

A photograph of a man and a child in a traditional wooden boat on a body of water. The man, wearing a straw hat and a light-colored shirt, stands at the front of the boat, holding a long wooden pole. The child stands at the back of the boat. The scene is set against a backdrop of mountains and a clear sky, with the sun low on the horizon, creating a warm, golden light. The water is calm, reflecting the sky and the boat.

# MEERJARENBELEIDSPPLAN

## 2017-2021

Landelijk  
Samenwerkingsverband  
Mission



# INHOUDSOPGAVE

Voorwoord	<b>3</b>
1. Inleiding	<b>4</b>
2. Managementsamenvatting	<b>6</b>
3. Visie en missie	<b>8</b>
4. Strategische ambities 2017-2021	<b>10</b>
4.1 Doorgaan op de ingeslagen weg	<b>10</b>
4.2 Nieuw merk/label voor doelgroepen onder 45 jaar	<b>12</b>
Bijlage 1: Terugblik Meerjarenbeleidsplan 2014–2017	<b>16</b>
Bijlage 2: Omgevingsanalyse	<b>23</b>
Bijlage 3: SWOT GKv-mission (huidige situatie)	<b>27</b>
Bijlage 4: Doordenken en vooruitkijken / de toekomst van GKv-mission	<b>29</b>



# VOORWOORD

*‘Maar u bent een uitverkoren geslacht, een koninkrijk van priesters, een heilige natie, een volk dat God zich verworven heeft om de grote daden te verkondigen van hem die u uit de duisternis heeft geroepen naar zijn wonderbaarlijke licht’ (1 Petrus 2: 9)*

Petrus gebruikt hele grote woorden om de kerk aan te duiden. Maar het is goed om daarbij te bedenken dat het om een kleine, kwetsbare groep mensen ging, mensen die niet zo anders in elkaar zaten dan wij vandaag. De grote woorden gaan over het plan van God. De Heer van hemel en aarde gebruikt mensen om de wereld te laten weten wie Hij is. Dat wonder ligt ook aan de basis van ons mission-werk. Verbonden met partnerkerken wereldwijd zetten we ons, als GKv-mission-organisaties, in om Gods goede nieuws te verkondigen, in woord en daad. In dat werk maken we afwegingen, keuzes en strategische plannen. Deze beschrijven we in dit Meerjarenbeleidsplan, waarmee we een inspirerende kijk in de toekomst willen bieden. Een belangrijke of misschien wel dé belangrijkste noot bij dit Meerjarenbeleidsplan is dat we ons in alle plannen en doelstellingen volledig afhankelijk weten van God, onze Vader. Hierin leren we veel van onze partners, die vaak nog veel meer dan wij in vertrouwen en afhankelijkheid leven. We zijn ontzettend dankbaar voor de mogelijkheden

die God ons geeft in het werk dat we mogen doen. En we weten ons in heden en toekomst gesterkt door Zijn leiding.

We bidden dat ons werk mag bijdragen aan wat God heeft bedacht: de grote daden te verkondigen van hem die ons uit de duisternis heeft geroepen naar zijn wonderbaarlijke licht.

## **Albert Veerman**

*Voorzitter Landelijk Samenwerkingsverband Mission*

## **Klaas Harink**

*Directeur Verre Naasten*

*PS. Over de drie belangrijkste strategische keuzes uit dit meerjarenbeleidsplan maakten we een kort filmpje. Bekijk ‘em [hier!](#)*

2 op de 3 mensen wereldwijd kennen Jezus niet als hun redder. Als Gereformeerde Kerken vrijgemaakt willen we mensen vertellen over Jezus; wereldwijd! Daarom ondersteunen we lokale kerken in het buitenland die daar volop mee bezig zijn en het geloof delen, in woord en daad! Voor de uitvoering van dit mission-werk werken GKv-kerken regionaal samen, daarbij ondersteund door Verre Naasten. Alle regionale samenwerkingsverbanden zijn ook verenigd in een landelijk samenwerkingsverband. Dit landelijk samenwerkingsverband kent ook gastleden: mission-organisaties die sterk geworteld zijn in de GKv en een samenwerkingsrelatie met Verre Naasten hebben. Met elkaar willen we zo onderling kennis, ervaring en middelen delen om daarmee samen onze missie ‘geloof delen wereldwijd’ zo goed mogelijk te realiseren!



# 1. INLEIDING

Dit Meerjarenbeleidsplan beschrijft de strategische ambities voor het mission-werk vanuit de Gereformeerde Kerken vrijgemaakt (GKv) voor de periode 2017 t/m 2021. Het plan dient als kader en inspiratie voor de regionale samenwerkingsverbanden (RSV's) en Verre Naasten (voor de gezamenlijke én individuele werkzaamheden / activiteiten). Dit plan is geen vaststaand document; we zijn lerende en veranderende organisaties en daarom wordt dit plan periodiek geëvalueerd en waar nodig bijgesteld (het is een zgn. rollend strategisch plan).

Dit plan is als volgt opgebouwd: na deze inleiding (hoofdstuk 1) volgt een managementsamenvatting (hoofdstuk 2) waarin we de belangrijkste keuzes van dit meerjarenbeleidsplan kort weergeven. In hoofdstuk 3 beschrijven we de visie en missie, die als uitgangspunt dienen voor de strategische ambities 2017-2021 (hoofdstuk 4). Ter onderbouwing van de gemaakte keuzes zijn er diverse bijlagen: Terugblik Meerjarenbeleidsplan 2014-2017 (bijlage 1), een omgevingsanalyse (bijlage 2), SWOT GKv-mission (bijlage 3) en de analyse 'Doordenken en vooruitkijken / de toekomst van GKv-mission' (bijlage 4).

Onze strategische ambities formuleerden we in dit plan vooral op hoofdlijnen en niet op concreet/operationeel

niveau (daarvoor zijn de jaarplannen bedoeld). Zo willen we ook ruimte creëren om in te spelen op actuele ontwikkelingen. Voor dit Meerjarenbeleidsplan gebruikten we het Algemeen Beleid (2013) als uitgangspunt.

Dit plan is ontwikkeld door het managementteam van Verre Naasten. Dat deden zij met input van de (gast)leden van het Landelijk SamenwerkingsVerband (LSV), het bestuur van het LSV / Verre Naasten, medewerkers van Verre Naasten en vertegenwoordigers van partners in het buitenland:

- 10 en 11 juni 2016: Bestuursretraite met vertegenwoordigers van de (gast)leden van het LSV, het bestuur LSV/ Verre Naasten en het management team van Verre Naasten (met name gericht op veranderende achterban). Bijbehorende documenten zijn: 'Doordenken en Vooruitkijken / toekomst van GKv-mission' (Peter Wierenga), 'het (ruwe) verslag' (Anja Mijnheer) en 'Verslag retraite – beknopt' (Peter Wierenga).
- Najaar 2016: Aanbod aan RSV's om met Peter Wierenga het verslag te bespreken en input te verzamelen over de aanbevelingen uit de bestuursretraite. Hiervan is gebruik gemaakt door: Zuid-Afrika Mission, India Mission, Indonesië Mission, Kenia Mission, Zuid-India Mission.
- 8 en 9 september 2016: Toerustingsdagen medewerkers

Verre Naasten. Daarbij lag de nadruk op het bespreken van de aanbevelingen uit de bestuursretraite.

- December 2016: Bespreking in bestuur LSV / Verre Naasten.
- Februari 2017: LSV-themadag over het concept meerjarenbeleidsplan 2017 – 2021.
- Mei 2017: *Vastgesteld op de Algemene Vergadering van het LSV.*



**De wereld is in  
beweging en daar-  
mee ook de positie  
van christenen en  
het mission-werk  
wereldwijd.**



## 2. MANAGEMENTSAMENVATTING

Hoewel we spelen in op alle veranderingen om ons heen en welke strategische keuzes voor de toekomst vraagt dat van ons als Landelijk Samenwerkingsverband Mission? Deze vraag ligt ten grondslag aan dit Meerjarenbeleidsplan. Uit een analyse van de huidige situatie (bijlage 1 t/m 3) komt een aantal stevige conclusies. De belangrijkste:

- 1) De wereld is in beweging en daarmee ook de positie van christenen en het mission-werk wereldwijd. Die ontwikkelingen vragen aandacht in ons relatie- en projectbeheer, bezinning op mission binnenland en opnieuw nadenken over (verregaande/nieuwe) samenwerkingen;
- 2) We zijn verbonden aan een kerkverband dat volop in beweging is. Het is hierdoor onzeker in welke vorm het GKv-mission-werk over 5-10 jaar bestaat. Bovendien zien we binnen ons kerkverband dat de betrokkenheid van mission vooral de doelgroep 45+ betreft; generaties daaronder bereiken we onvoldoende en vragen bovendien een radicaal andere aanpak vanwege een andere beleving van geloof en kerk-zijn, waarbij onze exclusieve GKv-identiteit eerder een nadeel dan een voordeel is.

