

leiden international film festival

Beleidsvisie 2013-2018

INHOUD

INLEIDING	3
SCHEMA	4
PROGRAMMERING	5
ORGANISATIESTRUCTUUR	8
PR-STRATEGIE	9
FINANCIEEL PLAN	10

INLEIDING

Na 7 succesvolle festival edities staat het Leiden International Film Festival op een belangrijk kruispunt. Het festival wil de groei van de afgelopen jaren continueren, met behoud van de eigen identiteit en de continuïteit van de organisatie. Uiteraard staat hierbij de artistieke kwaliteit en culturele meerwaarde van het festival voorop.

Om deze doelen te bewerkstelligen hebben wij een meerjarige beleidsvisie ontwikkeld, die als leidraad zal dienen voor de strategie in de komende jaren. De visie is bedoeld om richting te geven aan de ontwikkeling van het festival en er zorg voor te dragen dat zowel de korte als lange termijndoelen verwezenlijkt worden. De beleidsvisie behelst in beginsel een termijn van 5 jaren.

Aan deze beleidsvisie ligt een algemene, overkoepelende doelstelling ten grondslag. Het is de ambitie om aan het einde van de periode die de visie behelst, in 2018, na het IDFA, IFFR en NFF het 4^e belangrijkste festival van Nederland te zijn. Het Leiden International Film Festival is de afgelopen jaren hard gegroeid, de komende 5 jaren wil het festival deze groei gestaag uitbreiden, met behoud van de intieme sfeer die het festival kenmerkt.

Allereerst geven we in een overzichtelijk schema op enkele kernpunten de ontwikkelingen tot op heden en de ambities voor de toekomst weer. In de beleidsvisie zullen wij verder op vier punten de richting te schetsen waarin het festival zich wenst te ontwikkelen om dit doel te behalen: programmering, organisatiestructuur, PR-strategie en financieel plan. Deze punten zullen worden behandeld door eerst de ontwikkelingen tot op heden weer te geven, om vervolgens de visie op de periode 2013-2018 te beschrijven.

SCHEMA

		LIFF in 2008	LIFF nu	LIFF in 2018
1.	Karakter	LIFF = een showcase van cinema	LIFF richt zich steeds meer op films buiten Nederlandse distributie.	LIFF wil voornamelijk films buiten Nederlandse distributie en /of Nederlandse premières vertonen.
2.	Omwang	LIFF = middelgroot	LIFF is het snelst groeiende festival van Nederland.	LIFF wil het 4e festival van Nederland worden, met behoud van de intieme sfeer die het festival kenmerkt. De groei van 6 naar 10 dagen in 2013 is een mooie eerste stap, die de komende jaren gevolgd zal worden door verhoging van de bezettingsgraad.
3.	Soort festival	LIFF = bezoekersfestival	LIFF = bezoekersfestival, met steeds meer filmmakers aanwezig	LIFF blijft bezoekersgeoriënteerd. Steeds meer filmmakers zullen aanwezig zijn ter verrijking van de bioscoopervaring van de bezoeker. De American Indie Competition zal als gateway naar Europa dienen voor jonge, Amerikaanse filmmakers. Aanwezigheid op het festival moet voor hen haast een vanzelfsprekendheid worden. Het LIFF richt zich specifiek niet op industry, maar heeft wel als doel steeds meer pers te verwelkomen.
4.	Bereik	LIFF = regionaal	LIFF is regionaal, met (inter)nationale potentie	LIFF = (inter)nationaal. Het festival wil een nog nationaler publiek bereiken. Momenteel komt 30% van de bezoekers van buiten de regio, het doel is 45%. Daarnaast wil het LIFF internationale erkenning verwerven binnen de filmwereld. De nieuwe American Indie Competition en de aanwezigheid van steeds meer filmmakers zullen hier aan bijdragen. Verder wil het LIFF steeds meer samenwerken met internationale festivals, instituten en brancheorganisaties
5.	Programma	LIFF = breed programma	LIFF = breed/eclectisch programma	LIFF blijft breed/eclectisch, maar wel onderscheidend. Het festival focust op een paar stromingen in de wereldcinema. De American Indie Competition is een mooie eerste aanzet hiertoe. Met de focus op toegankelijke artistieke films vervult het filmfestival een duidelijke nichefunctie binnen het Nederlandse filmfestivallandschap. Deze functie wil het festival ook de komende jaren blijven vervullen.
6.	Organisatie	LIFF = vrijwillige organisatie	LIFF = semiprofessionele organisatie	LIFF = professionele, gestructureerde organisatie, met daarin wel ruimte voor creativiteit en variatie. Ook willen wij steeds meer gespecialiseerde partijen/professionele partners bij het festival betrekken op gebieden waarvan geen gespecialiseerd kennis aanwezig is binnen de organisatie (met name op het gebied van PR en Publiciteit).
7.	Instelling	LIFF = Interconnected	LIFF = Interconnected	LIFF = Interconnected. Het festival is relatiegericht en verbindend, met een open blik naar buiten. Het festival werkt nauw samen met verschillende culturele en zakelijke organisaties, zowel op lokaal, als op landelijk niveau. Het LIFF hecht veel waarde aan het onderhouden en uitbouwen van de hechte verbindingen met haar netwerk en wil hier de komende jaren sterk in investeren. Bij de invulling van deze samenwerkingsverbanden wordt wel steeds kritischer gekeken naar het nut van de samenwerking (voor het festival). Niet samenwerking puur om de samenwerking, maar om meerwaarde voor beide partijen te creëren.

