

Kerk in de ondertussenheid

Inleiding

Nederland is zendingsland geworden! Het tijdperk van het 'christendom', waarin Kerk en staat nog onlosmakelijk met elkaar verbonden waren en geloven nog 'gewoon' was, is definitief voorbij. Door de kerkverlating van de afgelopen vijftig jaar is de invloed van de Kerk op politiek en samenleving drastisch afgenomen. Christenen zijn een minderheid geworden. Geloven in een transcendente God staat iedereen vrij, maar is niet meer vanzelfsprekend. Hoewel 'spiritualiteit' in is, wordt religie steeds meer gezien als een bron van extremisme en geweld. In het publieke domein is er daarom steeds minder plaats en begrip voor. Dat betekent overigens niet dat het publieke domein nu 'neutraal' of 'areligieus' genoemd kan worden. Integendeel zelfs: een steeds agressiever en intoleranter humanistisch atheïsme of agnosticisme (Charles Taylor: *A Secular Age*, 2007) drukt zijn normen en waarden op aan politiek en samenleving.

Een nieuw paradigma is zo bezig om zich te vormen. Het wordt vooralsnog omschreven met woorden als post-christendom (Stuart Murray: *Post-Christendom*, 2011), post-christelijk, postmodern, multicultureel en multireligieus. De transitie gaat niet zonder slag of stoot en is voor kerken en christenen niet altijd gemakkelijk, soms zelfs traumatisch, maar ze lijkt onomkeerbaar en onontkoombaar. In de Trendrede 2015 wordt deze tijd van brede maatschappelijke en culturele verschuivingen de 'ondertussenheid' genoemd: een tussenfase waarin het oude langzaam wegwijnt, terwijl het nieuwe nog niet op volle sterkte is.

Concreet zien we dat bijvoorbeeld in de worsteling van oude 'instituten' om te overleven. Door kerkverlating en vergrijzing wordt het voor kerken over de volle breedte steeds moeilijker om hun structuren overeind te houden (verg. Kerk 2025: Waar een Woord is, is een weg). Veel christenen voelen zich niet meer verbonden met de kerk zoals we die kenden uit het verleden en zoeken inspiratie voor hun geloof in vloeibare en netwerkachtige vormen van gemeenschap. Lidmaatschap staat onder druk. Organisaties zien daardoor hun achterbannen verdampen en vaste inkomsten slinken. Koepels worstelen met hun deelnemers: netwerken mag immers niets kosten. Het kan niet anders of hier zullen ook wij als netwerk een antwoord op moeten geven.

Tegelijkertijd zien we ook allerlei nieuwe gemeenschappen en gemeenschapsvormen ontstaan die weten door te dringen tot in de haarvaten van de samenleving. De participatiemaatschappij en de vluchtelingenstroom bieden kerken en christenen nieuwe kansen om de relevantie van het evangelie te laten zien in Woord en daad. Allerelei nieuwe initiatieven laten zien hoe het borrelt en leeft, maar het is nog wel zoeken naar goede en duurzame vormen.

De ondertussenheid is een tijd van onzekerheid, van schuivende panelen, maar ook van nieuwe mogelijkheden en kansen. Het is een tijd voor avonturiers en pioniers die nieuwe gebieden verkennen: apostelen, profeten, evangelisten naast herders en leraren (vgl. Ef. 4:11). Het is een tijd van een nieuwe focus op Jezus Christus (vgl. E.J. Ouweeneel tijdens het MissieNederland congres in 2015), maar ook van nuances, twijfel soms, verwondering en wankelmoed (vgl. M. Vlaardingerbroek tijdens hetzelfde congres). In ieder geval is er grote behoefte aan nieuwe betekenis en aan 'Back to the Basics'.

In de Schrift hebben we hiervoor een prachtige metafoor: de tocht van het volk Israël door de woestijn. Bevrijd uit Egypte en op weg naar het beloofde land trokken ze veertig jaar achter de wolkkolom aan. Die tijd was nodig om opnieuw te leren vertrouwen op JHWH, de God van hun voorvaders Abraham, Izaäk en Jacob en hun slavengeschiedenis en slavenmentaliteit achter zich te laten. Er ging uiteindelijk een hele

generatie overheen, maar deze ervaring heeft het geestelijk (Tien Geboden, Tabernakel, priesterdienst) en sociale leven (rechtspraak, leiderschapsstructuur) van het volk Israël fundamenteel gevormd en langdurig bepaald.

Wat ons in dit beeld vooral aanspreekt is het element van het nieuwe, het avontuur: op weg gaan met een machtige God in een vreemde context vol nieuwe uitdagingen en kansen. Toegepast op de situatie van de kerk in Nederland vandaag: niet meer de apologetische context van na de Reformatie, waarin het vaak vooral ging om hoe we ons moesten onderscheiden van andere denominaties - maar een nieuwe, missionaire context, waarin het gaat om de relevantie van het evangelie van het Koninkrijk voor een wereld die daar niets (meer) mee heeft, maar ondertussen wel in brand staat.