Als Landelijk Samenwerkingsverband Mission moeten we, in het belang van onze gezamenlijke missie en verlangen 'geloof delen wereldwijd', anticiperen op deze ontwikkelingen. Daarin zien we ook volop kansen. Onze strategische ambities voor de periode 2017-2021 formuleerden we daarom als volgt:

- 1) We gaan door op de ingeslagen weg en met de huidige structuur (daarmee bedoelen we: LSV/RSV's/Verre Naasten, met als belangrijkste doelgroepen voor betrokkenheid de kerken /doelgroep 45-50+) met daarbinnen, als nieuw element, ruimte voor mission binnenland.
- 2) We richten een nieuw label/merk op om doelgroepen onder de 45 jaar te bereiken.

Deze keuzes vragen enerzijds dat we binnen onze bestaande structuur blijven optimaliseren, vernieuwen en openstaan voor nieuwe wegen en anderzijds dat we durven loslaten en jongere generaties zelf verantwoordelijkheid laten nemen, waarbij we binding gaan creëren op basis van onze visie en missie, en niet op afzender (het GKv-kerkverband).





We zijn  
verbonden  
aan een  
kerkverband  
dat volop in  
beweging is.

5167 E  
STAR · MOTOS  
Emmanuel  
= Dieu  
est avec nous



## 3. VISIE EN MISSIE

### **De visie** van het GKv-mission-werk<sup>1</sup> is:

God maakt zich in de Bijbel bekend als God, die in liefde omziet naar de wereld. Hij zendt zelfs Zijn Zoon Jezus om de wereld te verlossen. Mission mag gaan in het spoor van Jezus, die in liefde omziet naar mensen en hen bevrijdt van het kwaad, nú en straks. Gedreven door Jezus' opdracht en ons verlangen het geloof te delen mogen wij, als zijn volgelingen, in woord en daad Gods liefde bekendmaken en meebouwen aan Gods Koninkrijk op aarde. Zodat mensen in de wereld God erkennen en Hem willen volgen.

### **De missie** van het GKv-mission-werk is:

Samen met en namens lokale kerken in Nederland werken wij mee aan de verspreiding van het evangelie, wereldwijd. We onderhouden hiervoor relaties met kerken en christelijke organisaties die in hun directe omgeving het geloof delen, in woord en daad. Zo willen we, als broers en zussen in Gods wereldwijde kerk, samen optrekken in het geloof en kerk-zijn en Gods reddingsplan bekendmaken. Tot wederzijdse steun, inspiratie en bemoediging en dit alles tot eer van God.

Kort samengevat als *'geloof delen wereldwijd'*.

De missie en visie zijn ook vertaald in een kernboodschap (elevator pitch). Deze is als volgt:

2 op de 3 mensen wereldwijd kennen Jezus niet als hun redder. Onze wereld heeft Jezus nodig. Jouw gemeente wil het geloof delen, wereldwijd. Daarom ondersteunen we samen lokale kerken in het buitenland die daar volop mee bezig zijn, in woord en daad. En dat werkt! Zij weten wat er nodig is en welke aanpak het verschil maakt. Doe mee met het mission-project van jouw gemeente. Deel Jezus' levensreddende boodschap en laat je inspireren door Gods werk wereldwijd.

**De kernboodschap** kent een afgeleide variant voor elke regio:

2 op de 3 mensen wereldwijd kennen Jezus niet als hun redder. Onze wereld heeft Jezus nodig. Daarom ondersteunen we, samen met en namens de GKv uit ... lokale kerken in ... die het geloof delen, in woord en daad. En dat werkt! Zij weten wat er nodig is en welke aanpak het verschil maakt. Doe mee met dit mission-project van jouw kerk. Deel Jezus' levensreddende boodschap en laat je inspireren door Gods werk wereldwijd.

<sup>1</sup>In dit Meerjarenbeleidsplan wordt bewust steeds gesproken over het GKv-mission-werk, in plaats van GKv-mission om te voorkomen dat GKv-mission als 'eigen naam' gaat fungeren en in de spraakverwarring als eigenstandige organisatie wordt gezien cq. wordt verward met Verre Naasten.





**God maakt  
zich in de Bijbel  
bekend als God,  
die in liefde  
omziet naar  
de wereld.**



## 4. STRATEGISCHE AMBITIES 2017-2021

In dit hoofdstuk beschrijven we de strategische ambities voor de periode 2017-2021. Deze komen voort uit een analyse van de huidige situatie (bijlage 1 t/m 3). Uit deze analyse blijkt dat we proactief moeten anticiperen op de veranderende positie van christenen en het mission-werk wereldwijd en op de ontwikkelingen in ons kerkverband en bij jongere generaties. We formuleerden daarom twee strategische ambities voor de periode 2017-2021; 1) we gaan door op de ingeslagen weg en met de huidige structuur, met ruimte voor mission binnenland (hoofdstuk 4.1) én 2) we richten een nieuw merk/label op voor doelgroepen onder de 45 jaar (hoofdstuk 4.2).

### 4.1 DOORGAAN OP DE INGESLAGEN WEG

Onze eerste strategische ambitie is: doorgaan op de ingeslagen weg en met de huidige structuur (LSV/RSV's/Verre Naasten) met daarbinnen, als nieuw element, ruimte voor mission binnenland. Voor de komende jaren betekent dit concreet:

- 1) We onderhouden relaties met verwante kerkverbanden, christelijke organisaties en theologische instituten (en gaan eventueel nieuwe relaties aan). Dat doen we samen met en namens de GKv. Binnen dit werk is ruimte voor mission binnenland gericht op mensen uit het buitenland, zie 4.1.1.

- 2) We focussen op en koesteren de doelgroep lokale GKv-kerken en kerkleden boven de 45 jaar. We willen relatie stimuleren tussen kerken/geloofsgenoten hier en daar en de betrokkenheid hierbij in de vorm van meeleven, meebidden en meefinancieren vasthouden en vergroten en hierin blijven vernieuwen.
- 3) We continueren de samenwerking en uitvoering van het werk binnen de bestaande structuur en blijven deze optimaliseren en vernieuwen. Daarbij staan we ook open voor nieuwe wegen.

*Insteek:*

- Voor de uitvoering van mission buitenland worden geen grote wijzigingen in het partnerbestand verwacht. Extra tijd/aandacht wordt er in de periode 2017-2021 besteed aan het stimuleren van de wederkerigheid tussen onze buitenlandse partners en kerken en instellingen in Nederland; het maken van beleid over gerichte uitfasering (wanneer stopt de ondersteuning?) en over onze mission-taak in Europa; strategische partnerships; capaciteitsopbouw gericht op het versterken van kader en het stimuleren en faciliteren van kennisdeling tussen partners onderling.
- We willen meer samenwerken met aanverwante mission-organisaties in Nederland, zoals CGK-mission, NGK-

mission en GZB, bijvoorbeeld in het geval van samenwerkingsgemeentes en de mogelijke oprichting van de GTU.

- We streven in de samenwerking tussen RSV's en Verre Naasten naar een situatie waarin 80% van de RSV's de samenwerking als positief beoordeelt.
- We streven ernaar dat 90% van de plaatselijke GKv-gemeentes lid is/blijft van een RSV en de samenwerking met hun RSV beoordeelt met een voldoende. Daarbij beschikt 80% van alle leden (kerken) over een proactieve mission-commissie / mission-ambassadeur die periodiek aandacht vraagt (minimaal 4x per jaar) voor het mission-werk.
- De plaatselijke GKv-gemeentes financieren het mission-werk van RSV's / LSV en Verre Naasten met 2,5 miljoen per jaar (quota). Daarnaast dragen ze via landelijke campagnes van Verre Naasten jaarlijks zo'n 200K bij.
- Het aantal actieve, particuliere donateurs van Verre Naasten (met een gift in 12 maanden) blijft op het peil van op/rond 18.000 donateurs met een totale inkomstenstroom van ruim 1,5 miljoen euro.