PROGRAMMERING

Tot op heden

Het Leiden International Film Festival heeft altijd een bijdrage willen leveren aan het nationale filmklimaat middels kwalitatieve en vernieuwende programmering. De nadruk lag en ligt hierbij op het toegankelijk maken van artistieke films voor een breed publiek. Op artistiek gebied is het festival elk jaar gegroeid, terwijl dat geen rem heeft gezet op de toegankelijkheid en de bezoekersaantallen. Het LIFF laat haar bezoekers meegroeien en mee ontwikkelen met het festival. Dit blijkt ook uit de keuze van de films van de bezoekers. Waar in eerste jaren de grotere, bekendere en commerciële titels het erg goed deden, zien we een verschuiving naar competitiefilms en kleinere, meer artistieke films. Wij zijn er van overtuigd dat wij op deze wijze het publiek in contact brengen met films die zij anders niet te zien zouden krijgen.

Wanneer we kijken naar het karakter van het festival en de programmering valt te zeggen dat het LIFF gekenmerkt kan worden door de eclectische benadering en brede programmering. Het festival heeft altijd overzicht willen bieden van hetgeen de wereldcinema te bieden heeft. Het festival heeft zich in de afgelopen periode ontwikkeld van een 'showcase'-festival, naar een festival wat zich steeds meer richt op films buiten Nederlandse distributie. Een showcase-festival kenmerkt zich door een representatieve greep uit het filmaanbod te doen en voornamelijk films te tonen die ook buiten het festival om (in Nederland) vertoond zouden worden. Het Nederlands Film Festival in Utrecht is hier een goed voorbeeld van. Het LIFF is zich de afgelopen jaren steeds meer gaan richten op films die buiten het festival om niet in Nederland te zien zouden zijn. Het festival voegt hiermee daadwerkelijk iets toe aan het Nederlandse filmaanbod en verrijkt het filmklimaat door de bezoeker een unieke filmervaring te bieden.

2013-2018

Met de focus op toegankelijke artistieke films vervult het filmfestival een duidelijke nichefunctie binnen het Nederlandse filmfestivallandschap. Deze functie wil het festival ook de komende jaren blijven vervullen. Dit zullen wij doen door ons op de volgende zaken te richten:

- Het LIFF blijft breed/eclectisch, maar heeft wel de ambitie om steeds onderscheidender te programmeren. Het festival zal zich focussen op een paar stromingen in de wereldcinema. De American Indie Competition is een mooie eerste aanzet hiertoe. Deze competitie heeft een duidelijk onderscheidend vermogen, aangezien er in Nederland en Europa weinig aandacht is voor American Indie cinema (zie hieronder voor meer over de American Indie Competition).
- Het LIFF wil voornamelijk films buiten Nederlandse distributie en /of Nederlandse premières vertonen. Focus op een kwalitatief hoogwaardig aanbod van films die (voor een groot gedeelte) buiten het festival om niet in Nederland te zien zullen zijn.
- Focus op films op het grensvlak tussen arthouse en commercieel.
- Ook de komende jaren wil het LIFF het publiek inhoudelijk laten meegroeien met het festival. Het LIFF ziet hierin voor zichzelf een steeds belangrijker wordende educatieve functie.

