

Onze Taal



Beleidsplan 2025 – 2028

Inhoud

Inleiding	4
 I. Doelstelling en strategie	 5
Wat wil Onze Taal bereiken	
Met wie en voor wie	
Hoe	
 2. Onze Taal anno 2024	 7
De organisatie	
De activiteiten	
Het publiek	
Sterke en zwakke punten	
 3. De toekomst van Onze Taal	 11
Bedreigingen en kansen	
Veranderend publiek	
Alles over taal voor iedereen	
 4. Speerpunten 2025 – 2028	 13
Digitaal	
Nieuw publiek en zichtbaarheid	
Leden	

5. Financiën 16

Contributie-inkomsten

Donaties en nalatenschappen

Advertenties

Boekenverkoop

Projectsubsidies

6. Van beleid naar de praktijk 20

Inleiding

Voor je ligt het beleidsplan van Onze Taal; de taalliefhebbersvereniging die niet alleen een veelgelezen tijdschrift publiceert maar ook talloze mensen van taalhulp en taalinformatie voorziet. Plezier in taal en liefde voor taal is daarbij onze drijfveer.

Met de honderdste verjaardag van Onze Taal in het niet zo verre vooruitzicht, is het niet zozeer de vraag óf, maar vooral hóe de vereniging die verjaardag zal vieren. Hoe ziet de organisatie eruit, wie zijn de leden, welke producten en activiteiten verzorgt Onze Taal, en hoe wordt de organisatie gefinancierd?

Dit beleidsplan is het resultaat van gesprekken met het bestuur en medewerkers van Onze Taal, en de onderzoeken die verschillende adviseurs voor ons uitvoerden. Daarbij ging het enerzijds om het behouden en uitbreiden van de achterban, en anderzijds om het vinden van een nieuw ontwikkelperspectief voor de organisatie: de ‘derde pijler’.

Onze Taal heeft dat perspectief gevonden met een concrete invulling van de slogan die de vereniging sinds 2022 voert: ‘Alles over taal voor iedereen’. Maar voordat we dat uitwerken, staan we stil bij de missie, de strategie en de huidige positie van Onze Taal.



*“Alles over taal
voor iedereen!”*

I. Doelstelling en strategie

Onze Taal wil mensen enthousiast maken voor het belangrijkste, meest complexe én meest alledaagse cultuurgoed: onze taal. We delen informatie en journalistieke verhalen over het Nederlands en andere talen. We geven taalgebruikers houvast bij taalregels en veranderende taalnormen. Daarmee willen we zo veel mogelijk mensen bereiken. Ons motto is: alles over taal voor iedereen. Dit hoofdstuk gaat over de doelen die Onze Taal daarbij nastreeft, en de strategie die Onze Taal kiest om die doelen te bereiken.

Wat wil Onze Taal bereiken

Taal is een verbazingwekkend fenomeen. Het is een bron van creativiteit en schoonheid. Het maakt deel uit van je persoonlijke identiteit en is tegelijkertijd een cultuurgoed dat grote groepen mensen bindt. Taal is ook een pakket van afspraken, normen en vaardigheden die je moet beheersen om mee te kunnen doen in de maatschappij – en daardoor iets waar je je onzeker over kunt voelen. Onze Taal wil de taalgebruiker en de taal dicht bij elkaar brengen. Enerzijds door de veelzijdigheid van taal op allerlei manieren voor het voetlicht te brengen en de nieuwsgierigheid te prikkelen naar de maatschappelijke, wetenschappelijke en persoonlijke verhalen erachter. En anderzijds door barrières weg te nemen met laagdrempelige informatie en advies over het Nederlands. We schrijven geen taalnormen voor, maar onderzoeken – samen met onze achterban – wat in een specifieke situatie de meest passende taalkeuze is.

Door bij te dragen aan een open en geïnteresseerde houding ten opzichte van taal, vergroten we niet alleen de waardering voor taal als immaterieel cultureel erfgoed, maar ook de taalvaardigheid van iedereen die met Onze Taal in aanraking komt. Talige weerbaarheid zien we als een belangrijke voorwaarde voor zelfbewust, kritisch burgerschap.

Met wie en voor wie

Van oudsher richt Onze Taal zich primair op liefhebbers van het Nederlands en op taalprofessionals. Zij zijn belangrijke doelgroepen omdat zij als lid of donateur, en soms als vrijwilliger of adviseur, het werk van Onze Taal mogelijk maken. Maar steeds meer bereiken we mensen voor wie taalliefde niet vanzelfsprekend is, bijvoorbeeld omdat ze zich onzeker voelen over taal, of zich

niet thuis voelen in het Nederlands. Ook die mensen willen we meenemen in onze verhalen en hen uitnodigen om hun eigen verhaal daar aan toe te voegen.