*Randvoorwaarden:*

Om deze strategische ambitie te realiseren, gelden de volgende randvoorwaarden:

- 1) Project- en relatiebeheer met buitenlandse partners.



- Per partner duidelijke afspraken wie de uitvoering doet: het RSV-bestuur zelf of Verre Naasten in opdracht van het desbetreffende RSV-bestuur (of een mengvorm daarvan).
- Voldoende aandacht én capaciteit bij RSV's en Verre Naasten.
- Consistentie in beleid en uitvoering als één geheel (het moet niet uitmaken wie je spreekt; een RSV-medewerker of medewerker Verre Naasten).
- Een aantrekkelijk portfolio van partners en programma's (met het oog op de achterban in Nederland).

## 2) Achterban:

- Eenduidige naamvoering/branding offline (drukwerk/presentaties, etc.) en online.
- Eenduidige boodschap/ 'tone of voice' in communicatie over mission (laagdrempelig, aansprekende schrijfstijl, persoonlijke insteek, juiste balans in hoofd versus hart, etc.). Ook hier geldt: het moet niet uitmaken wie je spreekt; een RSV-medewerker of medewerker Verre Naasten
- Voldoende aandacht, kunde én capaciteit bij RSV's voor het stimuleren van de betrokkenheid van de achterban (in bestuur en qua aantal communicatiemedewerkers).
- Duidelijke afspraken over doelen, invulling en uitvoering van relatiemanagement naar mission-commissies en taakverdeling RSV/Verre Naasten daarin.
- Loyale samenwerking met en ondersteuning van Verre Naasten bij acties, events, donateurswerving, ontmoetingszondagen, etc. om de betrokkenheid bij

het mission-werk (hetzij specifiek, hetzij algemeen) te bevorderen en zo de vrije giften van kerken of donateurs op peil te houden. Dit ook vanwege de quota die onder druk staan waardoor er in de toekomst meer vrije giften nodig zijn om het inkomstenniveau op peil te houden.

- 3) Duidelijke afspraken tussen RSV's en Verre Naasten over financiële administratie, CRM-gebruik, ICT-gebruik, om zo bedrijfsprocessen efficiënt en toekomstbestendig in te kunnen richten.

- 4) Openstaan voor mission-initiatieven van NGK of CGK om eventueel aan te sluiten bij het LSV.

### 4.1.1 Toelichting op mission binnenland

In het Algemeen Beleid Mission maken we geen principieel onderscheid tussen mission binnenland en mission buitenland. De keuze voor mission-buitenland is een praktische keuze (zie ook het Algemeen Beleid Mission). Actuele ontwikkelingen vragen echter om een bezinning op die keuze. Uit de omgevingsanalyse komt naar voren dat de wereld volop in beweging is; Europa is nu zelf mission-gebied en toenemende spanningen en ongelijkheid wereldwijd brengen onze 'verre naasten' dichtbij. Ook zien we dat in de lokale kerken in Nederland de aandacht voor mission binnenland toeneemt. We willen graag anticiperen op deze ontwikkelingen. In de periode 2017-2021 gaan we daarom onderzoeken en uitproberen (in de vorm van pilots) hoe we hierop kunnen inspelen door de inzet van (een deel van) onze kennis, ervaring, deskundigheid en financiële middelen. Zo willen we stimuleren dat mis-

sion binnenland en buitenland elkaar wederzijds versterken. Onze inbreng komt daarbij het beste tot z'n recht in projecten die dicht tegen onze projecten in het buitenland aanliggen, met interculturele contacten.

Qua uitwerking denken we aan tijdelijke projectsteun en een vorm waarin mensen/partners uit binnen- en buitenland kennis en ervaringen kunnen delen rond specifieke mission-onderwerpen. Ook zien we voor onszelf een rol van 'makelaar' weggelegd; we verbinden partijen/projecten aan elkaar en verwijzen door. Gezien het mandaat van RSV (regio-gebonden) en omdat het efficiënter is om dit bovenregionaal te doen, worden deze werkzaamheden belegd bij Verre Naasten. Verder geldt voor mission binnenland:

- Projecten moeten qua beleid en werkwijze passen binnen ons algemene en strategische beleid.
- Ondersteuning geldt voor bestaande en/of nieuwe projecten die reeds zijn ingebed in een (inter)kerkelijke structuur.
- Projectondersteuning gebeurt via de vorm van een 'fonds' (geen inhoudelijke ondersteuning). Voor dit fonds is jaarlijks 250.000 euro beschikbaar (dat is circa 5% van het huidige totale GKv-mission-budget).
- Verre Naasten neemt geen medewerkers in dienst voor de uitvoering en projectbeheer.
- Deelnemende partijen zijn bereid om een bijdrage te leveren aan uitwisseling / deskundigheidsbevordering voor andere partners in binnen- en buitenland.



## 4.2 NIEUW MERK/LABEL VOOR DOELGROEPEN ONDER 45 JAAR

Wij geloven dat het óók voor generaties onder de 45 jaar waardevol is om betrokken te zijn bij mission, bij Gods wereldwijde kerk. Daarnaast is ons verlangen dat de ondersteuning voor het mission-werk wereldwijd doorgaat, ook in de toekomst. Daar hebben we jongere generaties bij nodig. Daarom is onze tweede strategische keuze dat we een nieuw merk/label oprichten om doelgroepen onder de 45 jaar<sup>2</sup> te bereiken en te betrekken bij mission. We onderscheiden daarbinnen vooralsnog drie doelgroepen; kinderen/jongeren tot 18 jaar, jongeren van 18-25 jaar en volwassenen van 25-45 jaar. Belangrijk uitgangspunt voor dit nieuwe merk/label is dat we graag willen aansluiten bij hen. Dat vraagt van ons dat we:

- 1) iets opzetten binnen het bestaande governance model, maar naast de bestaande organisatie(s) voor het Gkv-mission-werk.
- 2) Binding creëren op basis van onze visie en missie, en niet op afzender (het Gkv-kerkverband);
- 3) iets ontwikkelen voor en door de generaties zelf (dus niet van tevoren alles uitschrijven, maar het laten groeien);
- 4) Durven loslaten en deze generaties zelf verantwoordelijkheid laten nemen (wij staan hen qua cultuur en structuur in de weg).
- 5) Meer denken in dynamische netwerken of bewegingen of misschien zelfs een product/platform dan in statische verenigingen/organisaties; we moeten er niet automatisch vanuit gaan dat we weer een 'goed doel' in de markt zetten.

*Insteek:*

- Primaire focus op bewustwording / voorlichting in Nederland, afhankelijk per subdoelgroep ook doelstellingen op niveau van fondsenwerving.
- Experimenteren binnen dit label mag, activiteiten mogen ook mislukken.
- Dit nieuwe label moet geen concurrentie worden met RSV's / LSV / Verre Naasten.
- Voor dit label gebruiken we het bestaande netwerk van buitenlandse partners, maar we staan ook open voor nieuwe partners en projecten. Ook is er binnen dit label ruimte voor mission binnenland projecten.
- Binnen dit label willen we bezinnen op alternatieve werkgeversmodellen: denk aan een model met werken via zzp-ers.
- Samenwerken met andere partijen is een voorwaarde. We denken bijvoorbeeld aan christelijke onderwijsinstellingen, EO, Dag 6, EO-jongerendag, New Wine, Opwekking, Huis van Belle, Navigators, Happietaria, Jesus.net, Atletes in Action, etc.
- Voor het nieuwe label willen we, waar mogelijk, gebruikmaken van de bestaande back office (financiële administratie, CRM-systeem, actieplatform, netwerk in binnenland en buitenland, expertise, etc.)

Voor het oprichten van dit nieuwe label hebben we een investeringsbudget nodig van 200.000 euro per jaar, voor een periode van vijf jaar (tussentijds en op activiteitsniveau wordt er continu geëvalueerd: doorgaan of stoppen). Deze investering willen we binnen vijf jaar terugverdienen met daar bovenop een plus van 10% (financieel / omgerekend in

<sup>2</sup>De leeftijdsgrens is indicatief; het gaat ook om levenshouding, -stijl en -fase.



vrijwilligerswerk), te besteden aan de projecten in het buitenland. De financiering van dit budget willen we doen uit de reserve, budgetpost 'nieuw werk', via een bijdrage van de RSV's en mogelijk via investeerders en adverteerders.

