

JAAARVERSLAG



LEIDEN
INTERNATIONAL
FILM FESTIVAL
10 OCT ♦ 20 OCT 2024
19TH EDITION

L
I
F
F
·
L
I
F
F
·
L

INHOUD

INLEIDING	4
WINNAARS LIFF AWARDS	8
PROGRAMMA	10
EDUCATIE	22
MARKETING EN COMMUNICATIE	28
ORGANISATIE	34
FINANCIËN, STRATEGIE EN IMPACT	42
SPONSOREN EN PARTNERS	44



INLEIDING

**ERELID VAN HET SELECTE CLUBJE
DAT DE 'GROTE DRIE' NFF, IDFA
EN IFFR OP DE HIELEN ZIT.**

Filmkrant

De negentiende editie van LIFF, die tussen 10 en 20 oktober 2024 plaatsvond, bood een divers aanbod aan films, programmaonderdelen en verrassende ervaringen, die zowel lokaal als internationaal talent een podium bieden. Met 100 films op het programma, waarvan 55 Nederlandse premières, en een groeiend aantal bezoekers dat het festival voor het eerst ontdekte, bevestigt LIFF haar rol als springplank voor artistieke en vernieuwende filmproducties. Hoogtepunten zoals de Summer Special op het Pieterskerkplein, de creatieve experimenten van LIFF Laboratory en de levendige energie van de Bonkers! Competition onderstrepen de kracht van film om nieuwe perspectieven te bieden.

Tegelijkertijd biedt reflectie op onze groei waardevolle lessen. Met een breed scala aan programma's, een groter aantal bezoekers dan vorig jaar en ambitieuze educatieve en marketingstrategieën, blijven we bouwen aan de toekomst van het festival. De feedback van ons publiek, filmmakers en partners vormt daarbij een belangrijke leidraad.

Dit jaarverslag biedt een overzicht en beschouwing van de hoogtepunten, programma's en samenwerkingen van 2024, alsook een reflectie op onze organisatie en strategie. Samen met ons team, onze partners en ons publiek bouwen we voort aan een toekomst waarin LIFF haar positie als inspirerend filmfestival blijft versterken, een ontmoetingsplek blijft voor makers en bezoekers, en een verbindende kracht vormt in de stad Leiden.



**ALS JE EEN
NEDERLANDS
FILMFESTIVAL ZOU
MOETEN NOEMEN MET
DE MEEST AWESOME
INTERNATIONALE
FILM(PREMIÈRES),
LOCATIES, FEESTJES
EN EVENTS, DAN IS
HET WEL LIFF.**

NPO3

WINNAARS VAN DE LIFF AWARDS

INDEPENDENT

American Indie Competition

Ghostlight
Kelly O'Sullivan
& Alex Thompson

EMERGING

First Feature Competition

Just A Couple of days
Julie Navarro

EXTRAORDINARY

Bonkers! Competition

Kneecap
Rich Peppiatt

PUBLIEKSPRIJS

Kneecap – Rich Peppiatt

ALEXANDER MOURET AWARD

Kneecap – Rich Peppiatt



PROGRAMMA

LIFF onderscheidt zich door een unieke selectie van films die vaak te klein, te onbekend of commercieel niet interessant genoeg zijn voor reguliere distributie, maar die wel een sterke artistieke of inhoudelijke impact hebben. Met een mix van toegankelijke titels en grensverleggende producties creëert het festival een aanbod dat zowel divers als onderscheidend is. Hoewel niet alles voor iedereen is, is het festival breed georiënteerd en is er voor iedereen iets bijzonders te vinden.

De veelzijdigheid van LIFF komt tot uiting in de drie centrale pijlers van het festival: *Independent*, *Emerging* & *Extraordinary*. Deze pijlers bieden een overkoepelend kader waarin zowel opkomend talent, onafhankelijke films als grensverleggende ervaringen centraal staan. Deze focus wordt weerspiegeld in de drie hoofdcompetities: *American Indie Competition*, *First Feature Competition* en *Bonkers! Competition*, die elk een unieke, eigengereide insteek hebben.

INDEPENDENT, EMERGING & EXTRAORDINARY

In 2024 presenteerde LIFF een gevarieerd programma met 100 filmtitels waaronder 55 Nederlandse premières. De competities omvatten 34 films, waarvan er 25 buiten de reguliere distributie vielen. Dit onderstreept de rol van LIFF als springplank voor films die anders nauwelijks een publiek zouden vinden. Verder werd 40% van het totale aantal films geregisseerd door vrouwen. Hoewel gendergelijkheid een uitdaging blijft in de filmindustrie, streeft LIFF ernaar om dit percentage in de nabije toekomst naar 50% te laten stijgen.

De drie hoofdcompetities – *American Indie Competition*, *First Feature Competition* en *Bonkers! Competition* – laten zien hoe LIFF haar kernwaarden tot leven brengt. Elk van deze competities sluit naadloos aan bij een van de drie pijlers: *Independent* viert artistieke onafhankelijkheid, *Emerging* richt zich op het ondersteunen van nieuw talent, en *Extraordinary* draait om grensverleggende films en belevingen. Geheel in harmonie met het publieksgerichte en inclusieve karakter van LIFF worden de winnaars van deze competities gekozen door onze bezoekers, die na elke film een stem kunnen geven op een schaal van vijf.

INDEPENDENT

De pijler *Independent* viert films die artistiek onafhankelijk zijn en een persoonlijke stem laten horen. Deze pijler wordt vertegenwoordigd door de *American Indie Competition*, die de beste onafhankelijke Amerikaanse films presenteert. Hier krijgen filmmakers de ruimte om verhalen te vertellen die vaak buiten de mainstream vallen, maar des te sterker resoneren vanwege hun authenticiteit en creatieve energie.

De *American Indie Competition* van 2024 bracht een selectie van films die persoonlijke thema's zoals identiteit, familiebanden en menselijke kwetsbaarheid onderzochten. De competitie werd gewonnen door een film waarin al deze thema's prachtig samenkwamen: *Ghostlight*.

