

# STICHTING ROSE REBEL

ROSE REBEL FOUNDATION

BELEIDSPLAN 2019-2022



---

**ROSE REBEL**

## Inhoudsopgave Beleidsplan Stichting Rose Rebel 2018-2022

### Samenvatting

1. Doel
2. Aanleiding
3. Naamgeving
4. Visie
5. Doelstelling
6. Doelgroep
7. Werkwijze
8. Kennis en Expertise
9. Financiële strategie
10. Speerpunten voor de komende jaren
11. Financiële gegevens
12. Bestuurssamenstelling

## **SAMENVATTING**

Naam: STICHTING ROSE REBEL  
KvK-nummer: 72911646  
RSIN: 859283665  
Rechtsvorm: Stichting  
Statutaire naam: Stichting Rose Rebel  
Statutaire zetel: Amsterdam  
Datum van Oprichting: 23-10-2018  
Inschrijving Handelsregister: 24-10-2018

Activiteiten (SBI) 59111 – Productie van films (geen televisiefilms)  
94996 - Overige ideële organisaties

Beschrijving:

Het realiseren, produceren en bieden van (film)projecten die de (maatschappelijke) boodschap van de stichting overbrengen op een breed publiek.

Postadres: Kerkstraat 30A  
1017 GM Amsterdam

Telefoonnummer: 06-44226420

Email: [info@roserebel.com](mailto:info@roserebel.com)

Bankrekeningnr.: [NL89 SNSB 0773 1046 58](#)

## 1. DOEL VAN STICHTING ROSE REBEL

STICHTING ROSE REBEL is op 23 oktober 2018 opgericht met als doel om belangrijke maatschappelijke kwesties aan de orde te stellen, te verhelderen en het gesprek hierover op gang te brengen onder een breed publiek. De stichting ondersteunt specifiek projecten die een gevoel van ‘*common humanity*’ en harmonie in de wereldsamenleving bevorderen. De stichting hanteert film als medium bij uitstek om dit proces te ondersteunen. Om haar doel te bereiken initieert de stichting projecten, gaat zij partnerschappen aan en stimuleert zij de ontwikkeling van talent. In een internationale context hanteert de Stichting de naam Rose Rebel Foundation.

***De stichting dient het algemeen belang en heeft geen winstoogmerk.***

De pijlers voor de komende drie jaar zijn:

1. Projecten te ondersteunen die passen binnen de doelstelling van de stichting, nl. het vertellen van verhalen via het medium van film en foto-film die een gevoel van ‘*common humanity*’ of ‘*shared humanity*’ uitdrukken dan wel bevorderen.
2. Een infrastructuur te realiseren, die er voor zorgt dat de projecten die Stichting Rose Rebel realiseert, een optimaal bereik hebben, bijdragen aan het debat in de samenleving en financieel duurzaam zijn;
3. Middelen op een transparante manier beschikbaar te stellen om zo projecten die vallen binnen de doelstelling van de Stichting tot een succesvol einde worden gebracht, een breed publiek vinden en in maatschappelijk zin bijdragen aan wederzijds begrip, harmonie en cohesie zowel in de Nederlandse samenleving specifiek als binnen de opkomende wereldsamenleving in meer algemene zin.

## 2. AANLEIDING VOOR DE OPRICHTING VAN STICHTING ROSE REBEL

STICHTING ROSE REBEL is ontstaan na sociologisch onderzoek op het gebied van globalisering en culturele identiteit. Waar vroeger nationale maatschappijen werden gedefinieerd in 'wij' en 'zij' termen ontstaat er steeds meer een supra-nationale samenleving, een wereldsamenleving waartoe in principe de gehele mensheid behoort.

Deze ontwikkeling zorgt ervoor dat enerzijds de nationale samenlevingen waar wij al zolang mee vertrouwd zijn onder druk staan, nu zij functioneren in een veranderende internationale omgeving. Anderzijds staat ook binnen de nationale samenleving de cohesie onder druk, juist door de opkomst van de zich ontwikkelende wereldsamenleving.