American Indie Competition

Binnen het programma zal de komende jaren de in 2013 geïntroduceerde American Indie Competition een belangrijke plaats innemen. Hoewel het LIFF een breed festival is met een scala aan programma's, kiezen wij er vanaf 2013 voor om binnen de competitie een belangrijke stap te nemen met de nieuwe focus. Onze competitie richt zich vanaf dit jaar volledig op "independent American cinema" of "indies" zoals deze films vaak worden aangeduid. Wij willen de nieuwe competitie de komende jaren zo veel mogelijk op de kaart zetten als dé plek waar talentvolle jonge Amerikaanse regisseurs welkom zijn met hun werk: het LIFF als poort van Europa voor indie cinema. Het kiezen van deze focus heeft meerdere redenen.

Ten eerste dient het festival al jaren als podium voor Amerikaanse indies. De films passen goed in de sfeer van het LIFF en ook bij ons publiek. De afgelopen drie jaar zijn de Amerikaanse indies zeer hoog beoordeeld door ons publiek en de jury. Twee van de drie winnende films van onze oude competitie komen van de hand van jonge Amerikaanse filmmakers: *Untitled* in 2010 en *Safety not Guaranteed* in 2012.

Ten tweede is de indie cinema, maar ook de discussie wat het filmgenre precies behelst, relevant in de filmwereld. Steeds meer films worden als indie bestempeld, ook al hebben ze soms enorme budgetten en grote spelers in de filmindustrie achter zich staan. Er zijn echter ook nog steeds veel films die daadwerkelijk onafhankelijk (van de grote studio's) geproduceerd worden, vaak voor minimale budgetten. Over de vraag welke films wel en welke niet als 'Indie film' mogen worden aangeduid bestaat dan ook veel discussie, zowel binnen als buiten de filmwereld. Door middel van onze competitie willen wij participeren in de wereldwijde discussie en meedenken over welke films nog de onafhankelijke "indie spirit" hebben.

Ten derde willen wij de historische banden die de stad Leiden heeft met Amerika door ons festival onder de aandacht brengen. Als een van de meest vooruitstrevende steden in de 17e eeuw heeft Leiden tientallen jaren onderdak geboden aan Pilgrims die vanuit Engeland vluchtten. Deze Pilgrims zijn daarna de oceaan over gestoken om het huidige Amerika op te richten. De historische band met Amerika maakt van Leiden een ideale locatie binnen Europa om een platform te geven aan jonge vooruitstrevende filmmakers.

Om de American Indie Competition de komende jaren (inter)nationaal op de kaart te zetten willen wij de competitie de komende 5 jaar uitbouwen. Door relevante filmtitels van jonge getalenteerde makers te selecteren en deze makers ook daadwerkelijk naar Leiden te halen zal de competitie steeds meer 'credibility' krijgen binnen de internationale filmwereld. Zo zullen er steeds betere films en ook grotere namen naar Leiden kunnen worden gehaald, wat op zijn beurt weer meer publiciteit oplevert.

Waar we in onze nieuwe competitie aandacht besteden aan jong, nieuw Indie talent, willen we ons daarnaast de komende jaren in het Director in Focus programma richten op een Amerikaanse Indie regisseur die zijn of haar sporen al ruimschoots heeft verdiend. We zijn van plan om een retrospectief te vertonen en de desbetreffende filmmaker naar Leiden te halen. Het betreft hier regisseurs van het kaliber Woody Allen, Wes Anderson, Richard Linklater, Jim Jarmusch en Steven Soderbergh.

Door een bekende regisseur naar Nederland te halen kan veel publiciteit worden gegenereerd, waarbij de Amerikaanse focus van het festival onder de aandacht wordt gebracht bij een groot publiek. Hier zal ook de American Indie Competition van profiteren.

