



# **Stichting SQPN Jaarplan 2018**

## Hoofdstuk 1: Lange termijndoelen

### §1.1. Doelstelling

De katholieke Kerk werkt al twintig eeuwen lang in de voorhoede van de samenleving om mensen te helpen en te inspireren. Daarbij gebruikte ze vaak de nieuwste media om haar missie uit te voeren.

De laatste tijd echter lijkt de kerk in de westerse samenleving steeds minder effectief in het doorgeven van haar boodschap. Haar aanwezigheid in de bestaande media is snel teruggelopen, en de kerk heeft een flinke achterstand op andere partijen als het gaat om de inzet van nieuwe media. Vergelijkbare problemen zie je ook bij andere kerkgemeenschappen.

Het verdwijnen van het geloof uit de samenleving heeft niet alleen consequenties voor de kerken, maar ook voor de maatschappij. Doordat de taal en de waarden van het geloof vaak niet meer begrepen worden ontstaat er vervreemding en zelfs wantrouwen jegens religieuze groepen in de samenleving.

Tegelijkertijd is er in de katholieke Kerk onder paus Franciscus een sterke impuls ontstaan om juist weer contact te maken met de samenleving, en als kerk een open, dienstbare houding aan te nemen waarin zij de randen van de samenleving weer opzoekt. Deze impuls roept wereldwijd veel enthousiasme en élan op.

Trideo wil dit enthousiasme en élan versterken door de zwakste schakel tussen kerk en samenleving weer te versterken: met gebruik van de moderne media. In het snel veranderende medialandschap wil Trideo in de voorhoede opereren om de kloof tussen geloof en de cultuur van vandaag te overbruggen. Niet alleen omdat dit belangrijk is voor de toekomst van de kerk, maar ook omdat wij geloven dat haar boodschap van belang is voor de toekomst van de samenleving.

En dat doet Trideo op dezelfde hartelijke en uitnodige manier als paus Franciscus dat doet. Met gevoel voor humor, met nieuwsgierigheid naar de wereld om ons heen, met een open en dienstbare mentaliteit die niet veroordeelt, maar opzoekt en uitnodigt.

### §1.2. Visie

Wij geloven dat iedere mens ernaar verlangt om te geloven, te hopen en lief te hebben. En dat de media daarmee kan helpen in een harder wordende samenleving die dat steeds moeilijker maakt.

### §1.3. Missie

Wij maken persoonlijke, toegankelijke en aantrekkelijke mediaproducties voor jongeren en jonge volwassenen die het katholieke geloof verbinden met de leefwereld van nu. We verspreiden die via sociale netwerken en via partners die betalen voor de producties.

### §1.4. Doelgroep

We richten ons primair op de generatie jongeren en jonge volwassenen die zijn opgegroeid in het digitale tijdperk. De traditionele wereld van het geloof is voor hen het verste weg. Maar ook andere doelgroepen kunnen makkelijk aanhaken bij de laagdrempelige programma's die we maken.

De belangrijkste secundaire doelgroep is die van betrokken gelovigen van een wat oudere leeftijd. Omdat zij het belangrijk vinden de waarden en het geloof waaruit zij zelf leven door te geven aan de nieuwe generaties vind je vaak ambassadeurs en sponsors in deze groep.

### §1.5. Onderwerpskeuze

Voor de keuze van onze onderwerpen kijken we naar populaire interessegebieden waar al een natuurlijke vraag bestaat naar informatie.

## Hoofdstuk 2: Doelen voor 2018

### §2.1. Ambities

#### Community

We willen in 2018 het draagvlak voor onze missie vergroten door meer in te zetten op sociale media. Daarmee wordt dit zowel ons voornaamste distributieplatform als de plek waar mensen samenkomen rond onze programma's.

Voor donateurs en andere geïnteresseerden willen we een workflow opzetten zodat we regelmatig een interessante nieuwsbrief kunnen uitbrengen.

#### Producties

Elke maand maken we twee soorten producties. Als eerste maken we producties voor onszelf. We gaan verder met *The Daily Breakfast* die we als video distribueren op YouTube en als audio (podcast) via de website van Trideo in het Engels voor een internationaal publiek. Daarnaast hervatten we de productie van *The Walk*, een Engelstalige podcast, op verzoek van onze luisteraars. Tenslotte willen we ook elk kwartaal een documentaire maken op basis van het materiaal dat we voor *Roderick Zoekt Licht* hebben gefilmd. Deze documentaires zullen in het Engels zijn. In een later stadium kunnen we dit in het Nederlands ondertitelen.

Daarnaast willen we doorgaan met het maken van *Roderick Zoekt Licht* voor KRO-NCRV. We hebben voor de eerste helft van 2018 al de toezegging voor vijf afleveringen.