Selectie films

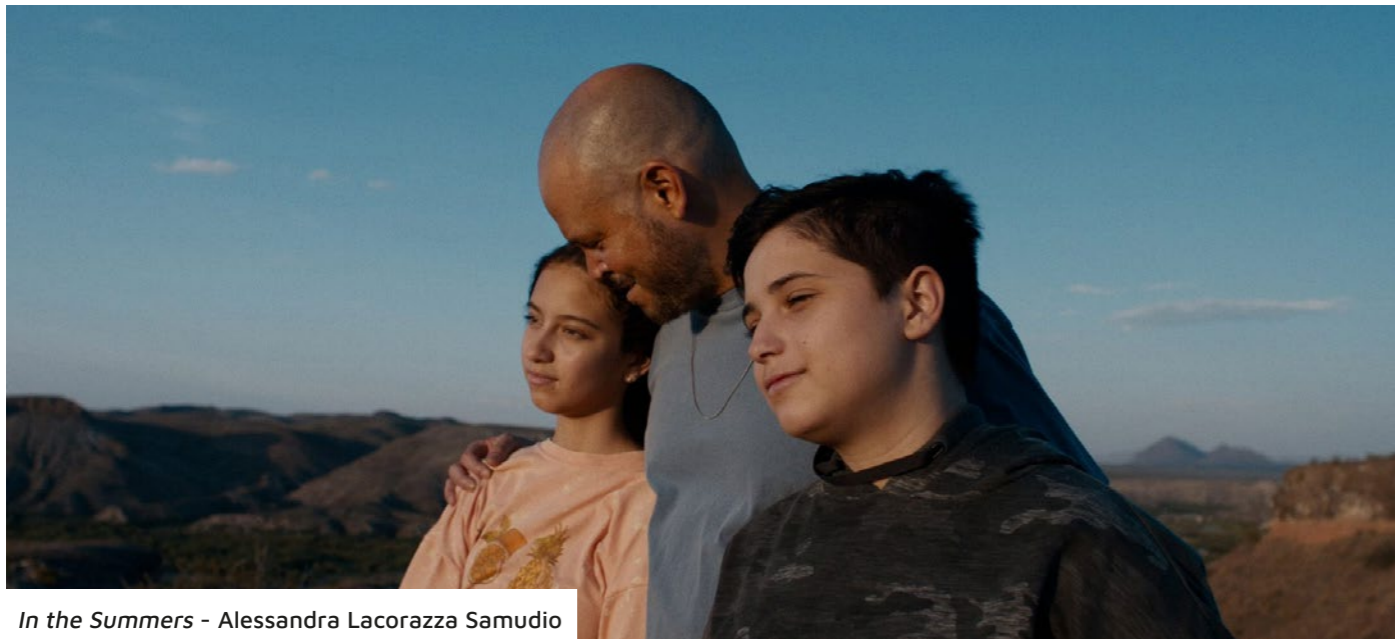
American Indie Competition

Christmas Eve in Miller's Point - Tyler Taormina
A Different Man - Aaron Schimberg
Didi - Sean Wang
Familiar Touch - Sarah Friedland
Ghostlight - Kelly O'Sullivan, Alex Thompson
Good One - India Donaldson
In the Summers - Alessandra Lacorazza Samudio
The Last Stop in Yuma County - Francis Galluppi
Los Frikis - Tyler Nilson, Michael Schwartz
My Dead Friend Zoe - Kyle Hausmann-Stokes
My Old Ass - Megan Park
Problemista - Julio Torres

EMERGING

De pijler *Emerging* richt zich op het ondersteunen van veelbelovende filmmakers die aan het begin van hun carrière staan. Dit thema wordt weerspiegeld in de *First Feature Competition*, waarin regisseurs hun eerste speelfilms presenteren. Dit programma biedt een podium voor originele en gedurfde verhalen en laat nieuwe stemmen hun visie delen met een breed publiek.

De *First Feature Competition* van 2024 bood een inspirerende selectie van films, variërend van maatschappelijk geëngageerde werken tot emotionele coming-of-age-verhalen. Als winnaar van deze competitie koos



In the Summers - Alessandra Lacorazza Samudio



Boys Go to Jupiter - Julian Glander



Sister Midnight - Karan Kandhari

het LIFF-publiek *Just a Couple of Days*, een Franse film die actuele sociale thema's zoals politiegeweld en vluchtelingen hulp op aangrijpende wijze in beeld brengt.

Selectie films

First Feature Competition

Armand - Halfdan Ullmann Tøndel
Just a Couple of Days - Julie Navarro
Last Swim - Sasha Nathwani
Le Royaume - Julien Colonna
Look Back - Kiyotaka Oshiyama
Loveable - Lilja Ingolfsdottir
Pierce - Nelicia Low
Quasi a Casa - Carolina Pavone
To a Land Unknown - Mahdi Fleifel
Toxic - Saule Bliuvaite
Vingt dieux - Louise Courvoisier
We Were Dangerous - Josephine Stewart-Te Whiu

EXTRAORDINARY

De categorie *Extraordinary* viert films die conventies doorbreken en de verbeelding prikkelen. Hierin speelt de *Bonkers! Competition* een centrale rol, met films die variëren van het bizarre tot het magische. Deze selectie omvatte titels die speelden met genre grenzen en onverwachte narratieven.

Met titels die de meest onvoorspelbare verhalen vertelden, wist *Bonkers!* ook dit jaar het publiek te verrassen en te verdelen. Toch was er een opvallende unanieme winnaar: *Kneecap*, een waargebeurd verhaal dat de grenzen tussen muziek, cultuur en activisme verkent.

Selectie films

Bonkers! Competition

The Balconettes - Noémie Merlant
Boys Go to Jupiter - Julian Glander
Fotogenico - Marcia Romano, Benoît Sabatier
Kneecap - Rich Peppiatt
Sasquatch Sunset - David Zellner, Nathan Zellner
Sew Torn - Freddy Macdonald
Sister Midnight - Karan Kandhari
Tummy Monster - Ciaran Lyons
The Wailing - Pedro Martín-Calero
Your Monster - Caroline Lindy

EXTRAORDINARY: SELECTIONS

LIFF onderscheidt zich niet alleen door haar diverse filmselectie, maar ook door de wijze waarop films worden gepresenteerd en ervaren. Onder de noemer *Extraordinary: Selections* biedt LIFF vertoningen die verder gaan dan de traditionele bioscoopervaring, door films te tonen op opvallende locaties en te combineren met verrassende activiteiten.

In 2024 werden films vertoond op locaties zoals het Rijksmuseum van Oudheden, de Hortus Botanicus en poppodia zoals de Nobel en de Wibar. Deze verrassende settings versterkten de filmbeleving en maakten van elke vertoning een gedenkwaardige ervaring.

Beproefde favorieten zoals *Veni Vidi Vino*, een wijnproeverij gecombineerd met filmfragmenten, en de Filmische Bierproeverij, waar speciaalbiere werden geserveerd naast zorgvuldig geselecteerde filmclips, keerden succesvol terug. De jaarlijkse LIFF Filmquiz trok opnieuw enthousiaste deelnemers vanuit heel Nederland, die hun filmkennis uitvoerig konden testen. Nieuw dit jaar was de vertoning van de Japanse cultklassieker *Tampopo* in de Wibar, waarbij het publiek tijdens de film kon genieten van verse ramen, wat zorgde voor een culinaire filmervaring.

Ook leent dit programmaonderdeel zich voor vernieuwende, inclusieve ervaring. Zo organiseerde LIFF dit jaar de internationale première van *Touch: A Motion Picture Without Pictures*: een bijzondere bioscoopervaring, die speciaal ontworpen is om het beleven van een film in een bioscoop toegankelijker te maken voor mensen met een visuele beperking.