#### 4.2.1 Kinderen en jongeren tot 18 jaar

De eerste subdoelgroep die we onderscheiden zijn kinderen en jongeren tot 18 jaar. We denken daarbij specifiek aan kinderen/tieners met een christelijke achtergrond, die onderwijs volgen op een (gereformeerde) basisschool of middelbare school of lid zijn van een kerk.

##### a) Kinderen in basisschooleeftijd:

In de afgelopen jaren deden we veel ervaring op met deze doelgroep; met acties gericht op het individuele kind, via de school (zo'n 180 in Nederland) of de kerk (de intermediair ouders/grootouders is door ons nog niet strategisch ingezet). Die ervaringen leren dat het intensief en kostbaar is om kinderen individueel te bereiken. Voor een benadering via scholen geldt dat het voor ons vaak moeilijk is om er 'binnen te komen'; vanwege onze GKv-achtergrond (voor veel scholen 'te smal') of de concurrentie met andere (vaak lokale) goede doelen. De benadering via kerken is wel kansrijk: voor concrete producten en acties op incidentele basis is goede belangstelling.

Willen we deze doelgroep (via hun intermediairs) bereiken dan moeten we met iets komen dat zó aantrekkelijk is dat deze doelgroep het wil hebben/afnemen! Relevante kenmerken zijn dan: fun, laagdrempelig en

educatief. Met die drie kenmerken willen we een product ontwikkelen voor deze doelgroep waarmee we mission (geloof delen wereldwijd) op een laagdrempelige manier introduceren.

##### b) Kinderen in de middelbare schooleeftijd:

Tieners vormen, net als kinderen, al jarenlang een doelgroep voor voorlichting over mission. We deden ervaring op met acties gericht op de individuele tiener, via de school en de kerk (ook bij deze doelgroep is de intermediair ouders/grootouders door ons nog niet strategisch ingezet). De opgedane ervaringen leren ons dat we via de individuele benadering er nog niet in slagen 'massa te maken'. Een benadering via kerken is kansrijk, maar voor deze doelgroep nog maar beperkt benut. Via scholen slagen we er inmiddels goed in de doelgroep te bereiken (5 gereformeerde scholengemeenschappen). Na jaren 'zaaiwerk' boeken we nu goede resultaten met de actie 'Maak Meer Marathon' (al dan niet in combinatie met een projectreis voor leerlingen). Met diverse scholengemeenschappen zijn er ook goede (in een paar gevallen: langdurige) relaties opgebouwd. Wel zien we ook bij de gereformeerde middelbare scholen dat het steeds moeilijker wordt om binnen te komen als exclusieve GKv-organisatie, tegelijkertijd is er een tendens zichtbaar dat scholen liever elk jaar een ander goed doel kiezen.

Voor het bereiken van de doelgroep tieners, voor de periode 2017-2021, willen we blijven inzetten op de intermediair (gereformeerde) middelbare scholen. We willen de bestaande strategie en programma's continue-

ren (waar nodig: optimaliseren of vernieuwen), maar dan wel ondergebracht bij het nieuwe label. Zo kunnen we verzilveren wat tot nu toe daarmee is opgebouwd. Via de weg van het nieuwe label hopen we daarnaast ook scholen aan te spreken die eerder niet geïnteresseerd waren vanwege onze exclusieve GKv-identiteit.

##### Insteek:

- Voor zowel kinderen op de basisschool als de middelbare school gelden fun, laagdrempelig en educatief als kernwaarden. De tegenwaarde die we de doelgroepen (of hun intermediairs) bieden ligt op dat vlak in combinatie met ontwikkeling/beleving van identiteit en geloof.
- Via deze doelgroepen willen we ook heel bewust de ouders bereiken / 'meenemen' op de missie 'geloof delen wereldwijd'. Activiteiten hebben daarom een ouder-component.
- Voor de doelgroep kinderen geldt: primaire focus is bewustwording over 'geloof delen wereldwijd', fondsenwerving in de sliptream via acties of verkoop: acties op deze doelgroep mogen 'wat kosten'. Voor de doelgroep tieners geldt dat bewustwording en fondsenwerving een gelijkwaardige positie innemen naast elkaar: acties gericht op deze doelgroep moeten ook financiële 'winst' opleveren.
- Bij de doelgroep kinderen staat het nieuw te ontwikkelen product centraal / is leidend, het nieuwe label gaan we via dit product pluggen (in de markt zetten). Dit product biedt de doelgroep een duidelijke 'tegenwaarde': what's in it for me?
- We willen doelgroepen stimuleren om uiteindelijk 'door te stromen' naar de (vervolg)doelgroep tieners en studenten.





#### 4.2.2 Jongeren van 18-25 jaar

Als tweede subdoelgroep zien we jongeren van 18-25 jaar; christelijke studenten op het MBO / HBO / Universiteit. Zij komen uit verschillende kerkgenootschappen (kerkmuren zijn voor deze doelgroepen niet/minder relevant), waaronder GKv, NGK en CGK. Daarbij focussen we op positief-christelijke jongeren die op zoek zijn naar geloofsbeleving en/of zingeving en redelijk internationaal georiënteerd zijn. Zij zijn rechtstreeks te benaderen of via intermediairs zoals studentenverenigingen, kerken, eigen netwerken, jongerenbewegingen en organisaties die zich richten op jongeren. We denken dat we door en voor jongeren iets te bieden hebben op het snijvlak van geloof, geloofsgenoten wereldwijd, ontwikkelingshulp, gerechtigheid, maatschappelijk verantwoord leven, etc. Met als resultaat dat het geloof van de jongeren en hun oriëntatie op mission wordt versterkt.

##### *Insteek:*

- Focus op geloofsverdieping en zingeving gevoed vanuit het mission-werk en geloofsgenoten wereldwijd.
- Voorkeur voor community-achtige opzet: werken met key-personen die een netwerk om zich heen opzetten/verzamen.
- Mag best eigenzinnig, rebels met veel ruimte voor eigen initiatieven en experimenteren.
- Bewustwording en fondsenwerving nemen een gelijkwaardige positie in naast elkaar: acties gericht op deze doelgroep moeten ook financiële 'winst' opleveren.
- Aansluiten bij bestaande initiatieven is een must. Denk aan Dag6, Navigators, Happietaria, etc.

- Verdienmodel staat nog open; niet automatisch denken in de vorm van giften.
- Stimuleren van doorstroming naar (vervolg)doelgroep 25-45 jaar.

#### 4.2.3 Volwassenen tussen 25-45 jaar

De derde subdoelgroep waarop we ons willen richten zijn christelijke volwassenen tussen 25-45 jaar. Net als bij de doelgroep studenten komen zij uit verschillende kerkgenootschappen (kerkmuren zijn voor deze doelgroepen niet/minder relevant), waaronder GKv, NGK en CGK. Daarbij focussen we op positief-christelijke volwassenen die op zoek zijn naar geloofsbeleving (en/of geloofs(op)voeding voor hun kinderen) en/of zingeving en redelijk internationaal georiënteerd zijn. Binnen deze subdoelgroepen zien we verschillende sub-subgroepen, bijvoorbeeld singles, tweeverdieners, jonge gezinnen, mannen en vrouwen. Het is nog mogelijk dat het label zich op een sub-subgroep binnen deze subdoelgroep richt.

In het algemeen kunnen we zeggen dat deze doelgroep druk is (werk/gezin) en zich vaak niet langdurig kan of wil verbinden (zowel financieel als in tijd). Wel zoekt deze doelgroep naar momenten om (samen) het geloof te beleven / te verdiepen. Dat zie je terug in de belangstelling voor initiatieven zoals New Wine, Opwekking, de 4e Muskietier, Present, de Muskathlon, etc. Deze doelgroep wil zich ook wel inzetten voor een 'klus'. Gezelligheid, geloof, gebed en betekenisvol (in ons geval in relatie tot 'mission') zijn kernwoorden. Voor het bereiken van deze doelgroep gaan onze eerste gedachten uit naar een serie van events waarmee we de doelgroep

geloofsverdieping en zingeving bieden, gevoed vanuit het mission-werk en geloofsgenoten wereldwijd.