Kerk in de ondertussenheid! Als vreemdelingen en bijwoners - die hun tentpinnen nooit te diep in de grond slaan, in het besef dat ze hier geen blijvende stad hebben, maar die wel altijd de vrede voor de stad zoeken. Als volgelingen en getuigen van Jezus Christus, die ons er op uit stuurt om in woord en daad het Evangelie van het Koninkrijk in heel de wereld en aan heel de schepping te verkondigen en discipelen te maken onder alle volken. Priesters in een postchristelijke omgeving (Stefan Paas: Vreemdelingen en priesters).

Wij dromen van, verlangen naar en willen bouwen aan een missionaire Kerk:

- ***een dynamische beweging van enthousiaste discipelen van Jezus Christus,***
- ***in op God, elkaar en de wereld om hen heen betrokken gemeenschappen,***
- ***die levende getuigen zijn van hun Heer in wijk en wereld!***

Waar komt MissieNederland vandaan?

- | | |
|------|--|
| 1846 | Evangelische Alliantie wordt opgericht in Londen. Nederlandse vertegenwoordigers uit de Reveil-beweging zijn hierbij aanwezig en actief betrokken. In 1861 wordt de Algemene Vergadering zelfs gehouden in Amsterdam. |
| 1973 | Oprichting van de Evangelische Zendingsalliantie, een werkgemeenschap van evangelische zendingsorganisaties in Nederland die samen wereldwijd willen dienen |
| 1979 | Oprichting van de Evangelische Alliantie in Nederland, een koepel van organisaties en kerken die samen het evangelie van Jezus Christus hoorbaar en zichtbaar willen maken in Nederland |
| 2011 | Nieuw meerjarig beleidsplan (2012-2015) van de EA, waarbij de 'missionaire Kerk' als droom en visie wordt neergezet. Discipelschap en missionaire gemeenschapsvorming vormen daarin speerpunten van beleid naast missionaire eenheid en samenwerking |
| 2012 | Nieuw meerjarig beleidsplan (2013-2016) van de EZA dat als titel draagt: Samen werken in Gods zending. Hierin wordt heel duidelijk de link gelegd tussen zending en gemeente: zending is de opdracht van de gemeente. |
| 2013 | Fusie van EA en EZA vanuit de strategische visie dat Kerk en zending bij elkaar horen: de kerken kunnen niet zonder de zendingsorganisaties en andersom. De nieuwe organisatie verhuist naar Hoofdstraat 51 in Driebergen en deelt het kantoorgebouw nu met de Nederlandse Zendingsraad en de Verenigde Pinkster- en Evangeliegemeenten. |
| 2014 | Integratie van beide organisaties, van verschillende systemen, maar ook een bezinning op de rol van de nieuwe missionaire netwerkorganisatie vindt plaats, terwijl het afgesproken beleid wordt voortgezet. |

- 2015 Een nieuwe naam, MissieNederland - die onze passie en onze drive, namelijk zending, maar dan in de brede zin van het woord, nog meer zichtbaar maakt - en een nieuw Visiedocument 2016-2019: Kerk in de 'Ondertussenheid', opgesteld in samenwerking met verschillende groepen deelnemers, partners en experts.

Missie

MissieNederland verbindt, ondersteunt en inspireert christelijke gemeenschappen in Nederland om getuigen van Jezus Christus te zijn in heel de wereld en discipelen te maken van alle volken.

- We **verbinden** door kerken en organisaties bij elkaar te brengen - ook partijen die elkaar niet van nature opzoeken - samen te bidden en samen na te denken over wat God van ons vraagt in deze tijd en hoe we daar samen gestalte aan kunnen geven. Want alleen ga je misschien sneller, maar samen kom je verder.
- We **ondersteunen** door allerlei initiatieven die de Kerk helpen om zout, licht en een stad op een berg te zijn, te zegenen, soms ook te faciliteren en te versterken, of ze op het schild te heffen.
- We **inspireren** door actuele thema's aan de orde te stellen, goede voorbeelden op de kaart te zetten en te laten zien hoe we samen verder kunnen komen met het getuige zijn

We doen dit in nauwe samenwerking en co-creatie met ons netwerk dat bestaat uit:

- 7 deelnemende kerkgenootschappen (Unie van Baptisten, Alliantie van Baptisten en CAMA gemeenten, Verenigde Pinkster- en Evangeliegemeenten, Rafaël Nederland, Kerk van de Nazarener, Leger des Heils en de Zendingsdiaconessen)
- 232 deelnemende gemeenten, waarvan 60 korpsen van het Leger des Heils en verder een flink aantal PKN, CGK, NGK gemeenten en een groot aantal onafhankelijke pinkster- en evangelische gemeenten.
- 195 deelnemende organisaties, waaronder meer dan 100 zendingsorganisaties
- 542 persoonlijke deelnemers, die het netwerk op allerlei manieren met hun gaven, ervaring en expertise willen dienen.