Het spanningsveld dat hierdoor ontstaat leidt tot een toename van nationalistische bewegingen en onderlinge verdeeldheid. Tegelijkertijd bestaat de ruimte om in onze tijd een actieve bijdrage te leveren aan harmonie in de wereldsamenleving.

## 3. NAAMGEVING STICHTING ROSE REBEL

Wij hebben STICHTING ROSE REBEL opgericht om een bijdrage te leveren aan wat ons bindt, in plaats van waarin wij verschillend zijn.

Met STICHTING ROSE REBEL dragen wij bij aan deze in de context van de geschiedenis van de mensheid baanbrekende ontwikkeling, met een roos in de hand. Niet met het zwaard, maar met bloemen willen we de wereld veranderen, waarbij de roos symbool staat voor liefde: 'voor het goede, het schone en het ware'.

## 4. VISIE VAN STICHTING ROSE REBEL

In onze visie kan het medium film een belangrijke rol in het bevorderen van harmonie in de wereldsamenleving. Teneinde onze doel te bereiken van het bevorderen van 'common humanity' en van 'shared humanity', richt STICHTING ROSE REBEL zich specifiek op het medium van film en foto-film. Hiermee spelen we in op drie aantoonbare kenmerken van film en foto-film:

1. Verhalen verteld via films en foto-film projecten hebben een enorme emotionele impact op mensen. Het zijn krachtige media om ideeën, gevoelens en ervaringen te delen en maatschappelijke betrokkenheid te vergroten en verdiepen.
2. Verhalen verteld via films en foto-film projecten hebben ook sterk de mogelijkheid om het publiek tot nadenken aan te zetten en verandering te bewerkstelligen. Een goed voorbeeld zijn met name documentaires. *The Inconvenient Truth* van Al Gore veranderde voorgoed de manier waarop we naar 'global warming' kijken en *Fahrenheit 9/11* van Michael Moore had sterke gevolgen voor de publieke opinie over de oorlog in Irak.

Vanuit die visie wil Stichting Rose Rebel creatieve, inspirerende en intelligent vertelde verhalen onder de aandacht van een brede doelgroep brengen en daarmee bijdragen aan maatschappelijke cohesie en harmonie in de wereldsamenleving.

## 5. DOELSTELLING STICHTING ROSE REBEL

Om het doel te bereiken ontwikkelt de STICHTING ROSE REBEL specifiek enkele projecten die wij de komende vier jaren willen realiseren en uitbreiden, waarbij we zoeken naar een zo breed mogelijk publiek en maatschappelijk draagvlak voor onze boodschap en missie die door deze projecten wordt uitgedragen.

a) De lange film **EVA'S MISSION**. In deze film vertellen we het verhaal van een van de laatste levende Auschwitz-overlevenden en stiefdochter van Otto Frank, Eva Schloss, en haar missie om haar tragische verhaal te vertellen aan jonge mensen en zo te waarschuwen voor de gevolgen van haat, intolerantie en anti-Semitisme en vrede en verdraagzaamheid te bevorderen.

In de komende jaren willen we de film gereed maken voor release in de cinema's en er in samenwerking met relevante en deskundige partijen een educatief programma voor ontwikkelen zodat het verhaal van mw. Schloss, haar boodschap en haar missie van verdraagzaamheid en haar waarschuwing ('never again') voor een groot publiek van vooral jonge mensen toegankelijk wordt.

b) We maakten de foto-film expositie **IKISS THE WORLD**, een samenwerking met de Britse theater fotograaf Simon Annand. **IKISS THE WORLD**, een verzameling van drieluiken van foto film rond het thema 'identiteit in de wereldstad' werd geselecteerd voor de GRID Photo Biënnale 2014. De première vond plaats in de Fotogalerij van de Openbare Bibliotheek in Amsterdam (OBA) op 15 mei 2014 en was te zien tot 3 september 2014.

**IKISS THE WORLD** is een reizende expositie die uitdrukt dat nationale identiteiten fluïde zijn en onder het publiek een maatschappelijk draagvlak voor cohesie en harmonie creëert. De komende jaren willen we de expositie uitbreiden en op meer plaatsen laten zien en mogelijk ook on-line toegankelijk maken.

