance

In overeenstemming met de Code Cultural Governance is bij de samenstelling van de Raad van Toezicht scherp gelet op de expertises, diversiteit en onafhankelijkheid van de leden.

Het rooster van aan- en aftreden wordt in de jaarverslagen toegelicht. De Raad van Toezicht vergadert tenminste viermaal per jaar en minimaal eenmaal per jaar met de ondernemingsraad. De Raad evalueert zichzelf eenmaal per jaar, zonder aanwezigheid van derden.