

# VIDEO POWER

Verkort beleidsplan 2021-2024



*I started to work with the Video Power team in 2017, as a resident at the Jan van Eyck Academy in Maastricht. While working with them I discovered the potential of working in a team, to have constructive support on a conceptual level but also on a more practical level, such as sound mixing and post-production.*

*As a visual artist, film is not an easy medium, as most of the time we are working alone and finding the most convenient solutions to realize an art project by ourselves. We often don't really know how the film industry works and end up filming with our own means in precarious conditions. Finding a team that supports my work was decisive for me, and helps me be more open and ambitious on my own projects.*

**Stéphanie Lagarde**  
regisseur Déploiements  
*(First Prize Short Waves film festival, Poznań & Grand Prize BIEFF, Bucharest)*

# Inhoudsopgave

1.1 Profiel	pag. 3
1.2 Activiteiten	pag. 5
1.3 Bedrijfsvoering	pag. 9

## 1.1 Profiel

### Missie

Video Power helpt makers bij het ontwikkelen, produceren en distribueren van films vanuit een persoonlijke visie en met een onderscheidende vorm.

### Visie

De euregio telt tal van audiovisuele organisaties. Het potentieel voor interessante dwarsverbanden is groot. Bestaande filmproductiemodellen zorgen echter niet voor de gewenste verbinding en voorzien te weinig in de behoeften van makers. Video Power biedt een alternatief productiemodel, waarbij de nadruk ligt op inhoudelijke dialoog, samenwerking en innovatie. Dit traject is zowel een doel op zich als een middel om waardevolle kennis en ervaring te vergaren. Deze zet Video Power graag in om de filmgemeenschap te ondersteunen en de beweging naar een onderscheidende Limburgse positionering op het vlak van filmproductie en -distributie op gang te brengen.

### Doelgroep

We richten ons op audiovisuele makers die initiatief tonen; zich kwetsbaar opstellen; vanuit een persoonlijke visie en urgentie werken; en risico durven nemen met de vorm waarin ze hun verhalen distilleren. Video Power onderscheidt zich door niet te selecteren op leeftijd of opleiding. Kwaliteit is het doorslaggevend selectiecriteria. Iedereen met een onderscheidende en persoonlijke visie is welkom – maar dan begint het. Eerst dien je Video Power al sparend te overtuigen dat je je visie kunt vertalen naar een haalbaar productioneel kader. Vervolgens dien je met een pitch de onafhankelijke professionele jury te overtuigen van de kwaliteit van je idee. Met andere woorden, de trechter is breed aan de ene zijde, smal aan de andere zijde, en onderweg zijn er talloze momenten waar personen met verschillende achtergronden elkaar tegenkomen en inhoudelijk met elkaar in discussie gaan.

### Positionering

Achterliggende gedachte is hierbij steeds het stimuleren van multidisciplinariteit en een innovatief productieklimaat. Video Power hoopt daarmee een alternatief te zijn voor de bestaande structuren in de regio en daarbuiten. We richten ons daarbij vooral op het vermogen van een maker om de persoonlijke visie vorm te geven en hierover met anderen in gesprek te gaan. Daarbij volgt Video Power de ontwikkelingen op het gebied van videotechnologie op de voet en past innovaties waar mogelijk toe. Binnen de sector wil Video Power vooral verbinden. Filmmakers associëren zichzelf vaak met een bepaalde vorm (speelfilm; documentaire; videokunst; nieuwe media) - wij zien een rol voor onszelf weggelegd om via inhoudelijke ontmoetingen te helpen bij het ontwikkelen van een gemeenschappelijke taal waarmee deze makers elkaar kunnen vinden en van elkaar kunnen leren. Buiten de sector ziet Video Power zichzelf als een inhoudelijk expert op het gebied van time-based media. We stellen ons graag op als aanspreekpunt voor filmmakers die buiten de gebaande paden werken, maar bijvoorbeeld ook voor universiteiten, journalistieke organisaties en kunstinstellingen die op zoek zijn naar een inhoudelijke partner.