##### *Insteek:*

- Focus op geloofsverdieping en zingeving, gevoed vanuit het mission-werk en geloofsgenoten wereldwijd.
- Bij voorkeur in verbinding met de activiteiten van dit label voor de doelgroep kinderen en jongeren.
- Bewustwording en fondsenwerving nemen een gelijkwaardige positie in naast elkaar: acties gericht op deze doelgroep moeten ook financiële 'winst' opleveren.
- Verdienmodel staat nog open; niet automatisch denken in de vorm van giften.



**Samen met en namens lokale kerken in Nederland werken wij mee aan de verspreiding van het evangelie, wereldwijd.**



# BIJLAGE 1:

## TERUGBLIK MEERJARENBELEIDSPLAN 2014–2017

In het Meerjarenbeleidsplan 2014-2017 formuleerden we strategische ambities op vier niveaus<sup>3</sup>: 1) buitenlandse partners, 2) achterban, 3) organisatie en 4) financiën. In deze bijlage blikken we daarop terug. In hoeverre zijn de ambities gerealiseerd?

We mogen in deze terugblik tevreden vaststellen dat we onze ambities voor de buitenlandse partners nagenoeg allemaal realiseerden; met ruim zestig partners wereldwijd mochten we onze missie 'geloof delen wereldwijd' vormgeven. Prachtig! Ook de financiële ambities bereikten we; we hielden onze omzet en een gezonde financiële positie. Wat een grote zegen, gezien de economische tegenwind. Onze ambities voor achterban en organisatie konden we helaas niet waarmaken; betrokkenheid en eigenaarschap van lokale kerken rond het mission-werk blijven punten waaraan we moeten werken. Ook biedt de nieuwe organisatiestructuur nog de nodige uitdagingen (efficiëntie en effectiviteit) waarop we een antwoord moeten formuleren in het Meerjarenbeleidsplan 2017-2021.

<sup>3</sup>NB: dit was nog het Meerjarenbeleidsplan van uitsluitend Verre Naasten, niet van het GKv-mission-werk in z'n geheel.





## 1.1 BUITENLANDSE PARTNERS

Onze buitenlandse partners zijn kerken/organisaties waarmee wij ons verwant voelen vanuit onze gereformeerde identiteit, of waarmee wij deze kunnen delen. Voor de periode 2014-2017 formuleerden we drie strategische ambities voor onze buitenlandse partners:

### Strategische ambitie 2014-2017:

1. Alle activiteiten en ondersteuning tussen ons en de partner zijn gericht op verspreiden van het evangelie en opbouw van buitenlandse, lokale geloofsgemeenschappen.
2. Ons werk staat ten dienste van onze buitenlandse partners, maar is tegelijkertijd ook dienstbaar aan ons kerk-zijn in Nederland. We trekken samen op in het koninkrijk van God, tot eer van God.
3. In het werk leggen we de focus op inhoud: wat willen en kunnen we samen betekenen?

De doelgerichte samenwerking tussen Verre Naasten en buitenlandse kerken/organisaties vindt plaats binnen gelijkwaardige partnerships. Hierin gaan we meer aanbodgericht te werk, met bijzondere aandacht voor capaciteitsversterking en training. Geografie is niet bepalend in keuze van partners. Uitgangspunt is: wat heeft God in het verleden op onze weg geplaatst; wat plaatst Hij vandaag de dag op onze weg; en heeft samenwerking een meerwaarde.

### Terugblik:

Deze ambitie is succesvol gerealiseerd via ongeveer 70 partners (lokale kerken en organisaties) in 39 landen. In hun directe omgeving deelden zij het geloof, in woord en daad. De financiële ondersteuning was het grootst in de sectoren diaconale projecten, kerkelijk opbouwwerk en missionair werk (zie ook de jaarverslagen van Verre Naasten).

We zien nog ruimte voor groei: met ons werk willen we dienstbaar zijn aan de GKv en samen optrekken als Nederlandse en buitenlandse kerken. Daartoe is een begin gemaakt, maar de praktisch uitwerking is nog matig: we zien meer kansen om het écht meeleven en van elkaar leren te vergroten. Ook instanties die aan de GKv gerelateerd zijn, kunnen nog meer gebruik maken van de contacten met buitenlandse kerken.

In de afgelopen periode kreeg dit goed vorm. Contacten worden onderhouden als gelijkwaardige partners. Ook wordt er geregeld samen stilgestaan bij het gezamenlijke doel en meerwaarde van de samenwerking. Waar van toepassing is aandacht voor capaciteitsversterking een regulier onderdeel van het werk. Het aanbod is gegroeid en het aantal partners, dat van trainingen gebruik maakt, is toegenomen.



## 1.2 ACHTERBAN

Onze achterban bestaat uit de Gereformeerde Kerken vrijgemaakt en haar leden. Voor de periode 2014-2017 formuleerden we twee strategische ambities voor de achterban:

### Strategische ambitie 2014-2017:

1. Door ons werk stimuleren we de relatie tussen kerken in Nederland en partners in het buitenland, tot eer van God.

Belangrijk uitgangspunt daarbij is dat we gemeenteleden in het hart willen raken en bewustzijn en verlangen willen creëren om het geloof te delen, in woord en daad, als onlosmakelijk onderdeel van het christen-zijn. Gebed voor elkaar is hierin een kernwoord.

2. Verre Naasten positioneert zich als mission-organisatie van de GKv met een aansprekend imago voor de verschillende doelgroepen in de achterban. De scheiding tussen woord en daad moet duidelijk voor iedereen worden losgelaten: het gaat om evangelieverkondiging door woorden en daden, overal ter wereld.

### Terugblik:

In het stimuleren van de relatie (betrokkenheid) tussen kerken/kerkleden in Nederland en partners in het buitenland speelt communicatie een sleutelrol. Daarin zijn goede stappen gezet, zowel op regionaal als landelijk niveau. Een belangrijke stap voorwaarts is de nieuwe koers van Naast, met ook regionale edities. De uitdaging daarbij blijft om ook de doelgroep die Naast niet leest wel te bereiken. Online zien we een groeiende inzet van diverse kanalen (websites, social media, e-mail-nieuwsbrieven), met daarbij nog veel kansen om het effect en het bereik ervan te vergroten. We zijn blij met diverse positieve initiatieven in de regio's, zoals bijeenkomsten, acties en reizen. Ook de recent opgezette 'inspiratiereizen' voorzien in een behoefte. Echter, de voorlichtingsstrategie om deze ambitie te realiseren (die in 2014 in gezamenlijkheid is ontwikkeld), wordt door de RSV's nog onvoldoende gedragen en uitgevoerd; er worden andere/eigen prioriteiten gesteld en keuzes gemaakt. Ook moeten we nog een slag maken in de presentatie van ons werk: meer eigentijds en qua tone of voice minder technisch/verstandelijk/gedetailleerde projectinfo, meer 'hart-tot-hart-communicatie' en persoonlijke verhalen en impactstories.

Deze strategische ambitie is geformuleerd toen Verre Naasten nog een andere positie had en zich nadrukkelijker zelfstandig kon positioneren naar alle doelgroepen. Na de reorganisatie van het GKv-mission-werk liggen de accenten in de positionering anders; in de rebranding kozen we nadrukkelijk voor een positionering van de RSV in de regio's en de plaatselijke kerken, in gezamenlijkheid met Verre Naasten. In de regio's en kerken wordt de RSV daarmee gepositioneerd als de mission-organisatie van de GKv, ondersteund door Verre Naasten (daarbij liggen overigens nog kansen in de eenduidige invoering hiervan, dit verschilt nog per regio). In de positionering naar de eigen donateurs ligt het accent meer op Verre Naasten als zijnde landelijke mission-organisatie voor de GKv. Dit alles onder het





## 1.2 ACHTERBAN (VERVOLG)

### Strategische ambitie 2014-2017 (vervolg):

2. Verre Naasten positioneert zich als mission-organisatie van de GKv met een aansprekend imago voor de verschillende doelgroepen in de achterban. De scheiding tussen woord en daad moet duidelijk voor iedereen worden losgelaten: het gaat om evangelieverkondiging door woorden en daden, overal ter wereld.

### Terugblik:

motto 'geloof delen wereldwijd' om daarmee te onderstrepen dat ons werk om evangelieverkondiging draait en geen ontwikkelingshulp is. Die boodschap proberen we ook zoveel mogelijk als 'rode draad' te verweven in alle communicatie. Hierin zijn nog slagen te maken, zowel in de regionale als landelijke communicatie.