Deze initiatieven ondersteunen LIFF's toewijding om film te integreren met andere kunstvormen en ervaringen, waardoor het festival elk jaar opnieuw een dynamisch en innovatief karakter krijgt.

LIFF Laboratory

Het *LIFF Laboratory* fungeerde als platform voor filmische experimenten. Hier werden vertoningen georganiseerd met live foley, geurervaringen en hartslagmetingen tijdens de film. Een bijzonder experiment was de *LIFF Speed Challenge*, waarbij deelnemers in verschillende SportCity-

vestigingen de film *Speed* (1994) bekeken terwijl ze op spinningfietsen actief bleven, geheel in lijn met het thema van de film. Deze fysiek uitdagende benadering trok veel media-aandacht en werd enthousiast ontvangen door het publiek.

In samenwerking met het Leiden Bio Science Park bracht LIFF wetenschap en film samen in programma's als *Science Sunday*, waarbij films werden ingeleid door wetenschappers en onderzoekers. Dit leidde tot een fascinerende samensmelting van kennis en cultuur, en benadrukte de verbinding tussen wetenschap en film.

Door een combinatie van experimentele technieken, wetenschappelijke inzichten en creatieve presentaties vormt het *LIFF Laboratory* een belangrijk onderdeel van de innovatieve identiteit van het festival. Het biedt bezoekers niet alleen een onvergetelijke kijkervaring, maar daagt hen ook uit om op nieuwe manieren na te denken over film en haar betekenis.

Film en Muziek

De verbinding tussen film en muziek kreeg dit jaar opnieuw veel aandacht, met premières van films begeleid door live muziek. Voorbeelden hiervan zijn Matteo Myderwyk x *Good Time* en Mattias de Craene x *The Holy Mountain*. Samenwerkingen met poppodium Nobel en het muziekfestival Peel Slowly and See zorgden voor bijzondere evenementen en een fantastisch slotfeest met DJ St. Paul.

Limited Editions

Tijdens het afgelopen festival presenteerde LIFF zeven Limited Edition-voorstellingen. In deze speciale vertoningen werden films uit ons reguliere programma gecombineerd met liveoptredens van diverse kunstenaars, die speciaal voor deze gelegenheid een eenmalige en - onder andere daardoor - unieke ervaring creëerden. De kunstenaars maakten hiervoor gebruik van onder andere dichtkunst, performance art en muziek.

Deze samenwerkingen benadrukken LIFF's toewijding om een platform te bieden aan zowel lokaal talent als nationale kunstenaars, en om innovatieve en multidisciplinaire benaderingen van film te stimuleren. We zijn verheugd dat de helft van deze vertoningen werd bijgewoond door

de filmmakers zelf, wat de ervaring voor zowel het publiek als de kunstenaars verrijkte.

SUMMER SPECIAL

LIFF organiseerde in 2024 opnieuw de gratis driedaagse Summer Special op het sfeervolle Pieterskerkplein in Leiden. Dit evenement geeft een breed en divers publiek, van doorgewinterde film liefhebbers tot incidentele bezoekers, de mogelijkheid om samen films te kijken in een bijzondere setting. Het benadrukt inclusiviteit door de barrières van toegangskosten weg te nemen en geeft bewoners en bezoekers de kans om samen te komen in het hart van de stad.

Dit jaar bestond het programma uit *In the Mood for Love* (regie Wong Kar-wai), *American Fiction* (regie Cord Jefferson), en de Nederlandse première van *Bottoms* (regie Emma Seligman). De keuze voor deze films volgt het geliefde stramien van een klassieker, een hedendaagse film en een wat 'Bonkerse' titel, waarmee LIFF een breed publiek weet te bereiken en zowel artistieke kwaliteit als toegankelijkheid waarborgt.

De Nederlandse première van *Bottoms* trok zoveel bezoekers dat mensen zelfs buiten het plein op gemeentebanken, eigen stoelen en op de grond plaatsnamen om de film te kunnen zien. De vertoning eindigde met een staande ovatie, een hoogtepunt dat het enthousiasme en de betrokkenheid van het publiek benadrukte.

SHORTS

Het shortsprogramma van LIFF ontving dit jaar ruim 250 inzendingen, waarvan 20 korte films werden geselecteerd. Deze waren verdeeld over drie thematische programma's: *Extraordinary Shorts*, *Independent Shorts* en *Emerging Shorts*. De selectie kende een opvallend hoge kwaliteit en gelijke genderverdeling tussen vrouwelijke en mannelijke regisseurs - een belangrijk doel dat wij dit jaar behaald hebben bij LIFF.

Prijswinnaars per categorie:

Extraordinary Shorts: *Gone Before Your Eyes* (Canada)

- Cara Yeates

Independent Shorts: *Ana Morphose* (Portugal)

- João Rodrigues

Emerging Shorts: *Pieces* (Duitsland) - Klara Schmickler



I Am Nevenka - Icíar Bollain



Uproar - Paul Middleditch en Hamish Bennett



Swamp Dogg Gets His Pool Painted - Isaac Gale, Ryan Olson en David Mcmurry



Halfdan Ullman Tøndel tijdens de Q&A van *Armand*. Foto: © Wilke Geurds



David en Nathan Zellner van *Sasquatch Sunset*. Foto: © Luuk Audenaerde



Tyler Nilson van *Los Frikis* in gesprek met Cesar Majorana. Foto: © Luuk Audenaerde



India Donaldson van *Good One* en Sarah Friedland van *Familiar Touch*. Foto: © Anna Naert



Ray Yeung en Stan Guingon tijdens een Q&A van *All Shall Be Well*. Foto: © Anna Naert

De shorts werden zes keer vertoond, met twee screenings per programma. Bij vijf vertoningen waren gasten aanwezig, waarvan vier met Q&A-sessies. Internationale makers zoals Jane Ives en Klara Schmickler gaven extra diepgang, terwijl Nederlandse regisseurs zoals Sam Vroom (*Sous Vide*) het lokale publiek wisten te betrekken. De positieve ervaring van gasten droeg bij aan de zichtbaarheid van LIFF binnen de internationale filmgemeenschap.

Hoewel het shortsprogramma sterk presteerde, ziet LIFF kansen om in de toekomst nog meer inzendingen te ontvangen via bredere promotie. Ook zal worden ingezet op meer gastbijdragen bij de vertoningen en het bereiken van een breder publiek. Het shortsprogramma blijft een belangrijk en gewaardeerd onderdeel van het festival, met groeipotentieel voor de komende edities.