## 6. DOELGROEP STICHTING ROSE REBEL

De doelgroep van onze projecten is specifiek jonge mensen (leeftijd 20-35). We geloven dat juist die leeftijdsgroep geïnteresseerd is in een toekomst vrij van oorlog en streeft naar een harmonie in de wereldsamenleving en nog ontvankelijk is voor het kiezen van een richting. We geloven specifiek dat ouderen jongeren wijsheid kunnen leren, waarvan beiden profiteren: ouderen door de vreugde van te onderwijzen en jongeren door meer te leren.

Een goed voorbeeld van een project vanuit die filosofie is onze film **EVA'S MISSION**. Hiermee maken we de wijsheid en levenservaring van Auschwitz-overlevende Eva Schloss toegankelijk voor de jonge generaties.

Ons publiek kan zich zowel binnen als buiten Nederland bevinden. Onze Stichting gaat uit van de waarde van het verleggen van grenzen, en dat geldt ook voor de fysieke landsgrenzen. We denken dat reizen, nieuwe dingen leren, andere culturen leren kennen, kan bijdragen aan harmonie in de samenleving.

## 7. WERKWIJZE STICHTING ROSE REBEL

Onze primaire functie is het mogelijk maken van de creatie van verhalende media teneinde maatschappelijke cohesie en harmonie in de wereldsamenleving te bevorderen. . In onze missie drukken we uit wat de stichting wil zijn. Dat baseren we op onze visie: hoe kijken wij naar onszelf en hoe willen we door anderen gezien worden?

- STICHTING ROSE REBEL stelt middelen en kennis beschikbaar.
- STICHTING ROSE REBEL werkt samen met relevante organisaties om een zo optimaal mogelijke inzet van de middelen te bewerkstelligen. Daarbij kan gedacht worden aan culturele en maatschappelijke organisaties, productiemaatschappijen, distributeurs en technologie leveranciers.
- STICHTING ROSE REBEL is de organisatie die je benadert om je verhaal waarin je het thema 'common humanity' of 'shared humanity' onder de loep neemt, bereikbaar te maken voor een (internationaal) maatschappelijk relevant publiek. De media kennen geen grenzen.
- STICHTING ROSE REBEL laat zich voortstuwten door toptalent.
- STICHTING ROSE REBEL heeft geen winstoogmerk, het is een cultureel bedrijf met een positieve uitstraling.

## 8. KENNIS & EXPERTISE STICHTING ROSE REBEL

STICHTING ROSE REBEL biedt kennis en infrastructuur om verhalende media in te zetten om een jong publiek te bereiken met een boodschap die harmonie in de wereldsamenleving bevordert. STICHTING ROSE REBEL beschikt over een groot netwerk en faciliteiten om externe financiering te vinden, de verhalende media te produceren en distribueren.

Het aanbod van STICHTING ROSE REBEL kent drie pijlers:

1. Projecten te ondersteunen die geschikt zijn om via verhalende media te communiceren en die passen binnen het doel van STICHTING ROSE REBEL.

Dit is de primaire taak van de stichting. Via nader te bepalen richtlijnen worden projecten geïnitieerd en uitgevoerd. De stichting opereert vanuit een heldere, transparante en integere werkwijze en voldoet aan de principes van *cultural governance*.

2. Een infrastructuur te realiseren, die zorgt dat films, foto-films en andere verhalende media een optimaal bereik hebben en financieel duurzaam zijn.

De stichting begrijpt dat duurzaamheid belangrijk is en dat die geborgd kan worden in een infrastructuur. Digitale marketing is een van de belangrijkste pilaren van deze infrastructuur net als het creëren van publiek tijdens het maakproces, in plaats van pas na realisatie zoals in meer traditionele distributie-modellen.

3. Middelen op heldere manier beschikbaar te stellen om zo initiatief te stimuleren om

verhalende media die 'common humanity', 'shared humanity' en 'harmonie in de wereldsamenleving' uitdrukken te creëren en maatschappelijk rendement te realiseren.

