

Inhoudsopgave

Projectplan

- Toelichting producenten
- Toelichting initiator & coproducent Mike Weerts
- Synopsis
- Karakteromschrijvingen
- Moodboards:
 - www.ofikgekbenmood.tumblr.com

Marketingplan

- Toelichting marketing & distributie
- Artikelen online media (selectie)
- Toelichting distributeur SEPTEMBER FILM

CV's

- Regisseur/scenarist Frank Lammers
- Producent IJswater Films
- Producent Pellicola
- Acteur/ creative coproducer Mike Weerts
- Scriptcoach Don Duyns
- Auteur 'Of ik gek ben' Michiel Stroink
- Componist Kytteman
- Acteurstableau
- Heads of Department
 - D.O.P. Alex Wuijts
 - Art Director Ben Zuydwijk
 - Geluidsman Eddy de Cloe
 - Uitvoerend producent Ingrid Remeijssen
 - Haar & Make-up Evalotte Oostrop
 - Kleding: Ingrid Schagen & Lynn van Eck
 - Editor Marc Bechtold
 - Sound designer Marco Vermaas

Financieel

- Begroting
- Dekkingsplan
- Productieplanning
- Toezeggingsbrieven ontwikkeling Nederlands Filmfonds
- Omroepgarantie AVRO-TROS
- CoBO bijdrage garantie AVRO -TROS
- LOI SEPTEMBER FILM
- Toezeggingsbrief BKKC
- Intentiebrief Stg. Trudo
- Recoupmentschema

OF IK GEK BEN – Toelichting marketing & distributie

Positionering

Een sterk geacteerd hedendaags drama met thriller-elementen en een rauw, zwart komisch randje van acteur en theaterregisseur Frank Lammers.

Gebruikmaken van diens bekendheid als acteur en speelfilm-regiedebuut, evenals een sterke cast.

Laagdrempelig houden en nadruk leggen op de kracht van de premisse.

Prikkelend, rauw, opvallend, actueel (mede vanwege tbs kliniek discussies en aandacht van wantoestanden aldaar in de media als ook het '30-ers dilemma'), realistisch, zwarte humor, sexy.

Mysterie van schuld/onschuld Benjamin, dat zich ontrafelt gedurende de film, benadrukken waar passend; “ *One flew over the Cuckoo’s nest* meets *The Game*.. “

Speciale focus op Brabants publiek; makers, locaties, aanvullende financiering etc. Vanuit regionale bekendheid en lancering landelijk doortrekken.

Doelgroepen

Primaire doelgroep leeftijd: 20 - 30 jaar

Primaire doelgroep geslacht: Mannen & vrouwen

Secundaire doelgroep leeftijd: 30- en 40-plussers (wo filmliefhebbers)

Secundaire doelgroep geslacht: Vrouwen & mannen

Onderbouwing & must see factoren

Identificatie van primaire doelgroep met hoofdpersonages m.b.t. leeftijdscategorie, breder publieksbereik vanwege thematiek, stijl, genre (zwarte humor gemengd met thriller-elementen en zinnenprikkelende scenes) als ook de frisse aanpak van de film. Ook zal een cross-over publiek worden aangesproken, w.o. filmliefhebbers en frequente (grotere) arthouse-bioscoop bezoekers, zowel regionaal als nationaal.

OF IK GEK BEN heeft een aantal USP's:

- 1) Bekende Nederlandse acteur en Gouden Kalf Winnaar en 'Bekende Brabander' maakt zijn filmregiedebuut
- 2) 30-ers dilemma en actualiteit Tbs-klinieksituatie in Nederland
- 3) Bekendheid van regisseur en hoofdrolspeler (tevens coproducent) in Brabant en daarbuiten
- 4) Goede en bekende acteurs en actrices (waarvan de 2 co-lead acteurs zelf ook gedeelte van de speelfilm zullen draaien d.m.v. mobiele telefoons)
- 5) Het maakproces in Noord-Brabant en alle steun en support uit deze provincie; o.a. grootse première in Eindhoven.
- 6) Soundtrack zal worden gecomponeerd door populair multi-talent Colin Benders, die de filmmuziek met zijn Kytoman Orchestra gedurende een periode in de oude Utrechtse Tivoli (tegenwoordig 'Kytopia studio') onder film zal gaan leggen; nog niet eerder zo gedaan bij een Nederlandse film.