ORGANISATIESTRUCTUUR

Tot op heden

Het festival is in 2006 opgericht als studenteninitiatief, een echte 'grassroots'-organisatie. Het festival leunde in de eerste jaren sterk op het enthousiasme van een kleine groep mensen, die zich volledig vrijwillig voor het festival inzetten. Voor het festival werd het door de jaren heen steeds lastiger om de sterke groei van het festival organisatorisch bij te houden.

In dat kader is het LIFF in 2013 een experiment aangegaan door twee medewerkers uit het kernteam gedurende een half jaar op freelance basis parttime voor het festival in te zetten. Vooralsnog kan dit experiment als een succes worden beschouwd, aangezien hierdoor meer tijd in het festival kan worden geïnvesteerd en het contact met relaties van het festival aanzienlijk beter onderhouden kan worden. Het is de bedoeling om de komende jaren deze freelance constructie uit te breiden, waardoor steeds meer tijd kan worden vrijgemaakt en inkomsten kunnen worden gegenereerd voor de organisatie van het festival.

Professionalisering wordt uiteraard niet alleen bereikt door medewerkers uit het kernteam aan het festival te verbinden. Het kan ook worden bereikt door samen te werken met professionele partijen op gebieden waarvan de expertise niet binnen de organisatie aanwezig is. Op dit vlak is in 2013 een nieuwe tendens ingezet door met enkele nieuwe professionele partijen te gaan samenwerken. Zowel voor de nieuwe website als het nieuwe (online) ticketsysteem zijn gerenommeerde partijen benaderd die de communicatie en dienstverlening richting de bezoeker zullen bevorderen.

2013-2018

In verband met de sterke groei van het festival de afgelopen jaren en het grotendeels vrijwillige karakter van de organisatie zijn het bewaken van de continuïteit en verdere professionalisering de komende jaren belangrijke speerpunten in de organisatiestrategie van het festival. Het festival is enorm gegroeid en om deze groei goed op te kunnen vangen is het essentieel dat de organisatie mee blijft groeien met het festival. Het festival wil aan het einde van de periode die de beleidsvisie behelst een professionele organisatie zijn. Afgezien van het feit dat hierdoor kwalitatief sterke medewerkers aan het festival kunnen worden verbonden wordt ook de continuïteit sterk verbeterd, aangezien de doorloop van medewerkers in een vrijwillige organisatie vaak groot is.

De komende jaren willen wij hiernaast, steeds meer gespecialiseerde partijen bij het festival betrekken op punten die buiten de kerntaken van het festival vallen. Een festivalorganisatie dient een brede kennis van zaken te hebben binnen de organisatie, maar ook te erkennen dat zij niet op alle vlakken expert kan zijn en dat het soms beter is om voor specifieke zaken externe partijen bij het festival te betrekken.

PR-STRATEGIE

Tot op heden

De PR van het festival was traditioneel voornamelijk lokaal en regionaal gericht. De laatste jaren is het LIFF ook steeds zichtbaarder geworden in nationale media zoals NRC Next en de Filmkrant. Wij hebben in ons PR-beleid altijd het uitgangspunt gehad dat de programmering en kwaliteit van de productionele organisatie voorop staan. Onze publiciteit staat in dienst van beiden en is niet een doel op zichzelf. Dat hebben wij afgelopen jaren ook gemerkt: succesvolle PR is volledig afhankelijk van sterke programmering. Om die reden hebben de programmering en de productie altijd voorrang verkregen bij de verdeling van onze financiële middelen. Met beperkte financiële middelen pogen wij zo effectief mogelijk PR te maken.

2013-2018

Deze idealen houden wij hoog in het vaandel. Toch erkennen wij dat de toekomstplannen van het LIFF een dusdanige kwalitatieve en kwantitatieve stap voor het LIFF zijn dat PR meer dan ooit extra aandacht verdient. Met grotere en beter gerichte PR kan de groei van het festival nog sterker door worden gezet en kan het een nog groter en ook (inter)nationaal publiek worden bereikt.

Het festival wil in de eerste plaats een nog nationaler publiek bereiken. Momenteel komt 30% van de bezoekers van buiten de regio, het doel is 45%. Daarnaast wil het LIFF internationale erkenning verwerven binnen de filmwereld. De nieuwe American Indie Competition en de aanwezigheid van steeds meer filmmakers zullen hier aan bijdragen. Verder wil het LIFF steeds meer samenwerken met internationale festivals, instituten en brancheorganisaties.