STICHTING ROSE REBEL stimuleert ook samenwerkingsverbanden en bijeenkomsten met als doel uitwisseling van kennis, vinden van synergie en delen van ervaringen. STICHTING ROSE REBEL streeft naar een combinatie van publieke en een zelfstandige vorm van private financiering, welke, zeker met een internationale uitstraling, naar het oordeel van de Stichting mogelijk is.

## **9. FINANCIËLE STRATEGIE**

Veel artistieke films hebben sterke maatschappelijke thema's, maar slagen er niet in om financieel duurzaam te zijn. Er is veel sprake van projectfinanciering en scheiding tussen creatie en distributie. STICHTING ROSE REBEL gaat ervan uit dat het publiek al vóór de creatie bereikt moet worden als basis voor het succes van het project.

STICHTING ROSE REBEL richt zich bij de werving van fondsen voor de realisatie van de projecten die binnen de doelstelling vallen op drie pijlers: a) private en publieke fondsen b) samenwerking met private partijen die onze missie en filosofie delen en c) crowd-funding. Met name de laatste inkomstenbron is bij uitstek geschikt om tijdens de creatie van het project als publiek te genereren en is naast een bron van inkomsten ook een tool voor marketing.

De financiële strategie voor de komende jaren richt zich met name op het structureel vergroten van de inkomstenstroom en vermogenspositie van de Stichting.

Dit betekent dat de inspanning gericht op de drie pijlers van financiering significant versterkt zal worden. Daarnaast worden publiek en financiers al op voorhand gekoppeld via digitale media. De stichting zet zich in om mediapartijen te overtuigen van het model om zo voldoende inkomsten te genereren om naast operationele zaken ook een goede vermogenspositie op te bouwen.

Primair richt de stichting zich in de opstartperiode op de Nederlandse markt, daarna op de Europese en vervolgens moet het model internationaal worden uitgerold.

STICHTING ROSE REBEL beoogt financieel duurzame artistieke verhalende media te ontwikkelen met een boodschap van maatschappelijke cohesie en heeft geen winstoogmerk.

## **10. SPEERPUNTEN VOOR DE KOMENDE JAREN**

De prioriteiten VAN STICHTING ROSE REBEL voor dit lopende beleidsplan 2018-2022 zijn:

- a) opzetten en (laten) uitvoeren van projecten die vallen binnen het doel van de Stichting
- b) samenwerken met (internationale) partners die meerwaarde toevoegen aan zowel de kwaliteit van de projecten als aan het publieksbereik en maatschappelijk draagvlak



- c) een betere merkpositie en het structureel vergroten van de inkomstenstroom en vermogenspositie.

Deze drie zaken worden hieronder elk apart kort uitgewerkt. In de praktijk zijn ze niet zo strikt gescheiden, maar vullen ze elkaar vaak aan. Het zijn zaken die niet binnen een jaar te realiseren zijn, maar wel voortdurend een rol spelen bij het maken van keuzes.

### **A. Opzetten en (laten) uitvoeren van projecten**

De kernactiviteit van de STICHTING ROSE REBEL is het opzetten en uitvoeren van projecten van verhalende media, film en foto-film die een gevoel van 'common humanity' en 'shared humanity' te bevorderen. De stichting wil de projecten ook gebruiken om, via intellectueel eigendom, vermogen en zekerheden op te bouwen om de groei van het aantal projecten en de grootte ervan te realiseren.

### **B. Samenwerken met (internationale) partners**

In het Nederlandse en in internationale medialandschap is het van belang om je goed te kunnen binden met belangrijke marktpartijen, die de stichting inhoudelijk, financieel en facilitair kunnen ondersteunen. Op dit moment bestaat het samenwerken reeds uit het aangaan van inhoudelijke, facilitaire, financiële en - partnerrelaties, in de toekomst moeten er ook partnerships op sponsor- basis gaan ontstaan.

Het helpt de stichting ook om zich op de kaart te zetten binnen het Nederlandse en internationale digitale landschap als een organisatie die een duidelijk gedefinieerde behoefte vervult. Van daaruit kunnen nieuwe initiatieven voortkomen, zoals een rol als distributeur bijvoorbeeld. Deze vormen kansen voor de stichting om de basis verder te versterken.