Marketing

Pre-marketing en voorpubliciteit (film/titel awareness zowel regionaal als landelijk): succesvolle crowdfunding campagne i.s.m. BKKC gelanceerd (nov 2014-jan 2015) op *voorde kunst.nl* (particulieren/ondernemers) en op eigen filmwebsite *ofikgekben.nl* (bedrijven). Teaser (ca. 7 min) gefinancierd door producenten zelf en gedraaid gedurende twee night shoots in Brabant (wo op groot event Festyland plus persbericht) en ingezet voor financiering. Korte teaser versie ingezet voor crowdfunding campagne. Proberen om in DWDD of RTL Late Night te komen met Frank Lammers, Mike Weerts en Colin Benders bij bekendmaking filmmuziek door Kytoman. Free publicity driven campagne met veel aandacht voor interviews met de cast en regisseur.

I.s.m. mediapartner Omroep Brabant publiciteit via radio en TV, mede vanwege online- crowdfunding campagne en ondernemersavonden i.v.m. de (Brabantse) insteek en financiering. Ook zal making-off worden gemaakt en veelvuldig worden uitgezonden, tevens online.

Samenwerking met coproducerende publieke Omroep partner AVROTROS (o.a. making-off) en idee voor documentaire/making-off van maakproces muziek/soundtrack door Kytteman.

Exclusieve grote première in Strijp-S/Klokgebouw in Eindhoven. Gekoppeld aan (film)concert van Kytteman met orkest. Daarna landelijke release.

Speciale voorpremieres i.s.m. relevante media o.a. Omroep Brabant, De Volkskrant, Eindhovens/Brabants Dagblad, De Telegraaf, Financieel Dagblad, LINDA. In samenspraak met de première theaters zullen er lokale acties georganiseerd worden.

Filmagenda 4 weken/4 steden, In- en Outdoor postering, Ster en Cultuur spots ea programma's op tv (zie AvroTros en Omroep Brabant). Uitgebreide Q&A tours Frank Lammers, Mike Weerts en rest cast.

SWOT analyse:

- Strong**
- Frank Lammers (bekende acteur uit films en commercials, recentelijk te zien in *Michiel de Ruyter*, bijna 500.000 bezoekers)
 - Mike Weerts (1^e dragende hoofdrol, bekendheid in Brabant en meer landelijk)
 - Matteo van der Grijn (grote bekendheid als musicalster)
 - (Bij)rollen o.a. Gouden Kalf winnaars; Carice van Houten, Sylvia Hoeks, Gijs Naber, Cees Geel, Maarten Heijmans Teun Kuilboer
 - Duidelijk Nederlands/ Brabants product
 - Combinatie van kenmerken: hedendaags, humor, spanning, drama, sensualiteit
 - Unieke soundtrack door succesvolle componist/muzikant Kytteman
- Weak**
- Frank Lammers is nog onbekend als (film)regisseur
 - Combinatie drama en rauwe thriller/mysterie: moeilijk in genre te plaatsen
 - Hoofdcast relatief onbekend bij het grote (landelijke) publiek
- Opportunities**
- Grote groep followers binnen Nederland/Brabant van fans Frank Lammers en Mike Weerts.
 - Interesse voor film via fans Kytteman / Colin Benders, boekverfilming Michiel Stroink
 - Interesse voor de film door de donateurs en ondernemers en hun lokale, regionale en landelijke netwerk.
- Threats**
- Het niet bereiken van de doelgroep(en).
 - Speelfilmdebuut regisseur en hoofdrolspeler.