GASTEN EN INTERNATIONALE SAMENWERKINGEN

LIFF bracht dit jaar een diverse groep filmmakers en professionals samen, wat zorgde voor waardevolle ontmoetingen en een verrijking van de filmindustrie. Filmmakers uit de Verenigde Staten, Italië, IJsland, Noorwegen, Hongkong, de Filipijnen, Ierland en het Verenigd Koninkrijk waren aanwezig, waarbij de Verenigde Staten met vijf vertegenwoordigde regisseurs een sterke bijdrage leverden. Deze internationale aanwezigheid bood een kans om uiteenlopende verhalen en perspectieven samen te brengen.

Bijzonder was de komst van regisseurs, acteurs en producenten zoals Sarah Friedland (*Familiar Touch*), India Donaldson (*Good One*), David en Nathan Zellner (*Sasquatch Sunset*), Kyle Hausmann-Stokes (*My Dead Friend Zoe*), en Tyler Nilson (*Los Frikis*). Ook Rúnar Rúnarsson (*When the Light Breaks*), Carolina Pavone (*Quasi a Casa*), Ray Yeung en Stan Guingon (*All Shall Be Well*), en Halfdan Ullman Tøndel (*Armand*) gaven acte de présence. In het shortsprogramma waren eveneens diverse nationale gasten aanwezig, wat bijdroeg aan de rijke dynamiek van het festival.

Tyler Nilson introduceerde zijn film *Los Frikis* samen met César Majorana met VPRO Cinema, waarmee hij de context van zijn werk op inspirerende wijze belichtte.

Zulke momenten onderstreepten de meerwaarde van het uitnodigen van zowel internationale als Nederlandse gasten: het creëert ruimte voor creatieve uitwisseling en inspireert zowel filmmakers als publiek.

Woodstock Film Festival

LIFF blijft ook actief werken aan internationale samenwerkingen. De samenwerking met het Woodstock Film Festival bood niet alleen een podium aan films uit de American Indie Competition, maar droeg ook bij aan de internationale promotie van Nederlandse films. Zo werden *Torch Song* van Jeroen Houben, *Hardcore Never Dies* met hoofdrolspeler Joes Brauers, en *Jippie No More* met Aus Greidanus sr. ook in de Verenigde Staten onder de aandacht gebracht.

Film Fest Gent

LIFF verstevigde afgelopen jaar de band met Film Fest Gent, wat resulteerde in de uitwisseling van gasten en films zoals *Good One*, *All Shall Be Well*, *Sasquatch Sunset* en *When the Light Breaks*. Ook werden er

twee muziekspecials samen georganiseerd: saxofonist en componist Mattias De Craene verzorgde een live soundtrack bij *The Holy Mountain*, en pianist en componist Matteo Myderwyk componeerde een speciale soundtrack voor *Good Time*, die hij live uitvoerde.

Gastcuratoren

Een nieuw initiatief was de introductie van gastcuratoren. Actrice en theatermaker Joy Delima, podcastmaker en radiopresentatrice Vera Siemons, de Leidse muzikant Babs Schutte en het SieboldHuis selecteerden films die een frisse blik gaven op het programma. Zo werd *Departures*, geselecteerd door het SieboldHuis en geïntroduceerd door directeur-bestuurder Kris Schiermeier. Deze curatoren brachten niet alleen diversiteit in het aanbod, maar zorgden ook voor een dynamische interactie tussen het festival, de filmselecties en het publiek.

Door deze mix van internationale en Nederlandse gasten, grensverleggende samenwerkingen en innovatieve initiatieven blijft LIFF een ontmoetingsplaats voor unieke verhalen, onverwachte ideeën en culturele uitwisseling.



Joy Delima. Foto: © Demi Geurtsen



Vera Siemons. Foto: ©Beeld(ver)vormers



Foto © Matthijs Zondervan



Babs Schutte. Foto: ©Fleur Roovers



EDUCATIE

LIFF speelt een actieve en centrale rol in het delen van filmkennis met de volgende generatie film liefhebbers en -makers. Met programma's die reiken van basisscholen tot universiteiten, groeit educatie uit tot een steeds belangrijker aspect binnen het festival. Workshops, gastcolleges en samenwerkingen met regionale scholen onderstrepen dat educatie bij LIFF niet slechts een bijzaak is, maar een integraal onderdeel van de festivalidentiteit.

Schoolvoorstellingen

In 2024 bouwde LIFF verder aan het succes van de eerdere edities van basisschoolvertoningen, een programma dat basisscholen uit de Leidse regio kosteloos de mogelijkheid biedt om deel te nemen aan het festival. Dit jaar werd de organisatie voor het eerst volledig gedragen door leerlingen van groep 6/7 van basisschool De Dukdalf. Zij waren verantwoordelijk voor de filmselectie, aankleding van de bioscoopzaal en promotie van de festivalochtenden.

Het resultaat was een veelzijdig programma van zes korte films, met thema's die varieerden van avontuur tot maatschappelijke onderwerpen, zorgvuldig samengesteld om aan te sluiten bij een breed scala aan interesses en leeftijden. Daarnaast introduceerden de leerlingen een creatieve winactie met kleurplaten, waarbij bioscoopkaarten te winnen waren. Het programma werd afgesloten met een interactieve quiz waarin de leerlingen hun kennis over de films konden testen.

Dit jaar mochten we 343 leerlingen en 31 begeleiders verwelkomen, een vergelijkbaar aantal als vorig jaar, wat laat zien dat het programma een constante aantrekkingskracht heeft op scholen in de regio. De enthousiaste reacties van scholen benadrukken het succes van het programma: de thema's uit de films werden grondig besproken in de klas en zelfs geïntegreerd in lesactiviteiten, zoals het schrijven van filmrecensies. Scholen hebben aangegeven uit te kijken naar de editie van 2025, waarbij wij hopen nog meer scholen te betrekken door middel van gerichte promotiecampagnes en verspreiding van flyers.

Jongerenorganisatie en -jury

De jongerenorganisatie en -jury is inmiddels uitgegroeid tot een vast onderdeel van het educatieve programma van LIFF. Dit jaar vond de vierde editie plaats, en door vernieuwingen en een breder bereik is deze editie succesvoller dan ooit gebleken. Voor het eerst waren we ter promotie aanwezig op de Orientation Week Leiden van

Universiteit Leiden, wat heeft bijgedragen aan een meer diverse samenstelling van de jury.

Inclusiviteit stond centraal in de samenstelling van de jury. Met juryleden van verschillende culturele achtergronden en studierichtingen bracht iedere deelnemer eigen perspectieven in, wat zorgde voor inhoudelijke en levendige discussies tijdens het selectieproces en de besluitvorming. De betrokkenheid van de juryleden bleek groot: velen gaven aan volgend jaar opnieuw een bijdrage te willen leveren aan LIFF, in welke rol dan ook.

