



Crossover

De uitdaging

TV en film waren de dominante krachten in de media van de 20^{ste} eeuw. In het verschuivende medialandschap van de 21^{ste} eeuw zullen we een hele waaier aan platformen terugvinden, op plaatsen en tijdstippen die door de consument bepaald worden. Organisaties, bedrijven en individuen die hun pijlen op slecht één platform richten, lopen het risico om hun creatieve potentieel en groei te beperken.

Het idee

Crossover is een internationaal programma dat de creatieve en commerciële uitdagingen in de ontwikkeling van content en services voor digitale media verkent. Het Lab is hier een toepassing van; het brengt creatieve professionelen van verschillende disciplines bij elkaar, waaronder mensen uit film- en tv-productie, animatie, gaming, theater, webdesign en nieuwe media. Doel is om een begrip van het snel veranderende medialandschap te delen, om een nieuwe interdisciplinaire samenwerking uit te bouwen en nieuwe ideeën voor projecten te genereren.

Dit verschilt van andere modellen waarin bestaande teams op reeds geconceptualiseerde voorstellen werken. Tijdens het Crossover Lab worden mensen met verschillende creatieve vaardigheden, op verschillende momenten in hun carrière en met een diverse culturele achtergrond gemixt.

Het Lab

Crossover is een intensief, immersief, residentieel lab van vijf dagen met 25 individueel geselecteerde deelnemers en een klein team van ervaren mentoren. Professionelen uit verschillende sectoren van de audiovisuele industrie krijgen de kennis en vaardigheden mee om concepten te ontwikkelen en prototypes en pilootprojecten binnen nieuwe media te bouwen. Er worden verschillende methodes gebruikt om ideeën te testen, verbeteren en ontwikkelen.

Op praktische en dynamische manier, rekening houdend met zowel proces als resultaat, stelt Crossover zich tot doel:

- om nieuwe technieken voor multiplatform projecten een kans te geven;
- om nieuwe en baanbrekende ideeën te stimuleren met interactie tussen publiek en gebruiker;
- om een basis te bieden voor het uitwerken van concrete ideeën;
- om een plaats te zijn waar gepitcht wordt en concepten in een vroege ontwikkelingsfase aandacht kunnen krijgen.

Tijdens het Lab vinden individuele als groepsessies plaats en er wordt zowel met de mentoren als peer-to-peer gewerkt. Er is binnen de teams ook altijd tijd om scenario's, pitchdocumenten,... uit te wisselen. Het hoogtepunt van het Lab is een pitchingssessie waar de deelnemende teams hun project aan een panel voorstellen. Dit panel bestaat uit commissioning editors van zenders, publishers, reclamebedrijven, publieke of private investeerders of relevante fondsorganisaties,... Er wordt altijd waardevolle feedback gegeven worden op het creatieve en zakelijke potentieel van de gepitchte ideeën; in sommige gevallen is er sprake van echte deals.

Deze pitchingssessies kunnen ook in een publieke context geplaatst worden in een conferentie of seminarie. In 2008 was dit het geval met Sheffield Doc/Fest, het London Games Festival, Nordic Panorama, het Australian International Documentary Festival en BAFTA.

Crossover Lab Lowlands

Met het Crossover Lab Lowlands zet Crossover de eerste stap op het Europese vasteland. Van 25 tot 30 april 2010 plant de internationale organisatie zijn workshop in Vlaanderen, met een mix van Vlaamse en enkele Nederlandse professionelen.

Dit is een samenwerking tussen MEDIA Desk België – Vlaamse Gemeenschap, het Vlaams Audiovisueel Fonds, MEDIA Desk Nederland, het Brabants Kenniscentrum Kunst en Cultuur (BKCC) en andere partners.

