

Beleidsplan

2026 — 2028

GO
SHORT

GO
SHORT

International
Short Film
Festival
Nijmegen

Inhoud

1. Missie en visie	04
1.1 Missie	04
1.2 Visie	05
1.2.1 Positionering: regionaal, nationaal en internationaal belang	07
1.2.2 Publieksbereik en publieksparticipatie	09
1.2.3 Doelstellingen	12
2. Organisatie	14
2.1 Organisatiemodel	14
2.2 Het Festivalhuis	15
2.3 Werken bij Go Short	15
2.4 Samenwerkingspartners	17
2.5 Codes	18
2.6 Duurzaamheid	19
3. Financiën	20
3.1 Meerjarenbegroting	20
3.2 Risico's en beheersmaatregelen	23
4. Programmalijnen	24
4.1 Competitions	24
4.2 Reflections	25
4.3 Refresh	26
4.4 Late Night	26
4.5 Best of the fests	27
4.6 Talent	27
4.7 Family	27
4.8 Educatie	27
4.9 Industry	28
4.10 Jaarrond	29
5. Marketing en communicatie	30
5.1 Doelstellingen	30
5.2 Doelgroepen	32
5.3 Strategieën	33
5.4 Evaluatie	37
Nawoord	38

1. Missie en visie

1.1 Missie

Korte film biedt een onmisbare voedingsbodem voor talent en draagt in belangrijke mate bij aan de inhoudelijke, technische en maatschappelijke ontwikkeling van de filmwereld in zijn geheel. Het is een kunstvorm die zelden een commercieel belang dient of buigt voor concessies van derden. De korte film geeft daarmee makers de vrijheid om gewaagde artistieke en inhoudelijke keuzes te maken, wat leidt tot een enorme diversiteit aan invalshoeken, vaak dicht op de actualiteit. Dit maakt het medium bijzonder geschikt om mensen meer te weten te laten komen over de wereld waarin zij leven en te laten ontdekken dat er meer mensen zijn zoals zij – én heel veel anderen.

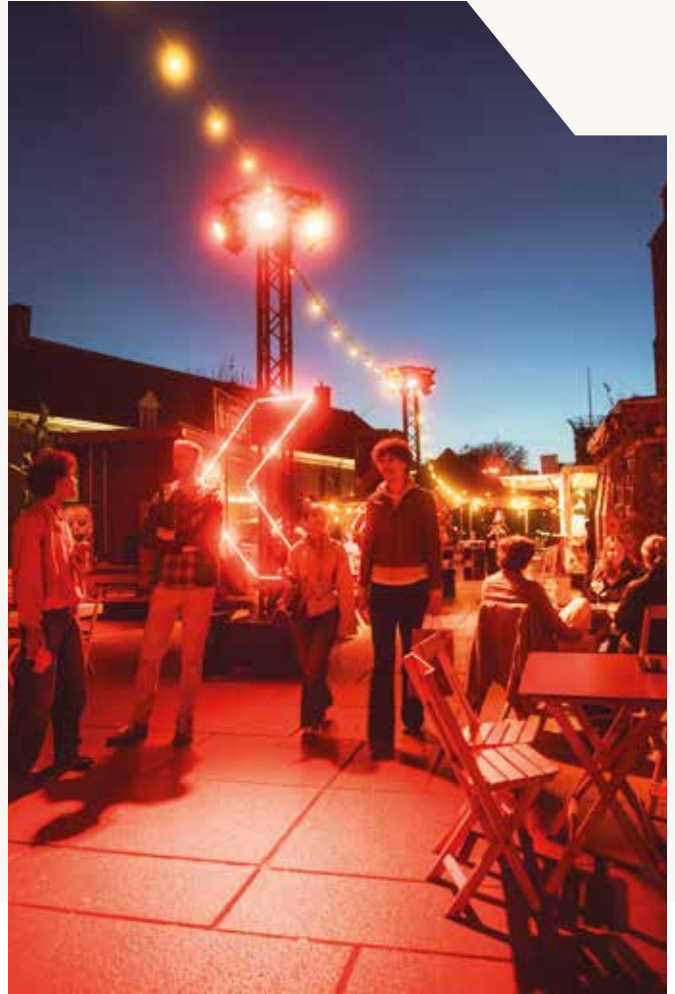
Korte film is een kunstvorm die zelden een commercieel belang dient of buigt voor concessies van derden.



Het is de missie van Go Short een klimaat te creëren, te stimuleren en te faciliteren waarin makers van korte film hun talenten optimaal kunnen ontwikkelen, andere filmprofessionals kunnen ontmoeten en hun verhalen kunnen vertellen in dialoog met het publiek. Go Short agendeert kunstzinnige, technische, maatschappelijke en politieke vraagstukken. Korte film dient zo als middel om een breed en divers publiek te informeren, verdieping te bieden en te ondersteunen bij het vormen van een brede blik en een eigen verhaal in een steeds complexer wordende wereld.

1.2 Visie

Investeren in een gezond kortefilmklimaat, is investeren aan de voorkant van een florerend en internationaal succesvol Nederlands filmlandschap. Landen met een sterke kortefilmcultuur, zoals België, Oostenrijk, Portugal of Zweden, profiteren van deze voedingsbodem en zien hun speelfilms terug in de selecties van vooraanstaande internationale festivals. Dat geldt ook voor ons land. Go Short ziet een significant sterkere ontwikkeling bij Nederlandse makers die internationaal succes hebben met hun korte film. Selecties op internationale kortefilmfestivals stellen de maker immers in staat om te reizen, andere makers te ontmoeten, veel (korte) films te zien en internationale programmeurs (en hun visie) te leren kennen. Daarnaast scherpt het de ambitie van makers aan: na een internationaal succesvolle korte film ligt de lat hoger voor een volgende film. Makers van recent succesvolle features zoals *Sweet Dreams* van Ena Sendijarević (Locarno) en *Rietland* van Sven Bresser (Semaine de la Critique, Cannes) hebben dan ook een geslaagde internationale carrière in de korte film doorlopen.



Go Short ziet een significant sterkere ontwikkeling bij Nederlandse makers die internationaal succes hebben met hun korte film.

Go Short heeft een eigen kijk op film en een artistieke visie die als vanzelfsprekend vervlochten is met het medium korte film. Korte film verhoudt zich tot lange film als poëzie tot proza. Het heeft een eigen narratieve structuur, vorm en expressie en is geenszins een korte versie van de bioscoopfilm. De aandacht ligt vaak op een enkele emotie en/of moment dat kernachtig in een vaak eigen visuele taal tot uitdrukking wordt gebracht.

Bij de korte film op Go Short is de vertelstructuur vaak open, en laat het ruimte tot eigen interpretatie. In combinatie met andere films – want korte film wordt bijna altijd geprogrammeerd in samengestelde blokken – kunnen op een prikkelende manier onderwerpen van meerdere kanten worden belicht, waarbij het publiek wordt uitgedaagd zelf een mening te vormen.

1. Missie en visie

Go Short richt zich daarnaast nadrukkelijk op korte films die hun verhaal visueel weten te vertellen, en onderscheidt zich daarmee van films in reportagestijl. In de visie van Go Short dragen niet de tekst in beeld, de uitvoerige gesprekken tussen karakters of zogenaamde 'talking heads' de boodschap over, maar is het idealiter de beeldtaal waarmee de maker spreekt. Hierdoor is vaak de handtekening van de maker prominent aanwezig. Go Short moedigt dit aan, en is actief op zoek naar audiovisueel werk waar de maker iets van zichzelf laat zien. Het ziet liever een imperfect experiment dan een gepolijste film binnen de lijntjes.

Go Short hecht ook waarde aan de ontwikkeling van curatorschap en blijft inzetten op nieuw curatietalent. Binnen de programmering is diversiteit een sleutelbegrip, waarbij een meerstemmige programma-afdeling zorgt voor een divers aanbod voor een breed publiek.

De korte film is van oorsprong laagdrempelig en is als het meest gedemocratiseerde filmformaat uiterst divers: in storytelling, genres en thema's, maar ook in gebruikte technieken, oorsprong, makers en de doelgroepen die zij aanspreken. Voor Go Short bestaan daarmee bijna geen grenzen aan de korte film, behalve de speelduur van maximaal 30 minuten. Ons aanbod kenmerkt zich daarmee niet door één uitgesproken stijl, maar is een breed palet waarin de grenzen van het medium worden opgezocht.

Bijna alle vernieuwingen in de geschiedenis van cinema zijn begonnen in de korte film, en daarmee is de toekomst van de filmindustrie nu te zien binnen het korte format.

Korte film is constant in beweging en Go Short beweegt met deze ontwikkelingen mee. Bijna alle vernieuwingen in de geschiedenis van cinema zijn immers begonnen in de korte film, en daarmee is de toekomst van de filmindustrie nu te zien binnen het korte format. Go Short juicht deze vernieuwingen toe en geeft ze een prominente plek op het festival. Met een open blik wordt gekeken naar de nieuwste trends en passende vertoningsvormen. Zo worden nieuwe digitale vormen nauwlettend gevolgd en onderzocht of deze tot artistiek wasdom zijn gekomen, van XR tot videogames en van AI-producties tot microdrama.

Vernieuwing heeft natuurlijk niet enkel betrekking op vorm en beeldtaal, ook op perspectieven. Go Short hecht grote waarde aan nieuwe invalshoeken en tegendraadse opinies vanuit verschillende achtergronden. Hierbij kijkt het onder meer naar een goede diversiteit in (culturele) achtergronden, gender en geografische herkomst. Deze geografische spreiding speelt een rol op Europees niveau, waarbij zogenaamde lageproductielanden extra aandacht krijgen in de programmering, maar ook binnen Nederland: een goede representatie van de regio's stimuleert een sterker Nederlands filmklimaat.





1.2.1 Positionering: regionaal, nationaal en internationaal belang

Go Short was het eerste en is het grootste internationale festival voor de korte film in Nederland. Het heeft een unieke positie in het Nederlandse filmlandschap door het internationale karakter, de focus op nieuw talent, een brede publieksbenadering met veel aandacht voor interactie, de binding met de regio en uiteraard de exclusieve focus op korte film. De toegankelijke en intieme sfeer in combinatie met een hoogwaardig kwalitatieve programmering en de samenkomst van professionals uit heel Europa en daarbuiten, geeft Go Short haar unieke, inspirerende positie in Nederland.

Tijdens het festival vertoont Go Short jaarlijks meer dan 300 korte films in een breed en gevarieerd programma. De competities zijn de kern van het festival, waar de beste Europese korte films van het afgelopen jaar vertoond worden. De competities bevatten zo'n 90 films en worden omlijst met een uitgebreid publieksprogramma, waarmee Go Short de diversiteit van korte film in de volle breedte de aandacht geeft die het verdient. Daarnaast biedt Go Short ook een omvangrijk professionalsprogramma, waar ontmoeting en kennisdeling centraal staan.