Een ander hoogtepunt dit jaar was een workshop van filmmaker Stefanie Kolk, waarin de juryleden praktische kennis en inspiratie opdeden over het filmmaken. Daarnaast kregen zij tijdens het festival exclusieve toegang tot Q&A's met regisseurs en filmmakers, wat een kijkje bood in het creatieve proces. Deze verdieping hielp de jongeren om de films op een kritischere en meer geïnformeerde manier te beoordelen.

De jongerenjury kijkt met veel enthousiasme terug op haar ervaring. Er zijn bijzondere vriendschappen ontstaan, en een van de juryleden heeft met inspiratie vanuit het festival een eigen filmcommunity opgezet aan de Universiteit Leiden. Dit onderstreept de blijvende impact van het programma en de rol die het speelt in het creëren van een nieuwe generatie film liefhebbers en -makers.

Samenwerkingen en workshops door het jaar heen

Het educatieplatform van LIFF is niet alleen actief tijdens het festival, maar zet zich ook het hele jaar door in voor kennisdeling. In samenwerking met regionale partners zoals Kunstshot, Cultuursjop en Stukafest organiseerden we workshops en gastcolleges over onderwerpen als filmgeschiedenis, beeldtaal en mediawijsheid op middelbare scholen in de regio.

Dit jaar werkten we voor het eerst samen met BplusC (Bibliotheek plus Centrum voor Kunst en Cultuur in Leiden) om workshops speciaal voor het primair onderwijs te ontwikkelen, met thema's zoals 'Film als Taal' en 'Creatief Verhaalvertellen'. Deze workshops zijn inmiddels opgenomen in het vaste aanbod van BplusC, waarmee een nieuwe doelgroep structureel bereikt wordt.

Ook met de masteropleiding Film and Photographic Studies blijft LIFF nauwe banden onderhouden. Elk jaar bieden we studenten de mogelijkheid om stage te lopen binnen het festival, wat een waardevolle praktijkervaring biedt en een brug slaat tussen academisch onderzoek en de creatieve industrie. Dit jaar werkten twee studenten mee, waarbij ze kennis en ervaring opdeden binnen verschillende divisies van het festival.





MARKETING EN COMMUNICATIE

Het succes van de negentiende editie van LIFF bevestigt wederom dat het festival uit haar voegen barst en klaar is voor uitbreidingen, die in de komende jaren onder andere gerealiseerd kunnen worden dankzij de bouw van nieuwe bioscopen in Leiden. Het festival groeide dit jaar t.o.v. voorgaande jaren in omvang, zichtbaarheid en bereik. Deze groei werd mede mogelijk gemaakt door strategische stappen in marketing en communicatie, die gericht zijn op het vergroten van de zichtbaarheid van LIFF, zowel lokaal als nationaal.

Belangrijke onderdelen van deze strategie waren de inzet op het versterken van LIFF's imago als toonaangevend filmfestival, het vergroten van landelijke bekendheid en publieksbereidheid, het opbouwen van een betrokken community, en het versterken van de positie in nationale en internationale filmnetwerken.

HET IMAGO VAN LIFF ALS TOONAANGEVEND FILMFESTIVAL

Het imago van LIFF als toonaangevend filmfestival in Nederland vormt de basis voor het vergroten van het publieksbereik, opbouwen van de community en het versterken van de positie van het festival. Om meer eenheid en herkenbaarheid in de visuele identiteit van het festival te creëren, zijn er de afgelopen jaren strategische stappen gezet om een sterk, herkenbaar en consistent campagnebeeld te ontwikkelen, vormgegeven door Loudmouth. Het campagnebeeld voor de negentiende editie, dat direct na de LIFF Summer Special in juni werd gelanceerd, diende als rode draad en was in de maanden die daarop volgden zichtbaar in vrijwel alle LIFF-uitingen. Dit omvatte sociale media posts en reels, posters, advertenties, het programmaboekje en de festivaltrailer.

Daarnaast werd het campagnebeeld actief doorgevoerd in de publieke ruimte in Leiden. Via een breed scala aan visuele uitingen, zoals abri's, banieren, een billboard, een groot LIFF-logo op het stationsplein, een banner binnen in Leiden Centraal, banners boven de Breestraat en de verspreiding van festivalposters en programmaboekjes door de stad, werd het imago van LIFF als festival met een sterke visuele identiteit versterkt. Deze consistente en omvangrijke zichtbaarheid gaf het festival niet alleen een zelfverzekerde uitstraling, maar zorgde er ook voor dat LIFF als merk stevig werd neergezet en breed werd herkend. Daarnaast benadrukte het ook de rol van Leiden als dé festivalstad.

PUBLIEKSBEREIK EN DIGITALE STRATEGIE

Filmliefhebbers uit heel Nederland vormen een van de belangrijkste doelgroepen van LIFF, dat in 2024 grote stappen zette in het bereiken van zowel publiek binnen Leiden als daarbuiten. Digitale marketing speelde hierin een sleutelrol. Via Instagram, ons belangrijkste sociale mediakanaal, bereikten we tussen 1 september en 21 oktober 75.000 unieke accounts, waarvan 95% nog geen volger was. Dit resulteerde in een groei van ons volgersaantal met 25%. Het grootste deel van de nieuwe volgers kwam uit Leiden, gevolgd door Amsterdam en Den Haag. De aankondiging van de start van de kaartverkoop op 26 september was een van de meest succesvolle campagnes. De post bereikte 15.000 accounts en de bijbehorende reel werd 21.300 keer bekeken. Ook zonder promotiebudget hadden we impact: een collab-reel met actrice Joy Delima bereikte 12.700 accounts en werd 18.000 keer bekeken.

Naast Instagram breidde LIFF haar aanwezigheid uit op TikTok om zo een jonger publiek te bereiken. Hoewel het aantal volgers hier nog relatief klein is, zagen we een stijging van 500%. Dit toont aan dat er potentieel is om dit platform verder te ontwikkelen. Facebook en X stagneren daarentegen, wat aansluit bij bredere trends, waardoor deze platforms minder prioriteit hebben binnen de strategie.

Voor een oudere doelgroep blijft de LIFF-nieuwsbrief, met ruim 7.500 abonnees, een belangrijke uiting. Deze mix van kanalen zorgt ervoor dat LIFF verschillende publieks-groepen effectief weet te bereiken en betrokken houdt.

REGIONALE EN LANDELIJKE ZICHTBAARHEID

Om film liefhebbers buiten Leiden te bereiken hebben we diverse strategieën toegepast, gebaseerd op verschillende subdoelgroepen; landelijke cultuurliefhebbers, bioscoopgangers in de randstad en potentiële filmfestivalbezoekers die in Den Haag wonen of Den Haag regelmatig bezoeken.

