



Video Experience Day

For Excellent
Corporate Videos

SPONSORDOSSIER

Trends Z



AP HOGESCHOOL
ANTWERPEN

1. Video Experience Day

AP Hogeschool Antwerpen en Trends Z organiseren op dinsdag **9 juni 2026** te **Kinepolis Brussel** de 27ste editie van de Video Experience Day. Op dit event worden jaarlijks de beste corporate video's bekroond in diverse categorieën. Corporate video en andere vormen van audiovisuele communicatie nemen een steeds belangrijkere plaats in om boodschappen bij diverse doelgroepen te brengen. Met de organisatie van dit evenement wensen we de **meerwaarde van corporate video** in de communicatiemix van bedrijven en organisaties in de schijnwerpers te plaatsen.

De Video Experience Day biedt de genomineerde bedrijven de kans om hun video aan de bedrijfswereld te tonen op groot scherm. Op deze manier krijgen bezoekers de mogelijkheid om zich te laten inspireren door corporate video van andere organisaties. Naast de uitreiking van awards organiseren we op het evenement ook **inspiratiesessies** waarop experts de inzet van corporate video toelichten. Dit event biedt ten slotte heel wat **netwerkmogelijkheden** waarop productiehuisen, communicatiebureaus en het bedrijfsleven elkaar beter leren kennen.

In de week na de live awardshow zal de Video Experience Day nog te bekijken zijn in de vorm van een cocktailreportage op de televisiezenders van Trends Z. Ook dit jaar kan het evenement rekenen op de medewerking van Kinepolis, VBO, GRAVITY MEDIA en Blue Moon, die zich als structurele partner aan het evenement verbinden. De **jury** bestaat uit een mix van video-, communicatie- en marketingspecialisten.

De Video Experience Day is een evenement dat praktisch wordt uitgewerkt door **laatstejaarsstudenten Communicatie** van het departement Media, Design & IT van AP Hogeschool Antwerpen. Met dit project willen zij dit jaar opnieuw bewijzen dat ook studenten een professioneel event op poten kunnen zetten.

2. Categorieën

Inzenders kunnen eenzelfde video insturen in één van de 9 thematische categorieën én in een van de 3 craftsmanshipcategorieën.

Thematic Categories

- **Categorie 1: HR:** Deze categorie staat open voor video's die kaderen in de interne communicatie van een bedrijf en omvat al het videomateriaal dat bedoeld is voor eigen personeel te informeren, inspireren of te verbinden (uitgezonderd informational & explainer video's (categorie 3), sensibiliseringsvideo's (categorie 9) en eventvideo's (categorie 8)). Het gaat dan bijvoorbeeld om een bedrijfscultuurverhaal of om video's over een beleidsbeslissing van het bedrijf of een naamsverandering en video's met als doel samenhang te creëren, werknemers te motiveren of hen te informeren rond loopbaanontwikkeling, ...
- **Categorie 2: Employer Branding & Recruitment:** Deze categorie bevat video's die kaderen in de arbeidsmarktcommunicatie van een bedrijf. Het gaat hier zowel om rekruteringsvideo's die als doel hebben potentiële werknemers te werven als om video's die de organisatie als aantrekkelijke werkgever willen 'branden'.

