



Beleidsplan LPB media 2024 – 2027



Versie 1

29 mei 2024

Na evaluatie ongewijzigd verlengd tot en met 2027 op 1 juni 2026.



I. *Introductie*

LPB media heeft als missie: “Wij geloven dat we door ons werk en met eigentijdse media mensen dichterbij God mogen brengen.” De organisatie streeft ernaar mensen, gelovigen en werkers in de kerken, te inspireren en toe te rusten. De organisatie doet dit met de inzet van een beperkt aantal medewerkers en een grote groep vrijwilligers. Op die manier houdt de organisatie de kosten voor realisatie van de missie laag.

De organisatie wordt voor een groot deel financieel gedragen door donateurs. Met hun regelmatige bijdrage laten zij zien dat het werk waardevol is. Tegelijk kan worden vastgesteld dat het aantal donateurs jaarlijks terugloopt. Dat heeft o.a. te maken met de vergrijzing en de maatschappelijke trend waarbij jongere mensen zich niet snel langjarig binden aan een vereniging of een goedbedoelde organisatie. De terugloop van het aantal donateurs maakt dat de slagkracht van LPB media kleiner is dan voorheen.

Bestuur, medewerkers en vrijwilligers zijn ervan overtuigd dat de organisatie met haar inspanningen luisteraars en kijkers bemoedigt en inspireert. Dat motiveert hen zich meer dan gemiddeld in te spannen voor een mooi resultaat. Zij bidden daarbij om de zegen van God.

Dit beleidsplan kan worden gezien als een intermezzo. Het plan heeft een korte horizon omdat de organisatie begint aan een periode van strategische herbezinning. De nota bevat wel strategische plannen maar wil vooral ook de strategische vragen formuleren waarop op afzienbare termijn een antwoord moet komen.

I. *Missie en Visie*

De missie van de organisatie luidt: LPB media brengt met eigentijdse media geloof en kerk dichtbij mensen.

De visie luidt, samengevat: Wij geloven dat we door ons werk mensen dichterbij God mogen brengen. LPB media wil binden en verbinden. Daarmee maken we zichtbaar hoe geloofsovertuiging, onderlinge betrokkenheid, omzien naar elkaar en levensinvulling concreet kunnen worden in het dagelijks leven.

II. *Doel en grondslag*

Artikel 1

1. De stichting draagt de naam Stichting LPB media.
2. Zij heeft haar zetel in Zwolle

Art. 2

1. De stichting heeft tot doel het algemeen belang te dienen door:



- a. Geloof en kerk met eigentijdse media dicht bij mensen te brengen;
 - b. Het bieden van ondersteuning aan patiënten- en gehandicaptenorganisaties;
 - c. Het bevorderen van deelname aan kerkelijk leven door kerkleden met een leeshandicap of een andere vorm van beperking.
2. De stichting kan haar doel verwezenlijken met alle wettige middelen, waaronder:
 - a. Het produceren en beschikbaar stellen van beeld- en geluidsopnamen en/of van de apparatuur voor de vervaardiging van opnamen;
 - b. Met inzet van online middelen, technische en inhoudelijke kennis christenen - jong en oud – te activeren en te stimuleren;
 - c. Kennis, ervaring en apparatuur op mediagebied beschikbaar stellen;
 - d. Het bieden van secretariële ondersteuning en andere bestuursondersteuning;
 - e. Het verzorgen van digitale ledenadministraties, salarisadministraties en/of financiële administraties;
 - f. Het vormgeven en verzenden van drukwerk, correspondentie, voorlichtingsmateriaal en het bieden van ondersteuning bij digitale communicatie.
 3. De stichting verricht haar werkzaamheden op grondslag van de Bijbel en de daarop gegronde drie formulieren van eenheid.
 4. De stichting beoogt niet het maken van winst.