Structuur van het Lab

Het Lab is de eerste drie dagen zeer gestructureerd. De laatste twee zijn meer open: de deelnemers werken in teams, met zelf gekozen ideeën en met hulp van de mentoren. Het Lab verloopt in vier fasen:

Inleiding

De deelnemers leren elkaar en de mentoren kennen; uitleggen welk domein het Lab zal onderzoeken; kennis over de toekomst van media delen en discussie uitlokken en op die manier de best mogelijke context scheppen voor creatieve samenwerkingen. Het voornaamste doel van deze fase is de overdracht van kennis – dit wil zeggen een onderling begrip van de waarden, cultuur, taal en aanpak van productie in verschillende sectoren.

Genereren van crossplatform ideeën

In deze tweede fase worden de deelnemers uitgedaagd om originele ideeën te creëren voor crossplatform producten en diensten. Er wordt een waaier aan technieken (klassieke brainstorming, lateraal denken,...) gebruikt; de deelnemers veranderen constant van interdisciplinair team.

Selectie, evaluatie, ontwikkeling

Vanaf de derde dag ontstaat een meer convergente aanpak. Het team van mentoren geeft een kader waarbinnen de deelnemers ideeën selecteren om verder te ontwikkelen. Dit gebeurt in een team met diverse kennis en vaardigheden.

Presentatie

In de laatste 24 uren van het Lab concentreert elk team zich op de ontwikkeling van een voorstel en pitch van een enkel project. Dit wordt op de laatste dag van het Crossover Lab gepresenteerd voor een groep van decision makers en een publiek.

Het Crossover team

Mark Atkin is de directeur van Crossover Labs. In deze functie organiseert en levert hij crossplatform productie workshops over de hele wereld. Daarnaast is hij Hoofd van de Documentary Campus Masterschool, Marketplace consultant voor de Australian International Documentary Conference en uitvoerend producent, momenteel samenwerkend met Brook Lapping Productions (UK), Renegade Films (UK) en Context TV (Germany). Tot oktober 2008 was hij zes jaar commissioning editor voor SBS TV en online. Hij coproduceerde en kocht projecten over verschillende genres en media aan. Ook is Mark bestuurslid voor Sheffield Doc/Fest, deel van het Advisory Panel op Hot Docs, selecteert hij projecten voor de MeetMarket op Doc/Fest en de pitchingfora op IDFA, Hot Docs en Nordisk.

Frank Boyd is de creatieve directeur van Crossover. Hij is een van de pioniers binnen nieuwe media in UK sinds de opstart van het Arts Technology Centre in 1989. Hij werkte als producent, financier en

trainer bij een serie van innovatieve creatieve en economische ontwikkelingsprogramma's in kunst, televisie en educatie, zowel in UK en Europa als VS en Australië. Hij richtte de European Multimedia Labs op, de Digital Media Alliance en de Interactive Entertainment Awards van BAFTA, waarna hij Director of Creative Development bij de BBC werd, waar hij een reeks van ontwikkelingslabs opzette voor producties binnen interactieve televisie, breedband en crossplatform. In 2002 stichtte hij Unexpected Media om innovatie en creatief onderzoek in nieuwe media te ondersteunen. Binnen dat kader ontwierp Frank events, seminaries en labs voor klanten binnen de publieke en private sector. Hij runde de Innovation Labs voor de BBC en Crossover Labs. Na nationaal en internationaal succes besloot hij in januari 2009 van Crossover een bedrijf te maken, samen met Heather Croall en Mark Atkin.

Heather Croall is de directeur van het Sheffield Doc/Fest en producent bij Crossover. In 2000 ontwikkelde ze met enkele internationale partners het conferentieprogramma DigiDocs, dat een onderdeel werd van de Australian International Documentary Conference (AIDC) en later in Doc/Fest. Als Senior Project Officer bij South Australian Film Corp ontwikkelde ze een strategie om crossplatform digitale media productie te stimuleren, waaronder de lancering van Crossover. Heather was de directeur van AIDC, waar ze het innovatieve matchmaking pitchinginitiatief The MeetMarket ontwikkelde; ze verhuisde naar Sheffield om Doc/Fest te leiden en de Crossover Labs naar UK te brengen. Onder haar leiderschap, ondervond Doc/Fest een significante groei op alle gebieden: programmatie, budget, delegaties, pers en profiel.