Helaas merken we dat, ondanks alle inspanningen, bestaande/verouderde denkbeelden over zending en de betrokken organisaties hardnekkig zijn, dit veranderen kost meer tijd en aandacht.

Ook slagen we er nog niet in om jongere generaties (onder 45 jaar) aan ons te verbinden, een serieus probleem. De oorzaken zijn divers: variërend van het ouderwetse imago van zending en de bestaande organisatiestructuur (vergadercultuur, gemiddelde leeftijd) tot de 'exclusieve' GKv-identiteit, sterke concurrentie en het ontbreken van eigentijdse communicatiemiddelen.



### 1.3 ORGANISATIE

Met organisatie bedoelen we hier de interne eigen organisatie en de bredere organisatie vanuit de Gereformeerde Kerken vrijgemaakt. Voor de periode 2014-2017 formuleerden we twee strategische ambities op organisatieniveau:

#### Strategische ambitie 2014-2017:

1. Het eigenaarschap moet daadwerkelijk teruggelegd worden bij de lokale kerken in Nederland en zichtbaar zijn in meeleven en betrokkenheid.
  
2. In het Landelijk SamenwerkingsVerband werken we toe naar een organisatie die inhoudelijk sterk en praktisch gezien slagvaardig werkt.

#### Terugblik:

We zijn nu twee jaar onderweg en gaven onszelf vijf jaar hiervoor. In die twee jaar zien we goede ontwikkelingen in de verschillende regio's. Daar staat tegenover dat steeds (meer) kerken zich losmaken van hun regio (nu zo'n 10 kerken). Zij willen meer focus op eigen projecten in binnen- of buitenland of hebben moeite met de financiële afdracht. Het is denkbaar dat dit aantal de komende jaren groeit.

Met de reorganisatie van het GKv-mission-werk zijn er goede stappen gezet (ook hiervoor geldt: we zijn nu twee jaar onderweg en gaven onszelf vijf jaar): 80% van leden is tevreden, er is landelijke dekking en het LSV heeft inmiddels vier gastleden. Naast deze mooie ontwikkelingen, zien we ook ruimte voor verbetering: in de samenwerking tussen enkele RSV's en Verre Naasten speelt nog het 'wij-zij'-gevoel. Daarnaast kunnen we de slagvaardigheid in de samenwerking binnen het LSV nog verder optimaliseren (echter deels inherent aan de gekozen structuur.)



## 1.4 FINANCIËN

Voor de periode 2014-2017 formuleerden we twee strategische ambities voor financiën. Met financiën bedoelden we hier de financiële situatie van Verre Naasten intern en vanuit haar omgeving.

### Strategische ambitie 2014-2017:

---

1. Continueren van een gezonde financiële situatie.  
Dat houdt in: een goede liquiditeitspositie; verantwoorde reserve; boekhouding/administratie op orde.
2. Binnen een context van veranderingen in organisatie, kerk en samenleving: handhaven van huidige omzet mission, vanuit de Gkv. Dat is een omzet van 6 miljoen per jaar (alle inkomsten van Verre Naasten en van de Regionale SamenwerkingsVerbanden bij elkaar opgeteld).

### Terugblik:

---

Reserves en liquiditeit zijn weer op peil.

Deze omzet is nagenoeg gerealiseerd.







**2 op de 3  
mensen  
wereldwijd  
kennen Jezus  
niet als hun  
redder. Onze  
wereld heeft  
Jezus nodig.**





## BIJLAGE 2: OMGEVINGSANALYSE

Deze bijlage bevat een korte omgevingsanalyse. We lichten (in willekeurige volgorde) vooral zaken/onderwerpen uit die gerelateerd zijn aan het GKv-kerkverband en/of de veranderende context waarin we leven.

### a) **GKv-kerkverband (onze achterban):**

Voor de bestuursretraite van juni 2016 maakte Peter Wierenga een uitgebreide analyse over het GKv-kerkverband, waarin hij ook de link legt met diverse sociologische en maatschappelijke trends en ontwikkelingen in Nederland (zie bijlage 4: 'Doordenken en vooruitkijken / de toekomst van GKv-mission'). Conclusie: door diverse kerkelijke, maatschappelijke en sociologische ontwikkelingen is het GKv-kerkverband sterk in beweging, al zijn er plaatselijk ongelijktijdigheden. Hierdoor staat het kerkverband onder druk en is het de vraag in welke vorm het GKv-kerkverband over 5-10 jaar bestaat; wellicht is zij opgegaan in een 'federatie' (met CGK, NGK) binnen de PKN of gaat zij door als een zelfstandige federatie van drie kerken (GKv, NGK, CGK), los van de PKN. Ook kampt de GKv met een gestage afname van leden, welke in de komende jaren mogelijk gecontinueerd wordt, met name onder jongeren (onder wie overigens wel een toegenomen behoefte aan spiritualiteit/zingeving is). Verder zien

we bij de leden twijfel ontstaan over de relevantie van een kerkverband, in ieder geval een kerkverband waarbij de GS nog zaken denkt te kunnen regelen.

### b) **Partners en netwerken in het buitenland:**

Niet alleen in de GKv in Nederland is er veel in beweging, ook de ontwikkeling van de kerk wereldwijd staat niet stil. Het idee ijlt nog na, maar het zwaartepunt van het christendom ligt allang niet meer in het zgn. Westen; West-Europa seculariseert in rap tempo. Dat leidt tot een ontwikkeling waarbij er vanuit de landen waar GKv-mission actief is, zendelingen worden uitgestuurd naar Europa. Daarnaast leidt opkomende radicalisering ertoe dat verschil in religie weer sterker een bron van maatschappelijke spanningen is, ook in gebieden waar officieel vrijheid van godsdienst is. We zien in een aantal landen dat het steeds moeilijker wordt om als christelijke minderheid geaccepteerd te worden en internationaal met elkaar samen te werken. Het 'eigen volk eerst'-denken neemt toe, en gaat de kerken niet voorbij; ook daar speelt het denken in etniciteit een rol, terwijl deze ontwikkeling tegelijkertijd juist kansen kan bieden om als kerken een ander geluid, namelijk 'liefde voor allen' te laten horen. Openlijke bekendmaking van Jezus Christus als Redder kan niet altijd of heeft geen enkel effect (vindt geen

weerklink in seculiere omgevingen). Deze ontwikkelingen stimuleren en vragen om een nieuwe bezinning over de verhouding Woord en daad, Gods Koninkrijk, gerechtigheid, vrede en verzoening voor de wereld en Gods plan en de rol van de kerk daarin. Dit geldt overigens net zo goed in Nederland als daarbuiten.

De afgelopen periode kende een groei in het aantal landen waar we als GKv-mission-organisaties actieve samenwerkingen hebben. Hierdoor steeg ook het aantal partners. Eind 2016 waren dat 69 partners, in 39 landen: 27 kerkverbanden, 25 christelijke organisaties (waaronder in Nederland, bijvoorbeeld Wycliffe) en 17 theologische instituten. Wij zijn aangesloten bij ICRC, recent lid van Micah en overwegen deelname aan WRF. De netwerken waarin onze partners deelnemen zijn deels overlappend.

Een belangrijk uitgangspunt in de samenwerking met buitenlandse partners is een verwante identiteit. Gezien de actuele discussies in het GKv-kerkverband over de rol man/vrouw en homoseksualiteit is het mogelijk dat een aantal partnerkerken zich t.z.t. terugtrekken.

### c) **Kerkelijke instellingen:**

Met de mission-organisaties van CGK, NGK en met de





GZB zijn er goede contacten en zien we kansen om verdergaand samen te werken dan dat er nu binnen PRISMA en/of NZR gebeurt. Echter, bij toenaderingspogingen tot een meer officiële samenwerking wordt (vooralsnog) de boot afgehouden (hier zijn dezelfde tendensen zichtbaar als bij de mogelijke vorming van een Gereformeerde Universiteit, zie paragraaf d). Nadeel (organisatorisch / bureaucratisch) ondervinden we hiervan bij de zogenaamde combi-gemeentes (GKv met NGK/CGK). In de beeldvorming bij de achterban van de GKv leeft dikwijls het idee dat we onvoldoende over kerkmuren heen kijken.

**d) Theologische Universiteit Kampen en de Gereformeerde Theologische Universiteit:**

Met de TU Kampen is er een goede samenwerking en geregelde uitwisseling op raakvlakken, o.a. rond de Masters of Intercultural Reformed Theology (gestart in 2015).