III. Ontstaansgeschiedenis

LPB media is ontstaan uit de samenvoeging van twee organisaties: Bralectah en De Luisterpost. De eerste organisatie werd in 1958 in het leven geroepen om de belangen van blinden en slechtzienden te behartigen bij publieke instellingen. De organisatie maakte zich ook sterk om deze doelgroepen te ondersteunen met Braille en Grootletter. Later werd gestart met het inspreken van christelijke lectuur (kranten en tijdschriften en boeken). Op deze wijze werden geschreven teksten voor deze doelgroep toegankelijk gemaakt.

De Luisterpost is een dochterorganisatie van Bralectah. Deze stichting werd opgericht om de activiteiten van Bralectah te verbreden naar andere doelgroepen. Dit gebeurde met steun van de diaconieën. De Luisterpost begon met de registratie van kerkdiensten en allerlei christelijke evenementen. Met behulp van deze opnamen (bandrecorder) werden deze evenementen thuisbezorgd bij mensen die oud of ziek waren. Zo konden zij, die zelf niet meer konden deelnemen aan deze evenementen, deze achteraf toch een beetje meebelevén.

Rond de eeuwwisseling werden beide organisatie samengevoegd tot stichting De Luisterpost|Bralectah. Een deel van de werkzaamheden – het inlezen, het opmaken in grootletterformaat en het verspreiden van de producten - werd daarbij overgedragen aan de Christelijke Blinden Bibliotheek (CBB). De stichting behield daarbij een zekere verantwoordelijkheid door toe te zien op de voortzetting van de ontsluiting van christelijke en gereformeerde lectuur voor de doelgroepen.

De organisatie ging met haar tijd mee. Er werd aanvankelijk gebruik gemaakt van de bandrecorder als geluidsdrager. Later werd, met de tijd mee, overgeschakeld op cassette, cd-rom, dvd en nu internetmogelijkheden.



Op dit moment maakt de organisatie, inmiddels omgedoopt tot LPB media, nog steeds allerlei registraties van christelijke evenementen ten behoeve van de donateurs en andere volgers. Het gaat daarbij om bijvoorbeeld: kerkdiensten, lezingen, concerten en natuurprogramma's. Deze registraties worden via een apart mediaplatform, Beleefmee.nl, toegankelijk gemaakt.

IV. De taken en werkzaamheden

Eigen programmering: Platforms Beleefmee en Opkijken en hun doelgroepen

De producten worden aan donateurs en andere belangstellenden doorgegeven via het platform www.beleefmee.nl. Ten behoeve van werkers in de kerken is het platform www.opkijken.nl gelanceerd. Op dit platform wordt allerlei audio- en videomateriaal verzameld die goed bruikbaar zijn door werkers in de kerken. Het materiaal is gevonden en redactioneel beoordeeld uit het wereldwijde aanbod op het internet. Uit dat grote aanbod maakt de redactie een selectie die de theologische en pedagogische toets kunnen doorstaan. De werkers weten zo dat ze met betrouwbare producten te maken hebben. Dat bespaart hun tijd en energie.

Doelgroepen

Beleefmee.nl voor ouderen en zieken en mensen met een beperking

Beleefmee.nl is gericht op de doelgroep gelovigen in de kerken in, met name, Nederland. De doelgroep bestaat, naar wordt aangenomen, voor een groot deel uit 60-plussers. Datzelfde geldt ook voor de donateurs. Analyse van het donateursbestand laat zien dat dit de mensen zijn die zich in het verleden hebben verbonden aan De Luisterpost en Bralectah. Zij helpen mee het werk van LPB media te dragen. Het betreft een groep trouwe donateurs, die de organisatie niet snel in de steek laten. Zij zijn van huis uit gewend om medeverantwoordelijkheid te nemen voor maatschappelijke activiteiten die zij vanuit hun geloofsovertuiging een warm hart toe dragen. Het bestuur is deze medestanders zeer erkentelijk voor hun bijdrage.

Kanttekening: Maar met deze duiding is ook een risico voor de organisatie geschetst. Immers als er geen jongere mensen worden bereikt die ook gaan bijdragen, zal het draagvlak onder LPB media gaandeweg versmallen. Dat gaat ten koste van de slagkracht van de organisatie. Tot voor kort heeft LPB media beperkt energie gestoken in PR en marketing rondom het aanboren van een nieuwe en jongere doelgroep. De geschetste ontwikkeling maakt het nodig dat daarvoor in de toekomst meer aandacht komt.

