

2 oktober 2009 - Persartikel

Den Haag is blij met film als citymarketinginstrument

Citymarketing leeft als nooit tevoren. En een audiovisuele stadsbeleving is daarbij een ideaal visitekaartje. Op 2 oktober – de dag dat ook het netwerk citymarketing officieel werd gelanceerd – bedankte wethouder Frits Huffnagel de makers van *The Hague Impressions*. Deze indrukwekkende film draait doorlopend in het Haags Gemeentehuis op een scherm breedte van 18 meter. Huffnagel: "De film zet Den Haag gevarieerd op de kaart. Het is een unieke manier van citymarketing."

Den Haag is de eerste stad met een audiovisuele stadsexperience. Huffnagel: "De film draait al sinds januari en elke dag zie ik tientallen bezoekers. En ook andere steden nemen er geïnteresseerd kennis van. Ik leid hier verschillende collegeleden rond en die zijn standaard onder de indruk. Laatst nog kwamen er mensen helemaal vanuit Leeuwarden."

Vernieuwend

De opdracht voor de film luidde: 'Breng Den Haag bij een breed publiek onder de aandacht als internationale stad van recht, vrede en veiligheid.' Zcene Moving Media ging ermee aan de slag. Filmmaker Bram Verlaan: "Het gaat erom de stadsbeleving van Den Haag op een vernieuwende wijze neer te zetten. En daarbij zowel inwoners, ondernemers en investeerders als bezoekers en buitenlandse toeristen van de stad aan te spreken."

Veelzijdige werkelijkheid

Zcene bedacht dat het antwoord niet lag in het gebruik van verbale superlatieven, maar in het eerlijk en oprecht tonen van de veelzijdige werkelijkheid. Verlaan: "Het resultaat is een indrukwekkend spel van beeld, licht en geluid dat met recht een visitekaartje van de stad is. Gedurende ruim 10 minuten wordt de kijker ondergedompeld in geschiedenis, stadsontwikkeling, cultuur en toeristische trekpleisters van de internationale *City of Peace & Justice*. Het mooie is dat iedereen die wil de film kan bezoeken. Hij draait doorlopend in het Haags Gemeentehuis."

Den Haag heeft citymarketing hoog in het vaandel

De multimediale experience is volgens Huffnagel 'een geslaagde kruising tussen Panorama Mesdag en het Omniversum'. Den Haag steekt veel geld en tijd in citymarketing. Huffnagel: "Deze film werd onlangs genomineerd voor de Golden Camera for Corporate Productions van het International Film & Video Festival in Los Angeles. Dat is toch zoiets als een Oscar in deze categorie. Verder waren we van de zomer één van de genomineerden voor beste evenementenstad 2009 en ontvingen we eind september de Zilveren Grand Pinnacle voor The Hague Festivals dat werd uitgeroepen tot één na beste festival ter wereld. We zetten Den Haag graag goed in de kijker."

Vaart geven

Zcene ontving de officiële bedankwoorden van Frits Huffnagel ter ere van hun zevenjarig bestaan. Verlaan: "Het leek ons gepast om onze klanten voor een borrel bij *The Hague Impressions* uit te nodigen. Toch één van onze meest prestigieuze projecten tot nu toe. Vandaag is trouwens ook het Netwerk Citymarketing van start gegaan met 400 beleidsmakers, onderzoekers en citymarketeers. Citymarketing is *booming*. En een audiovisuele stadsbeleving kan citymarketing vaart geven."



Foto boven: De Haagse wethouder Frits Huffnagel bedankt Bram Verlaan van Zcene voor het maken van de film *The Hague Impressions*.

Foto daaronder:

Dan Brinkhuis en Bram Verlaan van Zcene overhandigen de Haagse wethouder citymarketing Frits Huffnagel de nominatie voor *The Hague Impressions*. De film was dit voorjaar één van de genomineerden voor de prestigieuze Golden Camera for Corporate Productions van het International Film & Video Festival in Los Angeles.

Foto hieronder:

Bezoekers bekijken *The Hague Impressions*, de indrukwekkende audiovisuele stadsbeleving die doorlopend draait in het Haags Gemeentehuis op een schermbreedte van 18 meter.



Voor meer informatie over *the making of The Hague Impressions* kunt u contact opnemen met Zcene Moving Media, Bram Verlaan, telefoon 035-5779600, mail: info@zcene.nl, www.zcene.nl