Onze Taal heeft een groot netwerk in de taalwereld: van wetenschappers en docenten tot journalisten, tekstschrijvers en studenten. We werken met ze samen en geven ze een podium voor hun werk.

Hoe

Onze Taal is een mediamerk met een groot bereik. Alles wat Onze Taal doet, resulteert in informatie en verhalen die via onze media gedeeld worden. Elk medium speelt een specifieke rol in het behalen van de doelstellingen van Onze Taal, waarbij verschillende media elkaar vaak versterken.

Het tijdschrift, de nieuwsbrieven, en de sociale media worden elke maand gezien door vele tienduizenden mensen. De website trekt maandelijks ruim een half miljoen bezoekers. Daarnaast zijn er producties die een specifiekere doelgroep bedienen, zoals boeken, lesmateriaal, podcasts en bijeenkomsten.

Onze Taal werkt met een klein team, daarom kiezen we bij voorkeur voor activiteiten die met een beperkte inzet een zo groot mogelijk aantal mensen bereiken.

2. Onze Taal anno 2024

Waar staat Onze Taal anno 2024? Waar gaat onze aandacht naar uit, wie zijn onze leden, wat zijn onze sterke punten en waar zitten de knelpunten? Daarover gaat dit hoofdstuk.

De organisatie

Het bureau van Onze Taal bestaat uit tien vaste medewerkers, ondersteund door een aantal freelancers en vrijwilligers. Het is een klein en goed op elkaar ingespeeld team van professionals, van wie de jongste 26 en de oudste 66 jaar is. Zij zijn gewend om concrete producten te leveren: tijdschriftafleveringen, taaladviezen, boeken en meer. De organisatie bestaat uit twee afdelingen (de Taaladviesdienst en de redactie), elk met een afdelingshoofd. Er zijn daarnaast staffuncties (administratie, communicatie en educatie) die onder de directie vallen. De directeur en de twee afdelingshoofden vormen samen het managementteam. De organisatie onderhoudt verschillende netwerken en adviesgroepen die ondersteunen bij het werk.

Met name voor het tijdschrift werkt Onze Taal met een grote groep externe medewerkers: redacteuren, auteurs, illustratoren en vormgevers. Er is daarnaast een groep van onbezoldigde adviseurs: de Redactieadviesraad.

De Taaladviesdienst kan eveneens terugvallen op een brede kring van deskundigen: taalonderzoekers, spellingsdeskundigen, collega-adviseurs in Vlaanderen. Sinds mei 2024 werkt de dienst met een groep vrijwilligers die ondersteunen bij het beantwoorden van eerstelijns taalvragen.

Voor de onderdelen marketing/communicatie en educatie zijn ook ondersteunende of adviserende netwerken opgericht. Het netwerk van student-ambassadeurs adviseert over acties richting jongeren. Voor het onderwijspakket wordt samengewerkt met docenten uit het netwerk.

De organisatie heeft een bestuur dat bestaat uit zeven onbezoldigde leden. Zij komen vier keer per jaar bijeen om het beleid en de resultaten te bespreken. Het bestuur legt elk jaar verantwoording af aan de Algemene Ledenvergadering.

De activiteiten

Met het ‘informer, adviseren en enthousiasmeren’ uit de missie van Onze Taal als kapstok, worden hier de voornaamste (*huidige*) activiteiten van Onze Taal op een rij gezet:

Informer

Nieuwsbrief Taalpost: wekelijks delen van taalnieuws en -tips
 Schatkamer op Onzetaal.nl: dossiers over uiteenlopende taalonderwerpen

Adviseren

Eerstelijns taaladvies: individuele taalhulp via telefoon, e-mail en WhatsApp
 Tweedelijns taaladvies: taalhulp via Onzetaal.nl
 Publieksboeken: achtergronden en advies over taalnormen

Enthousiasmeren

Tijdschrift *Onze Taal*: tweemaandelijks magazine
 Radiorubriek: wekelijks optreden in De Taalstaat
 Podcast: gesprekken over taal(onderzoek)
 Congres/Taalfeest: lezingen en optredens
 Taalboekenprijs: goede taalboeken in de schijnwerpers
 Sociale media: taalweetjes, grapjes – de speelse kanten van taal
 Publieksboeken: over taalwetenswaardigheden