Het proces te komen tot een Gereformeerde Universiteit (GKv, CGK, NGK, Gereformeerde Bond) is volop bezig, met de nodige 'ups en downs'. De realisatie hiervan biedt ons nieuwe kansen om mission buitenland weer nadrukkelijker in onderwijs en onderzoek een plek te geven. Ook kan het een boost geven aan de samenwerking tussen de genoemde kerken, waarvan mission in de slipstream wellicht kan meeprofiteren. We constateren echter dat een deel van de betrokken plaatselijke gemeentes weerstand voelt bij samenwerking met GKv. Dit bemoeilijkt de formalisering van de samenwerking. Ook andere factoren spelen een rol, wat leidt tot een zekere mate van kerkpolitiek tussen de vier kerkverbanden.

**e) Netwerken in Nederland:**

Het lidmaatschap van PRISMA en NZR bieden goede mogelijkheden om met mission- en diaconale organisaties een aantal zaken samen te doen (zoals bezinning op relevante thema's), mee te liften met 'grotere spelers' en nieuwe input te verzamelen en scherp te blijven. Rond subsidiemogelijkheden van de Nederlandse overheid (MFS-2 genoemd) werd er binnen Prisma gezamenlijk opgetrokken in allianties. Die lijn heeft het LSV voortgezet. Waar we gezamenlijke partners hebben of in dezelfde regio werken, stemmen we af en/of pakken we incidenteel zaken samen op. In een enkel geval besteden we ook gelden via elkaars kanalen.

Een andere relevante kerkelijke instelling is Missie Nederland (voortgekomen uit de fusie tussen EZA en EA) Missie Nederland is een netwerk van honderden christelijke organisaties en plaatselijke gemeentes, zes kerk-genootschappen en individuen. Samen willen zij de kerk helpen haar missionaire roeping vorm te geven. Een belangrijk verschil met Missie Nederland is de visie op het buitenlandwerk. Bij hen ligt een sterke focus op persoonlijke roeping en- uitzending. Missie Nederland blijft een partij die we zeker moeten volgen, voor input vanuit beleidsbezinning.

**f) Concullega's:**

Binnen onze achterban zijn verschillende hulp- en mission-organisaties actief: in relatie tot het GKv-mission-werk zijn qua 'grote spelers' met name ZOA, Compassion, Red een Kind, Open Doors, Dorcas en Tear relevant.

Het werk van deze organisaties is, in de ogen van (een groot deel) van de GKv-achterban, vergelijkbaar met het GKv-mission-werk. Die interpretatie gaat nog het meest op bij Tear en Compassion; zij doen ontwikkelingswerk (diaconale / hulpverleningsprojecten) via lokale kerken en 'venten' dat ook als zodanig uit.

**g) Ontwikkeling inkomsten:**

De inkomsten uit vrije giften vertonen een stabiel beeld en bleven op peil, vaak dankzij extra giften uit nalatenschappen of voor noodhulp. Het aantal donateurs daalde in de afgelopen vijf jaar met 9% en schommelt rond de 18.000-19.000 donateurs. Deze donateurs zijn erg loyaal en dat is terug te zien in de giften; ondanks een daling in het aantal donateurs is het giftniveau stabiel; dit dankzij een hogere gemiddelde gift dan vijf jaar geleden; van € 81,- in 2010 naar € 87,- nu. De inkomsten uit quota lijken vooralsnog redelijk stabiel, maar staan onder druk door diverse kerkelijke en maatschappelijke tendensen (zie ook a). Ook in meerjarenbegroting (prognose) wordt dit zichtbaar: van € 2.491.461 in 2016 naar 2.236.174 in 2019, een daling van 11%.

**h) Nieuwe media- /communicatiemogelijkheden:**

De verdergaande digitalisering wereldwijd vergroot communicatiemogelijkheden; zowel voor het stimuleren van de betrokkenheid in Nederland, als in het onderhouden van relaties met buitenlandse partners; het uitwisselen en in contact blijven wordt hierdoor makkelijker, ook voor partners met minder financiële middelen (tegelijkertijd is dit een bedreiging: als het makkelijker wordt om directe

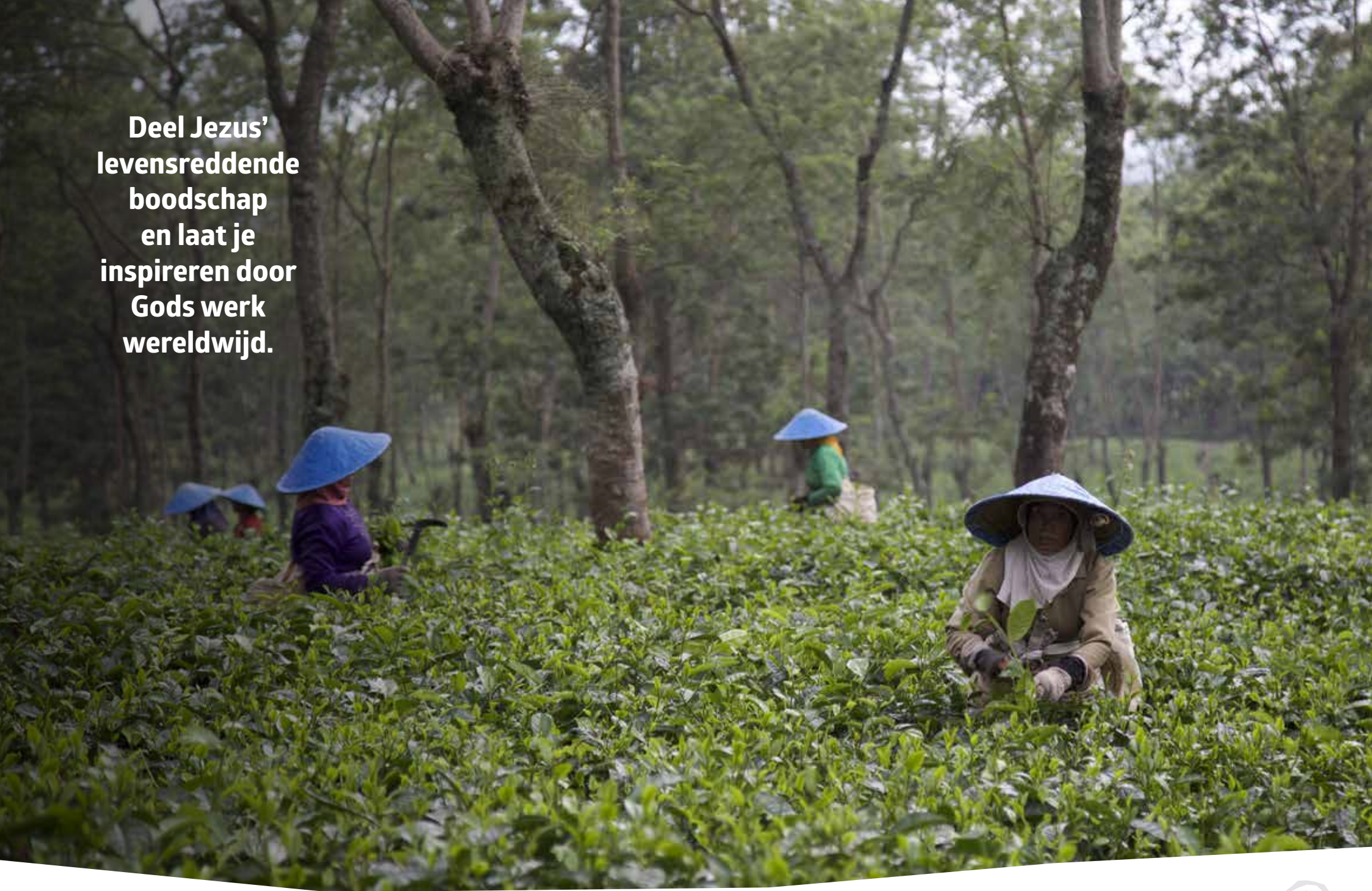


relaties te leggen, zullen gemeentes minder snel geneigd zijn contact met ons te leggen/houden. Dat kan nadelig zijn voor het effectief besteden van middelen (minder effectief en efficiënt geen kansen om te leren en te lenen van elkaar, geen eenduidigheid en samenhang). Tevens biedt dit partners meer mogelijkheden om hun interne communicatie en verantwoordingsstructuur anders in te richten. Ook dragen de nieuwe mogelijkheden eraan bij dat partners in spe ons makkelijker weten te vinden.