Go Short staat in nauw contact met programmeurs van grote festivals als Locarno, Venetië, Berlinale en Cannes, en met toonaangevende distributeurs binnen de korte film. In gesprekken met hen komt steeds vaker naar voren dat zij alleen interesse hebben in, of betrokken willen worden bij films die nog in ontwikkeling zijn of nog geen première hebben gehad. Mede hierdoor ingegeven versterkt Go Short haar programmering van films in ontwikkeling. We kiezen in de aankomende beleidsperiode voor een breed aanbod aan marktscreenings, pitches en premières om Go Short tot dé plek te maken om de nieuwste werken uit Nederland en Europa te zien. Zo is er een samenwerking met Cinema de Demain, de talentontwikkelingstak van Festival de Cannes, opgezet: één van de makers van de pitch wint een op maat gemaakte coachingssessie in Cannes.

Go Short trekt hierin samen op met partnerorganisaties en externe curatoren met een brede blik op het veld. Denk hierbij aan een samenwerking met het netwerk van Screen Talent NL voor een goede vertegenwoordiging van de regio's en externe curatoren die zich expliciet inzetten voor diversiteit in de filmwereld. Een consistent podium voor deze makers binnen de context van een internationaal festival en daarmee laagdrempelige toegang tot ervaren makers en professionals is daarom van essentieel belang.

Go Short was het eerste en is het grootste internationale festival voor de korte film in Nederland.



Internationale erkenning

Deze ambities zijn alleen mogelijk doordat Go Short zich sterk verankerd heeft in het internationale, Nederlandse en regionale werkveld, waarbij langdurige samenwerkingen het mogelijk maken om als verbinder op te treden tussen verschillende belanghebbende partijen. Go Short wordt als enige Nederlandse festival erkend om korte films te kwalificeren voor de Oscars, de BAFTA's én de EFA's. Daarnaast is Go Short onderdeel van twee door Creative Europe MEDIA-ondersteunde internationale netwerken, het European Short Film Network (met onder meer Kurzfilmtage Oberhausen, IndieLisboa en Vienna Shorts) en de European Short Film Audience Award (met onder meer Clermont-Ferrand en Tampere). Verder verzorgt Go Short in samenwerking met Kortfilmfestival Leuven de voorselectie voor EuroConnection, het co-productieplatform van Clermont-Ferrand. Daarnaast is het festival aangesloten bij onder meer Talking Shorts en de Short Film Conference. Dit internationale netwerk heeft Go Short onder meer opgebouwd door met regelmaat internationale festivals te bezoeken en daar nieuwe contacten te leggen en bestaande relaties te versterken.

Deze nauwe band met de internationale filmindustrie en de erkenning zorgen ervoor dat veel internationale gasten zoals programmeurs van gerenommeerde festivals, distributeurs en sales agents naar het festival komen en dat we jaarlijks meer dan 3000 Europese korte films

Go Short wordt als enige Nederlandse festival erkend om korte films te kwalificeren voor de Oscars, de BAFTA's én de EFA's.

ingezonden krijgen. Go Short ondersteunt hun bezoek en die van geselecteerde makers door in samenwerking met internationale filminstututen en ambassades de reis van internationale makers en professionals te bekostigen. Dit biedt Nederlandse filmmakers en professionals een unieke kans om in contact te komen met deze mensen uit de kortefilmindustrie. Go Short vormt op deze manier de schakel tussen Nederlandse korte films en internationale vertoningen en coproducties.

Nationale speler met wortels in de regio

Go Short is een festival met internationale allure en statuur, maar ook met sterke wortels in Nederland, in de stad Nijmegen en de provincie Gelderland. Go Short heeft nauw contact met alle Nederlandse kunst- en filmscholen en talentontwikkelingsprogramma's om hun films in te sturen en hun studenten en deelnemers op het festival uit te nodigen. Samen met het Nederlands Film Festival en Eye Filmmuseum wordt de Europese Dag van de Korte film

Door regionale makers actief bij het festival te betrekken en ontmoetingen te faciliteren, vinden zij meer aansluiting bij de Nederlandse filmsector.

georganiseerd en in bredere zin wordt de Nederlandse korte film gepromoot onder meer door onze deelname aan de selectiecommissie voor de Selected Dutch Shorts, die jaarlijks door SeeNL internationaal gepromoot worden.

Voor het professionalsprogramma werkt Go Short nauw samen met verschillende partners, waaronder NBF, VERS, BUMA Music in Motion en Beeld & Geluid, met wie specifieke programma's of talentontwikkelingstrajecten gemaakt worden. Ook heeft Go Short veel contact met distributeurs, producenten en individuele filmmakers om hun films op het festival te vertonen en ook dicht op de ontwikkelingen in de filmwereld te zitten. Daarnaast wordt Go Short vaak gevraagd voor panels en workshops om haar expertise te delen met nieuw filmtalent. Waar nationale makers baat hebben bij vertoning in internationale context, hebben regionale makers dat bij vertoningen in een nationale context. Door hen actief bij het festival te betrekken en ontmoetingen te faciliteren, vinden zij meer aansluiting bij en doorgroeimogelijkheden binnen de Nederlandse filmsector. Specifiek voor regionaal talent biedt Go Short op het festival en jaarrond talentontwikkelingsprogramma's, vertoningsmogelijkheden en netwerkbijeenkomsten om het Gelderse filmklimaat actief te stimuleren en naar een hoger plan te tillen. Ook creëert Go Short productiemogelijkheden en -trajecten voor regionale makers. Daarnaast is Go Short samen met Arthouse LUX en InScience Filmfestival een stuwende kracht geweest in de oprichting van de regionale talenthub Oostpact voor Oost-Nederland – en zal Go Short in de aankomende beleidsperiode actief de samenwerking met Oostpact blijven opzoeken.

Go Short is daarnaast sterk ingebed in eigen stad en regio. Uit onze publieksonderzoeken weten we dat een groot deel van de reguliere bezoekers uit onze eigen regio komt – en met een lange lijst aan culturele, maatschappelijke en productionele partners, is de organisatie verweven met de infrastructuur van de stad Nijmegen. Lokaal spelen ook onze educatieprogramma's een belangrijke

rol. Het is daarbij onze ambitie dat iedereen uit onze nabije omgeving die 21 jaar wordt, ergens in zijn jeugd in aanraking is gekomen met Go Short. In de aankomende beleidsperiode wil Go Short zich daarnaast inzetten voor de kandidaatstelling van Nijmegen als Culturele Hoofdstad van Europa in 2033.

1.2.2 Publieksbereik en publieksparticipatie

Zoals omschreven in haar missie, ziet Go Short korte film als middel om een breed en divers publiek te informeren, verdieping te bieden en te ondersteunen bij het vormen van een brede blik en een eigen verhaal in een steeds complexer wordende wereld. Het daadwerkelijk bereiken van dit brede en diverse publiek bleek tijdens de pandemie en kort daarna een uitdaging: bezoekersaantallen bleven achter bij eerdere jaren.



Medio 2024 is Go Short daarom gestart met het doorontwikkelen van haar marketing- en communicatiestrategie. We hebben onze doelgroepen opnieuw gedefinieerd, hun wensen en behoeften uitgebreid onderzocht en hun klantreis geoptimaliseerd. Hiervoor organiseerden we meerdere focusgroepen, lieten we

1. Missie en visie

studenten van de Radboud Universiteit onderzoek doen naar bezoekerservaringen, ontwikkelden we een nieuwe website en lanceerden we een duidelijke campagne in combinatie met een aangescherpte strategie voor social media. Ook zorgden we voor meer zichtbaarheid en gastvrijheid met een levendig festivalterrein.

Een ander aandachtspunt was het vinden van een goede balans tussen de mate waarin het publiek maatschappelijk en artistiek geprikkeld wordt en de mate waarin wordt ingespeeld op wensen en behoeften om een breed en divers publiek aan ons te binden. Om dit te bewerkstelligen hebben we tien heldere programmalijnen ontwikkeld die passen bij verschillende bezoekersprofielen. Denk aan de toegankelijke programmalijn 'Best of the Fests' die zich richt op een breed publiek en waarbij een deel van de programma's Nederlandstalig wordt ondertiteld. Of onze programmalijn 'Late Night' waarin films per genre (horror, anime, erotic shorts et cetera) worden gebundeld en daarmee de liefhebbers van bepaalde genres worden aangesproken. Of de programmalijn 'Refresh' waarin de liefhebber van de experimentele korte film op zijn wenken wordt bediend.

Bij het festival van 2025 zagen we het resultaat van deze aanpassingen. Het aantal bezoekers groeide met meer dan 50% en de kaartverkoop steeg met meer dan 30%. Een aanmoediging om de ingeslagen weg in de beleidsperiode 2026–2028 te vervolgen. Hierbij ziet Go Short nog ruimte voor groei op het gebied van:

1. **informatievoorziening**, onder meer door haar website door te ontwikkelen, de programmalijnen nog beter uiteen te zetten en de fysieke informatievoorziening op het festivalterrein uit te breiden;
2. **de zichtbaarheid van het festival in de stad**, onder meer door nog intensiever samen te werken met (lokale) ondernemers, (culturele) partners en belangenbehartigers;
3. **het aantrekken van bezoekers** onder de 30 jaar;
4. **de pr-activiteiten** van de organisatie;
5. het aantrekken van **nieuwe jaarrond bezoekers**, onder meer door met haar mobiele bioscoop 'Camping Kino' op verschillende Gelderse festivals te gaan staan om korte films te vertonen.

In onderstaande tabel is een overzicht te vinden van de bezoekersaantallen van de afgelopen drie jaar en de doelen voor de aanstaande beleidsperiode:

	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Aantal verkochte kaarten (festival)	4.554	3.977	5.180	5.500	5.750	6.000
Totaal aantal bezoekers (festival)	10.023	10.835	16.353	17.000	17.500	18.000
Aantal jaarrond bezoekers (buiten het festival om)	9.500	5.226	5.400	6.000	6.500	7.000
Totaal aantal bezoekers (festival + jaarrond)	19.523	16.061	21.753	23.000	24.000	25.000





Naast het verhogen van haar bezoekersaantallen, richt Go Short zich op het verbreden van haar publiek. Voor wat betreft het bereiken van groepen die vooralsnog onder gerepresenteerd zijn op het festival zet Go Short in op het samenwerken met partners wiens achterban aansluiting heeft bij deze groepen. Zo werkt Go Short onder meer samen met Stichting Quiet (een organisatie die zich inzet voor mensen die in stille armoede leven), Club Goud (ouderen) en New Rootz (jongeren met een migratieachtergrond). Ook publieksparticipatie speelt hierbij een belangrijke rol. Denk bijvoorbeeld aan het betrekken van buurtbewoners bij de organisatie van filmactiviteiten, zoals we doen bij onze 'Off The Walls' filmwandelingen. Hoewel dit uiteraard arbeidsintensieve projecten zijn, zet Go Short deze activiteiten graag ook in de beleidsperiode 2026–2028 voort om haar publiek te blijven verbreden. Daarnaast speelt uiteraard ook het aanbod een rol bij het verbreden van het publiek. In de beleidsperiode 2026–2028 zal Go Short daarom ook een prikkelarm programma aanbieden.

Verder richt Go Short zich in de periode 2026–2028 op het verhogen van haar educatieaantallen. We kiezen daarbij voor zorgvuldig samengestelde programma's die leerlingen leren bewuster kijken, reflecteren en film leren waarderen als kunstvorm. We zorgen daarbij voor context, Q&A's met makers, bieden lesmateriaal en laten zien dat elk beeld het resultaat is van keuzes.

