**Model jaarplan**

**Inleiding**

Bij de oprichting van een (streek)omroep maakt een omroep een bedrijfsplan. Hierin staan de plannen voor de oprichting voor de omroep en waar deze binnen een aantal jaar naar toe moet. Voor omroepen die al langer bestaan geldt dat zij elke vijf jaar, wanneer de aanwijzing wordt vernieuwd, een meerjarenbeleidsplan of een concessiebeleidsplan dienen te maken. Ook hier gaat het om het stellen van langer termijndoelen om ervoor te zorgen dat de organisatie zijn of haar plek in het (lokale) medialandschap kent en behoudt, het financieel gezond blijft en reflecteert op de maatschappelijke rol (ook ten opzichte van de maatschappelijke behoefte).

Maar bovenstaande gaat allemaal over langer termijndoelen, het jaarplan gaat over wat de omroep het komende jaar gaat doen om deze doelen te bereiken. Ook kan het inspelen op nieuwe trends of aandachtspunten die tussentijds aandacht verdienen. Bijvoorbeeld door middel van speerpunten kan concreet aan de langer termijn doelen worden gewerkt. Verder geeft het jaarplan een indruk van de financiën voor het komende jaar, op het gebied van inkomsten, investeringen en andere uitgaven. Het is het houvast van de omroep om ervoor te zorgen dat de beperkte tijd en middelen die er zijn, maximaal worden gebruikt voor het realiseren van de lange termijndoelen. Kijk ook terug naar de doelen of speerpunten van het vorige jaarplan (d.m.v. het jaarverslag) en welke daarvan ook in het nieuwe jaar gepoogd moeten worden om uitgevoerd te worden.

In dit model zijn vrijwel alle zaken waarover nagedacht zou moeten worden opgenomen. Soms is iets niet van toepassing op jouw (streek)omroep, of zou het juist uitgebreider behandeld moeten worden dan het model voorschrijft. Dit is uiteraard geen probleem, dit model helpt met basis, geeft suggesties en zet aan tot nadenken over onderdelen. Hoe het uiteindelijk toegepast wordt maakt met een goede onderbouwing uiteraard niet uit.

Alhoewel het jaarplan vaak wordt opgesteld door de directeur-bestuurder (vastgesteld door de Raad van Toezicht) of een bestuur in samenwerking met de hoofdredacteur, is het goed om de input te halen uit de medewerkers en vrijwilligers. Zo worden ze meegenomen in de plannen, zijn ze ervan op de hoogte en kunnen ze het uitdragen en eraan bijdragen.

Eventueel kan het jaarplan op de website worden geplaatst. Het document is ook te gebruiken richting stakeholders zoals gemeenten voor (aanvullende) financieringen.

Veel succes met het opstellen van jullie jaarplan. Als er vragen zijn, neem dan gerust contact op met het NLPO-bureau. We helpen je graag verder!

|  |  |
| --- | --- |
| **Ieder jaar:**- Jaarverslag voorgaande jaar (medio april)- Jaarplan volgend jaar (medio oktober)- Media-aanbod beleid (voor aanvang nieuw seizoen) | **Iedere 5 jaar:**- Meerjarenbeleidsplan/concessiebeleidsplanen meerjarenbegroting (jaar voorafgaand aan nieuwe periode) |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Versienummer** | **Datum** | **Wijzigingen** |
| V2024.1 | 13-05-2024 | Eerste hernieuwde versie na 2018 |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

**Jaarplan <naam streekomroep>**

**de streekomroep van <naam streek>**

**2025**

Ruimte voor logo

***“slogan”***

**Auteur**

Bestuur en hoofdredactie <naam omroep(en)>

**Datum**

Maand jaar

**Versie**

1.0

**Status**

Concept

[Voorwoord 5](#_Toc166490607)

[1. Missie en visie 6](#_Toc166490608)

[2. Speerpunten 6](#_Toc166490609)

[**2.1.** **Media-aanbod** 6](#_Toc166490610)

[**2.2.** **Good governance** 6](#_Toc166490611)