De positie die Video Power inneemt is die van pionier, katalysator, verbinder en kennisplatform. Video Power biedt geen statische producten of diensten aan; we ontwikkelen als **pionier** een alternatief productie- en distributiemodel. Centraal staan hierbij de behoeften van filmmakers en de barrières die zij ervaren. In een dynamisch proces dat steeds geëvalueerd wordt, spelen we hierop in en verbeteren we de kwaliteit van onze talentontwikkeling. Hierbij gaan we uit van het initiatief van de maker en acteren dus vooral als **katalysator**. Wat we van de maker en onszelf eisen gaat daarbij gelijk op. We opereren niet vanuit een isolement, maar zoeken als **verbinder** strategisch naar samenwerking met partners die kunnen aansluiten op het traject en/of het kunnen verfijnen. Ons doel als team is daarbij om compact te blijven werken vanuit de inhoud - als ons traject wordt verdiept ontstaat logischerwijs de noodzaak om efficiënter te gaan werken en/of aspecten te standaardiseren. Door het standaardiseren en delen van kennis kan Video Power uiteindelijk als **kennisplatform** waarde toevoegen voor een grotere groep makers. In die zin is het talentontwikkelingstraject niet alleen een doel op zich maar ook een middel.

*Video Power heeft mij de kans gegeven om een werk te maken dat me op voorhand onmogelijk leek. Ze hebben me continue gepusht om niet op te geven. Hierdoor hebben we een mooi eindresultaat neergezet waar ik tot op de dag van vandaag enorm trots op ben.*

**Hester van Tongerloo**  
regisseur 100 milliampère

## 1.2 Activiteiten

### Kernactiviteiten

Video Power blijft in 2021/2024 een compact georganiseerde instelling. De kernactiviteit blijft innovatieve audiovisuele productie en distributie. Sinds 2017 produceert Video Power tenminste zeven films per jaar. Hiervan komen tenminste vijf films uit de pitch; één of maximaal twee projecten kiest ons team buiten de pitch. Dit zijn projecten die met de in de pitch beschikbare middelen niet te realiseren zijn - vanwege de lange looptijd, het benodigde budget of de uren die we als organisatie zouden moeten investeren. Doorgaans gaat het om vervolgstappen van makers met wie we eerder werkten en/of met wie we een bijzondere klik hebben, bijvoorbeeld Michiel Ubels, Stéphanie Lagarde en Beny Wagner. De voorwaarde voor deze keuze buiten de pitch is dat de maker het project aan het gehele team voorstelt, en dat het team unaniem akkoord is over de artistieke potentie van het project en de toegevoegde waarde die Video Power voor het project kan hebben. Op deze manier creëren we de flexibiliteit binnen ons traject om te differentiëren en intensievere projecten mogelijk te maken.

Daarnaast differentiëren we ook “de andere kant” op door gemotiveerde makers die geen intensieve inhoudelijke begeleiding zoeken maar een concrete behoefte hebben, zoveel mogelijk buiten de pitch te helpen. Daarbij gaat het bijvoorbeeld om distributie-advies of het uitlenen van apparatuur (deze projecten worden niet meegeteld in de verwachte output).

Met deze strategie van diversificatie beogen we optimaal in te spelen op zowel de behoeftes van makers als de beschikbare capaciteit van onze organisatie.

### Nevenactiviteiten

Nevenactiviteiten worden ontplooid als ze de kernactiviteit versterken en verdiepen:

- als ze talent opsporen buiten de gebaande paden;
- als ze een nieuw publiek weten te trekken voor alternatieve film en/of publiek met een actievere houding naar film laten kijken;
- als ze het potentieel voor innovatieve filmproductie en distributie in de regio vergroten;
- als ze Limburg op de kaart zetten als regio met een onderscheidende visie op filmproductie- en distributie

Hier volgt een overzicht van de belangrijkste nevenactiviteiten:

### Tafelsessies

Elke eerste woensdag van de maand organiseert Video Power een openbare Tafelsessie in, en in samenwerking met, Centre Céramique. Wie wil kan bij ons aanschuiven om over film(s) te filosoferen, onderwerpen aan te dragen, vragen te stellen of naar anderen te luisteren. Het format is dus relatief open en de locatie relatief neutraal - hiermee hopen we een laagdrempelig moment te bieden aan ‘mensen die iets met film willen’ en bij wie de ervaring of het vertrouwen wellicht nog niet zo groot is. We zijn de afgelopen jaren vaak aangenaam verrast door de bijzondere combinatie aan tafelgasten, waarbij we ervan overtuigd zijn dat het open format en de neutrale plek bijdragen aan zowel de grote diversiteit van de gasten als het feit dat ze nieuwsgierig het gesprek aangaan over elkaars ideeën. Als cultuurparticipatie heeft het concept volgens ons veel waarde - daarnaast zien we

het ook als de meest vooruitgeschoven post van ons talentontwikkelingstraject. Regelmatig leidt een eerste bezoek uiteindelijk tot een pitch.