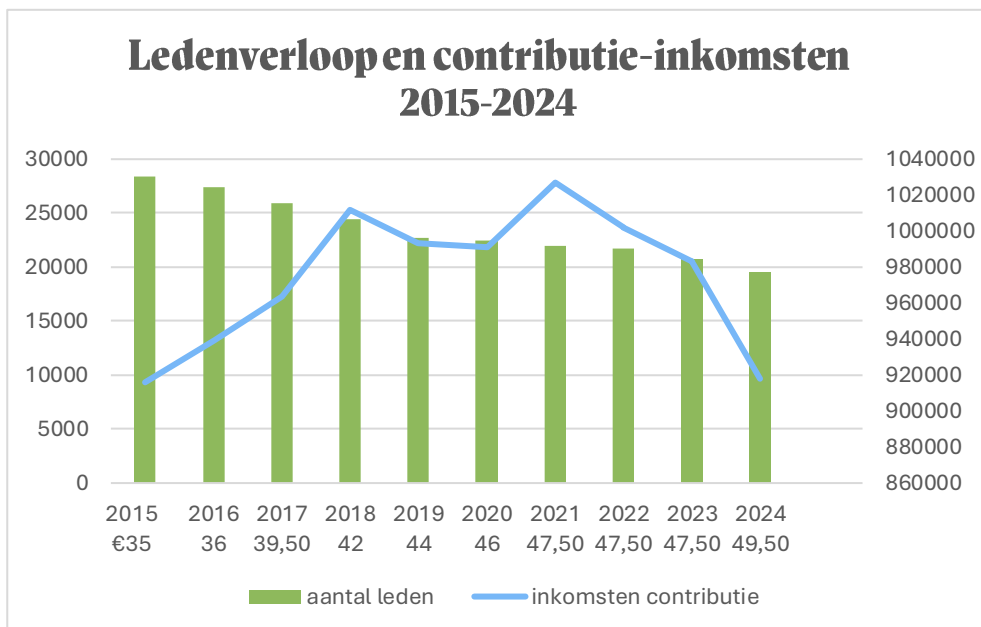
Het publiek

Onze Taal is een ledenvereniging met als bijzonderheid dat er geen sprake is van een gedeeld of gezamenlijk belang dat de leden daadwerkelijk verenigt. Het is geen vakvereniging, geen belangenvereniging en geen hobbyvereniging. De interesses van de leden lopen sterk uiteen, net als hun ideeën over taalnormen. Er zijn tieners lid, maar ook negentigers, en alles daar tussenin. Van een clubgevoel is dan ook nauwelijks sprake. Toch heeft het ‘lid zijn’ betekenis voor de identiteit van onze leden. Het onderstreept dat zij ‘iets’ met taal hebben en dat zij daarin niet alleen staan, maar ook dat ze zich daarmee onderscheiden van anderen in hun omgeving.

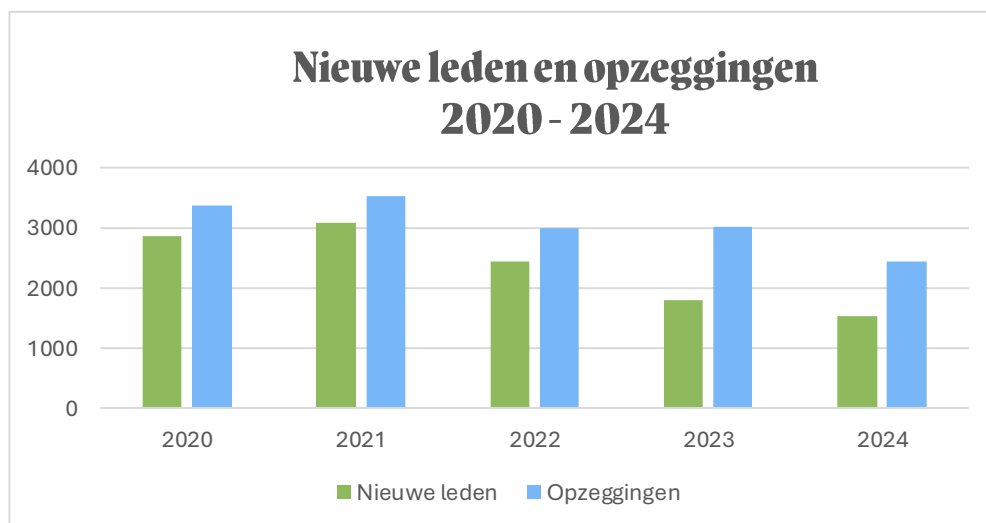
In 2023 is een ledenonderzoek uitgevoerd waardoor we de leden beter hebben leren kennen, en in 2024 zijn de belangrijkste ledensegmenten omgezet in persona's om meer gedifferentieerde producten en activiteiten te kunnen ontwikkelen. De persona's moeten ook een rol spelen bij de werving van nieuwe leden. Dat is des te urgenter, omdat het ledenbestand vergrijsd en krimpt.