Samengevat:

Go Short vertoont, promoot en distribueert de korte film zowel internationaal, nationaal als regionaal. Go Short organiseert jaarlijks een internationaal filmfestival voor de korte film en realiseert jaarrond publieks-, talent-, en educatieprogramma's voor een breed en divers publiek. Go Short richt zich daarbij op het creëren van verdiepende rand- en contextprogrammering, het bevorderen en organiseren van kennisuitwisseling, ontmoeting en dialoog én het ondersteunen van talent op allerlei manieren. Go Short wil daarmee een wereld creëren waarin de korte film een krachtig, relevant en verbindend medium is, dat creativiteit, talentontwikkeling en educatie stimuleert en daarmee bijdraagt aan een meer inspirerende, begripvolle en inclusieve samenleving.

1.2.3 Doelstellingen

Go Short heeft haar doelstellingen voor de beleidsperiode 2026–2028 als volgt geformuleerd:

Versterking van de keten

Go Short investeert in de duurzame versterking van het korte filmklimaat door het initiëren en bijdragen aan activiteiten die de keten versterken op zowel regionaal, nationaal als internationaal niveau. Go Short werkt daarbij intensief samen met vele partners en start initiatieven, zoals een sectoroverleg voor de korte film tijdens ons festival. Go Short wil zich daarnaast ontwikkelen tot hét platform waar internationale professionals de beste (Nederlandse) korte films, rough cuts, work-in-progresses en filmideeën kunnen scouten. Om dit mogelijk te maken zullen we ons enerzijds intensief richten op het werven van meer internationale programmeurs – en anderzijds door meer talent-screenings en workshops voor regionale en (internationale) makers te organiseren en hen zo op een laagdrempelige manier een springplank te bieden naar het (inter)nationale veld. Go Short vindt het belangrijk daarbij naar de korte film in de volle breedte te kijken en ook onder-gerepresenteerde regio's en groepen te betrekken.

Versterken talentontwikkeling

Go Short faciliteert de doorontwikkeling van korte filmmakers door middel van talentontwikkelingstrajecten, netwerkactiviteiten en de structurele samenwerking met opleidingen, brancheorganisaties en andere sectorale partners. Hierbij kiezen we in de komende jaren voor een concentratie van de programma's op drie festivaldagen, waarbij er voor verschillende groepen professionals een logische route is om te volgen.

Doorontwikkelen gidsfunctie

Korte film kent geen grote namen of titels, en het is daarom onze ambitie om een goede vertrouwensband met het publiek op te bouwen, zodat zij ieder jaar terugkomen om verrast te worden door onze programmering. Go Short kiest daarbij voor transparante, inclusieve en zorgvuldige selectieprocessen, gedragen door een heldere artistieke visie en met als doel het samenstellen van inspirerende en prikkelende (rand)programma's voor het publiek.



Vergroten en verbreden van publieksbereik en publieksparticipatie

Go Short bereikt een breed en divers publiek, waarbij de mate waarin het publiek maatschappelijk en artistiek geprikkeld wordt in balans is met de mate waarin wordt ingespeeld op publiekswensen en –behoeften. Na een sterke stijging van de bezoekersaantallen in 2025, streeft Go Short naar lichte groei in de beleidsperiode 2026–2028. De aangescherpte visie op marketing en communicatie in combinatie met tien vaste programmalijnen is daarbij van groot belang. Go Short hecht verder veel waarde aan een goede inbedding in stad en regio. Ook publieksparticipatie speelt een belangrijke rol en wordt ingezet om bezoekers te bereiken voor wie het deelnemen aan culturele activiteiten minder vanzelfsprekend is. Bijvoorbeeld door met de pop-up bioscoop 'Camping Kino' op andere festivals in de regio korte films te vertonen.

Ontmoeting stimuleren en faciliteren

Go Short stimuleert en faciliteert actief de ontmoeting en dialoog tussen makers, publiek en professionals. Hiermee bevorderen we kennisuitwisseling, versterken we maatschappelijke cohesie en dragen we bij aan meer begrip en inclusiviteit in een steeds complexer wordende wereld. We doen dit in de filmzaal door gesprekken zorgvuldig te modereren en trekken dit tijdens het festival door op een levendige, open ontmoetingsplek. Ook jaarrond stimuleren we ontmoeting, bijvoorbeeld tijdens onze Off The Walls filmwandelingen.

Uitbreiden educatieprogramma

Go Short introduceert kinderen en jongeren met korte film en draagt bij aan de ontwikkeling van hun filmische geletterdheid en mediawijsheid. Via educatieve programma's leren jonge generaties bewust te kijken, kritisch te reflecteren en film als kunstvorm te waarderen. In de beleidsperiode 2026–2028 heeft Go Short de ambitie haar educatieaantallen te laten stijgen. Om dit te realiseren kiest Go Short ervoor een jaarrond programma aan te bieden, haar relaties met educatieve instellingen uit te breiden en te versterken en een nog prikkelender programma aan te bieden.

Groeien naar een weerbare en wendbare organisatie

Go Short wil een weerbare en wendbare organisatie zijn waar mensen graag en langdurig werken tegen eerlijke salarissen en met up-to-date middelen, kennis en systemen. Go Short draagt zorg voor een gedegen, transparante bedrijfsvoering, een gezonde financieringsmix en een bescheiden risicoreserve.

**Via educatieve programma's
leren jonge generaties bewust
te kijken, kritisch te reflecteren
en film als kunstvorm te
waarderen.**



2. Organisatie

2.1 Organisatiemodel

Go Short is een stichting die werkt volgens het Raad-van-Toezicht-model. Dat betekent dat de bestuurlijke eindverantwoordelijkheid ligt bij de directeur-bestuurder, welke verantwoordelijk is voor de uitvoering van het meerjarenbeleidsplan, de dagelijkse aansturing van het team en de vertegenwoordiging van het festival naar buiten toe.

De Raad van Toezicht vervult een toezichthoudende en adviserende rol – en bestaat bij Go Short uit vijf leden met een uiteenlopende deskundigheid. De Raad van Toezicht bewaakt de missie, de identiteit en de continuïteit van de organisatie en toetst het functioneren van de directeur-bestuurder. Daarnaast ziet de Raad van Toezicht toe op de naleving van de Governance Code Cultuur, de Fair Practice Code en de Code Diversiteit & Inclusie. De leden vervullen hun functie onbezoldigd. Tussen 2026 en 2028 bekijkt Go Short, naar aanleiding van een onderzoek voor de Raad van Cultuur, of dit veranderd moet worden om het orgaan toegankelijker te maken voor wie het al dan niet financieel belonen van de tijdsinvestering, meespeelt bij de overweging plaats te nemen.

De samenwerkingsrelatie tussen de directeur-bestuurder en de Raad van Toezicht is bij Go Short gebaseerd op vertrouwen, transparantie en dialoog. Er is een heldere scheiding tussen toezicht en uitvoering: de Raad van Toezicht bemoeit zich niet met operationele beslissingen, maar biedt gevraagd en ongevraagd advies op strategisch niveau.

Om continuïteit en vernieuwing te waarborgen werken de leden van de Raad van Toezicht volgens een openbaar rooster van aftreden met een maximum van twee termijnen van vier jaar. De voorzitter is het eerste aanspreekpunt voor de directeur-bestuurder. Vanuit de leden wordt een auditcommissie en een remuneratiecommissie gevormd. Jaarlijks evalueert de Raad van Toezicht zowel het eigen functioneren als de samenwerking met de directeur-bestuurder. De bevindingen worden vastgelegd en waar nodig worden deze vertaald in verbeteracties.



De directeur-bestuurder en de Raad van Toezicht komen viermaal per jaar samen, waarbij de directeur-bestuurder – aan de hand van aangeleverde stukken en conform het informatieprotocol van de stichting – verantwoording aflegt aan de Raad van Toezicht. De auditcommissie deelt tijdens deze vergaderingen financiële bevindingen op basis van een vooroverleg met de directeur-bestuurder. Jaarlijks geeft de Raad van Toezicht een accountant de opdracht de jaarrekening van Go Short te controleren. De bevindingen van de accountant worden gedeeld met de auditcommissie en de directeur-bestuurder, besproken tijdens de eerstvolgende Raad van Toezicht-vergadering en waar nodig worden verbeteringen doorgevoerd. Op deze manier borgt de organisatie een professioneel, transparant en toekomstbestendig bestuursstelsel dat voldoet aan de eisen van goed cultureel ondernemerschap.

De samenwerkingsrelatie tussen de directeur-bestuurder en de Raad van Toezicht is bij Go Short gebaseerd op vertrouwen, transparantie en dialoog.

2.2 Het Festivalhuis

Go Short is gevestigd in Het Festivalhuis: een zichtbare broedplaats in het centrum van Nijmegen, die wordt gedeeld met drie andere internationale, culturele festivals: Wintertuin, Music Meeting Festival en InScience Film Festival. Het bestuur van het Festivalhuis wordt gevormd door de directeuren van de vier festivals. Zij stimuleren samenwerking, uitwisseling, kennisdeling en intervisie tussen de verschillende organisaties.

2.3 Werken bij Go Short

Go Short vindt het belangrijk een organisatie te zijn waar mensen graag en langdurig werken tegen fatsoenlijke salarissen en met up-to-date middelen, kennis en systemen. Om die reden neemt Go Short vanaf 2026 de salarisschalen van Fairpacct voor Filmfestivals als uitgangspunt en maakt Go Short in haar begroting ruimte voor de aanschaf van de benodigde middelen, scholing en onderzoek.

Go Short kiest in de beleidsperiode 2026–2028 voor een jaarrond team van ongeveer tien medewerkers onder leiding van een directeur-bestuurder. De medewerkers betreffen een Artistiek Leider, 4 afdelingshoofden (Hoofd Programma, Hoofd Industry, Hoofd Marketing

Ook op individueel niveau zal de professionele en artistieke ontwikkeling van het team worden gestimuleerd.

en Communicatie en Hoofd Productie), een Educatie-medewerker, een Programmamedewerker, een Content Marketeer, een Fondsenwerver én een Administrateur, tevens Office- en ICT-manager. Samen goed voor 6-7 fte. Go Short kiest daarmee voor het investeren in continuïteit, kennisopbouw en samenhang – en minder voor het werken met zzp'ers – aangezien zij gelooft in de kracht van teamontwikkeling en langetermijngerichte groei.

Om het team verder te laten groeien, wordt geïnvesteerd in gezamenlijke strategische sessies en het optimaliseren van de afstemming tussen de verschillende afdelingen. Ook op individueel niveau zal de professionele en artistieke ontwikkeling van het team worden gestimuleerd, onder meer door in de aankomende beleidsperiode een functioneringscyclus te ontwikkelen.

In festivaltijd (november- april) wordt het team uitgebreid met 12–15 tijdelijke medewerkers en stagiairs. Op het moment dat er specifieke, specialistische kennis nodig is, worden zzp'ers aan het team toegevoegd. Bijvoorbeeld voor fotografie of grafisch ontwerp. Met het oog op de handhaving van de wet DBA sluit Go Short met hen samenwerkingsovereenkomsten af. Ook voor hun beloning wordt Fairpacct voor Filmfestivals als uitgangspunt gebruikt.