Naast de vaste Tafel sessies in Centre Céramique organiseren we verschillende keren per jaar Tafel sessies bij instellingen zoals MAMDT en de Toneelacademie om ook studenten uit verschillende richtingen in een open context te ontmoeten. Deze zijn wat directer verbonden aan inhoudelijk en technisch advies.

In de periode 2021-2024 zetten we het huidige traject voort en kiezen we daarbovenop voor geografische spreiding: twee Tafel sessies per jaar in Eindhoven (waarvan één tijdens het Eindhoven Film Festival), en twee per jaar in MuntPunt (de openbare bibliotheek) te Brussel.

### **Post-productie opleidingstraject**

In 2017 constateerden we dat er bij regionale producties een groeiende vraag was naar postproductie-experts en faciliteiten. Aangezien er in Limburg weinig aanbod bestaat, worden experts van buiten de regio voor flinke bedragen ingehuurd. Gevolg is dat geld naar buiten stroomt terwijl de benodigde opbouw van kennis in de regio uitblijft. Video Power is daarom met steun van de gemeente Maastricht een traject gestart waarbij twee postproductie-experts per jaar in de praktijk worden opgeleid. Nadruk ligt in het traject op de inhoudelijke dialoog tussen expert en regisseur. De expert voert geen routinematige technische handeling uit, maar is betrokken bij de inhoudelijke visie van de film en helpt deze in de postproductie mede vorm te geven. In het traject wordt samengewerkt met Syndicate geluidsstudio (Maastricht). Het eerste opleidingstraject werd in december 2019 afgerond en positief geëvalueerd. In de loop van 2020 krijgt het traject een vervolg, waarbij ook de twee reeds opgeleide experts een rol zullen spelen.

### **One-stop-shop**

In samenwerking met de Jan van Eyck academie en Milio Vision organiseert Video Power een one-stop-shop voor filmmakers. Onderscheidend karakter hiervan, naast het bijeenleggen van apparatuur, is de nadruk op grondig advies en de mogelijkheid de apparatuur in een studio te testen. Hiermee beogen we te bereiken dat filmmakers techniek beter gaan verbinden met inhoud.

### **Alternatieve distributie- en verdienmodellen**

Op bioscoopfilms na is er voor audiovisuele producties wereldwijd in beperkte mate sprake van geijkte distributie-formats en verdienmodellen. Aangezien wij vooral films (willen) produceren die buiten deze formats vallen, zien we het ontwikkelen van alternatieve distributie- en verdienmodellen als een belangrijk speerpunt van ons beleid. Om deze reden werken we al jaren samen met de Universiteit Maastricht en deze samenwerking wordt ook in 2021-2024 doorgezet. De uiteindelijke ambitie is om in samenwerking met de universiteit een model te ontwikkelen dat makers in de regio en daarbuiten een waardevol alternatief biedt en waarmee de regio zich onderscheidend kan profileren.

*Het bezoek van Video Power bracht filmstudenten het fijne nieuws dat er ook buiten de geijkte productie-paden wegen te vinden zijn voor het maken van films. In een nagesprek met studenten bleek dat het voor hen broodnodig en erg inspirerend was om andere en inventieve manieren van produceren te ontdekken.*

**Sofie Benoot**  
coördinator productieles, LUCA School of Arts, Brussel

### **Video Power als externe coach**

In toenemende mate is er vraag naar de expertise die we de afgelopen jaren hebben opgebouwd op het gebied coaching, productie en distributie.

### **Overzicht te verwachten output 2021 - 2024**

<b>Aard van de activiteit</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
Aantal te houden pitches	3	3	3	3
Aantal te starten projecten	7	7	7	7
Waarvan afgerond ultimo jaar	5	5	5	5
Waarvan in productie ultimo jaar	2	2	2	2
Aantal te vertonen projecten op L1	5	5	5	5
Aantal te vertonen projecten in Filmtheater Lumière	5	5	5	5
Aantal te houden Tafelsessies	18	18	18	18
Video-evenementen	1	1	1	1

## 1.3 Bedrijfsvoering

Video Power hecht groot belang aan een gezonde bedrijfsvoering en geeft deze op verschillende manieren vorm.