Ledenverloop en contributie-inkomsten

In de onderstaand grafiek is te zien hoe het ledenbestand zich in de afgelopen jaren heeft ontwikkeld. Sinds ca. 2000 is er sprake van een gestage terugloop van het aantal leden. Tijdens de coronapandemie stabiliseerde dat even, om vervolgens weer langs de oude lijn te dalen. De laatste jaren dalen ook de contributie-inkomsten, doordat de contributie de afgelopen jaren stabiel is gehouden.



De krimp van het ledenbestand is niet zozeer een kwestie van een toename van opzeggingen, maar van een afname van nieuwe inschrijvingen. Tijdens de coronapandemie was de situatie min of meer stabiel, maar daarna zette de daling door. De tijdschriftvernieuwing in 2022 heeft daar geen verandering in gebracht. Door de terugloop van nieuwe aanmeldingen vergrijst de vereniging.



Sterke en zwakke punten in de huidige situatie

Alles overziend kan de huidige situatie van Onze Taal worden samengevat in een aantal sterke en zwakkere punten. De sterke punten zijn de pijlers onder het toekomstige beleid. Daarbij moeten de zwakke punten zo veel mogelijk gecompenseerd worden, zodat ze geen valkuil worden.

Sterke punten

- **Het grote bereik, de bekendheid en de goede naam** van Onze Taal. Voor veel mensen is die naam een keurmerk voor absolute betrouwbaarheid en kwaliteit.
- **Het team** van Onze Taal is deskundig en betrokken, en mag rekenen op veel goodwill bij externe partijen.
- **De leden** van Onze Taal zorgen voor een stabiele inkomstenbron. In de eerste weken van het jaar komt zo'n 80% van de jaarinkomsten binnen.
- Onze Taal is altijd bereid om het podium met anderen te delen. Dat maakt ons een **aantrekkelijke samenwerkingspartner**.
- Taal is een **onuitputtelijk onderwerp** en stof voor steeds weer nieuwe verhalen, artikelen, projecten en producten.
- **Iedereen heeft iets met taal**; iedereen spreekt een taal en vrijwel iedereen heeft er een mening over.

Zwakke punten

- **Het lange verleden** maakt vernieuwen soms lastig. Zowel intern – veel ideeën zijn al eens uitgetoetst – als extern, omdat afnemers van onze producten en diensten vaak afwijzend reageren op verandering.
- **Het kleine team** is kwetsbaar; de opgebouwde expertise is niet zomaar te vervangen. Met name nieuwe projecten lijden onder (tijdelijke) uitval door ziekte of zorgtaken.
- **De financiële mix** is eenzijdig en de terugloop van het aantal leden wordt onvoldoende gecompenseerd met nieuwe inkomsten. Structurele steun voor taaladvies blijkt een lastige opgave te zijn, terwijl die dienst wel een wezenlijk onderdeel uitmaakt van onze missie.
- Onze Taal moet allereerst leveren waar de leden voor betalen – het tijdschrift – en heeft **weinig financiële ruimte** voor andere, nieuwe of extra activiteiten.
- Taal is een haast onbegrensd onderwerp; het geeft het gevoel dat er altijd meer te doen is. Dat kan zorgen voor een **gebrek aan focus**.

3. De toekomst van Onze Taal

Onze Taal viert in 2031 zijn 100ste verjaardag. Hoe wil de vereniging de nieuwe eeuw ingaan? Welke externe factoren – bedreigingen en kansen – spelen daarbij een rol?

Bedreigingen

Onze Taal is gebouwd op gewoonten en tradities die voor jongere generaties niet vanzelfsprekend zijn. Verenigingen verliezen leden, tijdschriften verliezen abonnees, en betalen voor ‘content’ doen we alleen als die heel waardevol is. Wie anno 2024 een liefhebbersvereniging zou oprichten met als belangrijkste product een tijdschrift over taal, zou niet ver komen.