[**2.3.** **Bedrijfsvoering** 6](#_Toc166490612)

[**2.4.** **Techniek en middelen** 6](#_Toc166490613)

[**2.5.** **Samenwerking** 7](#_Toc166490614)

[3. Financiën 7](#_Toc166490615)

[**3.1.** **Inleiding** 7](#_Toc166490616)

[**3.2.** **Kosten** 7](#_Toc166490617)

[**3.3.** **Investeringen** 7](#_Toc166490618)

[**3.4.** **Dekking** 7](#_Toc166490619)

[4. Bijlage 8](#_Toc166490620)

# Voorwoord

Schrijf een voorwoord, bijv. vanuit het bestuur of door de directeur-bestuurder. Schrijf toe naar de plannen en motiveer waarom het belangrijk is dat deze plannen er zijn en waarom ze voltooid zouden moeten worden. Waarom wordt de omroep en dus ook de medewerker of vrijwilliger daar beter van?

# Missie en visie

Beschrijf de missie en visie van de omroep. Mogelijk is die hetzelfde als het jaar ervoor, mogelijk moet deze worden bijgesteld door ontwikkelingen.

# Speerpunten

Welke doelstellingen heeft de organisatie concreet in het komende jaar? Kijk hierbij naar de langer termijn doelen die gesteld zijn. Welke speerpunten worden bepaald die gaan bijdragen aan het realiseren van de langer termijn doelen. En hoe worden die speerpunten vormgegeven? Gaat er extra geld naar toe, of extra middelen of ureninzet? Of is een van de doelen het proberen te verkrijgen van extra financiële inkomsten? Waar gaat de omroep dan een speerpunt van maken om ervoor te zorgen dat dit doel op termijn daadwerkelijk te realiseren is? Hang aan de speerpunten ook concrete doelen, geformuleerd via de SMART-methode. [Hier](https://www.passionned.nl/strategie/doelen/smart/#:~:text=Doelen%20SMART%20formuleren%20met%20de%20SMART%20methode&text=Specifiek%3A%20wees%20zo%20gedetailleerd%20en,tijdgebonden%3A%20stel%20een%20concrete%20deadline.) zijn tips te lezen bij het formuleren van SMART-doelstellingen.

Dit gaat breder dan het verzorgen van journalistiek onafhankelijk nieuwsaanbod, en kan ook gaan om het verbeteren van de sociale cohesie in de gemeente, het vervullen van educatieve of culturele behoeften of het zijn van een kweekvijver voor nieuw mediatalent. Kijk voor de doelstellingen rond het media-aanbod ook naar het media-aanbodbeleidsplan en de feedback van het programmabeleid-bepalend orgaan. Kijk verder ook naar de klachtenregistratie van het afgelopen jaar, kan er iets preventief worden voorkomen door er komend jaar op in te zetten? Zijn er andere punten die terugkwamen in het jaarverslag, reflectieverslagen of vanuit vrijwilligers en medewerkers die de aandacht verdienen?

Maar wees ook kritisch: niet alles kan in een jaar bereikt worden. Bekijk goed wat haalbaar is op basis van mensen, middelen en financiën en maak duidelijke keuzes. Het jaarplan geeft dan een duidelijke richting en kan worden gebruikt als rode lijn door het jaar heen. Maar zelfs dan kan er later in het jaar (indien nieuwe goede argumenten worden ingebracht) nog worden afgeweken omdat in de snelle wereld van media zelfs een jaar soms ver vooruit kan zijn.

Wat moet het beoogde resultaat zijn aan het einde van het jaar (waarop kan men na een jaar beoordelen of er voldoende progressie is gemaakt) en hoe gaat geprobeerd worden het doel dit jaar te bereiken, dat komt hier dus kortom terug.

Let op: per speerpunt hoeft niet het complete plan beschreven tot worden. Wel een idee van dat richting geeft en voldoende grond biedt voor verdere uitwerking.

De volgende paragrafen geven een indruk van onderdelen waarvoor speerpunten bedacht kunnen worden, dit kan desgewenst worden aangepast.