### *A. Balans tussen uitvoering activiteiten en financiële positie*

Video Power maakt bij het opstellen van haar begroting gebruik van scenarioplanning. Hoofdactiviteiten worden in de begroting onderscheiden van nevenactiviteiten; voor de laatste wordt er specifiek naar aanvullende financiering gezocht. Zo nodig kan de schaalgrootte van de nevenactiviteiten worden aangepast waardoor Video Power geen verplichtingen aangaat die het niet kan nakomen. De financieringsmix bestaat deels uit langere (Provincie, Gemeente, structurele donaties) en deels uit kortere (private fondsen, crowdfunding) termijn regelingen. Het gevolg is dat er over een deel van de inkomsten pas duidelijkheid ontstaat naarmate het jaar vordert. Video Power voert daarom aan de kostenkant een zeer prudent beleid. Er worden geen onverantwoordelijke uitgaven gedaan. Noodzakelijke uitgaven (kantoor, verzekeringen, jaarrekening, website) worden geprioriteerd. Projectuitgaven worden pas gedaan als de benodigde financiering rond is. Middels een kasstroomoverzicht is de kaspositie van Video Power op elk moment inzichtelijk en kan er zes maanden vooruit gekeken worden.

In de scenario's wordt rekening gehouden met:

- Impact private financiering en opbrengsten uit crowdfunding. Ook per project worden er verschillende scenario's opgesteld als aanvullende financiering aan de orde is. Door vooraf met de maker goede afspraken te maken over de aanpak en de financiële consequenties, beperken we het risico op budgetoverschrijdingen.
- Impact inkomsten uit publieke middelen. De subsidies vanuit Provincie en Gemeente worden toegepast om de hoofdactiviteiten te financieren. We vangen een mogelijk tekort op door, indien alternatieve financiering niet mogelijk is, eerst te bezuinigen op inhuur uitvoerende producenten. Mocht een toegekend bedrag lager zijn dan aangevraagd, gaat Video Power direct met de subsidiegever in overleg om de consequenties voor het activiteitenplan te bespreken.
- Voor nieuwe initiatieven wordt aanvullende financiering gezocht. In deze financiering zitten dan ook de organisatiekosten van zo'n project. Als de financiering niet doorgaat, wordt de nevenactiviteit in schaalgrootte aangepast of geschrapt zodat de kwaliteit van de kernactiviteiten niet in gevaar komt.

### *B. Financieringsmix en onderliggend verdienmodel*

Video Power realiseert haar opbrengsten uit diverse bronnen: publieksinkomsten, waaronder opdrachten en vertoningsopbrengsten; private inkomsten waaronder private subsidies, crowdfunding, sponsorbijdragen en bijdragen van partners. Ook de komende jaren verwachten we weer zo'n 35% van onze opbrengsten 'uit de markt' te halen. Met deze diversiteit aan middelen zijn we minder afhankelijk van een enkele financieringsbron. Video Power hecht daarbij waarde aan de filosofie van de deeleconomie om overbodige (overheids)investeringen te voorkomen.

- met samenwerkingspartners wisselt Video Power expertise en middelen uit;
- Video Power ondersteunt frequent sympathieke maatschappelijke projecten met materieel zonder als producent op te treden of daarvoor een vergoeding te vragen.



De beschikbare financiële middelen, waaronder de subsidie van de provincie Limburg, worden dus uitsluitend besteed in het belang van de doelstelling en de daaruit voortkomende kernactiviteiten.

We beschouwen de volgende activiteiten als onze voornaamste onderliggende verdienmodellen voor de komende periode:

- externe coaching / producentenschap. We merken dat er nationaal en internationaal een behoefte is aan coachende producenten
- het dichter betrekken van verzamelaars en sponsors bij de organisatie.
- innovatieve exploitatie / distributie (i.s.m. Universiteit Maastricht). Dit is een verdienmodel voor de lange termijn maar we streven er wel naar om onze onderzoeken op dat gebied te financieren, bijvoorbeeld via de onderzoeksregeling bij het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie.

Gezien onze ANBI status heeft een donateur bij ons extra belastingvoordeel. Het is daarbij cruciaal dat het administratieve proces zo min mogelijk een barrière vormt voor de potentiële donateur. Dit proces is in 2018 gestroomlijnd. De inkomsten uit donaties groeiden in 2019 tot 11300 ten opzichte van 8700 in 2018.

### ***C. Personeelsbeleid en goed werkgeverschap***

Video Power werkt met ZZP'ers en heeft geen personeel in dienst. De werkzaamheden voor Video Power zijn overwegend projectgebonden en kennen pieken en dalen. Het kernteam van Video Power werkt parttime en combineert dit met projectmatig werk elders. De flexibiliteit van de ZZP-vorm past dus het beste bij de organisatie en de mensen die voor de organisatie werken. Mede dankzij deze constructie bestaat Video Power uit een hecht en op elkaar ingespeeld kernteam. De organisatie is langzaam gegroeid en werkt bij voorkeur met intern opgeleide mensen. Het bestuur controleert op afstand maar vanuit een sterke betrokkenheid en waakt er zo voor dat de organisatie plat kan blijven functioneren. Het kernteam van Video Power overlegt intern over de werkdagen van de leden; hierbij is ten minste een dag overlappend voor het algemeen overleg. Er wordt op toegezien dat er voornamelijk op de werkdagen wordt gecommuniceerd, zodat er geen scheve verwachtingen over bereikbaarheid ontstaan.