Een belangrijke rol wordt weggelegd voor het opzetten, vullen en beheren van private fondsen, bijvoorbeeld in samenwerkingen met partijen die culturele waarden ondersteunen en stimuleren.

### **C. Een goede merkpositie en vergroten inkomstenstroom**

Het is van groot belang om de stichting op de juiste manier te laten communiceren en zo de markt ervan te overtuigen dat de stichting een toegevoegde waarde heeft. Voor het publiek moeten verhalende media, foto-film en film projecten die expliciet beogen harmonie in de wereldsamenleving te bevorderen als waardevol gezien worden.

Bij een goede merkpositie hoort ook een betere uitstraling van de stichting. Een website die aansluit op de idealen van de Stichting, met goede online tools en communicatiekanalen vormen de basis. Creativiteit en innovatie vormen de triggers om de online-omgeving de juiste uitstraling te geven binnen een efficiënt en kostenbewust design.

## 11. FINANCIËLE GEGEVENS STICHTING ROSE REBEL

Het financieel streven voor de komende vier jaar (2019-2022) is middels fundraising gericht op de drie pijlers 40.000 euro bijeen te brengen. Deze gelden worden voor 100% besteed aan de documentaires, de foto-film projecten en naslagwerken en bekendmaking daarvan.

### FINANCIËLE PROGNOSE STICHTING ROSE REBEL 2019-2022

Verwachte Inkomsten	2019	2020	2021
Crowd funding	5.000	10.000	5.000
Donaties			
Bedrijven	2.500	5.000	7.500
Prive	5.000	10.000	15.000
Fondsen	5.000	10.000	12.500
<b>Resultaat</b>	<b>17.500</b>	<b>35.000</b>	<b>40.000</b>

Verwachte uitgaven	2019	2020	2021
<b>Organisatie (3%)</b>	<b>525</b>	<b>1050</b>	<b>1200</b>
kantoorbenodigdheden	25	50	50
telefoon / internet	100	200	250
porti en verzendkosten	50	50	50
druk- en kopieerkosten	25	50	50
vakliteratuur	10	20	50
lidmaatschappen	50	100	150
representatie en pr	20	40	40
administratiekosten	40	80	80
externe adviseurs	90	180	200
verzekeringen	50	100	100
bankkosten	25	50	50
overige organisatiekosten	10	20	20
doorbelaste organisatiekosten	30	110	110
<b>Marketing (7%)</b>	<b>1225</b>	<b>2450</b>	<b>2800</b>
Publiciteit	625	1250	1500
Professionals	450	900	900
Overige kosten	150	300	400
<b>Eva's Mission Film</b>	<b>12.000</b>	<b>24.000</b>	<b>10.000</b>
Financiële steun	11000	22.000	9.000
Steun anderszins	1000	2.000	1.000
<b>iKisstheWorld Foto-film</b>	<b>2.000</b>	<b>4.000</b>	<b>10.000</b>
Financiële steun	1000	2000	4000
Steun anderszins	1000	2000	4000
Steun culturele projecten kinderen in achterstandssituaties	<b>875</b>	<b>1.750</b>	<b>2.000</b>
Steun overige culturele en educatieve projecten gericht op verdraagzaamheid, harmonie en cohesie in de samenleving	<b>875</b>	<b>1.750</b>	<b>14.000</b>
<b>Resultaat</b>	<b>17.500</b>	<b>35.000</b>	<b>40.000</b>

## Toelichting

De verwachte inkomsten zijn gebaseerd op een geschatte procentuele verhouding van de totale inkomsten:

1. **Crowdfunding:** 30%. We gaan uit van een grote crowdfunding-campagne (>10.000€) in het ene jaar en een kleiner crowdfunding campagne (<5000€) per twee jaar. Tegelijkertijd willen we het percentage inkomsten uit crowdfunding geleidelijk aan afbouwen naar circa 15% (2021) van de inkomsten, naarmate we meer structurele inkomsten uit fondsen, bedrijven en privé-sponsors zullen verkrijgen.
2. **Donaties:** 40% (oplopend naar 55% in 2022). We streven met name naar het verder ontwikkelen van banden met bedrijven en high-net persons die onze doelen en dromen delen, en waarmee we tot een succesvolle samenwerking kunnen komen om maatschappelijke cohesie en harmonie in de wereldsamenleving te bevorderen door inspirerende creatieve en kunstzinnige projecten. Het ontwikkelen van dergelijke samenwerkingsverbanden kost tijd en daarom is onze prognose dat de procentuele bijdrage in het totale resultaat van Stichting Rose Rebel over de jaren zal toenemen.
3. **Fondssubsidies:** 30%. Het aanbod van fonds-subsidies biedt naar onze inschatting minder ruimte tot uitbreiding, aangezien het een beperkt aanbod is binnen het Nederlandse subsidieveld. Wel denken we geleidelijk aan meer geld via Fondsen te genereren, wanneer de resultaten die we boeken met onze Stichting Rose Rebel meer zichtbaar worden en het vertrouwen van Fondsen in het bewezen succes van onze creatieve projecten toeneemt.

### Uitgaven:

We gaan uit van een 3% norm voor organisatie en administratie en 10% besteding aan marketing. Hiermee geven we aan dat 90% van de gelden ingezet worden voor de beoogde projecten. We vinden het belangrijk dit te communiceren naar onze achterban. Gezien de focus op crowdfunding en het aantrekken van sponsors, richten we ons met een 10% van het budget op marketing, publiciteit en het aantrekken van professionals gespecialiseerd in crowdfunding en/of benaderen high-net partners teneinde een zo groot mogelijk resultaat te behalen. We gaan uit van een consistente investering in marketing voor het optimaliseren van de resultaten: wanneer in een jaar minder de nadruk ligt op crowdfunding, verdubbelen we de effort in het vinden van partners in het bedrijfsleven en vice versa.

We verwachten dat met de première van de film Eva's Mission in 2019 en een bijbehorend festival met goede doelen gelden op te brengen. Ook zullen we bekijken in hoevere we bv in samenwerking met sportverenigingen een sponsorloop kunnen organiseren, waarvan de gelden ten goede komen aan het uitdragen van wat ons deelt. Sport verbreedert en we zien dan ook mogelijkheden om ons de komende jaren met –sport-bedrijven en verenigingen te verbinden.

De ondersteuning voor de film is onderverdeeld in financiële ondersteuning en overige kosten, hierbij wordt gedacht aan ondersteuning in de vorm van het inschakelen van externe adviseurs, reiskosten en dergelijke. De nadruk in de eerste twee jaar ligt op een

bijdrage leveren aan realisatie en educatieve distributie van de film. Daarna richten we ons vooralsnog meer op het foto-film project.

De steun culturele projecten kinderen in achterstandssituaties betreft een financiële bijdrage aan culturele projecten voor kinderen in achtergestelde situaties, bv. in Afrika en vergelijkbare goede doelen wereldwijd. Een voorbeeld is de inzameling van boeken voor de bibliotheek van de Girl Child Network Sierra Leone in Freetown. Voorbijdragen aan educatieve en culturele projecten voor kinderen in achterstandssituaties wordt 5% van de inkomsten van de stichting gereserveerd.

Overige culturele en educatieve initiatieven betreft de mogelijke aanvragen voor nieuwe projecten die de stichting ontvangt en waar de stichting zich aan zal verbinden. Het percentage zal per jaar oplopen daar het project waar de stichting zich nu mee heeft verbonden ([www.evasmission.com](http://www.evasmission.com)) naar prognose in 2019/2020 klaar zal zijn.

## **12. BESTUUR**

De bestuursleden ontvangen voor de werkzaamheden die ze als zodanig voor STICHTING ROSE REBEL verrichten, geen vergoeding.

Het bestuur van de stichting zal vanaf de oprichting van de stichting:

- geen vergoeding ontvangen
- geen vacatiegelden ontvangen
- geen onkostenvergoeding ontvangen

Amsterdam, Oktober 2018