* 1. **Media-aanbod**

Beschrijf de speerpunten en doelstellingen voor het media-aanbod in het komende jaar en hoe deze te bereiken. Deze kunnen in samengevatte vorm uit het aparte media-aanbodbeleid worden gehaald, indien dit model wordt gebruikt. Eventueel kan het media-aanbodbeleid als bijlage worden opgenomen.

* 1. **Good governance**

Beschrijf de speerpunten en doelstellingen voor good-governance in het komende jaar en hoe deze te bereiken.

* 1. **Bedrijfsvoering**

Beschrijf de speerpunten en doelstellingen voor de bedrijfsvoering/organisatie in het komende jaar en hoe deze te bereiken.

* 1. **Techniek en middelen**

Beschrijf de speerpunten en doelstellingen voor de techniek (denk bijv. aan investeringen en vervanging van apparatuur) in het komende jaar en hoe deze te bereiken. Zorg ervoor dat de omroep beschikt over een vervanging schema voor apparatuur waarin tenminste de aanschafwaarde, aanschafjaar, levensduur en restwaarde zijn opgenomen.

* 1. **Samenwerking**

Beschrijf de speerpunten en doelstellingen op het gebied van samenwerking in het komende jaar en hoe deze te bereiken.

# Financiën

Beschrijf een samenvatting van de begroting voor het komende jaar. Hierin staat ook welke financiële middelen beschikbaar zijn voor de speerpunten zodat inzichtelijk is met welke gelden de doelen bereikt kunnen worden. Geef ook (indien aanwezig) grote wijzigingen tussen het vorige jaar en het nieuwe jaar weer. Het is nadrukkelijk vooruitkijken (terugkijken gebeurt in het jaarverslag).

*Tip: soms zijn financiën nog onzeker voordat de begroting opgeleverd moet worden. Bijvoorbeeld doordat nog gewacht wordt op een toezegging van een fonds of andere externe financiële toezeggingen. Echter is het juist dan van belang dat er een begroting gemaakt wordt waarin vooruitgedacht wordt over bepaalde scenario’s. Maak dan bijvoorbeeld drie scenario’s: een positief scenario, een neutraal scenario en een negatief scenario. Beschrijf vervolgens wat er geleverd kan worden in elk scenario, welke keuzes moeten er gemaakt worden en welke diensten of welk aanbod valt weg als het negatieve scenario om de hoek komt kijken? Dit kan gebruikt worden om financiële tegenvallers op tijd aan te zien komen en erop te anticiperen (en niet naar de waan van de dag) en daarnaast geeft het een overzicht richting stakeholders van wat de (streek)omroep wel en niet kan leveren voor het beschikbaar gestelde bedrag. Deze verschillen kunnen onder de speerpunten en doelen bijvoorbeeld ook duidelijk aangegeven te worden, door de doelen/speerpunten te labelen aan de financiële scenario’s.*

De volgende paragrafen geven een indruk van onderdelen waarover toelichting gegeven kan worden, dit kan desgewenst worden aangepast.

* 1. **Inleiding**

Beschrijf welke algemene keuzes er gemaakt zijn op financieel vlak.

* 1. **Kosten**

Beschrijf welke keuzes er gemaakt zijn op het gebied van kosten, en van welke kosten op dit moment wordt uitgegaan (eenmalig voor de oprichting en terugkerend).

* 1. **Investeringen**

Beschrijf welke keuzes er gemaakt zijn op het gebied van kosten, en van welke kosten op dit moment wordt uitgegaan (eenmalig voor de oprichting en terugkerend).

* 1. **Dekking**

Beschrijf welke keuzes er gemaakt zijn op het gebied van dekking, en van welke dekking wordt uitgegaan vanuit welke partijen.

*Denk verder aan: reserveringen, reminder aan toekomstige investeringen op kort termijn, reserves etc.*

# Bijlage

Budget 20xx

Vervangingsschema apparatuur 20xx

Evt.: Media-aanbodbeleid plan 20xx