Het is bij deze flexibele vorm van organiseren belangrijk dat de kennis in de organisatie geborgd wordt en dat Video Power niet te zeer afhankelijk wordt van individuen. Hierop wordt op verschillende wijzen toegezien. Video Power heeft de verantwoordelijkheden onderverdeeld in rollen en verdeeld over het kernteam. Deze dienen als basis voor het wekelijkse uitgebreide werkoverleg. Daarnaast is aan iedere rol een sparringpartner toegewezen, die kan assisteren met de praktische uitvoering. Deze werkprocessen zijn vastgelegd op zowel de online werkomgeving als in uitgeprinte en direct inzichtelijke vorm.

Ook is het gehele traject dat een filmmaker bij Video Power doorloopt, vastgelegd in een protocol met een specifiek document per stap. Video Power werkt met whiteboards waarop rollen, projecten en de distributie-agenda worden bijgehouden. Ook is er een protocol voor eventuele conflicten op de werkvloer, waarbij zowel de zakelijk leider, als het algemeen bestuurslid Felicitas Lenz, als aanspreekpunt kunnen dienen. Het werkproces van Video Power is in de loop der jaren verschillende malen met organisatieadviseur Irene Levy doorlopen en waar nodig aangescherpt.

Het team van Video Power wordt geregeld versterkt met stagiaires van de Universiteit Maastricht. Video Power besteedt veel aandacht aan zowel het selectietraject als het begeleidingstraject van studenten (na een leerzame ervaring met onze eerste lichte stagiaires in 2014). Wij nemen alleen stagiaires aan als ze intrinsiek gemotiveerd en gedisciplineerd zijn, goed kunnen definiëren wat ze willen leren en van duidelijke toegevoegde waarde zijn voor Video Power. De universiteit is hier blij mee en speelt een actieve rol in het voorselecteren van de studenten die bij Video Power passen. De toegevoegde waarde van de stages heeft daardoor de afgelopen jaren een sprong gemaakt. Ook is Video Power sinds 2018 een door de Samenwerkingsorganisatie Beroepsonderwijs Bedrijfsleven erkend leerbedrijf voor audiovisuele specialisten. Studenten kunnen ons vinden via [www.stagemarkt.nl](http://www.stagemarkt.nl).

Video Power houdt zich aan alle relevante regelgeving van de Belastingdienst wat betreft modelovereenkomsten. Video Power is transparant naar de ingehuurde krachten over de verschillende financiële scenario's en de eventuele gevolgen voor de ureninzet. De artistieke en zakelijke leiders evalueren regelmatig (ten minste twee keer per jaar) de werkzaamheden van de overige krachten; het bestuur evalueert regelmatig (ten minste twee keer per jaar) met de artistieke en zakelijke leiders.

#### ***D. Balans in personeel z'n tussen overhead en activiteiten***

Er is binnen Video Power in beperkte mate sprake van overhead. De zakelijke en artistieke leiders besteden hun tijd bijna volledig aan het kerntraject van de organisatie: innovatieve filmproductie en -distributie. Het gaat hierbij vooral om het coachen en begeleiden van filmmakers. Overhead betreft volgende rollen: administratie, office management, PR. Gezamenlijk nemen deze rollen ongeveer 16 uur per week in beslag.

#### ***E. Marketingactiviteiten en prijsstrategie***

Het marketingbeleid van Video Power is verweven met het distributiebeleid en gaat uit van de kracht van de eigen producties en het opgebouwde netwerk. De uitgaven hebben als doel de bekendheid van Video Power te vergroten, de positionering steviger neer te zetten en doelgroepen effectiever te bedienen. Ook biedt het Google Grants programma (door Video Power te gebruiken budget ter waarde van maximaal 10.000 dollar per maand) goede mogelijkheden om de activiteiten van Video Power te promoten. Dit budget zal onder meer worden ingezet voor specifieke campagnes gericht op studenten, potentiële donateurs en kunstverzamelaars.

#### **Codes**

Video Power onderschrijft de Governance Code Cultuur, de Code Diversiteit & Inclusie en de Fair Practice Code.