Al deze deelnemers horen bij, en zijn bedieningen van het ene Lichaam van Christus en doen hun werk in voortdurende afhankelijkheid van hun Hoofd en in de kracht van Zijn Geest. In MissieNederland komen ze bijeen om samen het evangelie van Jezus Christus hoorbaar en zichtbaar te maken.

Aandachtsgebieden

Zoals hierboven gezegd: we dromen van een missionaire Kerk. Een dynamische beweging van volgelingen van Jezus Christus die zout, licht en een stad op een berg zijn. Wij richten ons daarom op vier grote aandachtsgebieden die onlosmakelijk met elkaar verbonden. In de hieronder getekende driehoek wordt die samenhang verduidelijkt.

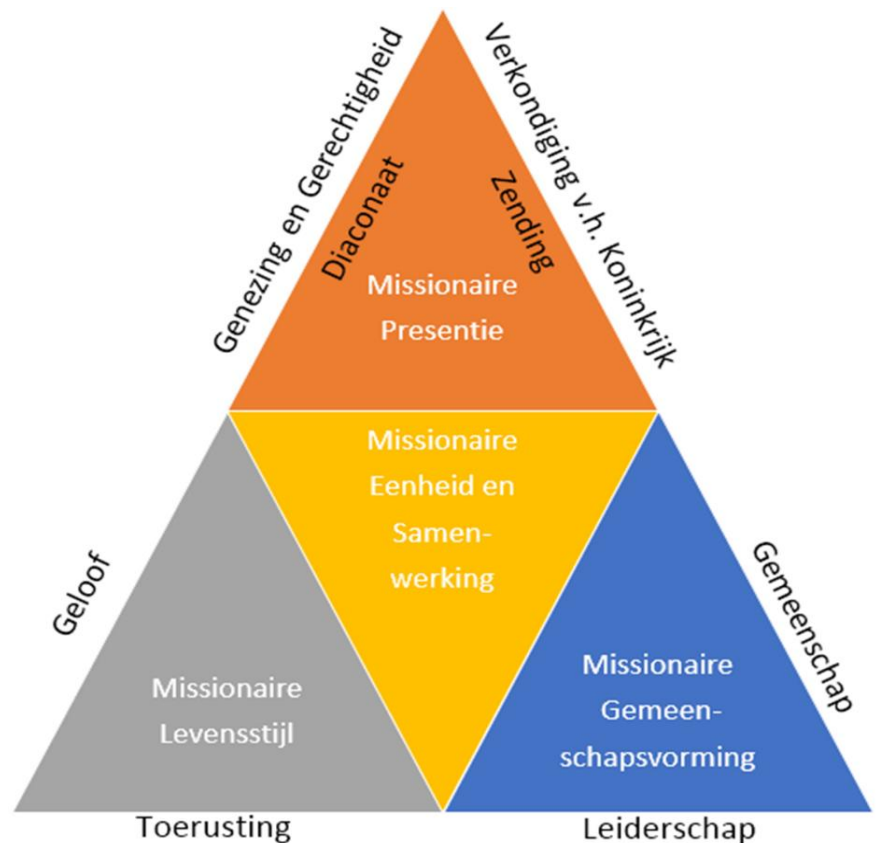
- De **spits** van alles is de Missionaire Presentie van de Kerk in de wereld door middel van zending en (wereld)diaconaat. Getuige te zijn van Jezus Christus in woord en daad (Integral Mission) en discipelen te maken van alle volken is de roeping en opdracht van de Kerk (vgl. Hand. 1:8; Matt. 28:19).
- De Kerk is echter maar net zo missionair als haar leden missionair zijn. Daarom wordt de **basis** van het missionaire kerk zijn gevormd door:
 - een missionaire levensstijl van gelovigen (discipelschap) en
 - door de missionaire gemeenschappen waar ze deel van zijn.

- Het **hart** van alles is ten slotte de Missionaire Eenheid en Samenwerking van kerken en organisaties in netwerken en partnerschappen. Deze eenheid en samenwerking is een getuigenis op zichzelf (Joh.17:21), maar niet vanzelfsprekend. Het is een zaak van gebed en van inspanning (Fil. 2:2ev).