Een belangrijke rol ligt de komende jaren weggelegd voor de professionalisering van het PR-beleid en het PR-team. Om een sterk en effectief PR-beleid neer te zetten is specifieke, uitgebreide en goed ontwikkelde kennis van en ervaring met PR vereist. Wij zijn tot de conclusie gekomen dat, ondanks het enthousiasme waarmee de organisatie zich op PR heeft geworpen, een echt gedegen achtergrond en grondige kennis van PR niet binnen de organisatie aanwezig is. Het grotendeels vrijwillige karakter van de organisatie speelt hier zeker een rol in. Gezien de beperkte financiële middelen is het ook lastig om dergelijke kennis binnen de organisatie te brengen.

Om de professionalisering van het PR-beleid gelijk op te laten gaan met de professionalisering van de organisatie op andere terreinen, willen wij de komende jaren inzetten op het benaderen van externe partijen om het festival te ondersteunen in het PR-beleid. Dit geldt zowel in het opstellen van een coherente PR-visie als voor de daadwerkelijke uitvoering hiervan. Zoals wij hierboven aangaven heeft PR tot op heden geen prioriteit gekregen bij de verdeling van de financiële middelen, aangezien het festival altijd voorrang heeft verleend aan de inhoud. Dit beleid zal worden voortgezet, maar PR is wel een belangrijk aandachtspunt de komende jaren en zal, indien eventuele extra inkomsten worden gegenereerd, een belangrijke rol krijgen bij de verdeling van deze middelen.

FINANCIEEL PLAN

Tot op heden

De financiële situatie van het festival is rooskleurig, in de zin dat het festival in 2013 voor de achtste keer wordt georganiseerd en tot nu toe elk jaar kostendekkend is afgesloten. Dit houdt verband met de duidelijke prioriteitstelling van de organisatie, waarbij de nadruk op het programma wordt gelegd. Indien nodig wordt de begroting aangepast op basis van de inkomsten.

Het LIFF heeft altijd gestreefd naar een evenwichtige financieringsmix, waarin eigen inkomsten, subsidie, fondsen en sponsoring zo gelijkwaardig mogelijk bijdragen aan de totale baten. Hierdoor werd voorkomen dat het festival te veel van één inkomensbron afhankelijk is. Op deze wijze was bovendien het financiële risico beperkt en kon de continuïteit van het festival optimaal gewaarborgd worden. Hieronder zullen we de verschillende inkomstenbronnen kort behandelen.

Eigen inkomsten

Eigen inkomsten zijn uiteraard een belangrijke inkomstenbron voor het festival. Deze bestaan voor het overgrote gedeelte uit de ticketverkoop.

Subsidie

Het LIFF heeft dankzij de sterke groei, het goed ontwikkelde cultureel ondernemerschap en de promotie die het festival de stad Leiden oplevert veel goodwill in de stad, zo ook bij de gemeente. De subsidie die het festival van de gemeente Leiden ontvangt is een belangrijke pijler voor het festival.

Fondsen

Het LFF is erg verheugd dat het een brede steun geniet van belangrijke culturele en lokale fondsen. Belangrijke structurele partners van het festival zijn het Filmfonds, VSBfonds, Fonds 1818 en het Confucius Instituut. Daarnaast wordt er jaarlijks steun gevraagd voor specifieke programmaonderdelen. Een voorbeeld hiervan is de samenwerking met het Turks Ministerie in het kader van ons Turks programma in 2012.

Sponsoring

Het festival is relatiegericht en verbindend, met een open blik naar buiten. Het festival werkt nauw samen met verschillende culturele en zakelijke organisaties, zowel op lokaal, als op landelijk niveau. De belangrijke waarde die het festival hecht aan het aangaan en onderhouden van verbindingen met zakelijke en andere culturele partners heeft zich de afgelopen jaren steeds meer uitbetaald. Het LIFF zet zich intensief in om sponsoren voor langere tijd aan het festival te verbinden. Daarnaast blijft de organisatie constant overleggen met bestaande partners en vragen wij hen bovendien om mee te groeien met het festival. Ook slagen wij er nog steeds in om een groot aandeel van de kosten door sponsoring in natura te laten dekken.