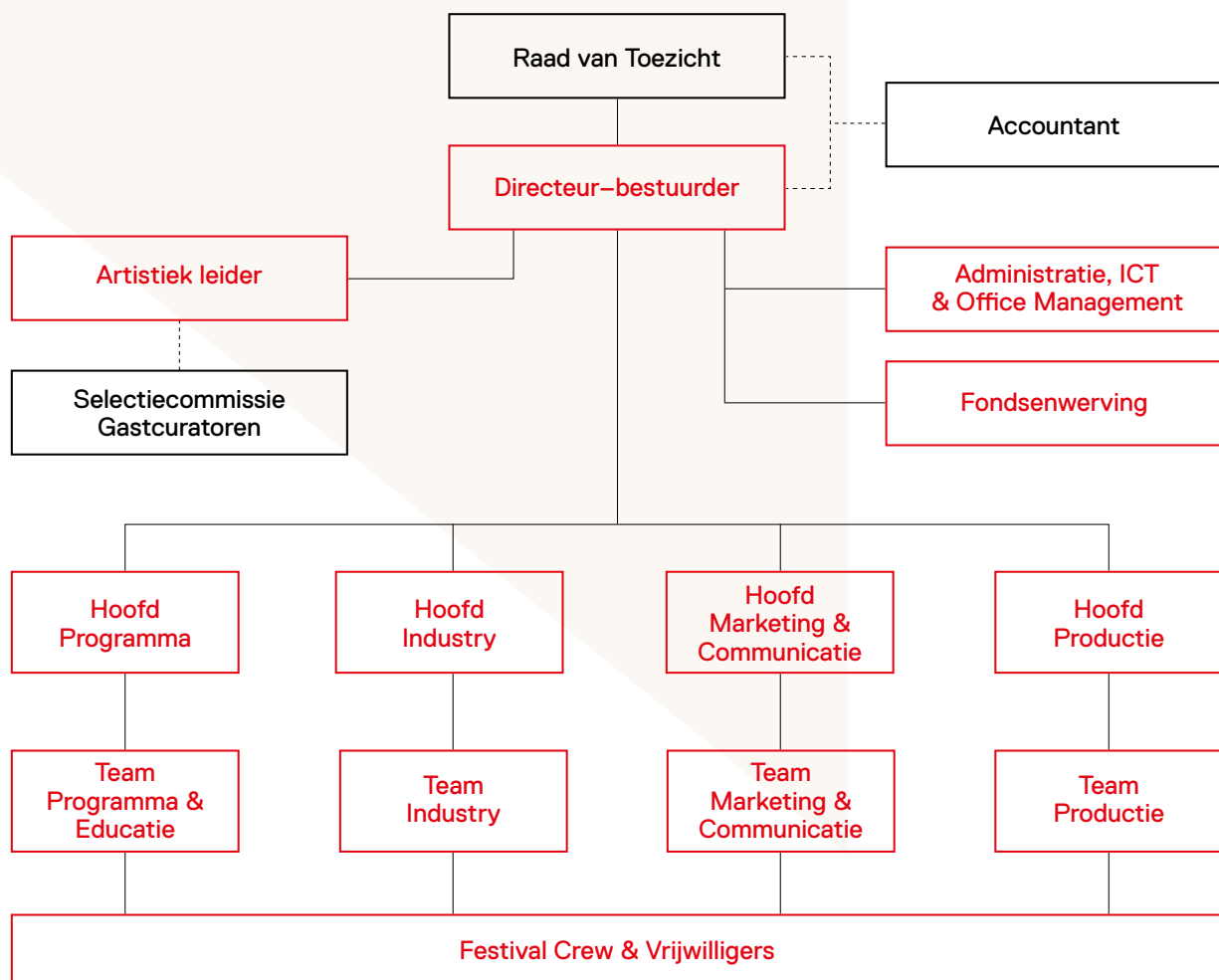


2. Organisatie

Tijdens het festival ondersteunen daarnaast zo'n 125 – 150 vrijwilligers Go Short. Zij zijn essentieel voor het goed laten verlopen van het festival en Go Short hecht dan ook veel waarde aan de vaak langdurige relatie met hen.

Om een gezonde, veilige en integere werkomgeving te waarborgen, heeft Go Short – samen met de andere organisaties van Het Festivalhuis – een vertrouwenspersoon aangesteld voor haar medewerkers en vrijwilligers. Jaarlijks brengt de vertrouwenspersoon een geanonimiseerd verslag uit aan de bestuurders op basis waarvan eventuele verbeterpunten worden opgepakt. Daarnaast heeft de vertrouwenspersoon alle formele en informele leidinggevendenden getraind in het behouden en creëren van een veilige werkplek. In de komende beleidsperiode focussen we ons samen met de andere festivals in het Festivalhuis op het ontwikkelen van een integrale gedragscode.

Go Short hecht waarde aan de vitaliteit van haar medewerkers. We kiezen verder voor een combinatie van sociale verbinding, goede werkplekken, gezonde voeding en het reduceren van stress. Dat betekent dat we zorgen voor ergonomische bureaustoelen, in hoogte verstelbare bureaus, gezamenlijk lunchen, vers fruit op kantoor en – met uitzondering van het festival, activiteiten of noodsituaties – geen verwachtingen over werken in het weekend of tijdens de avonduren. Voor de komende beleidsperiode zet Go Short dit voort en heeft zij de ambitie een personeelspanel te organiseren, waarin de wensen en behoeften van medewerkers verder worden onderzocht.



Het organogram van Go Short



Om een breed en divers publiek te bereiken werkt Go Short samen met een groot aantal culturele, maatschappelijke en educatieve partners.

2.4 Samenwerkingspartners

Om een breed en divers publiek te bereiken werkt Go Short samen met een groot aantal culturele, maatschappelijke en educatieve partners.

Binnen de nationale filmwereld werken we onder meer samen met de belangenbehartigers van beroepsgroepen, zoals de Dutch Directors Guild (regisseurs), het Netwerk Scenarioschrijvers (scenaristen), de NAPA (producenten) en Buma Music in Motion (componisten). Verder werken we samen met organisaties als Beeld & Geluid, See NL, Creative Europe Desk NL en Fairpacct. Ook werken we met organisaties die zich inzetten voor een meer diverse filmwereld, zoals Screen Talent NL, Qissa, WeDoWe, de New Producers Academy en Animatie in Kleur. Daarnaast werken we samen met partijen uit andere culturele velden (Stichting Sinus, The Hmm) om kruisbestuiving tussen verschillende kunstvormen te onderzoeken en zo ook korte film bij nieuwe doelgroepen onder de aandacht te brengen. Binnen de internationale filmwereld werken we samen met de partnerfestivals uit onze netwerken en hebben we een goede relatie met tal van (inter)nationale distributeurs, filminstututen en -scholen.

Op maatschappelijk gebied werkt Go Short onder meer samen met Bindkracht 10, Club Goud, Vizier, Zelfregiecentrum Nijmegen, De Wijkfabriek en BUUR Brakkenstein. Samen met hen ontwikkelt Go Short programma's, waarbij samen wordt gekeken welke locatie, setting en vertoningsvorm het beste past bij de achterban van deze organisaties.

Daarnaast werkt Go Short op het gebied van onderwijs en talentontwikkeling met verschillende partners samen, onder meer met onderwijsinstellingen als de Nederlandse Filmacademie, ROC Nijmegen, Creative College – ROC Midden Nederland, HAN, Radboud Universiteit en organisaties die zich specifiek op jongeren richten, zoals New Rootz en Kunstbende.

Tenslotte staat Go Short als lid van het Stedelijk Netwerk Nijmegen in verbinding met vele andere – grote en kleine – organisaties in de stad.

2.5 Codes

Go Short hecht aan openheid en transparantie en onderschrijft de Governance Code Cultuur, de Fair Practice Code en de Code Diversiteit & Inclusie. Daarnaast hecht Go Short waarde aan duurzaamheid.

Governance Code Cultuur

Go Short volgt de Governance Code Cultuur. Op de website van de stichting staan de statuten, de leden van de Raad van Toezicht, inclusief hun aftreedrooster en reglement. Daarnaast zijn op de website van Go Short onze jaarverslagen te vinden. Hierin leggen we verantwoording af over de acht principes van de Governance Code Cultuur onder het motto 'pas toe en/of leg uit'.

Fair Practice Code

Go Short onderschrijft de intenties en principes van de Fair Practice Code en de kernwaarden die daaraan ten grondslag liggen: solidariteit, diversiteit, vertrouwen, duurzaamheid en transparantie. Voor medewerkers en zzp'ers vindt dit haar uiting door de salarisschalen van Fairpacct voor Filmfestivals als uitgangspunt te gebruiken. Makers wiens werk bij Go Short wordt vertoond, ontvangen daarvoor eveneens een eerlijke vergoeding, gebaseerd op de Code of Ethics van de Short Film Conference.

Code Diversiteit en Inclusie

Go Short omarmt de Code Diversiteit en Inclusie. We geloven dat verschillende perspectieven ons sterker maken en we houden hier bij onze programmering, publieksbenadering, ons personeelsbeleid en in het contact met partners altijd rekening mee.

Programmering

Qua programmering betekent dit dat alle makers toegang hebben tot onze competities, doordat we gebruik maken van een open call voor ons festival. Daarnaast zijn onze selectiecommissies divers samengesteld: externe curatoren met diverse culturele en professionele achtergronden worden actief bij de selectie betrokken. Dit vertaalt zich in een gevarieerde competitie waarin verschillende stemmen worden vertegenwoordigd. Ook maakt Go Short jaarlijks plek in de programmering voor nieuwe curatiestemmen door middel van een open call voor gastcuratoren.

Publieksbenadering

Go Short wil een breed en divers publiek kennis laten maken met korte film, van jong tot oud en van filmfanaat tot hen voor wie cultuurparticipatie niet vanzelfsprekend is. We bereiken hen via prikkelende campagnes, passende online content en toegankelijke publieksactiviteiten die nieuwsgierigheid en gesprek oproepen. We erkennen dat ons publiek momenteel nog niet zo divers is als we nastreven. Om hier stapsgewijs verbetering in aan te brengen, zoeken we actief de dialoog op met verschillende doelgroepen. We organiseren previews in buurthuizen en jeugdhonken, en faciliteren panelgesprekken waarin mensen hun wensen en behoeften met ons kunnen delen. We zijn trots op de samenwerkingen die hieruit voortkomen, zoals met New Rootz en Bindkracht10, waarbij jongeren met diverse achtergronden actief meedenken en meedoen aan Go Short. Ook binnen onze marketing- en communicatieaanpak zoeken we actief samenwerking binnen het sociale domein.