Opkijken.nl voor Werkers in de kerken



Opkijken.nl is gericht op werkers in de kerk: predikanten, catecheten, pastorale werkers, jongerenwerkers. Maar ook op technici die zich bezighouden met beeld en geluid. Opkijken.nl verzamelt inspirerende en instructieve producties en worden ter beschikking gesteld die kunnen helpen in het werk binnen de kerken. Het gaat om inspirerende video's, maar ook om video's over methodieken en werkwijzen en beproefde praktijken.

Kanttekening: Professionals en semiprofessionele vrijwilligers zijn in de afgelopen decennia minder afhankelijk geworden. Het wereldwijde web biedt talloze mogelijkheden om materiaal te vinden dat helpt in het eigen werk. Bovendien is Opkijken.nl niet de enige bron waaruit kerkelijke werkers putten. Collega-organisaties in de kerken kennen soortgelijke websites als : Leren in de Kerk (Kerkpunt). Onderzocht moet worden welke meerwaarde de doelgroep kerkelijke werkers aan het platform toekent. Kennenzij het platform en maken zij er ook gebruik van ? Het is zeker de moeite waard om na te gaan hoe Opkijken.nl nog op andere manieren kan worden ingezet voor verwezenlijking van de missie van LPB media. Een punt is dat LPB media sinds kort niet meer over de theologische know how beschikt zoals voorheen het geval was. Dus is het nodig om na te denken over de vraag hoe de inhoudelijke expertise kan worden georganiseerd om de site actueel en op kwaliteit te houden.

Faciliterend

- a. LPB media verricht diverse werkzaamheden voor de kerken verbonden aan de NGK. Om een indruk te geven: LPB media is, samen met het Steunpunt Kerkenwerk, verantwoordelijk voor vrijwel alle administratieve processen en mail- en websitebeheer.
- b. LPB media is verantwoordelijk voor de streaming van de synodevergadering van de NGK. De synode wil op deze manier transparant zijn in haar werk.
- c. Ook voor een aantal individuele kerken is het beheer van de website in handen van LPB media.

Overige taken en werkzaamheden

In de loop der jaren heeft LPB media veel werkzaamheden naar zich toe getrokken die oorspronkelijk niet bij de organisatie hoorden. Daarvoor waren er vaak goede redenen bijvoorbeeld om de relevantie van de organisatie voor donateurs en belanghebbenden te versterken. Maar het heeft er ook toe geleid dat minder duidelijk werd waar nu precies de core-business van de organisatie ligt: wat kerntaken zijn en wat niet.

Dat is voor een organisatie met een heel beperkte vaste bemensing een risico. Medewerkers kunnen daardoor op den duur ten onrechte het gevoel krijgen dat ze tekortschieten omdat ze onvoldoende toekomen aan al het werk dat gedaan moet worden. Ze zijn dan gedwongen hun aandacht over te veel taken te spreiden. Dat kan het gevoel geven dat het werk dat je doet onvoldoende 100% aandacht kunt geven. En eerlijk geschreven, een deel van de taken krijgt dan ook daadwerkelijk onvoldoende aandacht. Dat leidt tot kwaliteitsverlies.

LPB media beheert een aantal websites, die wel in lijn zijn met de missie en visie van de organisatie maar waarvoor weinig tijd en energie in de organisatie beschikbaar is:

- a. Bijbelcursus.nl
- b. Kerkzijnonline.nl
- c. Vragenovergeloven.nl
- d. Internetkerkdiensten.nl



De komende periode vindt bezinning plaats op de range van taken die op dit moment onder de vlag van LPB media worden behartigd. Daarbij wordt toegewerkt naar het maken van keuzes en hoopt de organisatie onderscheid te maken tussen:

- a. Taken die – gezien misse en visie - in het hart liggen van de LPB media, de kernactiviteiten. Die taken worden voortgezet;
- b. Taken die beter door een andere organisatie kunnen worden gedaan, gezien de aard van het werk en de beschikbare expertise. Die taken kunnen worden overgedragen aan vrijwilligers of aan een andere organisatie zo die te vinden zijn;
- c. En taken die minder relevant zijn en die ook niet kunnen worden overgedragen of volledig stopgezet.; Deze taken kunnen dan worden afgebouwd.