Landelijke cultuurliefhebbers

Om landelijke cultuurliefhebbers te bereiken werd voornamelijk ingezet op advertenties, zowel online als offline. Voor jongere landelijke cultuurliefhebbers waren we zichtbaar op grote culturele evenementen zoals Lowlands en Best Kept Secret. Ook hebben we advertenties op sociale media en YouTube ingezet waarmee vooral deze jongere doelgroep (20-35 jaar) benaderd werd. Dit gebeurde op piekmomenten, zoals de dag dat ons festivalprogramma bekendgemaakt werd en de dag dat onze kaartverkoop begon. Deze advertenties leidde tot extra volgers en sitebezoeken. Ook zorgden samenwerkingen op sociale media met andere grote spelers in de Nederlandse film(festival)industrie, zoals Cineville, CAMERA JAPAN en VPRO Cinema voor veel zichtbaarheid. Om LIFF ook bij een ouder segment van de landelijke cultuurliefhebbers te promoten hebben we geadverteerd in culturele tijdschriften zoals de Filmkrant en VPRO Magazine.

Bioscoopgangers in de Randstad

Om bioscoopgangers in de Randstad te bereiken hebben we ingezet op de zichtbaarheid van LIFF in bioscopen binnen en buiten Leiden, onder andere door het verspreiden van programmaboekjes. Via bioscoopreclame-exploitant Jean Mineur was onze festivaltrailer in de weken pre-LIFF onderdeel van het reclameblok voorafgaand aan filmvertoningen in bioscopen in verschillende steden, wat zowel het festival an sich als de verscheidenheid van het programma goed in beeld heeft gebracht.

Filmfestivalbezoekers uit en rondom Den Haag

Aangezien Den Haag de dichtstbijzijnde grote stad is, op slechts 12 minuten reizen met de trein, biedt deze stad een unieke combinatie van nabijheid, culturele diversiteit en een groot potentieel nieuw publiek om het LIFF-publiek verder uit te breiden. Met meer dan 550.000 inwoners en een bloeiende culturele scene – waaronder musea, theaters en filmhuizen zoals Filmhuis Den Haag – vormt

Den Haag een uitstekende focusregio voor het aantrekken van cultuurliefhebbers. Bovendien tonen bezoekersdata van eerdere edities van LIFF aan dat een deel van het huidige publiek al uit Den Haag afkomstig is, wat wijst op een fundament voor verdere groei.

Om deze potentie te benutten, hebben we dit jaar in Den Haag ingezet op de zichtbaarheid van LIFF. Buitenreclame speelde hierin een centrale rol, met onder andere posterroutes, mupi's en videobeelden op de schermen van station Den Haag Centraal. Deze campagnes richtten zich zowel op inwoners van de stad als op de duizenden treinreizigers die dagelijks via dit station reizen. Deze gerichte aanpak versterkt de aanwezigheid van LIFF in Den Haag en maakt het festival toegankelijk voor een diverse en groeiende doelgroep.

COMMUNITY VAN LIFF-FANS

De groei van LIFF gaat verder dan cijfers; het festival draait ook om het opbouwen van een sterke community. Een terugkerende opmerking van bezoekers en vrijwilligers is dat de informele en toegankelijke sfeer een belangrijk onderdeel is van wat LIFF zo bijzonder maakt. Deze sfeer versterkt de loyaliteit van het publiek en zorgt ervoor dat bezoekers LIFF actief aanbevelen in hun eigen netwerk.

Vrijwilligers zijn een essentieel onderdeel van deze community. Met ruim 200 vrijwilligers, die bijdragen aan de festivalbeleving, besteden we veel aandacht aan hun betrokkenheid. Initiatieven zoals de 'Volunteer Appreciation Day' benadrukken hun waarde voor het succes van het festival.

Ook op sociale media zetten we actief in op community-building. Met nieuwe rubrieken zoals 'LIFF Release Tips' en behind-the-scenes reels creëerden we gedurende het hele jaar interactie met ons publiek. Deze constante aanwezigheid resulteerde in een stijging van volgers en versterkte de band met onze bezoekers.

PROMINENTE POSITIE VAN LIFF IN DE (INTER)NATIONALE FILMINDUSTRIE

Ook de positie van LIFF binnen de (inter)nationale filmindustrie is dit jaar versterkt. Het aantrekken van prominente gasten gaf LIFF waardevolle nieuwe connecties en veel online zichtbaarheid. Daarnaast versterkt

de samenwerking met productiemaatschappijen en distributeurs de positie van LIFF binnen de filmindustrie. We kiezen er bewust voor om al onze communicatie waar mogelijk tweetalig te doen en anders alleen in het Engels. Hierdoor positioneren we LIFF als een toegankelijk en internationaal filmfestival, waar zowel onze gasten als ons publiek goed op reageren.

De groeiende erkenning van- en waardering voor LIFF binnen de internationale filmindustrie leidde wederom tot een stijging van het aantal sociale media berichten dat gedeeld werd over LIFF door grote spelers in de filmindustrie, zoals regisseurs en productiemaatschappijen. De aankondigingen van ons programma werden veelvuldig ge(re)post. Het delen van deze beelden fungeerde als een (geslaagde) strategie voor gratis publiciteit. Ook deze publieke aandacht voor LIFF van filmmakers en producenten versterkt de positie van LIFF binnen de internationale filmwereld.

Verder hebben we ons netwerk van nationale en regionale pers en mediarelaties wederom verder uitgebreid, wat voor veel zichtbaarheid gezorgd heeft. We hebben nauw samengewerkt met journalisten, bloggers, podcasts en andere mediakanalen om meer aandacht te genereren voor LIFF. Door middel van het verspreiden van persberichten en mediakits naar een uitgebreide perslijst, en het aanbieden van interviews met de LIFF-crew en de vele filmmakers die het festival dit jaar bezochten, hebben we een grotere media-aandacht voor LIFF gegenereerd dan ooit tevoren.

PUBLIEKSERVARING

Uit de enquête die wij onder de bezoekers hebben verstuurd en kijkend naar het bezoekersprofiel op basis van het kaartverkoopsysteem zien wij dat het festival een breed publiek aantrekt. De meerderheid van de bezoekers bevindt zich in de leeftijdscategorie van 25 tot 45 jaar, met een evenwichtige verdeling tussen mannelijke en vrouwelijke bezoekers. De meeste bezoekers komen uit de regio Zuid-Holland, met een sterke vertegenwoordiging uit Leiden en omliggende steden. Opvallend is dat 60% van de bezoekers het festival voor de eerste keer bezoekt, terwijl 40% tot de groep trouwe terugkerende bezoekers behoort.

Wat betreft de ervaring gaf meer dan 85% van de bezoekers aan hun bezoek als 'goed' of 'uitstekend' te beoordelen. Vooral de diversiteit in het programma, de unieke sfeer en de professionele organisatie werden hoog gewaardeerd. Ook de klantvriendelijkheid van het personeel en de netheid van de faciliteiten werden vaak als positieve punten genoemd.