Personeelsbeleid

Go Short wil graag een divers samengestelde organisatie zijn. Bij de werving van nieuwe medewerkers, vrijwilligers en leden van de Raad van Toezicht wordt hier actief rekening mee gehouden. Zo wordt bijvoorbeeld in vacatureteksten aangegeven dat het ons niet uitmaakt waarin je gelooft, van wie je houdt en wat je culturele achtergrond is. Go Short kent een representatieve man-vrouw verhouding en sterke queer vertegenwoordiging. Voor de beleidsperiode 2026–2028 heeft Go Short de ambitie het team verder te versterken met mensen uit nog onder-gerepresenteerde groepen. In de beleidsperiode 2026–2028 wil Go Short zich daarnaast verdiepen in de principes van ‘objectief werven en selecteren’ en kijken hoe deze principes kunnen worden toegepast binnen de organisatie.

Partners

Go Short werkt met een veelheid aan partners samen. Go Short vindt het daarbij belangrijk dat deze partners – net als wij – respect hebben voor de wereld en de mensen om zich heen.

2.6 Duurzaamheid

Go Short draagt graag bij aan een leefbare toekomst en heeft duurzaamheid dan ook hoog in het vaandel.

In de praktijk betekent dat dat we tegen verspillings zijn en tegen het gebruik van wegwerpartikelen waar dat niet hoogstnoodzakelijk is. Ook zorgen we ervoor dat we duurzaam gebruik maken van materialen door deze edities lang te gebruiken, te recyclen, lokaal te huren, samen te werken met onder meer de partners in het Festivalhuis – en zoveel mogelijk gebruik te maken van duurzame leveranciers en merken uit de regio. Daarnaast kiezen we voor uitsluitend vegetarische catering tijdens de activiteiten die we organiseren. Ook hebben we in samenspraak met de collega-organisaties van Het Festivalhuis ledverlichting laten plaatsen in combinatie met tijdschakelaars om energie te besparen. Daarnaast scheiden we afval waar mogelijk en reizen we met het openbaar vervoer. Ons internationale platform kan niet bestaan zonder reisbewegingen, maar ook hier streven we naar duurzaamheid en stimuleren om die reden duurzame keuzes, zoals reizen met de trein.

Voor de beleidsperiode 2026–2028 hebben we de ambitie over te stappen naar een duurzame financiële dienstverlener en verkennen we hoe we ons duurzaamheidsbeleid verder kunnen verbeteren aan de hand van de Green Charter voor Filmfestivals.

3. Financiën

Go Short hecht waarde aan een transparante en gecontroleerde bedrijfsvoering, met heldere monitoring, aandacht voor scenarioplanning, een gezonde financieringsmix en een bescheiden eigen vermogen.

In het afgelopen jaar zette Go Short flinke stappen op dit gebied, onder meer door te gaan werken met nieuwe begrotingsformats, rolling forecasts en liquiditeitsprognoses, door de overstap van Visma naar Exact Online én door de overstap naar een accountant die gespecialiseerd is in de financiële administraties van culturele organisaties. Zo heeft Go Short de grip op haar geldstromen weten te vergroten, haar liquiditeit weten te verbeteren en haar solvabiliteit weten te verhogen. In de periode 2026–2028 zet Go Short deze ontwikkeling graag voort, onder meer door het verder stroomlijnen van financiële processen, het ontwikkelen van financiële dashboards, het verdiepen in de mogelijkheden van AI en het waarborgen van onze digitale veiligheid.

Om de weerbaarheid en wendbaarheid van haar organisatie te verbeteren, wil Go Short vanuit haar inkomsten uit cultureel ondernemerschap een bescheiden eigen vermogen opbouwen ter hoogte van zo'n 15% van

haar exploitatiebegroting, dan wel 4 tot 6 maanden aan personeelskosten. In de periode 2026–2028 wil Go Short dit doel realiseren. Hierbij zal zowel met een algemene reserve als met bestemmingsreserves worden gewerkt.

3.1 Meerjarenbegroting

Go Short verwacht vanaf medio 2026 de vruchten te plukken van een meer efficiënt ingerichte organisatie, van het werken met een op elkaar ingespeeld jaarrond team én van de investeringen die zijn gedaan op het gebied van marketing en communicatie. Vanaf 2027 zien we dit terug aan de lastenkant van de meerjarenbegroting, die ondanks inflatie niet hoeft te stijgen. Zo kunnen de personeelskosten in 2027 naar verwachting ietwat dalen, doordat er minder met zzp'ers zal worden gewerkt. Daarnaast kan het budget voor communicatie en promotie wat naar beneden worden bijgesteld wanneer de doorontwikkeling van onze nieuwe website is afgerond.

	2026	2027	2028
Beheerkosten	€ 132.500	€ 139.000	€ 146.000
Personeelskosten	€ 454.500	€ 448.000	€ 470.500
Programmakosten	€ 223.000	€ 228.000	€ 233.500
Communicatie en promotie	€ 75.000	€ 70.000	€ 72.000
Onvoorzien	€ 10.000	€ 10.000	€ 10.000
Totale lasten	€ 895.000	€ 895.000	€ 932.000
Cultureel ondernemerschap	€ 155.000	€ 170.000	€ 187.000
Private fondsen	€ 158.000	€ 125.000	€ 125.000
Publieke middelen	€ 582.000	€ 600.000	€ 620.000
Totale dekking	€ 895.000	€ 895.000	€ 932.000



Voor 2027 en 2028 is gerekend met een inflatiecorrectie van zo'n 5% op beheerskosten en personeelskosten – om zo ook de indexatie die gepaard gaat met het volgen van de uitgangspunten van FairPACCT voor filmfestivals te kunnen volgen – en zo'n 2,5% voor programmakosten, communicatie en promotie.

Aan de dekkingszijde zien we een jaarlijkse stijging van zo'n 10% per jaar van inkomsten uit cultureel ondernemerschap. Een stijging die Go Short wil realiseren door het verhogen van haar publieksinkomsten, het uitbreiden van haar sponsoractiviteiten en het verhogen van haar inkomsten uit filminzendingen en educatie.

Relaties met bestaande partners willen we uitbreiden en daarnaast willen we inzetten op nieuwe, betaalde partnerschappen.

Qua publieksinkomsten is de ingezette lijn van het afgelopen jaar, waarbij actief ingezet wordt op hogere publieksaantallen en een open en gastvrij festivalterrein, leidend. Daarnaast hebben we de ambitie het aantal betaalde accreditaties voor professionals te verhogen door in te zetten op een sterker en aantrekkelijker programma, waarbij we een meerdaags festivalbezoek stimuleren.

In de komende periode wil Go Short verder haar sponsoractiviteiten uitbreiden. We vinden het daarbij belangrijk dat partners passen bij wie we zijn én dat dit partnerschap van toegevoegde waarde is voor onze bezoekers. Relaties met bestaande partners willen we uitbreiden en daarnaast willen we inzetten op nieuwe, betaalde partnerschappen. Go Short is ervan overtuigd dat het hierbij helpend zal zijn haar publieksaantallen te laten groeien. Om die reden kiezen we – naast het laten stijgen van het aantal festivalbezoekers – ook voor het laten stijgen van onze aantallen jaarrond bezoekers, onder meer door vanaf 2026 met een pop-up bioscoop langs festivals te toeren.

Om risico's zo goed mogelijk te beheersen werkt Go Short met financiële scenarioplanning.

Verder willen we onze inkomsten uit filminzendingen laten groeien. We zijn om die reden medio 2025 gestart met het diversifiëren van de prijs voor het inzenden van een film naargelang het festival dichterbij komt. Naar verwachting zullen hierdoor de inkomsten vanuit de tweede en derde deadline gaan stijgen. Ook gaan we ervanuit dat onze inspanningen op het gebied van educatie zullen leiden tot hogere educatie-inkomsten.

De inkomsten uit private fondsen betreffen trouwe bijdragen, die wij ontvangen van onder meer VSB, VEVAM en Lira. We zijn hen daar ontzettend dankbaar voor en hebben vertrouwen in toekomstige samenwerkingen. Echter, we horen ook steeds vaker de signalen voor wat betreft toenemende overvraging en spelen hier vanaf 2027 op in ten behoeve van een realistische inschatting.

Het grootste deel van onze publieke middelen is beschikt door onze vierjarige subsidievertrekkers: Gemeente Nijmegen, Provincie Gelderland en het Nederlands Filmfonds. Een zeer welkome stabiliteit aan inkomsten waarmee Go Short ongeveer de helft van haar begroting kan dekken. Deze middelen worden aangevuld met subsidies vanuit Creative Europe, eenjarige projectsubsidies en toekenningen van ambassades en reisfondsen. De lichte stijging van deze middelen is gebaseerd op de verwachte inflatie indexatie.

In zijn geheel zien we daarmee aan de dekkingszijde een steeds gezondere balans qua financieringsmix, waarbij we vanaf 2027 werken met een inkomstenpercentage van ongeveer 20% uit cultureel ondernemerschap.



3.2 Risico's en beheersmaatregelen

Voor de periode 2026–2028 voorziet Go Short de grootste risico's in:

1. het minder toegekend krijgen van publieke en private middelen
2. het tegenvallen van inkomsten vanuit sponsor-activiteiten
3. het tegenvallen van inkomsten vanuit het festivalterrein door slechte weersomstandigheden

Om risico's zo goed mogelijk te beheersen werkt Go Short met financiële scenarioplanning. Dit betekent dat de organisatie naast haar normale begroting werkt met een minimale begroting. Daarin vinden alle activiteiten doorgang, maar wordt gewerkt met het absolute minimum aan middelen binnen de grenzen van een te dekken verlies vanuit het eigen vermogen.

Specifiek wat betreft het eerste risico, onderhoudt Go Short nauw contact met alle betrokken organisaties om ervoor te zorgen dat zowel hun doelstellingen als die van ons, gewaarborgd blijven. Daarnaast kiest Go Short voor een inhoudelijk, financieel en procesmatig sterk team voor het schrijven van de aanvragen – en blijft zij structureel nieuwe mogelijkheden verkennen.

Voor wat betreft het beheersen van het tweede risico, gaat Go Short in de periode 2026–2028 aan de slag met het door ontwikkelen van haar sponsoractiviteiten. Hierbij zullen we focussen op partners die passen bij ons als organisatie en een toegevoegde waarde hebben voor ons publiek. In 2025 heeft Go Short hier een start mee gemaakt door met VPRO als mediapartner te gaan werken. Een samenwerking die beiden goed is bevallen en zal worden voortgezet.

Om de impact van de weersomstandigheden zo goed mogelijk te beheersen, kiezen we ervoor zowel met goed als met slecht weer-scenario's te werken. Denk daarbij bijvoorbeeld aan het waarborgen van een zowel een binnen- als een buitenlocatie voor onze netwerkborrels.



4. Programmaliijnen

In de beleidsperiode 2026–2028 zal Go Short werken met tien programmaliijnen. Deze liijnen bieden de mogelijkheid ons uitgebreide programma goed te structureren en helder te communiceren. Dit betreffen:



1. Competitions

De programmaliijn 'Competitions' is zowel voor Nederlandse als internationale makers de belangrijkste graadmeter op het gebied van korte film in Nederland én Europa. Onze vier competities vormen het hart van het programma en reflecteren de artistieke kwaliteit van het festival. Dit gaat om de:

1. **Europese competitie:**
de beste korte Europese (co-)producties.
2. **Nederlandse competitie:**
de beste korte films van eigen bodem.
3. **New Arrivals competitie:**
de beste korte films van Europese film- en kunstvakopleidingen.
4. **Music Video competition:**
de beste muziekvideo's.