- **Categorie 3: Informational & Explainer Video:** Deze categorie bekroont video's die complexe informatie op een duidelijke, gestructureerde en visueel sterke manier uitleggen. Voorbeelden zijn instructievideo's die mensen (nieuwe) procedures aanleren, opleidingsvideo's voor nieuwe werknemers, filmpjes met veiligheidsinstructies, een serie trainingsvideo's, video's die een product demonstreren, video's die handleidingen vervangen, ... De nadruk en waardering bij deze video's ligt op de wijze waarop ze succesvol kennisoverdracht realiseren. Zowel video's voor intern gebruik als voor externe doelgroepen komen in aanmerking voor deze categorie.
- **Categorie 4: Product/Service:** Deze categorie bekroont video's die een product of dienst op een duidelijke, overtuigende en visueel sterke manier presenteren. Daarbij kunnen één of meerdere van onderstaande aspecten aan bod komen:
 - De film toont het productieproces van grondstof tot afgewerkt product OF in het geval van een service hoe de dienstverlening achter de schermen gebeurt.
 - De film maakt een ingewikkeld bedrijfsproces inzichtelijk voor een buitenstaander. De nadruk ligt hier op het productieproces dat de klant niet te zien krijgt of op het proces waar de klant zelfs geen benul van heeft
- **Categorie 5: Corporate Image Profit:** Deze categorie staat open voor AV-producties die een totaalbeeld geven van een profitbedrijf. De diverse aspecten van het bedrijf en/of zijn identiteit, missie, visie en kernwaarden staan er centraal. Onder profitbedrijf verstaan we een organisatie met winstoogmerk, die beursgenoteerd is of waarbij het kapitaal in handen is van privéaandeelhouders. Let op: indien de focus ligt op sensibiliseren of op één specifiek product of dienst, dan hoort de film thuis onder een andere categorie.
- **Categorie 6: Corporate Image Non-Profit:** Onder deze categorie vallen AV-producties die een totaalbeeld geven van een organisatie die actief is in de non-profitsector (overheden, gezondheidsorganisaties, welzijnsorganisaties, onderwijs, NGO's, enz.). De diverse aspecten van de non-profitorganisatie en/of de identiteit, missie, visie en kernwaarden staan centraal. Let op: indien de focus ligt op sensibiliseren of op één specifiek product of dienst, dan hoort de film thuis onder een andere categorie.
- **Categorie 7: City- & Regional Marketing & Tourism:** De categorie 'City- & Regional Marketing & Tourism' staat open voor video's die steden, regio's of toeristische organisaties op een strategische, aantrekkelijke en authentieke manier promoten. Het gaat om video's die de identiteit, troeven, cultuur, leefkwaliteit of toeristische waarde van een plaats helder overbrengen. Ook video's die gemaakt zijn om toeristische trekpleisters te promoten passen in deze categorie. Het kan zowel gaan om culturele, avontuurlijke, ecologische locaties als over accommodaties, themaparken, ...
- **Categorie 8: Event:** De categorie Event staat open voor eventvideo's die op een professionele en impactvolle manier de essentie, beleving en doelstelling van een live of hybride evenement vastleggen. Inzendingen tonen hoe video wordt ingezet om sfeer, key moments, boodschappen en dynamiek helder en aantrekkelijk in beeld te brengen — ongeacht of het gaat om conferenties, bedrijfsevents, beurzen, productlaunches, ceremonies of publieksevenementen. Ook eventteasers kunnen in deze categorie ingezet worden.

- **Categorie 9: Sensibilisation:** Deze categorie bekroont sensibiliseringsvideo's die een maatschappelijk, sociaal of gedragsveranderend thema op een heldere, empathische en impactvolle manier onder de aandacht brengen. Inzendingen demonstreren hoe video wordt ingezet om bewustzijn te vergroten, attitudes te veranderen of doelgroepen aan te zetten tot actie rond onderwerpen zoals veiligheid, gezondheid, inclusie, duurzaamheid, welzijn of maatschappelijke verantwoordelijkheid.

Craftsmanship Categories

- **Categorie 10: Animation:** Deze award bekroont video's die er het best in slagen om aan de hand van animatiebeelden een bedrijf, dienst of product perfect in beeld te brengen. Inzendingen die primair gebruikmaken van 2D-, 3D-, motion graphics- of andere animatietechnieken en erin slagen om een merk-, bedrijfs- of narratieve boodschap op een creatieve en consistente manier te vertalen, kunnen hier hun kans wagen.
- **Categorie 11: Live Action:** Deze categorie bekroont hoogwaardige live action-producties die excelleren in regie, cinematografie en uitvoering. Inzendingen maken gebruik van echte performers en locaties en tonen een professionele authentieke vertaling van verhaal, merkboodschap of bedrijfscommunicatie naar beeld. Deze categorie is gericht op corporate video's waarin vakmanschap en visuele impact centraal staan.
- **Categorie 12: AI-Integrated Video:** Deze categorie bekroont corporate video's waarin AI op een innovatieve, doordachte en geïntegreerde manier wordt ingezet om het verhaal, de visuele kwaliteit en/of de impact te versterken. Inzendingen bewijzen een professioneel en verantwoord gebruik van AI-technieken dat verdergaat dan de standaard beschikbare basistools in videoproductie en dat naadloos aansluit bij de inhoud en het doel van de productie.



3. Het programma

De Video Experience Day vindt plaats op **dinsdag 9 juni 2026** in **Kinepolis** te **Brussel**. Hieronder vindt u alvast het verloop van het evenement.

- 14.30 - 15.00: Opening Video Experience Day
- 15.00 - 17.00: Presentaties genomineerden
- 17.00 - 17.30: Koffiebreak
- 17.30 - 18.15: Inspiratiesessies
- 18.15 - 19.30: Walking Dinner
- 19.30 - 21.00: Awardshow
- 21.00 - 23.00: Zoet netwerkhapje

De Video Experience Day op Trends Z:

- februari: promospot 30" rond videowerving
- in de week na 9 juni: cocktailreportage

4. Sponsorformules

We bieden 3 sponsorformules aan:

1. Silver Sponsor ter waarde van € 250*
2. Gold Sponsor ter waarde van € 1.500*
3. Diamond Sponsor ter waarde van € 3.000*

* De vermelde bedragen zijn exclusief btw.