Tegelijkertijd zijn er enkele praktische aandachtspunten naar voren gekomen, zoals de behoefte aan betere bewegwijzering op het terrein en het verminderen van wachttijden bij populaire activiteiten. Deze feedback vormt een waardevolle leidraad om het festival in de toekomst nog beter af te stemmen op de wensen van ons publiek.



Foto: © Lisa Boshuizen



NET ZO GROOT ALS CANNES.

&Cultuur

Foto: © Eddoha Chrit

ORGANISATIE

ORGANISATIE EN TEAMONTWIKKELING: REFLECTIE EN VOORUITBLIK

Een sterke organisatie draagt bij aan een succesvol evenement. Met een kernteam van vijf toegewijde leden en een crew van ongeveer 40 professionals, gepensioneerden, filmliefhebbers en studenten, aangevuld door bijna 200 enthousiaste vrijwilligers, blijft LIFF een krachtige gemeenschap van betrokken mensen met een gedeelde passie voor film. Dit jaar bood een kans om zowel successen te vieren als kritisch te kijken naar wat beter kan, met het oog op de toekomst.

KERNTTEAM EN ORGANISATIE

Het kernteam bestaat uit de hoofden van programma, productie, marketing & communicatie en de directeur. Door het jaar heen is ook het development- en administratief team aan de slag. In 2024 hebben we twee nieuwe kernteamleden mogen verwelkomen, die al snel hun meerwaarde hebben bewezen. Tegelijkertijd heeft deze verandering enkele zwakke plekken in onze structuur blootgelegd, met name op het gebied van verantwoordelijkheden en taakverdelingen binnen het team. We zijn deze knelpunten in kaart aan het brengen, zoals welke taken binnen welk takenpakket vallen en wie waar precies (eind)verantwoordelijk voor is. In december 2024 en gedurende 2025 zetten we gerichte stappen om de structuur te verbeteren en duidelijke verantwoordelijkheidlijnen te implementeren.

Middels een toegekende HR-voucher zijn we ook gestart met een organisatiebrede transitie. Dit proces richt zich op een herziening van de organisatiestructuur, inclusief functieprofielen, taakverdelingen, en de financiële draagkracht van onze constructies (in loondienst, zzp, uitbesteding of vrijwilligers). Dit zal ons niet alleen helpen om een meer stabiele basis te creëren, maar ook om als werkgever een professionelere rol te vervullen. Het vraagt aanpassingen van iedereen, maar het biedt ons ook kansen om sterker en efficiënter te worden.

VRIJWILLIGERS EN COMMUNITY

De vrijwilligers vormen het kloppende hart van LIFF. Dit jaar hebben bijna 200 vrijwilligers tijdens het festival verschillende rollen vervuld, van kassamedewerkers tot runners en locatiemanagers. De betrokkenheid en diver-

siteit binnen deze groep is indrukwekkend en essentieel voor het succes van het festival. We blijven investeren in hun ervaring door goede informatievoorziening, instructiebijeenkomsten, en een feestelijke afsluiting. Het gemeenschapsgevoel dat deze vrijwilligers meebrengen, is onmisbaar en vormt een van de belangrijkste pijlers van onze organisatiecultuur.

SYSTEMEN EN EFFICIËNTIE

De bredere inzet van ons nieuwe festivalmanagementstelsel in 2024 heeft veel verbeteringen gebracht, maar ook de noodzaak aangetoond om strakker te sturen op het gebruik van systemen en deadlines. In 2025 zullen we een strikter beleid hanteren om onze processen verder te professionaliseren. Dit is een essentiële stap om efficiënter te werken en onze hoge kwaliteit te behouden, vooral nu onze organisatie groeit.

TEAMGEVOEL EN WERKSFEER

We hebben dit jaar stappen gezet om het teamgevoel te versterken door structureel samen te werken op kantoor. Dit blijft een uitdaging vanwege uiteenlopende werkroosters, maar we hebben geleerd wat werkt en bouwen hier in 2025 verder op voort. Daarnaast hebben wij sinds twee jaar een interne nieuwsbrief geïntroduceerd voor de crew, zodat zij ook op de hoogte zijn van wat er door het jaar heen speelt op onder meer het gebied van vacatures, nieuwe mensen, festivalbezoeken en campagnes.

De positieve sfeer binnen het team vergt werk en willen wij verder vormgeven door een focus op open communicatie, duidelijke doelen, en het behalen en vieren van gezamenlijke successen. Het idee is dat deze aanpak zijn vruchten af zal werpen, niet alleen intern, maar ook richting onze vrijwilligers en het publiek.

REFLECTIE EN VOORUITBLIK

Het afgelopen jaar heeft ons veel geleerd over de kracht en de kwetsbaarheid van onze organisatie. De mix van een sterk team, enthousiaste vrijwilligers en een groeiende professionalisering biedt een stevige basis om op door te bouwen. Tegelijkertijd blijven we realistisch: de uitdagingen rond kosten, werkdruk en het implementeren van veranderingen vragen om blijvende aandacht.



In 2025 blijven we werken aan het versterken van onze structuur, het waarborgen van continuïteit (denk aan het zwart op wit vastleggen van werkprocessen, jaarplanning en festivaldraaiboek) het verbeteren van interne processen en het bevorderen van inclusie en duurzaamheid. We omarmen de kansen die voor ons liggen en blijven trouw aan onze missie om een toonaangevend, inspirerend en verbindend filmfestival te zijn. Samen met ons team, onze partners en onze bezoekers bouwen we verder aan een toekomst waarin LIFF blijft groeien als evenement én als gemeenschap.

BESTUUR

Afgelopen jaar heeft het bestuur belangrijke stappen gezet richting verdere professionalisering en aansluiting bij de Governance Code Cultuur. Twee bestuursleden zijn afgetreden, en sinds september hebben we een nieuwe voorzitter verwelkomd. Om de continuïteit binnen het bestuur te waarborgen, kiezen we voor een gefaseerde aanpak in het aantrekken van nieuwe bestuursleden. Onze ambitie is om een breed samengesteld en divers bestuur te vormen dat fungeert als een waardevol klankbord voor de organisatie. Met deze strategie streven we naar een bestuur dat zich richt op strategische ondersteuning en reflectie, waardoor het festival kan blijven groeien en zich verder kan ontwikkelen op een stabiele en gedragen basis.