Jaarlijks ontvangen we voor deze competities – onder meer dankzij ons sterke, internationale netwerk met distributeurs, nationale instituten en festivals – meer dan 3000 inzendingen. Van fictie tot documentaire, van experimenteel tot animatie en alles daar tussenin. De enige 'strakke' criteria die we hierbij aanhouden zijn de lengte (alle films in competitie mogen maximaal 30 minuten zijn) en het moment waarop ze werden afgerond (niet langer dan een jaar voor de deadline van de betreffende festivaleditie).

Selectie

Iedere competitie kent zijn eigen, divers samengestelde, selectiecommissie. Alle films worden door een van de commissieleden bekeken en de zij zetten hun favorieten op een 'longlist' die vervolgens door de volledige selectiecommissie wordt aanschouwd. De selectiecommissie beoordeelt inzendingen op de artistieke waarde van de film, op hetgeen de maker wil overbrengen (is het oprecht en relevant?), diens artistieke expressie (sluit het aan bij de boodschap en laat de maker een eigen gezicht zien?) en de mate van vernieuwing (hoe

vooruitstrevend is de film en weet de film het publiek te verrassen?). Natuurlijk is er gevoelsmatig een productionele ondergrens, maar deze kent geen vaste kaders; de technische volmaaktheid is ondergeschikt aan wat een film weet over te brengen.

In zijn geheel draagt iedere selectiecommissie zorg voor een goede balans van toegankelijke en experimentele films. De competities bevatten zowel zeer recente films en premières (zodat de competitie ook relevant is voor internationale gasten) als festival highlights: films die al op veel festivals hebben gedraaid, maar waarvan de commissie vindt dat het Nederlandse publiek deze absoluut moet zien. Verder wordt gelet op een brede afspiegeling van productielanden en een goede genderbalans met een maximum van 50% aan mannelijke regisseurs.

Iedere selectiecommissie draagt zorg voor een goede balans van toegankelijke en experimentele films.

Awards

Go Short is officieel erkend door de Academy Awards (Oscar), BAFTA's en European Film Awards. Prijswinnende films op Go Short hebben daardoor de mogelijkheid door te stromen naar deze grote internationale filmprijzen. De winnaars worden bepaald door drie (voor iedere festivaleditie opnieuw samengestelde) onafhankelijke jury's waarbij aandacht is voor diversiteit. Daarnaast wordt er jaarlijks een jongeren- en een seniorenjury samengesteld, die de Go Short 'Youth Award' en de Go Short 'Senior Award' uitreiken. Verder ontvangt de film met de hoogste score van het publiek de 'Audience Award'. Tenslotte maakt Go Short met negen andere festivals deel uit van het internationale netwerk 'European Short Film Audience Award'. Dit betekent dat de hoogst geëindigde Nederlandse film in de publieksprijs na Go Short meedingt voor de gelijknamige award, die gepaard gaat met een reizend programma langs de tien deelnemende festivals die elk hun nationale publieksfavoriet nomineren voor deze award.



2. Reflections

Met de programmalijn 'Reflections' zet Go Short in op het adresseren van sociaal-maatschappelijke onderwerpen. Aan de hand van meerdere, korte films rond een bepaald thema, bieden we het publiek verschillende perspectieven en faciliteren we verdiepende gesprekken. Korte film dient zo als middel om het publiek te ondersteunen bij het vormen van een brede blik en een eigen verhaal. Onderdelen van deze programmalijn zijn onder meer:

- **Een talkshow:** een interactief programma waarin het publiek, filmmakers en experts geleid door een ervaren moderator met elkaar in gesprek gaan over een bepaald thema. Een thema dat wordt bepaald aan de hand van de dominante thema's uit de filminzendingen van dat jaar;
- **Call for curators programma's:** het ruimte maken voor nieuwe sociaal maatschappelijke perspectieven door via een open call samen te werken met gastcuratoren, gespecialiseerd in bepaalde thema's.
- **Samenwerkingen:** programma's waarbij Go Short samen met inhoudelijke partners onderzoekt wat de korte film op specifieke thema's te bieden heeft;

3. Refresh

Met de avontuurlijke programmalijn 'Refresh' viert Go Short de diversiteit van het format korte film. Go Short laat zien hoe de korte film zich blijft verbreden door en via andere kunstvormen, technieken en makers. Dit doet we onder meer door:

- **Maker in focus:** programma's waarbij Go Short aan de hand van het werk van enkele bijzondere makers laat zien hoe de grenzen van de korte film kunnen worden opgerekt of hoe korte film een andere blik kan geven op vaak ingewikkelde thema's en vormen. De aanwezigheid van de makers op het festival zorgt daarbij voor een goede contextualisering en dient als inspiratie voor andere makers.



- **Vorm-showcases:** programma's waarin Go Short een nieuwe of eigen vorm van filmmaken voor het voetlicht brengen. Binnen deze showcases is er ruimte voor pioniers binnen nieuwe (en soms ook oude) genres. Denk hierbij aan makers die werken met videogames, desktop-recordings, AI, nieuwe cameratechnieken en andere digitale ontwikkelingen, of die aan de voet staan van nieuwe microgenres.
- **Expanded Cinema:** programma's buiten de filmzaal, waarin Go Short de interessantste werken op het gebied van Virtual Reality, Extended Reality en games laat zien, maar ook een programma in de filmzaal waarin Go Short de interessantste nieuwe filmwerken die met deze technologieën aan de haal gaan, laat zien om de immersieve en interactieve mogelijkheden te verkennen.

Go Short laat zien hoe de korte film zich blijft verbreden door en via andere kunstvormen, technieken en makers.

4. Late Night

De programmalijn 'Late Night' richt zich specifiek op de late uurtjes van het festival en combineert artistieke waarde met vermaak en wordt de focus gelegd op genreprogrammering. Binnen deze lijn worden filmblokken gepresenteerd waarin veel aandacht is voor beleving; vaak met ludieke aankleding, toepasselijke snacks en randprogrammering. Binnen Late Night komen onder meer horrorfilms, (queer) erotische films en prikkelende animaties aan bod. In de beleidsperiode 2026–2028 zal deze lijn verder worden verkend, bijvoorbeeld met genres als Sci-fi en Anime. Deze programmalijn richt zich op een breed en divers publiek en wordt aangevuld met een cross-overprogrammering met muziek én waar mogelijk met een thematische aansluiting op de feestjes die op verschillende dagen Go Short afsluiten.

5. Best of the fests

In deze programmalijn laat Go Short op zeer toegankelijk wijze haar publiek de hoogtepunten van het afgelopen jaar zien. Denk hierbij aan programma's als de 'Oscar Shorts' met de genomineerden voor de Oscars van het afgelopen jaar, 'International Highlights' met de succesvolste films van andere filmfestivals en de 'Comedy shorts'. Binnen deze programmalijn biedt Go Short ook de 'Short Surprise' aan: een doorlopend programma op een vaste plek, waarbij ieder half uur een losse, korte film wordt vertoond. Ook vertoont Go Short op de laatste dag van het festival blokken met de 'Jury Winners' en 'Publieksfavorieten' van het festival. Met het oog op een brede toegankelijkheid wordt binnen deze programmalijn dagelijks gezorgd voor minimaal één programma met Nederlandse ondertitels en programmeren we vanaf 2026 ook een prikkelarm programma.

6. Talent

In de programmalijn 'Talent' maakt Go Short ruimte voor nieuwe makers, die nog niet op het niveau zijn voor het internationale podium, maar wel de aanmoediging verdienen om zich te blijven ontwikkelen. Zo maakt Go Short onder meer een programma met lokale en regionale films: 'Homegrown'. Daarnaast maken we ruimte voor makers die zich ontwikkelen binnen infrastructuren die nog in ontwikkeling zijn (buiten de randstad, Caribisch Nederland) en filmstudenten die nog niet in hun afstudeerjaar zitten. Ook is er aandacht voor curatietalent en biedt Go Short jongeren de mogelijkheid samen met ons team programma's samen te stellen en deze te presenteren aan het publiek.

Go Short maakt en organiseert educatieve programma's waarmee kinderen en jongeren vertrouwd worden gemaakt met (korte) film en de beeldtaal die daarin wordt gebruikt.



7. Family

De programmalijn 'Family' richt zich op onze jongste festivalbezoekers en hun (groot)ouders, verzorgers, vrienden of burens. We maken daarbij onderscheid tussen filmblokken voor verschillende leeftijdscategorieën. Alle programma's bestaan uit een samenstelling van korte films. Het 2+ programma wordt hierbij zodanig ingericht dat er een zo comfortabel mogelijk eerste bioscoopervaring wordt gecreëerd voor de allerkleinsten, onder meer door het licht gedimd aan te houden en het geluid zachter af te spelen.

8. Educatie

Met de programmalijn 'Educatie' richt Go Short zich op educatieve programma's waarmee kinderen en jongeren vertrouwd worden gemaakt met (korte) film en de beeldtaal die daarin wordt gebruikt. Dit doet Go Short zowel tijdens het festival als jaarrond door een uitdagend programma aan te bieden waarbij korte films worden vertoond, kritische reflectie wordt gestimuleerd en inzicht wordt geboden in (de geschiedenis van) film. Go Short doet dit voor de onderbouw, middenbouw en bovenbouw van het primair onderwijs, waarbij voor iedere deelgroep aparte programma's worden samengesteld, afgestemd op de beleavingswereld van de doelgroep. Daarnaast bieden we educatieprogramma's aan VO, MBO's, HBO's en universiteiten, die naadloos aansluiten bij burgerschap, CKV en maatschappijleer. Tenslotte bieden we programma's op maat door te luisteren naar wat scholen en andere educatieve organisaties belangrijk vinden. Dit kunnen themaweken zijn, een specifiek activiteitenprogramma, extra curricula of les vervangend materiaal.

9. Industry

De programmalijn 'Industry' heeft betrekking op een verdiepend professionalsprogramma voor de meer dan 500 (inter)nationale filmprofessionals die Go Short jaarlijks bezoeken. In de aankomende beleidsperiode bieden we hen een uitgebreid programma dat inspireert, specifieke vaardigheden traint, zich richt op het uitbreiden en versterken van ieders netwerk en markt sessies biedt waarin makers, distributeurs en programmeurs aan elkaar worden verbonden. Met duidelijke routes helpen we verschillende soorten professionals – van beginnend tot ervaren en van regionaal tot internationaal – een voor hen zo passend mogelijk programma samen te stellen. Enkele bijzondere onderdelen zijn:

- **Dutch Short Film Pitch:** een samenwerking met Screen Talent NL waarin tien gloednieuwe projecten pitchten aan (inter)nationale filmprofessionals en waarbij makers en professionals na afloop op maat aan elkaar gekoppeld worden voor één-op-ééngesprekken om eventuele samenwerkingen te stimuleren;

- **Producers Campus:** een driedaags programma vol workshops en netwerkmomenten voor regionale, nationale en internationale producenten om hun kennis, vaardigheden en netwerk te versterken;
- **Dutch Short Film Preview:** een besloten sessie waarin aan internationale festivalprogrammeurs, distributeurs en andere belangrijke spelers uit de filmindustrie nieuwe Nederlands werk (dat nog niet in première ging) wordt getoond en daarmee een enorme springplank kan zijn voor talentvolle Nederlandse makers.

