

Marketingstrategie Sex Sells

We houden de gebruikelijke uitbrengstrategie aan voor korte films. Dat betekent dat we via een distributeur de film verspreiden op het (inter)nationale kortfilmcircuit. Dit is de gekende manier voor korte films om onder de aandacht te komen van het publiek.

De distributie ligt in handen van Ursula van den Heuvel van [Klik Distribution](#), die eerder ook [To Catch A Fly](#) (door Rudi Brekelmans geschreven en gecoproduceerd) en *Medulla* distribueerde. We verwachten dat door de beperkte lengte de film in aanmerking zal komen voor een groot aantal festivals, die we bottom-up benaderen. Geen grote inzet op prestigieuze festivals dus, maar breed gericht op expositie. Het zou kunnen dat tegen die tijd festivals nog online plaatsvinden. Hier moeten we in de distributie rekening mee houden, zoals ook met het feit dat festivals een uitgestelde vorm krijgen en wellicht nog films uit voorgaande jaren meenemen in de selectieprocedure. We verwachten dat de actualiteit, gekoppeld aan de originaliteit van het verhaal en het uitgangspunt veel wegen kan openen. Een intentieverklaring van de distributeur is als bijlage bijgevoegd.

De uitbreng van de film begint met een feestelijke voorpremière voor cast en crew en voor iedereen die aan de voorkant de film heeft ondersteund. Dit is de allereerste keer dat de film op het grote doek te zien is. Hieraan wordt via regionale pers ruim aandacht geschonken. Daarna zijn er nog twee premières, de nationale en de internationale. Hiervoor zoeken we naar festivals die aan dit evenement extra prestige kunnen meegeven.

Op de set worden foto's gemaakt die voor de poster worden gebruikt en voor de website die gemaakt wordt. Via deze website valt het festivaltraject van de film te volgen. Daarnaast wordt een Facebook pagina ingericht en een Instagram account gecreëerd, waar we met het publiek over de film kunnen communiceren over vertoningen et cetera.

Dan zijn er de speciale vertoningen. Voor stakeholders en belangengroepen stellen de makers zich belangeloos beschikbaar om de film in gezamenlijkheid te bekijken, gekoppeld aan Q&A's of debatten. Dit kan gaan over de productie van de film zelf – bijvoorbeeld met stakeholders uit de audiovisuele sector in Brabant – of over de inhoudelijke aspecten die de film aantoont – denk aan belangengroepen die de seksindustrie vertegenwoordigen, om aandacht te geven aan deze sector aan de rand van de samenleving en de impact van een crisis als de huidige op hun bestaan.