**THE Q&A'S FOR SOME
OF THE MOVIES
WERE DEFINITELY
MY HIGH POINT. I
LOVE THAT I GOT TO
EXPERIENCE THIS!**

LIFF bezoeker



liff
**LEIDEN
INTERNATIONAL
FILM FESTIVAL**

LEIDEN
INTERNATIONAL
FILM FESTIVAL

LEIDEN
INTERNATIONAL
FILM FESTIVAL
liff

KASSA

PROGRAM

PROGRAM

liff

FINANCIËN, STRATEGIE EN IMPACT 2024

EEN SUCCESVOL JAAR MET GROEI EN UITDAGINGEN

LIFF beleefde in 2024 een jaar van groei, zowel in bezoekersaantallen als in financiële stabiliteit, ondanks een kleiner aantal vertoningen. Onze kaartverkoop steeg ten opzichte van vorig jaar, mede dankzij een prijsverhoging van vijftig cent per ticket en een hogere vergoeding per bezoeker via de Cineville-pas. Cineville-bezoekers hadden dit jaar alleen toegang tot competitiefilms met hun Cinevillepas, wat niet leidde tot een daling in bezoekersaantallen. Sterker nog, er was een significante toename in de verkoop van strippenkaarten en Passe-partouts. Passe-partouthouders bezochten gemiddeld 32 films, wat ons noodzaakt om de prijs van deze pas in de toekomst te verhogen.

De inkomsten uit horeca en merchandise lieten een stijging zien, terwijl donaties stabiel bleven. Inkomsten uit shortsinzendingen waren echter lager dan verwacht. Dit benadrukt de noodzaak om zowel intern als extern te blijven reflecteren en waar mogelijk aanpassingen door te voeren.

SUBSIDIES, FONDSEN EN SAMENWERKING

De meerjarige ondersteuning van zowel het Nederlands Filmfonds als de Gemeente Leiden (Vitale Binnenstad) biedt een solide basis voor de periode 2025-2028. Voor 2025 is ook de subsidie vanuit Gemeente Leiden Cultuur al toegezegd. In de periode 2026-2028 zal Cultuur overstappen op een nieuw subsidiestelsel, waarbij wij in 2025 een aanvraag voor meerjarige ondersteuning kunnen indienen. Vanaf 2028 zal dit stelsel waarschijnlijk in lijn worden gebracht met het BIS-model. Deze ontwikkelingen vereisen een proactieve en strategische aanpak om ons festival ook in de toekomst financieel te waarborgen.

Hoewel subsidies een belangrijk fundament blijven, blijft de afhankelijkheid van fondsen een uitdaging. Dit jaar waren de bijdragen vanuit fondsen teleurstellend, wat ons ertoe brengt om ons verhaal en onze missie sterker te positioneren. Het inhuren van een professionele fondsenwerver behoort tot de mogelijkheden om dit proces te versterken.

Op het gebied van sponsoring hebben we dit jaar zowel successen als tegenvallers gekend. Halverwege het jaar

vielen enkele belangrijke (barter)deals gedeeltelijk of geheel weg, wat een impact had op onze inkomsten. Daarnaast vergt het vertrek van onze sponsorwerver een herziening van onze strategie en de werving van een nieuwe professional.

ECONOMISCHE IMPACT EN SPIN-OFF

LIFF speelt een belangrijke rol in de economische spin-off voor de stad Leiden. Uit een enquête onder bezoekers bleek dat 52,5% van hen van buiten Leiden komt, met een meerderheid die 2-3 dagen in de stad verbleef. Hoewel slechts een klein deel van de bezoekers bleef overnachten, droeg het festival substantieel bij aan lokale bestedingen. Bezoekers gaven aan naast het bijwonen van films ook bars en cafés (73,4%), restaurants (59,4%), en winkels (42,2%) te bezoeken. Bovendien introduceerde LIFF veel bezoekers aan iconische locaties zoals het Pesthuis (56,4%), de Hortus Botanicus (32,6%) en het Rijksmuseum van Oudheden (30,4%).

Deze bredere economische en culturele impact versterkt de positie van LIFF als een cruciale pijler in het culturele landschap van Leiden, en benadrukt de wederkerigheid tussen het festival en de stad. De zichtbaarheid en aantrekkelijkheid van Leiden worden vergroot, wat ook bijdraagt aan de economische vitaliteit van de regio.

VOORUITBLIK

Met de solide basis die wij dit jaar vormgeven, richten we ons op verdere professionalisering en groei. We zullen strategische investeringen doen in fondsenwerving, sponsoring en organisatorische versterking, zodat LIFF ook in de toekomst blijft bijdragen aan zowel het culturele als het economische landschap van Leiden. Door vast te houden aan onze missie en kernwaarden, versterken we niet alleen ons festival, maar ook de stad en de gemeenschap die het omarmt.

SPONSOREN EN PARTNERS



Leiden



SUBSIDIE EN FONDSEN

Nederlands Filmfonds
Gemeente Leiden
Stichting Dioraphte

CULTUURPARTNERS

Cineville
CJP
VPRO Cinema
We Are Public
Woodstock Film Festival

SPONSOREN EN PARTNERS

ALV
Buik & van der Horst
Business Platform Schipholweg
B2-Cleaning
Centre for Human Drug Research
Centrum Management Leiden
EasyFiets
Extra Vert
Fast administratiekantoor
Festival Tickets
FlexIT
Interpulse
KLM
Leiden - Stad van Ontdekkingen
Leiden & Partners
Maters Hermsen
Matrix Frame
PLNT - Centre for Innovation and Entrepreneurship
Interpulse
Pronck
Stadsparkeerplan Haagweg
Van Haasteren - Toyota
Van Oerle Nettpro

LOCATIEPARTNERS

Bioscopen Leiden
Hortus Botanicus
Kijkhuis
Leidse Schouwburg & de Stadsgehoorzaal.
Nobel

Pesthuis
Rijksmuseum van Oudheden
SportCity
Trianon
Wereldmuseum

HORECA & HOTEL PARTNERS

Bar Lokaal
Beniràs
Catootje aan de Markt
City Hall
In den Bierbengel
Meneer Jansen
't Suppiershuysinghe
Vooraf en Toe
Woo Ping

Boutique Hotel D'Oude Morsch
NR 22
Van der Valk Hotel Leiden

DISTRIBUTEURS & SALES AGENTS

Amazon MGM Studios, Apple TV+, Arti Film, Athena Films, Bankside Films, Bantam Film, Bendita Film Sales, Bitter Films, Blue Fox Entertainment, Charades, Cherry Pickers, Cinéart Nederland B.V., Dogwoof, Film Factory, Glander, Gusto Entertainment, Imagine, Independent Films, Indie Sales, Mag Pictures, Magnify, Mastercard, Mk2 films, Monoo, MPM Premium, Outsider Pictures, Paradiso Films, Paradiso Films, Piki Films, Pluto Film, Poorly Painted Pools, Premiere TV, Protagonist, Salaud Morisset, September Film, Distribution, Splendid Film, The Festival Agency, The Searchers, Totem Films, Universal, Pictures International Netherlands, Vedette Film, Vertigo Films Distribution, Visit Films, Walt Disney Studio Motion Pictures.

COLOFON

Geschreven door het LIFF-team en ontworpen door Loudmouth



Foto: © Wilke Geurds



liff



**LEIDEN
INTERNATIONAL
FILM FESTIVAL**