Taken die voortvloeien uit structurele samenwerking

Het bestuur van LPB media vormt een personele unie met de besturen van verenigingen Steunpunt Bijbelstudie en De LOK (landelijke organisatie voor ondersteuning kerktechniek).

Het Steunpunt Bijbelstudie streeft doelen na die geheel in lijn liggen met missie en visie van LPB media: mensen dichterbij God brengen. Het Steunpunt doet dit met geschreven woord en LPB media met technische ondersteuning. Wat de inhoud betreft zou het Steunpunt misschien beter af zijn bij de organisatie Kerkpunt. LPB media ondersteunt echter het Steunpunt op allerlei relevante manieren. Bijvoorbeeld door mee te werken aan het maken van het magazine WegWijs; LPB media verrijkt het blad met geluids- en videomateriaal dat via een QR-code toegankelijk wordt gemaakt. LPB media is ook de vormgever van het blad en draagt zorg voor het drukwerk en de logistiek.

De LOK is een vereniging die kerken helpt bij de aanschaf en de inrichting van beeld en geluid in het kerkgebouw. LPB media levert expertise aan deze vereniging. Deze werkzaamheden passen goed bij LPB media, gezien de technische know how waarover de organisatie beschikt. Het gaat daarbij om het geven van Webinars, onafhankelijke adviezen voor kerktechnici en het voeren van de administratie.

V. Vrijwilligers

LPB media kent vele vrijwilligers. Het zijn mensen die – soms al voor langere tijd – verbonden zijn aan de organisatie. Zij zijn onmisbaar voor de uitvoering van de missie. De meeste van hen zijn technici die de medewerkers helpen als er sprake is van streaming of registratie van grotere evenementen. Zij helpen dan als cameraman of –vrouw, als geluidsman of –vrouw, als flourmanager e.d. Een groot deel



van deze vrijwilligers is al lang verbonden aan LPB media. Zij kennen de organisatie en ze voelen zich ook verbonden met de organisatie (belonging).

Kanttekening:

In de afgelopen jaren is de beschikbaarheid van vrijwilligers afgenomen. Het corps vrijwilligers is qua omvang redelijk stabiel, groeit dus niet. Dat betekent dat op den duur het aantal vrijwilligers kleiner zal worden vanwege bijvoorbeeld de leeftijd.

LPB media kent nogal wat oudere vrijwilligers (60+). Zij hebben veel ervaring, maar worden gaandeweg minder flexibel en ze reizen minder gemakkelijk.

Een deel van de vrijwilligers is wel jonger in leeftijd (40-50). Zij hebben vaak een druk leven met gezin en werk. Dat beperkt hun mogelijkheden om ingezet te worden. En vrijwilligers die laagfrequent worden ingezet verliezen op den duur hun vaardigheden.

Jongeren laten zich niet gemakkelijk betrekken in een langjarige rol bij de organisatie. Zij binden zich niet snel en gaan meer voor kortdurende projectachtige activiteiten. Maar, tot op heden is slechts in zeer beperkte mate ingezet op werving van nieuwe en jongeren vrijwilligers. Bovenstaande laat zien dat dit wel noodzakelijk is.

Vrijwilligers hebben verschillende motieven om vrijwilliger te zijn. Sommigen van hen genieten van het bezig zijn met allerlei technische apparaten. Anderen willen graag mooie producten maken. Weer anderen gaat het erom dat ze ergens bij horen en onderdeel zijn van een organisatie of een team. Zij genieten van het sociale element in het werk. Bij de werving van vrijwilligers is deze kennis van belang.