Een andere ontwikkeling is dat taalregels, taalnormen en taal-etiquette de gemoederen veel minder bezighouden dan pakweg 30 jaar geleden, toen Onze Taal een enorme groei doormaakte. Fanatieke voor- en tegenstanders van spellingwijzigingen die krantenkolommen volschrijven, of ingezonden brieven van lezers over taalfouten – het komt haast niet meer voor. Zelfs Onze Taal zelf heeft moeite om de lezers echte taalergernissen te ontlokken. Dat is ook begrijpelijk; we bepleiten al jaren dat het interessanter is om je te verwonderen over, dan je te ergeren aan taalverandering.

Kansen

Dat wil niet zeggen dat taal minder belangrijk is – integendeel. Taalgebruikers hebben nog steeds meningen over andermans taalnormen. Inclusieve taal, ge(de)koloniseerde taal, meertaligheid en verengelsing – het zijn de nieuwe splijtzwammen in de opinies over taal. Dat biedt kansen voor Onze Taal als platform voor discussies en als kennisbank voor organisaties en personen die hier hun weg in zoeken.

Een andere kans is het feit dat taal voor zo veel mensen een uitdaging is geworden. Of het nu komt door een eenzijdige focus binnen het moedertaalonderwijs, of doordat mensen op latere leeftijd Nederlands als tweede taal leren. In ons taalgebied worstelen miljoenen mensen op de een of andere manier met taal. Daar is werk aan de winkel met praktische hulp, advies en training. Maar ook met inspirerend onderwijsmateriaal, dat aansluit bij de nieuwe kerndoelen in het onderwijs.

De ontwikkelingen op het gebied van AI zijn ontzagwekkend en hoopgevend. Enerzijds is het zaak om die ontwikkelingen kritisch te volgen en het effect ervan

op de taal(sector) te monitoren. Maar taaltechnologie kan ook barrières wegnemen en communicatie vergemakkelijken. Het kan ons helpen om taaladvies meer toe te spitsen op de vraagsteller.

Dan is er nog het politieke klimaat in Nederland en Vlaanderen, waarin er veel belang gehecht wordt aan een goede beheersing van het Nederlands, met name voor anderstaligen. Ook het concept ‘taal als immaterieel erfgoed’ kan in dit klimaat gedijen, omdat het vorm geeft aan een gedeelde identiteit.

Tot slot terug naar Onze Taal zelf, en de al eerder geconstateerde vergrijzing van het ledenbestand. Met veel gepensioneerde taalprofessionals in de gelederen beschikt Onze Taal over een flink potentieel aan mensen die hun deskundigheid zouden kunnen inzetten ten bate van de vereniging. We merken ook dat oudere leden bereid zijn om Onze Taal met een schenking of nalatenschap te vereren.

Veranderend publiek

Hierboven is al geschetst dat het publiek van Onze Taal verandert. Het is van belang dat Onze Taal meebeweegt met de talige diversiteit in ons taalgebied en dat we het nieuwe (potentiële) publiek leren kennen. Dat kan via netwerken zoals onze student-ambassadeurs, docenten Nederlands, of NT2-docenten: groepen die weten wat er speelt bij jonge en nieuwe Nederlandstaligen. Maar vooral ook met die groepen zélf, vanuit nieuwsgierigheid naar hun taalervaringen, zodat Onze Taal daar bij kan aansluiten.

Een ander ‘nieuw publiek’ hoopt Onze Taal over de grens te vinden, met name in België. In samenwerking met Vlaamse partners willen we meer in de aandacht komen van de Vlaamse taalliefhebber. En om die aandacht ook echt te verdienen, blijven we investeren in Vlaamse auteurs, redactieleden en bestuursleden.

We zullen opnieuw moeten definiëren wie we tot ons publiek rekenen. Op dit moment onderscheiden we vooral ‘leden’ en ‘potentiële leden’. Maar het is realistischer om ervan uit te gaan dat er mensen zijn die zich wel betrokken voelen bij Onze Taal, zonder ooit lid te worden. Hoe binden we die mensen aan ons, en op welke manier levert dat de vereniging inkomsten op?

Alles over taal voor iedereen

Hoe meer mensen Onze Taal weet te bereiken, hoe groter de kans dat zij de vereniging op de een of andere manier zullen willen steunen. En hoe groter de kans dat subsidiegevers bereid zijn om het werk van Onze Taal mede te financieren. Om het bereik te vergroten moet Onze Taal zich dus op een meer divers publiek richten, en dat vereist meer menskracht. Investerings, al dan niet met hulp van donateurs en subsidiegevers, zijn daarvoor noodzakelijk.