### §2.2. Strategische doelstellingen

#### Ontwikkeldoel voor 2018: Kindercatechese

We willen in 2018 beginnen met het maken van een educatief pakket, op dezelfde manier als nu de LEGO-filmpjes worden gemaakt. We denken hierbij aan een verhaaltje met plaatjes en verwerkingsvragen. Dit is iets dat veel kinderwoorddiensten ook doen. Het moet een pakket worden dat mensen kunnen kopen. De doelgroep bestaat uit ouders, leerkrachten en catecheten. Het materiaal wordt op de luchtige manier gebracht waar we al om bekend staan.

We gaan hiervoor een visie schrijven waarin we uiteenzetten waarom wij denken dat dit potentie heeft en wat dit in de toekomst kan betekenen voor de kerk wereldwijd. Ook gaan we onderzoeken hoe we toegang krijgen tot de markt en hoe we draagvlak onder catecheten kunnen creëren. We willen hier een substantiële inkomensstroom van maken zodat we minder afhankelijk worden van opdrachten voor derde partijen. De inkomsten gebruiken we voor het maken van onze eigen producties voor evangelisatiedoelinden.

## Optimaliseren organisatie

In 2018 willen we voortbouwen op het in 2017 ingezette traject van organisatorische optimalisatie. We hebben de meeste processen in kaart gebracht en gebruiken software voor onze planning.

Hierdoor zijn de lacunes in de organisatie beter zichtbaar geworden. Zo merken we dat we administratieve ondersteuning nodig hebben voor onder andere het factureren, het uitvoeren betalingen en het bijhouden van het archief.

Ook is er ondersteuning nodig op het gebied van marketing en communicatie. Te denken valt aan iemand die onze achterban via een nieuwsbrief en via de sociale media op de hoogte houdt.

Tenslotte merken we dat we snel aan onze capaciteit zitten doordat we veel meer producties zijn gaan maken. Als we iemand kunnen vinden die ons helpt met de montage van videomateriaal creëren we meer capaciteit voor creatieve processen.

### §2.3. Lange termijn

Ook in Nederland is Trideo nodig. We kunnen Nederland niet in de steek laten. Het is onze legitimatie voor ons als stichting, maar ook voor het werk van Roderick Vonhögen. Er is alleen nog weinig draagvlak, omdat weinig mensen van ons gehoord hebben. Daarom maken we op dit moment vooral internationale producties die als vliegwiel dienen voor tractie. De meeste jongeren hebben geen enkel probleem met Engelstalige content.

Als we erin slagen om in 2018 meer inkomsten te verwerven en onze organisatiestructuur nog verder kunnen optimaliseren is het mogelijk om op de lange termijn meerdere programmamakers aan te trekken. Hierdoor kunnen we een gevarieerder aanbod aanbieden en ook producties maken die interessant zijn voor de Nederlandse markt.

Een van onze lange-termijn doelstellingen is dan ook het vinden van een sponsor om een programma te maken voor de Nederlandse (jongeren) markt. We hebben wel visie en we weten wel hoe, maar we hebben er niet de capaciteit voor.

## Begroting Stichting SQPN 2018 (versie 3)

### BATEN

<i>Uit 2017 en eerder</i>	Bulkstorting Patreon vanuit PayPal **1	€ 40.000,00
<i>Opdrachten voor derden</i>	KRO-NCRV	<u>€ 74.150,00</u>
	<b>Subtotaal</b>	<b>€ 114.150,00</b>

<i>Donaties en giften</i>	Via maandelijksse overschrijving	€ 7.000,00
	Via PayPal	€ 60,00
	Via Patreon	<u>€ 15.600,00</u>
	<b>Subtotaal</b>	<b>€ 22.660,00</b>

**Totaal Baten** € 136.810,00

**Resultaat** € -

### LASTEN

<i>Bedrijfsvoering</i>	Bankkosten + abonnementen	€ 1.310,00
	Hardware/ software	€ 3.000,00
	Vrijwilligersvergoedingen	€ 3.000,00
	Reservering ontwikkeling kindercatechese	€ 40.000,00
	Reservering Aartsbisdom	<u>€ 30.000,00</u>
	<b>Subtotaal bedrijfsvoering</b>	<b>€ 77.310,00</b>

<i>Promotie</i>	Ontwerp logo/ briefpapier	€ 5.000,00
	Online promotie/advertenties	€ 2.000,00
	Kosten Nieuwsbrief	<u>€ 1.500,00</u>
	<b>Subtotaal promotie</b>	<b>€ 8.500,00</b>

<i>Productiekosten</i>	Vergoeding technici	€ 10.000,00
	Salariskosten	€ 30.000,00
	Materiaalkosten	€ 4.000,00
	Reiskosten	€ 4.000,00
	Onvoorzien	<u>€ 3.000,00</u>
	<b>Subtotaal Productiekosten</b>	<b>€ 51.000,00</b>

**Totaal Lasten** € 136.810,00

## Toelichting op de begroting

\*1 Betreft een cumulatief bedrag sinds het aanmaken van het Patreon account in 2016, dit zijn dus geen reguliere inkomsten. Met ingang van 2018 worden de inkomsten Patreon per kwartaal gestort.