1. Sponsorformule Silver € 250

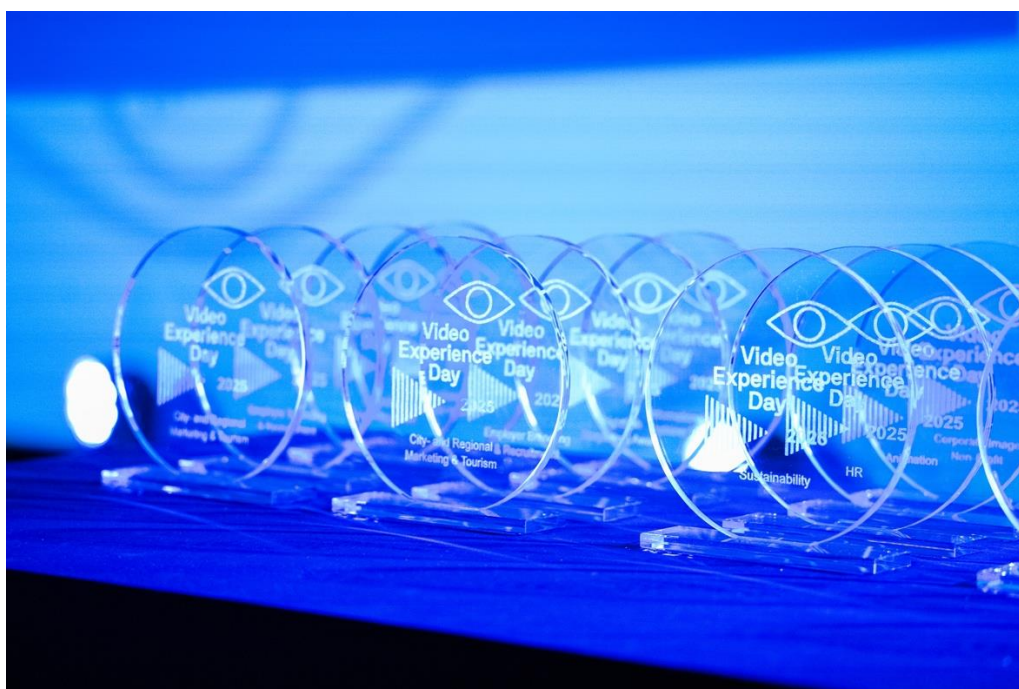
- **Logovermelding** op **website** Video Experience Day
- **Naamsvermelding** in het **programmamakrantje** Video Experience Day

2. Sponsorformule Gold € 1.500

- **Logovermelding** op **website** Video Experience Day
- **Logovermelding** in het **programmamakrantje** Video Experience Day
- **Logovermelding** op Facebookpagina, Instagrampagina en LinkedInpagina Video Experience Day
- **Logovermelding** op de **aftiteling** van de PowerPoint in de filmzaal waar de awardshow plaatsvindt en in de bijkomende filmzalen waar het namiddagprogramma plaatsvindt
- **Logovermelding** op de **tafelkaart** op de statafels tijdens de netwerkreceptie en het walking dinner
- Permanente projectie van het logo op een **projectiescherm** tijdens de netwerkreceptie en het walking dinner
- Mogelijkheid tot bijdrage van promotiemateriaal aan de **goodiebag** op de Video Experience Day
- Plaatsen van volgend **promotiemateriaal**: 1 beachflag
- 3 **toegangstickets** voor de Video Experience Day

3. Sponsorformule Diamond € 3.000

- **Logovermelding op website** Video Experience Day
- **Logovermelding in het programmakrantje** Video Experience Day
- **Logovermelding op Facebookpagina, Instagrampagina en LinkedInpagina** Video Experience Day
- **Logovermelding op de aftiteling** van de PowerPoint in de filmzaal waar de awardshow plaatsvindt en in de bijkomende filmzalen waar het namiddagprogramma plaatsvindt
- **Logovermelding op de tafelkaart** op de statafels tijdens de netwerkreceptie en het walking dinner
- Permanente projectie van het logo op een **projectiescherm** tijdens de netwerkreceptie en het walking dinner
- Mogelijkheid tot bijdrage van promotiemateriaal aan de **goodiebag** op de Video Experience Day
- Plaatsen van volgend **promotiemateriaal**: 1 beachflag
- **Logovermelding in alle promomails** over de Video Experience Day (in totaal 14 mailings naar drie verschillende databases, in het kader van zowel videowerving (februari-maart) als bezoekerswerving (mei-juni))
 - 6 mailings naar een database met warme contacten uit de video-, communicatie- en marketingsector: ca. 3500 adressen
 - 4 mailings naar een database met andere contacten uit de video-, communicatie- en marketingsector: ca. 2200 adressen
 - 4 mailings naar een alumnidatabase met oud-studenten Communicatie en Journalistiek van AP Hogeschool: ca. 3800 adressen
- **Logovermelding op een 30" promospot** voor de Video Experience Day op **Trends Z**, zendtijd **7 dagen**
- **Mondelinge vermelding** van uw bedrijfsnaam in het dankwoord van de presentator tijdens de Video Experience Day
- **5 toegangstickets** voor de Video Experience Day