4. Speerpunten 2025 – 2028

Alles over taal voor iedereen – vanuit die brede ambitie kiezen we in de komende jaren drie speerpunten waarop we een omslag of vernieuwing willen bereiken: digitalisering, publieksverbreding, en het betrekken van de leden bij ons werk. Daarbij verliezen we onze kern – het tijdschrift en het taaladvies – niet uit het oog; ook op die terreinen blijven we voortdurend vernieuwen en verbeteren. Zo zorgen we voor een vitale toekomst voor de vereniging.

Digitaal

Onze Taal was een van de organisaties die al vroeg in de jaren '90 experimenteerden met informatie delen via het internet. Mede daardoor is de website uitgegroeid tot een van de grootste taalwebsites van het taalgebied. Nu er zoveel apps en tools beschikbaar zijn, en AI een toenemende rol speelt, moet Onze Taal opnieuw investeren in die online aanwezigheid, en slim gebruikmaken van de middelen die er zijn.

1.

Onze Taal ontwikkelt **online trainingen** die gebruikt kunnen worden om basisvaardigheden op te frissen, maar ook om meer te leren over taalfenomenen.

2.

Onze Taal onderzoekt opties voor een **online tijdschrifttool** om daarmee (nieuwe) digitale lezers te bereiken, en om betalen per artikel mogelijk te maken.

3.

Onze Taal onderzoekt de mogelijkheden van **AI voor taaladvies**, zoals een taaladviestool die vanuit onze databases antwoorden genereert op eerstelijns vragen.

4.

Onze Taal werft middelen om een **'inclusieve taal-tool'** in te richten. De behoefte aan alternatieven voor (onbedoeld) kwetsende taal neemt toe. Een

website(onderdeel) waar men makkelijk kan opzoeken wat de connotaties zijn bij een bepaald woord, en welke alternatieven er bestaan, komt tegemoet aan die behoefte.

Nieuw publiek

Bij Onze Taal telde ‘nieuw publiek’ pas écht mee als het nieuwe leden en tijdschriftlezers opleverde. We zien in dat we daarmee ons bereik versmallen, en de ambitie ‘alles over taal voor iedereen’ zo niet waar kunnen maken. We kijken dus naar nieuw publiek en hún interesses, wensen en behoeften, en stemmen ons aanbod daar op af. Daarbij houden we voor ogen dat investeringen in dat aanbod op termijn moeten renderen.

1.

Onze Taal investeert in **educatief aanbod** voor het VO, PO en MBO, om taalplezier en taalliefde aan te wakkeren, en leerlingen van daaruit taalvaardiger te helpen maken.

2.

Onze Taal onderzoekt de kansen voor **participatieprojecten** met partners zoals bibliotheken en buurthuizen, waarbij taal(plezier) centraal staat. Het Taalmuseum zou daarvoor een vorm kunnen zijn.

3.

Onze Taal organiseert bijeenkomsten (werktitel: **Taaltoernee**): een gevarieerd middag- of avondprogramma dat in bibliotheken of theaters kan plaatsvinden. Rond een thema, met enkele sprekers – ook lokale – en workshops.

4.

Onze Taal richt zich op **anderstaligen** door taaladvies en informatie over het Nederlands aan te bieden aan mensen met een andere moedertaal.

5.

Onze Taal blijft zich daarnaast richten op potentiële **Vlaamse lezers en leden**, en lezers in Suriname en de Antillen.

Leden

Onze Taal is een vereniging, maar slechts een klein deel van de leden voelt zichzelf lid van een club, zo blijkt uit ledenonderzoek. Toch vinden veel leden het prettig om te benoemen dat ze Onze Taal lezen, en ‘iets’ met taal hebben. Ook vinden ze het leuk om bevraagd te worden op hun taalgevoel, of uitgedaagd te worden in hun taalvaardigheid en -creativiteit. Onze Taal kan daar meer op inspelen.

1.

Onze Taal kan de **expertise van leden** benutten door hen in te zetten als vrijwilliger of ambassadeur. De taaladvies-vrijwilligers en de student-ambassadeurs zijn daar al voorbeelden van. Onze Taal wil onderzoeken of hier meer mee te doen is.

2.

Onze Taal ontvangt regelmatig **donaties en nalatenschappen**. Om daar een meer structurele inkomstenbron van te maken, is het nodig om meer in de relatie met de leden en donateurs te investeren. We willen een goed doordacht traject opzetten, waardoor Onze Taal meer leert over de behoeften en voorkeuren van de leden en donateurs en de band met hen verstevigd wordt.