Daarnaast zet Go Short zich binnen deze programmalijn in de beleidsperiode 2026–2028 in voor het verstevigen van de sector in brede zin. Zo wil Go Short in deze beleidsperiode het eerste sectoroverleg voor de korte film introduceren: een moment om de belangrijkste spelers binnen de kortefilmsector bij elkaar te brengen en belangrijke thema's uit het werkveld te bespreken.





10. Jaarrond

Go Short is het hele jaar actief met het promoten en vertonen van korte films (in Nijmegen, Gelderland, de rest van Nederland en daarbuiten) zodat makers hun werk kunnen delen en zoveel mogelijk mensen de korte film kunnen ontdekken. Dit doen we door actief samen te werken met filmhuizen, festivals en andere culturele en maatschappelijke organisaties.

Andere onderdelen binnen deze programmaliijn zijn onder meer:

- **Off The Walls:** Filmwandelingen door wijken en buurten, waarbij Go Short korte films op witte muren projecteert en waarbij intensief wordt samenwerkt met bewoners. Het stimuleren van mensen voor wie cultuurdeelname niet vanzelfsprekend is, staat centraal bij deze wandelen. Ze vinden plaats door heel Gelderland.
- **Dag van de Korte Film:** ieder jaar organiseert Go Short samen met Nederlands Film Festival en Eye Filmmuseum 'De Dag van de Korte Film' op de kortste dag van het jaar: 21 december. Hier worden hoogtepunten van de Nederlandse korte film naar zo'n 25 filmtheaters in het hele land gebracht, en is bij zoveel mogelijk vertoningen een maker voor een Q&A aanwezig.

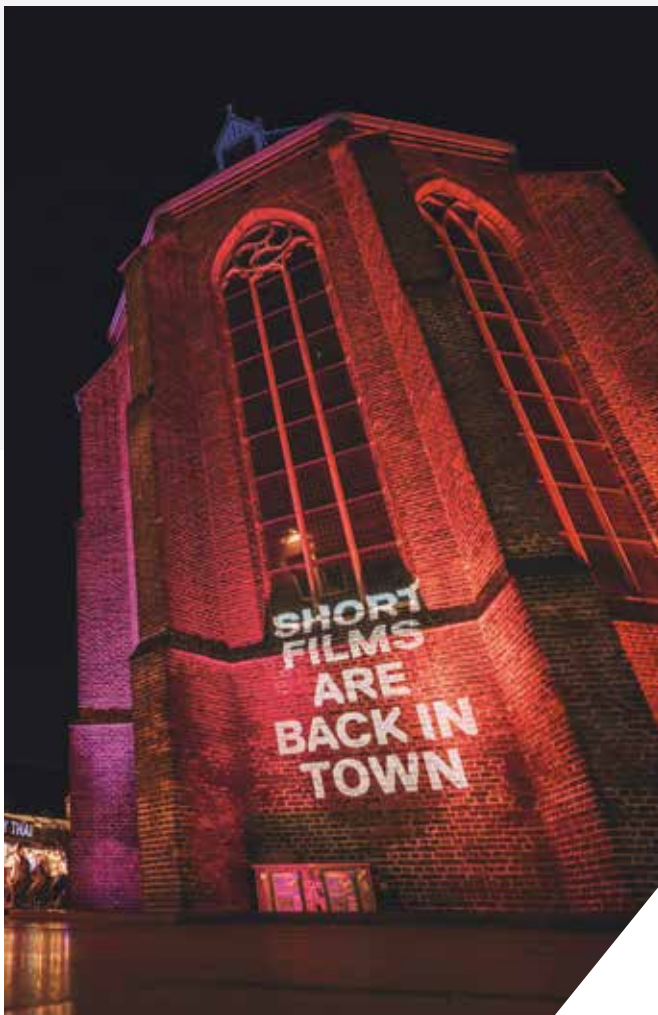
Go Short werkt actief samen met filmhuizen, festivals en andere culturele en maatschappelijke organisaties.

- **Go Short Arnhem:** het jaarlijkse evenement gefocust op regionaal talent bestaande uit de competitie Gelders Kort, een filmtop in samenwerking met Oostpact speciaal voor regionale filmprofessionals en publieksprogramma's met zowel Nederlandse als internationale korte films.
- **LUX-mini:** een maandelijks programma voor de allerjongste bezoekers (2+). Met gedimd licht en zachter geluid bieden we hen een bijzondere, eerste filmervaring.
- **Pop-up bioscoop:** met het concept 'Camping Kino' zal Go Short langs verschillende festivals reizen om meer Gelders publiek te bereiken en zo haar zichtbaarheid en naamsbekendheid te vergroten.
- **This Is Short:** als onderdeel van het European Short Film Network, aangemoedigd door Creative Europe, presenteert Go Short een selectie korte, Nederlandse films op het platform This Is Short.

5. Marketing en communicatie

Go Short streeft ernaar haar positie als vooraanstaand festival voor korte films verder te versterken. Door een combinatie van gerichte marketinginspanningen, duidelijke communicatie en strategische samenwerkingen wil het festival een breder en diverser publiek bereiken.

Ons publiek zien we als spiegel en gesprekspartner, als bijdrager aan de ontwikkeling van het festival. Om die reden leggen we de nadruk op open dialoog, actieve betrokkenheid en participatie. We bouwen aan duurzame relaties en creëren zo een toekomstbestendig festival dat blijft inspireren, verbinden en groeien.



5.1 Doelstellingen

Onze doelstellingen op het gebied van marketing & communicatie hebben we als volgt geformuleerd:

1. Naamsbekendheid vergroten

Go Short versterkt haar positie als toonaangevend platform voor korte film. We werken actief aan het vergroten van onze zichtbaarheid bij zowel jong talent als film liefhebbers. Ook wordt ingezet op het versterken van samenwerkingen, zowel binnen Nederland als daarbuiten.

Wat we meten: hoeveel mensen ons zoeken (Google data), hoeveel mensen ons volgen op social media en hoeveel bereik onze mediaberichten creëren.

2. Bezoekersaantallen verhogen

We willen meer mensen laten kennismaken met korte film en bestaande bezoekers blijven inspireren. We richten ons daarbij op nieuwe bezoekers, maar ook op het stimuleren van herhaalbezoek.

Wat we meten: aantal verkochte kaarten, aantal bezoekers, aantal firsttimers op het festival, aantal herhaalbezoekers op het festival, totaal aantal accreditaties en het aantal betaalde accreditaties.

3. Betrokkenheid stimuleren

Go Short betreft haar publiek actief bij festival en programma, zowel online als offline. We creëren prikkelende content, stimuleren interactie via social media en houden contact via gerichte nieuwsbrieven en campagnes. Daarnaast introduceert Go Short vanaf 2026 een loyaliteitsprogramma.

Wat we meten: engagement (likes, comments, shares, saves), nieuwsbriefabonnees en openingsratio's.

4. Sponsoring uitbreiden

Door partners en sponsors actief te betrekken bij onze missie versterken we de financiële continuïteit en creëren we samenwerkingsmogelijkheden die waarde toevoegen voor beide partijen.

Wat we meten: groei in jaarlijkse sponsorinkomsten en aantal actieve partnerschappen.

5. Aantal educatiebezoeken verhogen

Go Short streeft ernaar het aantal deelnemende leerlingen en scholieren aan haar educatieprogramma's de komende jaren substantieel te vergroten. Op de lange termijn is het doel dat iedere Nijmeegse jongere vóór het 21ste levensjaar minimaal één Go Short-programma bezoekt of ermee in aanraking komt.

Wat we meten: aantallen educatiebezoekers en aantal betrokken onderwijsorganisaties

Schematische weergave doelstellingen en KPI's

Doelstelling	KPI	Groei per jaar (gemiddeld over 3 jaar)
Naamsbekendheid vergroten	Aantal zoekopdrachten	+ 5%
	Aantal volgers social media	+ 5%
	Aantal mediaberichten	+ 5%
Bezoekersaantallen verhogen	Aantal verkochte kaarten	+ 5%
	Totaal aantal bezoekers	+ 5%
	Aantal firsttimers festival	+ 5%
	Aantal herhaalbezoekers festival	+ 5%
	Totaal aantal accreditaties festival	+ 5%
	Aantal betaalde accreditaties festival	+ 10%
Betrokkenheid stimuleren	Engagement rate (likes, shares, comments, views)	+ 5%
	Aantal abonnees nieuwsbrief	+ 5%
	Openingsrate nieuwsbrief	+ 5%
Sponsoring uitbreiden	Groei sponsorinkomsten	+ 5%
	Aantal actieve partnerschappen	+ 5%
Educatiebezoeken verhogen	Aantal educatiebezoekers	+ 10%
	Aantal betrokken onderwijsinstellingen	+ 5%

5.2 Doelgroepen

Om zo goed mogelijk in te kunnen spelen op de wensen en behoeften van ons publiek, segmenteren we hen in verschillende doelgroepen, waarbij we onderscheid maken tussen primaire en secundaire doelgroepen.

Onze primaire doelgroepen zijn:

- **Film- en cultuurliefhebbers**
Geïnteresseerden in film en cultuur in de leeftijd van 25 tot 45 jaar, woonachtig in Nijmegen en omgeving.
- **Filmprofessionals**
Regionale, nationale en internationale filmprofessionals: van regisseurs tot componisten, van cinematografen tot programmeurs en van producenten tot allround filmmakers. Meestal tussen de 20 en 45 jaar en zich op het carrière-pad bevinden tussen starter en mid-career.
- **Educatiebezoekers**
Groepen of klassen met leerlingen van basisscholen en middelbare scholen (beiden inclusief speciaal onderwijs) uit Nijmegen of groepen studenten van een MBO, HBO of universitaire opleiding.

Onze secundaire doelgroepen zijn:

- **Jongeren**
Mensen onder de 25 jaar, woonachtig in Nijmegen en omgeving, divers in opleidingsniveau en sociaal-culturele achtergrond.
- **Filmhuispubliek**
Mensen boven de 45 jaar, liefhebbers van arthouse- en filmhuisaanbod, woonachtig in Nijmegen en omgeving. Vaak in het bezit van een Cinevillepas.
- **Gezinnen**
Ouders, grootouders en verzorgers met kinderen die met hen onze familieprogramma's bezoeken.
- **Specifieke doelgroepen**
Geïnteresseerden op basis van filmgenre of programm inhoud. Denk hierbij aan roze organisaties, organisaties die zich inzetten voor toegankelijkheid, klimaatorganisaties of mensen met specifieke interesses.
- **Sponsoren**
Lokale, regionale en landelijke organisaties die zich willen verbinden aan innovatie, cultuur en jong internationaal filmtalent



5.3 Strategieën

Zowel jaarrond als in de campagneperiode zet Go Short diverse strategieën in om de gestelde marketing- en communicatiedoelstellingen te realiseren. In de periode 2026–2028 richten we ons op de volgende pijlers:

1. Datagedreven werken

Go Short zet in de aanstaande periode stevig in op meer datagedreven werken om publieksgedrag beter te begrijpen en hier beter op te kunnen acteren. Door gegevens uit ticketverkoop, websiteverkeer, nieuwsbriefinteracties, publieksonderzoek en sociale media te analyseren, krijgen we waardevolle inzichten in de interesses, behoeften en het gedrag van onze publieksgroepen. Deze inzichten maken het mogelijk om content, campagnes en communicatiekanalen steeds gericht in te zetten, met als doel de relevantie en betrokkenheid van het publiek te laten toenemen.