5. Waarom sponsoren?

De Video Experience Day ontpopte zich tot een gevestigde waarde in de wereld van de audiovisuele bedrijfscommunicatie. In video investeren is vandaag de dag een must, aangezien het medium onmisbaar is in de communicatiemix van bedrijven en organisaties. Daarbovenop hecht het bedrijfsleven steeds meer belang aan knowhow over corporate video.

Het evenement is een ideale gelegenheid om **naamsbekendheid** te creëren voor uw organisatie en te netwerken. Het bedrijfsleven en de audiovisuele sector ontmoeten er elkaar. Via de diverse sponsorformules bieden wij u de juiste tools aan om het gewenste doelpubliek optimaal te bereiken. Zowel kmo's als grote bedrijven vinden bij ons het juiste format voor een uiterst vruchtbare 'opportunity to see'.

De gegadigden in de zaal zijn niet van de minsten: een klein leger zorgvuldig gekozen communicatieprofessionals, productiehuisen en marketingspecialisten uit zowel Vlaanderen als Wallonië zijn aanwezig op het evenement. Kortom, **een ideaal B2B-publiek**.

Verder krijgen de co-organisatoren AP Hogeschool en Trends Z steun van de volgende structurele partners: Kinopolis, VBO, GRAVITY MEDIA en Blue Moon. Het gaat om grote namen in het Belgisch bedrijfsleven, die garant staan voor kwaliteit en professionalisme.

Tijdens de voorbije edities van de Video Experience Day ging een divers palet aan winnaars uit verscheidene sectoren met een award naar huis. Een overzicht:

- 2025: **Fluvius** (HR), **Agentschap Maritieme Dienstverlening & Kust** (Employer Branding & Recruitment), **Instituut voor de Gelijkheid van Vrouwen en Mannen** (Informational & Explainer Video), **Royal Swinkels Family Brewers** (Product/Service), **Darta** (Corporate Image Profit), **Woonzorggroep GVO** (Corporate Image Non-Profit), **Canon Belgium** (Sustainability), **SuperNova** (Event), **PASO / KU Leuven** (Sensibilisation), **Visit Mechelen** (City- & Regional Marketing & Tourism), **Umicore** (Animation)
- 2024: **AG Insurance** (HR), **Emmaüs** (Employer Branding & Recruitment), **UZ Gent** (Informational & Explainer Video), **Equal.brussels** (Product/Service), **Volvo Car Belgium** (Corporate Image Profit), **Opera Ballet Vlaanderen** (Corporate Image Non-Profit), **Foodmaker** (Sustainability), **VUB** ((Digital) Event), **Stop Darmkanker vzw** (Sensibilisation), **Stad Gent** (City- & Regional Marketing), **Broeders Van Liefde** (Animation)
- 2023: **VGD Accountants & Belastingconsulenten** (HR & Employer Branding), **Lantis** (Informational & Explainer Video), **FOD Sociale Zekerheid** (Product/Service), **UCB** (Corporate Image Profit), **Arteveldehogeschool** (Corporate Image Non-Profit), **NMBS** (Sustainability), **PSA** ((Digital) Event), **Twerk** (Sensibilisation), **Mediamixer** (City- & Regional Marketing), **CHU Brugmann** (Animation)

6. Contact

Heeft u nog vragen over een welbepaalde sponsorformule of wenst u meer informatie over de Video Experience Day? Aarzel dan niet om ons te contacteren via onderstaande gegevens. We geven u graag een extra woordje uitleg!

Meer informatie vindt u op www.videoexperienceday.be.

Contact sponsoring :

E-mail: laure.vanderborgh@student.ap.be

Laure Van der Borgh

Sponsorverantwoordelijk & Projectleider
wervingscampagne bezoekers

+32 494 76 13 12



Online:

www.videoexperienceday.be



Facebook.com/Video Experience Day



Instagram: @Video_exp_day



LinkedIn: Video Experience Day

Algemene contactgegevens:

Video Experience Day

AP Hogeschool – Departement Media, Design & IT

Ellermanstraat 33

2000 Antwerpen