2013-2018

Het festival wil het degelijke financiële beleid van de afgelopen jaren ook de komende vijf jaren voortzetten. Het is de bedoeling de financiële middelen gestaag te doen stijgen, waarbij de evenwichtige financieringsmix behouden blijft. Hieronder zullen de toekomstplannen voor de vier verschillende inkomstenbronnen gedetailleerder worden behandeld, evenals een nieuwe

inkomensbron die wij de komende jaren hopen aan te boren.

Eigen inkomsten

Indien de groei van het festival, zoals beoogt, wordt doorgezet de komende jaren, zullen de eigen inkomsten gestaag blijven meegroeien met het festival. In die zin is de voornaamste doelstelling om de bezoekersaantallen door stijging van de bezettingsgraad ook de komende jaren te laten stijgen.

Subsidie

Ondanks flinke bezuinigingen van de gemeente, is de cultuursector vooralsnog grotendeels buiten schot gebleven. Deze bewuste keuze van de gemeente valt uiteraard erg te prijzen, al is het uiteraard nog maar de vraag in hoeverre dit beleid de komende jaren, indien verdere bezuinigingen noodzakelijk blijken, houdbaar blijft. Het is uiteraard de bedoeling de goede verstandhouding met de gemeente te behouden en verder uit te bouwen, zodat ook bij eventuele bezuinigingen op cultuur, het festival (grotendeels) buiten schot blijft.

Gezien de huidige economische vooruitzichten en de gevolgen die dit heeft voor de gemeente wil het festival voorlopig 'slechts' inzetten op behoud van de subsidie die momenteel wordt ontvangen. Verzoek om een grotere bijdrage, wat - gezien de ten opzichte van andere (film)festivals relatief lage subsidie - niet ondenkbeeldig zou zijn, wordt om deze reden voorlopig niet opportuun geacht.

Fondsen

Om de groei van het festival verder door te zetten hoopt het festival de bijdrage van de fondsen die het festival ondersteunen evenredig te laten meegroeien met de groei van het festival zelf. Op deze wijze blijft een gezonde en evenwichtige financieringsmix behouden. Uiteraard blijft het festival ieder jaar op zoek naar nieuwe fondsen die het festival willen ondersteunen. Dit kan structureel zijn, maar ook gericht op specifieke programmaonderdelen. Ook hier geldt dat wij pogen zo veel mogelijk verschillende fondsen bij het festival te betrekken, om te voorkomen dat het festival te veel van enkele fondsen afhankelijk is.

Sponsoring

Zoals hierboven al vermeld ligt de kracht van het sponsorbeleid van het festival in de vele verbindingen die het festival aangaat met lokale, regionale en nationale partijen. Door de vele partners is het festival niet afhankelijk van één of enkele partijen. Het spreekt voor zich dat het LIFF, ondanks dat het dit spreidingsbeleid wil voortzetten, graag ook een hoofdsponsor zou verwelkomen. De komende jaren zal het festival zich dan ook actief inzetten om een partij te vinden die zich voor langere tijd aan het festival wil verbinden als hoofdsponsor.

Crowdfunding

Om een gezonde financieringsmix te behouden en nieuwe en alternatieve manieren van financiering te vinden, willen wij vanaf 2013 veel aandacht vestigen op financiële ondersteuning door particulieren: het zogenaamde crowdfunding. Stichting StArt die het festival organiseert, heeft in 2013 de culturele ANBI-status aangevraagd en verkregen. Hierdoor wordt het aantrekkelijker om een schenking te doen aan het festival. Van deze ANBI-status willen wij uiteraard optimaal gebruik maken. Wij hebben daarom een mecenaat opgezet, dat via mediakanalen gepromoot zal worden. Door gebruik te maken van de gratis hulp van de Schenkservice kunnen potentiële donateurs of schenkers uiterst simpel een donatie/schenking aan het festival doen. De komende jaren willen wij

met dit mecenaat een structurele, stabiele en substantiële vijfde inkomstenbron toevoegen aan de financieringsmix van het festival.