5. Financiën

De leden en volgers van Onze Taal zorgen voor ca. 90% van de inkomsten via contributies, donaties en boekenverkoop. Bij het teruglopende ledenbestand wordt het steeds belangrijker om nieuwe, structurele inkomstenbronnen aan te boren. Dit hoofdstuk beschrijft de huidige, en de potentiële nieuwe inkomstenbronnen van Onze Taal.

Meerjarige inkomsten: leden, vrienden en steunleden

Het aantal leden krimpt, en dat betekent dat de contributies een steeds kleiner deel van de inkomsten zullen uitmaken. De krimp wordt vooral veroorzaakt door vergrijzing: veelal volgt een opzegging op een overlijden, maar er zijn ook opzeggers die fysiek niet meer in staat zijn om het tijdschrift te lezen. Voor een deel van de opzeggers spelen financiële redenen een rol. Tegelijkertijd zijn er leden die aangeven dat zij bereid zouden zijn om structureel een hogere contributie te betalen. Sommigen doen dat al, in de hoedanigheid van Vriend van Onze Taal. Alles overziend, kan Onze Taal deze belangrijke inkomstenbron meer differentiëren en leden daardoor langer vasthouden.

Kortingen

Studenten, CJP-houders en Lerarenkaarthouders krijgen 50% korting op de contributie. Het aandeel van deze groepen is ca. 5% van het totale aantal leden. Leden die Onze Taal machtigen voor een automatische incasso krijgen korting op hun contributie. In 2024 is dat € 2 en het aandeel van deze groep is ca. 50%. We streven naar een verdere toename van dat percentage in de komende vier jaar.

Toeslagen

Er zijn veel leden die bij hun contributie extra doneren, of die als Vriend van Onze Taal maandelijks een extra bedrag overmaken, dus in feite een toeslag betalen op hun contributie. Onze Taal stelt daar geen extra prestatie tegenover. We kunnen deze aanvullende ledenbijdragen optimaliseren door er een duidelijke vorm aan te geven: een plus- of steunlidmaatschap. Door dit los te koppelen van het reguliere lidmaatschap, creëren we een structuur waarin opzeggers langer aangehaakt kunnen blijven.

Eenmalige inkomsten: donaties en nalatenschappen

Veel leden blijken bereid om bovenop hun contributie een extra donatie te doen. Donaties komen daarnaast van de Taalpostlezers, van websitebezoekers, en van mensen die antwoord kregen op een taalvraag. Er is een vaste cyclus van donatieoproepen waarbij de opbrengst steeds beter te voorspellen is. Regelmatig ontvangt Onze Taal een legaat – en vrijwel altijd is dat een verrassing.

Donaties verder optimaliseren

De vaste relaties van Onze Taal ontvangen minimaal één keer per jaar een verzoek om te doneren. Ongeveer 2% van de relaties geeft daar gehoor aan, en doneert dan gemiddeld € 11,-. We willen allereerst het percentage, en in tweede instantie het gemiddelde, opvoeren met een beter verhaal en frequentere verzoeken.

De donatiewidget op de website vraagt bezoekers om een donatie als ze ‘blij zijn’ met het antwoord. Ook hier is optimalisatie mogelijk door te variëren met de tekst en de hoogte van het voorgestelde bedrag.

Nalatenschappen

Gezien de opbouw van het ledenbestand is het voor Onze Taal opportuun om te investeren in het werven van nalatenschappen. Veel andere goede doelen zijn daar volop mee bezig, waardoor het onderwerp ook makkelijker bespreekbaar wordt. Wat daarvoor nodig is: betere informatie op de website, frequentere oproepen, profilering van potentiële gevers, en meer deskundigheid rondom het proces van nalaten.

Institutionele donaties/sponsoring

Het voortbestaan van Onze Taal is niet alleen in het belang van de leden en taalvragenstellers, maar ook van veel (taal)organisaties die hiermee een spreekbuis hebben voor hun taalnieuws. We onderzoeken de mogelijkheden van institutionele sponsoring als nieuwe bron van inkomsten.

Advertenties

Onze Taal biedt advertentieruimte in het tijdschrift, de nieuwsbrieven en op de website. Ondanks het grote bereik van onze media blijkt het werven van adverteerders moeizaam; het lezersprofiel is te divers. We experimenteren met nieuwe manieren van advertentiewerving voor het tijdschrift en de nieuwsbrieven. De advertentiebanner op de website blijft, en wordt eventueel uitgebreid met een extra positie om die advertentie-inkomsten te verhogen.