Go Short zet stevig in op meer datagedreven werken om publieksgedrag beter te begrijpen en hier beter op te kunnen acteren.

In de komende beleidsperiode gaan we ons onder meer actief verdiepen in de extra mogelijkheden van Active Tickets: het ticketingsysteem dat we gebruiken voor de verkoop van festivaltickets en het versturen van nieuwsbrieven. Aan de hand van geïntegreerde marketingfunctionaliteiten willen we bezoekersdata gebruiken voor meer gerichte communicatie, onder meer met geautomatiseerde en gepersonaliseerde serviceberichten en e-mailcampagnes. Ook willen we onze ticketverkoppen nog beter analyseren en hiermee het aanbod verder optimaliseren.





2. Diversiteit in prijsbeleid

Go Short hanteert ook in de aanstaande periode een toegankelijk en evenwichtig prijsbeleid dat aansluit bij de diversiteit van ons publiek. De prijs van een individueel ticket voor een filmblok zal in lijn liggen met de prijs van een reguliere speelfilm in filmhuis LUX. Sinds 2025 zijn onze tickets gratis beschikbaar voor bezoekers met een Cinevillepas. Dit partnerschap zetten wij voort in de periode 2026–2028. Voor bezoekers die meerdere programma's willen zien, blijven de festivalpas en de in 2025 geïntroduceerde dagpas belangrijke onderdelen van het aanbod.

De financiële toegankelijkheid van het programma vinden we belangrijk. Daarom bieden we een breed en passend prijsaanbod voor uiteenlopende publieksgroepen. Jongeren, een belangrijke maar financieel kwetsbare doelgroep, profiteren van structurele kortingen, zoals CJP- en studententarieven. Daarnaast introduceren we in de komende beleidsperiode een speciale jongerenpas voor bezoekers onder de 25 jaar tegen een gereduceerd tarief.

Ook blijft het 'Meevallertje' bestaan: een gratis ticket voor iedereen die het financieel moeilijk heeft. Verder zetten we de in 2025 gelanceerde 'Short Surprise' voort, waarmee bezoekers voor €3 een losse korte film kunnen bekijken, zodat nieuw publiek laagdrempelig kennis kan maken met korte film.

Voor filmprofessionals geldt een aanvullend prijsbeleid. Zij worden gestimuleerd om een accreditatie aan te schaffen, waarmee zij toegang krijgen tot zowel het filmprogramma als het uitgebreide industryprogramma. In de komende beleidsperiode richten we ons op het verlengen van de verblijfsduur van professionals, wat betekent dat dagpassen voor deze doelgroep niet langer worden aangeboden, maar de focus wordt gelegd op een accreditatie voor het gehele festival. Om de deelname voor studenten zo toegankelijk mogelijk te maken, hanteren we voor hen gerichte, lagere accreditatietarieven. Wij verwachten dat dit bijdraagt aan een verdere groei van het aantal (film)studenten dat het festival bezoekt.

Nieuw in 2026 is de mogelijkheid om 'Vriend van Go Short' te worden. Met een kleine, maandelijkse financiële bijdrage worden vrienden onderdeel van de inner circle van Go Short. Ze ontvangen een zichtbaar aandenken om hun verbintenis te laten zien, krijgen eigen nieuwsbrieven en worden uitgenodigde voor een exclusieve activiteit in de aanloop naar het festival. Zo willen we een nieuwe, betrokken community van klanten creëren, terwijl we tegelijkertijd extra inkomsten genereren en de zichtbaarheid van Go Short vergroten.

De financiële toegankelijkheid van het programma vinden we belangrijk. Daarom bieden we een breed en passend prijsaanbod voor uiteenlopende publieksgroepen.



De uitgebreide database, monitoringfuncties en geïntegreerde newsroom helpen ons om veel gericht de juiste media te bereiken.

3. Pers

In de beleidsperiode 2026–2028 zetten we nog nadrukkelijker in op het opbouwen én strategisch benutten van relevante persrelaties. Uit ervaring weten we dat (inter)nationale media vooral geïnteresseerd zijn in de inhoud en artistieke kwaliteit van ons programma, terwijl regionale en lokale media juist enthousiast worden van verhalen over festivalsfeer en publieksactiviteiten. Door onze perscommunicatie beter af te stemmen op deze verschillende behoeften, verwachten we de komende jaren aanzienlijk meer persaandacht te genereren. Om dit te ondersteunen hebben we recent een abonnement genomen op Smart.pr, een platform waarmee we doelgericht kunnen zoeken naar relevante journalisten, onze persberichten professioneel kunnen verzenden en onze contacten gestructureerd kunnen beheren. De uitgebreide database, monitoringfuncties en geïntegreerde newsroom helpen ons om veel gericht de juiste media te bereiken. Daarnaast volgen we met interesse de mogelijkheden van kunstmatige intelligentie binnen dit platform, omdat we het belangrijk vinden om mee te bewegen met nieuwe ontwikkelingen op het gebied van communicatie en publieksbereik.

4. Online communicatie & community-building

Go Short investeert actief in online contact met het publiek en in het versterken van de gemeenschap rondom het festival. Steeds meer (potentiële) bezoekers oriënteren zich online op hun vrijetijdsbesteding, waarbij de meningen en aanbevelingen van anderen een belangrijke rol spelen. In de komende beleidsperiode bouwen we daarom verder aan onze sociale-mediastrategie, zodat onze zichtbaarheid groeit en we de betrokkenheid via onze kanalen verder vergroten.

Daarnaast zetten we in op gerichte online campagnes via DPG Media, waarmee we specifieke doelgroepen gericht kunnen bereiken en de resultaten nauwkeurig kunnen volgen. In samenwerking met Digital Layers intensiveren we onze inzet van Meta-advertenties, waarbij campagnes continu worden gemonitord en geoptimaliseerd op basis van data en resultaten. Ook blijven we gebruikmaken van het Google Ad Grants-programma. Vanaf 2027 kiezen we er hierbij voor dit in eigen beheer te doen, om de beschikbare mogelijkheden effectiever te kunnen benutten.

We laten ons door Digital Layers ook voorlichten over nieuwe ontwikkelingen op het gebied van kunstmatige intelligentie en hoe we deze technologie op een zinvolle manier kunnen inzetten binnen het festival.

Een bijzonder aandachtspunt in de komende periode is de communicatie met filmprofessionals. Met betere communicatie over accreditaties en nauwere samenwerking met scholen en andere schakels in de filmwereld verwachten we de betrokkenheid van deze doelgroep verder te versterken en vervolgens groei te kunnen realiseren in onze bezoekersaantallen- en inkomsten.



**Een bijzonder aandachtspunt
in de komende periode
is de communicatie met
filmprofessionals.**



5.6 Evaluatie

Het meten van effectiviteit is een vast onderdeel van de werkwijze van Go Short. Evaluatie en zelfreflectie zijn structureel ingebed binnen de organisatie en vinden plaats in samenspraak met het team, vrijwilligers, partners, publiek, directeur-bestuurder en Raad van Toezicht. Direct na afloop van het festival worden de resultaten geëvalueerd aan de hand van zowel kwalitatief als kwantitatief onderzoek. Daarbij vormen publieksonderzoeken en data-analyse de kern. Data uit kaartverkoop, social media business managers en Google Analytics worden geanalyseerd en verwerkt in een marketingrapportage, waarin wordt teruggekoppeld naar de vooraf gestelde doelstellingen.

In de beleidsperiode 2026–2028 verwachten we de mogelijkheden van Active Tickets beter te benutten en zo meer inzicht te krijgen in onze klantdata. Door het aanschaffen van een abonnement op Smart.pr kunnen we bovendien de prestaties van persberichten en andere communicatie richting relevante media beter evalueren. Daarnaast onderzoeken wij, uiteraard binnen de kaders van de AVG, in welke mate er overlap bestaat tussen onze klantdata en die van betrokken filmhuizen. Meer inzicht hierin biedt duidelijkheid over de effectiviteit van bepaalde samenwerkingen en acties. Op basis van al deze analyses worden plannen en acties bijgestuurd, zodat onze communicatie en publieksbenadering nog beter zullen aansluiten bij de behoeften van ons publiek.

Nawoord

Met dit beleidsplan leggen we de koers vast voor Go Short in de periode 2026–2028. Voor mij is dit niet alleen een document met ambities en doelstellingen, maar vooral een gezamenlijke richting. Een route waarvan ik overtuigd ben dat deze past bij wie we zijn, waar onze kracht ligt en waar we als organisatie naartoe willen groeien.

Sinds mijn start als directeur-bestuurder heb ik het voorrecht gehad met een bevoegen, deskundig en betrokken team aan de slag te gaan. Iedere dag zie ik hoeveel creativiteit, vakmanschap en toewijding er binnen de organisatie aanwezig zijn. Dat geeft vertrouwen. Niet alleen omdat we samen mooie plannen maken, maar vooral omdat ik zie dat we de kwaliteit in huis hebben om die plannen ook daadwerkelijk te realiseren.

Als team geloven wij collectief in de kracht van korte film: in de artistieke vrijheid van deze kunstvorm, in de structurele keuze voor nieuwe vormen en perspectieven en in het belang om met deze films ons publiek te verrassen, te ontroeren, te troosten of te ontregelen. Wij staan daarbij voor de verbinding tussen makers en publiek en creëren ruimte voor ontmoeting en uitwisseling. Naar ons idee broodnodig in tijden van polarisatie.

De afgelopen periode hebben we gezien dat de keuzes die we maakten resultaat opleverden. Ons publiek is gegroeid, onze organisatie is sterker geworden en Go Short heeft haar positie in de regio, in Nederland en daarbuiten verstevigd. Daar zijn we trots op en we kijken er dan ook naar uit deze weg te vervolgen.

Graag wil ik tot slot dit moment aangrijpen om iedereen te bedanken die Go Short mogelijk maakt: onze structurele subsidieverstrekken Gemeente Nijmegen, Provincie Gelderland, het Nederlands Filmfonds en Creative Europe MEDIA, onze trouwe fondsen, ambassades en instituten, makers, Festivalhuisgenoten, sponsors, LUX, Focus, onze vele samenwerkingspartners, vrijwilligers, homestayhosts, ons publiek en natuurlijk het team van Go Short. Dankzij jullie kunnen we blijven investeren in talent, publiek en de toekomst van de korte film.

Lotje Kerckhaert

Directeur-bestuurder

Go Short – International Short Film Festival Nijmegen



GOX
SHORT

International
Short Film
Festival
Nijmegen

CARHART
POWERED YOUR BUSINESS