Selectie online media-artikelen OF IK GEK BEN

Brisk Magazine – 22 januari 2015 – [Meest populaire crowdfundingprojecten](#)

Broadcast Magazine – 14 januari 2015 – [Succesvolle Crowdfunding Frank Lammers](#)

Omroep Brabant – 14 januari 2015 - [Succesvolle Crowdfunding Campagne Mike Weerts](#)

Eindhovens dagblad – 22 december 2014 – [Locatie Budel Regiedebuut Frank Lammers](#)

Omroep Brabant – 28 november 2014 – [Lancering Crowdfunding Campagne Of ik gek ben](#)

Omroep Brabant – 11 oktober 2014 – [Mike Weerts op filmset geboortedorp](#)

Nu.nl – 10 oktober 2014 – [Matteo van der Grijn in film Frank Lammers](#)

SEPTEMBER FILM

Distributeursvisie 'Of ik gek ben'
17 februari 2015

Nederlandse filmtitels voor een cross over publiek zijn nog steeds dun gezaaid. September Film is juist op zoek naar deze titels. Films die niet alleen in de arthouse bioscopen vertoond zullen worden, maar ook in een aantal mainstream bioscopen en op die manier ook een breder publiek kunnen bereiken. Films die wel 'kwaliteit' bevatten, maar toegankelijk genoeg zijn voor dat bredere publiek. Films die ook de jongere doelgroep (20 – 35 jaar) naar een kwaliteitsfilm weten te trekken.

Ik denk dat we met *Of Ik Gek Ben* zo'n titel gevonden hebben.

De positionering van de film, 'Een sterk geacteerd, hedendaags drama met thriller-elementen en een rauw, zwart komisch randje van acteur en theaterregisseur Frank Lammers' geeft al aan dat het hier om een bijzondere film gaat, die de marketing en publiciteit genoeg 'haakjes' te bieden heeft.

Niet alleen Frank Lammers zal veel publiciteit genereren met zijn eerste film als regisseur, maar ook de aantrekkelijke cast met een groot aantal bekende namen voor zowel mainstream als arthouse film liefhebbers, waaronder hoofdrolspeler Mike Weerts met rollen in uitersten als *Het Bombardement* en *Borgman*.

De hedendaagse setting, tbs kliniek, festivals, het gebruik van mobiele telefoontjes bij het filmen en de zwarte humor zullen ook jongeren aanspreken. *Homies* draait op dit moment heel succesvol in de bioscopen (na 4 weken 165.000 bezoekers), met *Of Ik Gek Ben* denk ik dat we een deel van dit jongere publiek ook zullen kunnen interesseren. Niet alleen vanwege de acteurs (waarvan Gijs Naber en Tibor Lukacs in beide films te zien zijn), maar ook vanwege de link naar festivals, vriendengroepen ende frisse manier van filmen zal het jongere publiek zich makkelijker kunnen identificeren met de personages.

Ook de bijdrage aan de soundtrack door Colin Benders/Kytteman zal een belangrijke rol gaan spelen in de campagne en de duiding van de film. Kytteman heeft een grote doelgroep, middel tot hoger opgeleid en breed in leeftijd (20 – 55). Niet alleen de jongeren die eerder naar een mainstream bioscoop zullen gaan, maar zeker ook de iets oudere filmhuisbezoeker.

Ik denk dat we qua uitbrengplanning in de theaters deze film kunnen vergelijken met *Aanmodderfakker*, ook een cross over film die we begin november 2014 hebben gereleased. Deze film is in 32 bioscopen uitgebracht, zowel mainstream theaters als filmhuizen. In de cross over theaters De Hallen in Amsterdam en LHC in Utrecht heeft deze film het beste gescoord. Ik kan me voorstellen dat *Of Ik Gek Ben* uiteindelijk iets groter uitgebracht gaat worden, maar nog steeds vooral in de grotere steden succesvol zal zijn en dan in zowel arthouse als mainstream theaters, met een geschat publiek van 40.000 – 100.000 bezoekers.

Cynthia Ophorst
September Film