Webwinkelverkoop

De afgelopen jaren heeft Onze Taal een eigen fonds opgebouwd, met adviesboeken, algemene boeken en de Taalkalender, en cadeauproducten zoals

tassen, sokken e.d. De uitgeverij van Onze Taal is op papier winstgevend, maar met de personeelskosten meegerekend op zijn best kostendekkend, en veel vaker is er sprake van een verlies. Naast de productiekosten zijn het de hoge verzendkosten die de opbrengsten drukken. Daarom moeten we in het vervolg nog kritischer zijn op de titels die we publiceren, en externe financiering zoeken voor boeken die mogelijk minder goed in de markt liggen.

Projectsubsidies

Onze Taal wil meer publieksprojecten opzetten, en daarvoor projectsubsidies werven bij overheden en vermogensfondsen. Dat vereist een meer gestructureerde manier van projectplanning, en minder ad hoc organisatie. Projectsubsidies zijn met name relevant voor educatieve projecten, NT2-projecten en journalistieke projecten.

Organisatiesubsidies

Op dit moment loopt er een meerjarige subsidie voor het eerstelijns taaladvies, maar ontvangen we daarvoor nog steeds geen structurele ondersteuning. We blijven met de Taalunie en OCW in gesprek over de noodzaak van structurele ondersteuning voor deze publieke dienstverlening.

Ook kijken we naar mogelijkheden voor structurele ondersteuning van onze kernactiviteiten: het tijdschrift en het tweedelijns taaladvies. Vanuit de visie dat ook het tweedelijns advies een vorm van publieke dienstverlening is, en dat het tijdschrift een belangrijke rol speelt bij het documenteren en delen van taal als cultureel erfgoed, is financiële ondersteuning hiervan zeker te verdedigen.

Naar een nieuw begrotingsformat

Leden betalen contributie omdat zij dan het tijdschrift krijgen. In het verleden kon vanuit die contributie een groot aantal andere activiteiten betaald worden. Nu de ambities groter zijn dan de financiële ruimte, moet Onze Taal toe naar een nieuw begrotingsformat. Daarbij worden de kosten voor het tijdschrift en de bedrijfsvoering gekoppeld aan de contributie. Voor alle projecten die daarbuiten vallen en die onvoldoende inkomsten genereren, moet ofwel externe financiering gevonden worden, of er wordt een bewuste keuze gemaakt om die kosten vanuit de eigen reserves te dragen.

Taak	Bron
Redactie en tijdschrift	Contributie
Administratie en bedrijfsvoering	Contributie
Communicatie en ledenwerving	Contributie
Website en 2 ^e lijns taaladvies	Donaties en subsidies
Eerstelijns taaladvies	Donaties en subsidies

Educatie/participatie en projecten	Donaties en subsidies
Trainingen	Verkoop en subsidies
Publicaties	Verkoop en subsidies
Bijeenkomsten en congressen	Verkoop en subsidies
Correctie/redactie/advies in opdracht	Opdrachtgever

6. Van beleid naar praktijk

Het hiervoor beschreven beleid en de speerpunten voor de komende jaren staan niet op zichzelf, maar moeten resulteren in praktische werkplannen. Hoe pakken we dat aan?

Jaarlijkse werkplannen

Dit beleidsplan bevat zowel globale ambities als heel concrete plannen. We kunnen niet alles tegelijk, daarom is het zaak om de gewenste ontwikkeling uit te zetten in de tijd, en te vertalen naar jaarwerkplannen. Die jaarwerkplannen beslaan niet alleen de nieuw activiteiten, maar ook de doorlopende kernactiviteiten en de bedrijfsvoering. Een goede balans is daarbij een aandachtspunt, zowel in de aansturing als de uitvoering.

Draagvlak

Niet alleen binnen de organisatie, maar vooral ook daarbuiten willen we draagvlak vinden voor de nieuw ontwikkelingen die Onze Taal voor ogen heeft. Dat betekent dat we onze plannen delen met andere partijen, en hen ook als klankbord gebruiken. Meer dan voorheen zoeken we de samenwerking met andere organisaties op. Draagvlak is ook nodig bij de leden van Onze Taal; niet alleen omdat zij ons werk mogelijk maken, maar ook omdat ze onze belangrijkste ambassadeurs zijn.

Evaluatie

Voor elk onderdeel van het werkplan formuleren we specifieke doelen en succescriteria. We richten de managementinformatie zo in dat we een goed zicht hebben op het effect van onze acties. Daarmee hebben we de instrumenten om snel bij te sturen als dat nodig is, maar ook om de resultaten van ons werk zichtbaar te maken. Want niets inspireert méér dan dat: concrete resultaten.