Vrijwilligers leveren vaak gratis hun bijdrage en soms maken ze zelfs kosten om mee te kunnen doen. Zij doen hun werk niet om er beter van te worden maar om bij te dragen aan het welzijn van anderen en aan een betere wereld. Tegelijk kan een passende waardering wel helpen om gemotiveerd te blijven. Binnen LPB media zijn vrijwilligers doorgaans op sobere wijze verzorgd. Dat past bij een organisatie die bestaat bij gratie van giften van donateurs. Maar om vrijwilligers te binden is het ook nodig deze vrijwilligers te waarderen en dit ook tastbaar te maken. Dat hoeft niet, alleen, met betaling of luxe. Een passende maaltijd op zijn tijd als de vrijwilliger op locatie is en af en toe een blijk van waardering kan eraan bijdragen dat ze met meer plezier hun werk doen.

VI. Samenwerkingsrelaties

LPB media kent een aantal natuurlijke samenwerkingspartners. Heel dichtbij in hetzelfde kantoorpand zijn dat Kerkpunt, Verre Naasten en het Steunpunt Kerkenwerk.

Kerkpunt heeft als doel om gelovigen en werkers in de kerken te inspireren en toe te rusten. De organisatie heeft daartoe veel expertise in huis, onder meer op het terrein van theologie en die van de praktische werkvormen.

De Verre Naasten heeft als missie: geloof delen wereldwijd. Daarbij gaat het niet alleen om het delen van het evangelie maar ook om (ondersteuning van) hulpverlening in allerlei vormen.



Het Steunpunt Kerkenwerk is een vereniging van kerken die haar leden op allerlei wijze faciliteert op terreinen als personeelswerk, financiën, CAO e.d.

De netwerken van deze organisaties overlappen elkaar voor een belangrijk deel en dat geldt ook hier en daar voor de werkzaamheden. Er is dus alle reden om samen te werken. LPB media streeft er naar deze samenwerking te intensiveren. Dat geldt met name voor de samenwerking met het Steunpunt Kerkenwerk. Na het vertrek van de directeur van LPB media, ultimo 2023, heeft het bestuur, met het oog daar op, de directeur van het Steunpunt Kerkenwerk benoemd tot directeur van LPB media.

VII. Samenvatting en Speerpunten voor de komende jaren

Alles overziende kan worden gezegd dat medewerkers en vrijwilligers vanuit een sterke overtuiging en motivatie werken aan de uitvoering van de missie en visie van LPB media. Dat werk wordt de komende jaren voortgezet. Er zijn een aantal trends en ontwikkelingen die vragen om aandacht. De komende jaren wordt extra aandacht gegeven aan onderstaande speerpunten:

1. De vergrijzing van de doelgroep en dragende achterban vraagt om aandacht. De organisatie zal meer energie steken in PR en marketing.
2. LPB media ondersteunt diverse platforms waarvoor soms (ook) theologische en of pedagogische expertise vereist is. Onderzocht wordt hoe het gebrek aan deze kennis kan worden opgevangen.
3. Op basis van de constatering dat het aantal donateurs dalende is, moet de vraag worden beantwoord hoe de dalende inkomsten kan worden ondervangen en welke consequenties er zijn voor de inspanningen van LPB media ten behoeve van de donateurs.
4. De organisatie zet de komende tijd meer in op de werving van jongere vrijwilligers. Er komt meer aandacht voor de waardering van het werk van de vrijwilligers.
5. De komende periode wordt het takenpakket van LPB media onder de loep genomen. Deze strategische verkenning leidt tot een scherpere focus en keuzes voor de organisatie.
6. De komende tijd wordt nagegaan in hoeverre door de doelgroep de meerwaarde van Opkijken wordt beleefd en ook of Opkijken.nl nog op andere wijze kan worden ingezet bij het uitvoeren van de missie, dan nu het geval is.
7. In de planperiode wordt nagegaan hoe de samenwerking van LPB media met verwante organisaties kan worden versterkt.