



Stichting SQPN
Jaarplan 2016

Hoofdstuk 1: Lange termijndoelen

§1.1. Visie

De huidige generatie volwassenen (25+) is vaak niet meer gelovig opgevoed en staat redelijk blanco tegenover religie. Tegelijkertijd staat zij zeer bewust in het (drukke) leven en staat zij autonoom ten opzichte van autoriteit en/of instituten. Deze generatie hecht sterk aan vriendschap, staat open voor adviezen en heeft belangstelling voor rituelen.

Deze generatie maakt steeds meer gebruik van sociale media en zoekt in het overweldigende aanbod op internet inspiratie en advies. En in deze stroom van informatie wil Trideo eruit springen met een laagdrempelig en speels aanbod dat mensen raakt en bij elkaar brengt.

Net zoals de Ster van Bethlehem verscheen in de cultuur van de Drie Wijzen en hen uitnodigde om op reis te gaan, wil SQPN de popcultuur gebruiken om mensen uit te nodigen voor een ontdekkingsreis en een ontmoeting met Christus.

§1.2. Missie

De missie van Stichting SQPN kan als volgt worden omschreven: "We willen de nieuwe generatie volwassenen (25+) op een laagdrempelige en speelse manier kennis laten maken met, en elkaar laten ontmoeten rond, de blijde boodschap van Jezus Christus door gebruik te maken van digitale en andere moderne media. Naast deze toeleidende producties willen we ook verdiepende programma's maken voor catechetische doeleinden"

Deze informatie wordt in de vorm van 'on-demand' mediaproducties via audio (podcasts) en video (Youtube) in meerdere talen gemaakt voor een internationaal publiek.

De focus ligt hierbij op het bouwen van bruggen tussen de dominante cultuur in de Westerse wereld en de religieuze traditie van de Rooms-katholieke kerk. Hiermee wordt een publiek bereikt dat weinig tot geen binding met de kerk heeft, maar hier wel potentieel in geïnteresseerd zou kunnen zijn.

Hoofdstuk 2: Doelen voor 2016

§2.1. Ambities

Community

Vanuit onze visie is de gemeenschap rondom het platform Trideo de meest belangrijke ambitie. Omdat de ontmoeting rondom de blijde boodschap van Jezus Christus begint bij vriendschap, willen we veel van onze middelen steken in het opbouwen van deze gemeenschap. Te denken valt aan actieve deelname op sociale netwerken en de promotie van onze bijdragen om zo nog meer mensen te bereiken. Ook willen we regelmatig rekenschap afleggen van wat we doen via een online nieuwsbrief en actief aanwezig zijn op evenementen met een stand.

Producties

Stichting SQPN heeft uitstekende mediacontacten en wil deze gebruiken om opdrachten te krijgen voor uitzendingen op de Nederlandse televisiezenders. Aan de ene kant verdienen we hiermee geld dat we gelijk weer kunnen investeren in onze evangelisatie-activiteiten en aan de andere kant bereiken met onze producties een breed publiek. We denken ongeveer één uitzending per kwartaal te kunnen produceren en wellicht een extra uitzending in de zomervakantie, dus vijf televisieproducties in totaal. Omdat in de mediawereld de montage software AVID standaard is, vergt dit een eenmalige investering om een eigen montage set te verwerven die zich met het maken van betaalde opdracht zelf weer terugverdient.

Daarnaast willen we een aantal producties maken voor de verspreiding via sociale netwerken. Te denken valt aan een nieuwe serie LEGO video's waarin kerkelijke feestdagen en evenementen worden uitgelegd. Daarnaast gaan we op zoek naar nieuwe, jonge, talenten die voor ons willen gaan vloggen.

§2.2. Strategische doelstellingen

Optimaliseren organisatie(structuur)

De focus van het bestuur ligt op het maken van beleid, het geven van richting aan het productieteam en fondswerving. Het productieteam bedenkt onderwerpen voor producties en coördineert vervolgens de opnames, montage en publiciteit. Wanneer nodig worden er extra freelancers ingehuurd. Te denken valt aan camera- en geluidsmensen en editors.

We hopen het nieuwe bestuur en het productieteam halverwege het jaar te hebben ingewerkt, zodat we in het derde kwartaal kunnen beginnen met het vinden van nieuwe gezichten en onszelf definitief op de kaart te zetten als mediapartner voor (katholieke) organisaties.

Fondswerving

In de afgelopen jaren lag de nadruk vooral op het vergroten van het aantal donaties. Dit heeft als resultaat opgeleverd dat we inderdaad ook meer regelmatige donaties binnenkrijgen via Patreon, PayPal en via maandelijkse bankoverschrijvingen. Het gaat om kleine bedragen. Tegelijkertijd zijn de kosten ook gestegen omdat videoproductie duurder is dan audioproductie. We moeten daarom ook op zoek naar substantiële financiering via de fondsen.