**Deel Jezus'  
levensreddende  
boodschap  
en laat je  
inspireren door  
Gods werk  
wereldwijd.**



## BIJLAGE 3:

# SWOT GKV-MISSION (HUIDIGE SITUATIE)

Deze bijlage bevat een SWOT. In deze SWOT brengen we de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen in kaart voor het GKV-mission-werk en de betrokken organisaties: de RSV's, het Landelijk samenwerkingsverband en Verre Naasten.

### **Sterktes (intern):**

- We hebben een gevarieerd pakket aan buitenlandse partners en type programma's wereldwijd (kerkverbanden, christelijke organisaties, theologische instituten). Dit helpt om de blik te houden op de brede variatie van Gods werk wereldwijd en spreekt verschillend doelgroepen aan.
- We hebben een groot team van intrinsiek gemotiveerde vrijwilligers en betaalde medewerkers die weten waarvoor ze staan.
- We zijn onderdeel van het GKV –kerkverband en daarmee is er een natuurlijk kanaal voor mission voor kerken en kerkleden.
- Verre Naasten kent een grote naamsbekendheid (+90%).
- We hebben een stabiele financiële positie (reserves en inkomstenniveau zijn op peil, loyale donateurs).

### **Zwaktes (intern):**

- We slagen er onvoldoende in om jongere generaties (onder de 45 jaar) aan ons te verbinden, zowel financieel als qua vrijwilligerswerk: de huidige organisatiestructuur

en -cultuur van het mission-werk staan ons hierbij in de weg.

- De huidige organisatiestructuur en -cultuur van het mission-werk heeft een gelaagde communicatiestructuur zowel richting achterban als naar het buitenland; hierdoor is de efficiency en eenduidigheid niet optimaal.
- Er is een tekort aan vrijwilligers binnen de regio's.
- We beschikken over onvoldoende instrumenten om de wederkerigheid met buitenlandse partners te verzilveren.
- Er wordt verschil ervaren in ambities en verantwoordelijkheidsgevoel tussen vrijwillige medewerkers (RSV's) en betaalde medewerkers (Verre Naasten); op niveau van communicatie, financiën en op de verantwoordelijkheid voor het geheel van het GKV-mission-werk.

### **Kansen (extern):**

- Op missieniveau is er veel perspectief: er zijn voldoende potentiële partners / gebieden waar we onze missie 'geloof delen wereldwijd' kunnen vormgeven.
- Er is een behoefte bij jongere generaties (onder 45 jaar) aan zingeving, geloofsbeleving en spiritualiteit (zowel privé, als in studie als werk). Zij zoeken ook 'handelingsperspectief' om geloof handen en voeten te geven; ontmoeting, uitwisseling, etc.
- Door de digitale ontwikkelingen en betere reismogelijk-

heden zijn er toegenomen mogelijkheden voor communicatie en contacten.

- De vergrijzing heeft als positieve effecten dat er capaciteit vrijkomt (kennis en tijd) en vermogen (giften van de 'gouden eeuw' generatie en nalatenschappen).

### **Bedreigingen (extern):**

- De daling van het aantal leden van de GKV in combinatie met een onzekere toekomst voor het GKV-kerkverband maken ook de toekomst van het GKV-mission-werk onzeker. Verder leiden actuele discussies binnen het kerkverband (over man/vrouw en homoseksualiteit) mogelijk tot (verdere) splitsingen. Ook geldt voor GKV-ers onder de 45 jaar dat kerkmuren minder belangrijk zijn / niet meer bestaan; er is een tendens om interkerkelijk bezig te zijn, organisaties met een exclusieve GKV-identiteit worden daarbij als 'te smal' ervaren (dit geldt overigens ook voor het 'binnenkomen' op GKV-scholen).
- Kerken en kerkleden hebben in hun missionaire en diaconale werk een grotere focus op dichtbij, dikwijls ten koste van de aandacht voor mission buitenland. Daarbinnen vragen particuliere initiatieven/projecten steeds meer aandacht van kerken en kerkleden. Dikwijls hebben deze projecten een hoge gunfactor.
- De bewustwording bij lokale kerken in Nederland over





'we hebben iets aan onze buitenlandse partners in geloof en kerk-zijn' is matig.

- De quota (50% van inkomsten) staan onder druk.
- Jongere generaties (< 45 jaar) binden zich minder (snel) voor de langere termijn; dat geldt in vrijwilligerswerk, maar ook financieel.
- Enkele hulpverleningsorganisaties (zoals Tear en Compassion) profileren zich steeds meer als mission-organisaties (kerken helpen kerken), waardoor zij meer direct een concurrent vormen voor het GKv-mission-werk.

### CONCLUSIES OMGEVINGSANALYSE EN SWOT

Onderdeel van dit Meerjarenbeleidsplan zijn een analyse van het Meerjarenbeleidsplan 2014-2017 (bijlage 1), een omgevingsanalyse (bijlage 2) en een SWOT (bijlage 3). Hieruit komen een aantal conclusies die richtinggevend zijn voor de strategische ambities in dit Meerjarenbeleidsplan. We zetten ze hieronder op een rijtje.

- 1) In de SWOT beoordelen we de binding aan de GKv als sterkte én zwakte. Het kerkverband geeft ons opdracht en mandaat en daarmee bestaansrecht. Prachtig! Maar datzelfde kerkverband is ook volop in beweging / staat onder druk. Het is hierdoor onzeker in welke vorm de GKv (en daarmee het GKv-mission-werk) over 5-10 jaar bestaat. Daarop moeten we anticiperen, in het belang van onze gezamenlijke missie en verlangen 'geloof delen wereldwijd'. De keuze hiervoor wordt versterkt doordat nieuwe generaties, voor wie kerkmuren minder belangrijk zijn, een nieuwe aanpak vragen.
- 2) De wereld is volop in beweging en daarmee ook de po-

sitie van christenen wereldwijd. Die ontwikkelingen, bovenop ontwikkelingen in de GKv, vragen aandacht in ons relatie- en projectbeheer. Ook moeten we in dit verband ons opnieuw bezinnen op / openstaan voor (verregaande) samenwerkingen met andere organisaties.

- 3) Met het bestaande mission-werk, zoals dit is ingebed in de GKv, hebben we goud in handen: we zijn onderdeel van het kerkverband en daarmee voor kerken en kerkleden een natuurlijk kanaal voor mission. Ook hebben we een goede naamsbekendheid en een stabiele en loyale achterban van 50+-ers die ons royaal steunen; met hun tijd (vrijwilligerswerk) en financieel. Dat moeten we continueren en volop koesteren, ook vanwege de verwachte groei in capaciteit en vermogen. Daar staat tegenover dat we moeten blijven inzetten op meer duidelijkheid en efficiëntie in onze gezamenlijke manier van werken en communiceren; we moeten blijven optimaliseren en waar nodig vernieuwen. Ook het daadwerkelijk vormgeven van wederkerigheid is een aandachtspunt.
- 4) Het moment om te anticiperen is nu! Onze huidige achterban en inkomsten creëren ruimte en mogelijkheden om iets nieuws op te bouwen en nieuwe generaties te verbinden aan het mission-werk. Hoe langer we wachten, des te kleiner die mogelijkheden worden. We zien in dit alles volop kansen: er is sprake van een grote behoefte aan handelingsperspectief, geloofsverdieping en -beleving en zingeving onder jongere generaties. Met ons gevarieerde pakket aan partners en programma's kunnen we daarop goed inspelen, mits we los durven en kunnen komen van bestaande structuren en jongere generaties binnen hun eigen kaders ruimte bieden. We moeten

onderzoeken hoe dat het beste vorm kan krijgen.

- 5) Mission dichtbij en particuliere initiatieven blijven groeien in populariteit; in de kerken is er behoefte om hier iets mee te doen / bij aan te haken. We willen deze ontwikkeling niet zien als bedreiging voor mission buitenland, maar juist aangrijpen om een win-winsituatie te creëren: we willen onderzoeken en uitproberen hoe we (een deel van) onze kennis, ervaring, deskundigheid en wellicht financiële middelen kunnen inzetten om mission buitenland te koppelen aan mission binnenland en particuliere initiatieven, tot wederzijdse versterking.





## **BIJLAGE 4:** DOORDENKEN EN VOORUITKIJKEN / DE TOEKOMST VAN GKV-MISSION