Heel kort samengevat gaat het dus om:

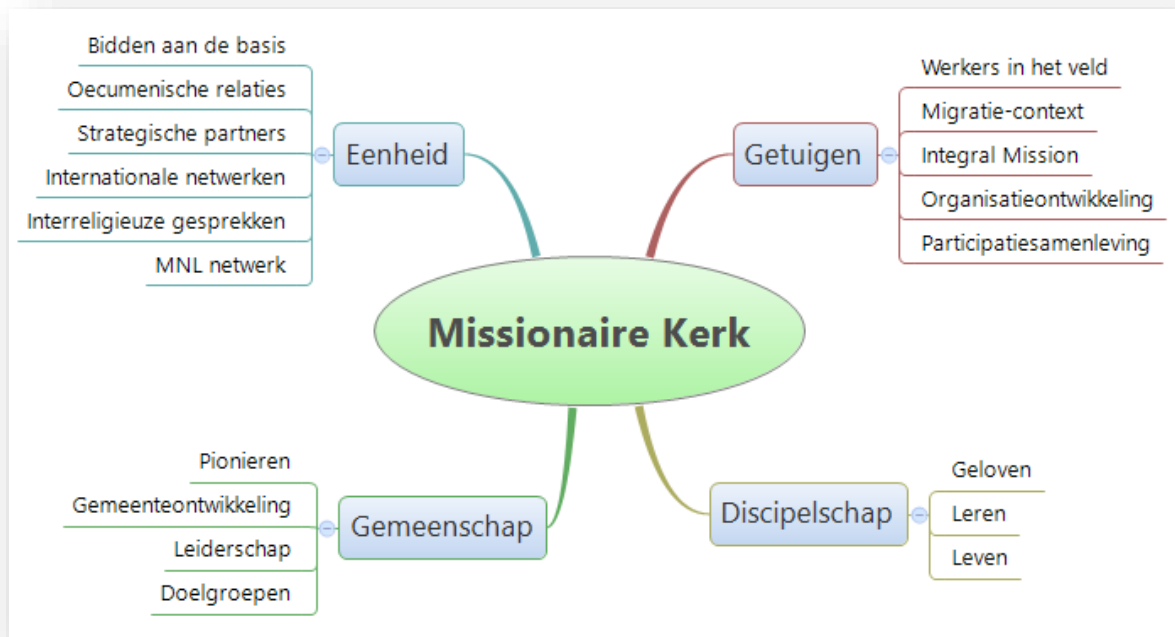
- Getuigen
- Discipelschap
- Gemeenschap
- Eenheid

Speciale aandacht is er hierbij voor jongeren. Met hun energie en creativiteit willen we hen ook meenemen in die beweging. Dit is geborgd door een specifieke taakstelling voor een van onze teamleden, die hiervoor budget en uren krijgt.



Centrale thema's

Bij verschillende consultaties kwamen allerlei thema's naar boven. Kiezen is niet altijd gemakkelijk, maar wel noodzakelijk. Voor deze beleidsperiode willen we per aandachtsgebied aandacht geven aan de volgende centrale thema's:



Getuigen

- **Zendingswerkers:** getuige zijn is relationeel. Zendingswerkers zijn daarom onmisbaar en essentieel. Het aantal Nederlandse zendingen en hun impact op wereldzending willen we graag zien groeien.
- **Migratie:** hierdoor komen we niet alleen op het zendingsveld, maar ook hier in aanraking met andere culturen en religies. Niet angst of karikaturen moeten onze houding bepalen, maar inzicht en liefde. Daartoe willen we oproepen en stimuleren.
- **'Integral Mission':** hoe verkondiging en (christelijk) ontwikkelingswerk zich verhouden is voor veel evangelische christenen en organisaties (nog steeds) een discussie. We willen bijdragen aan een gebalanceerde en integrale visie hierop
- **Organisatieontwikkeling:** voortdurende wijzigingen in het belastingstelsel en andere regelgeving creëren onzekerheid en fondsenwerving is niet altijd gemakkelijk. Wij willen op deze gebieden expertise bijeen brengen en delen en toegang geven tot mogelijkheden voor fondsenwerving
- **Participatiesamenleving:** de Wmo biedt nieuwe kansen voor kerken en christenen om te dienen en de liefde van Christus te laten zien. Wij willen hen daarbij inspireren en ondersteunen en verbinden met bedieningen en organisaties

Discipelschap

- **Geloven:** de basis van ons geloof is Jezus Christus en wat Hij voor zondaren gedaan heeft. De bijbel is hierbij van het allergrootste belang. Toegang tot en gebruik daarvan willen we bevorderen.
- **Leren:** Christus leren kennen is een proces van geloofsoverdracht en geloofsgroei, waarbij levende voorbeelden en mentoren heel belangrijk zijn. Wij willen meebouwen aan een cultuur van discipelschap in de Kerk
- **Leven:** niet alleen hart en hoofd zijn belangrijk, maar ook de handen. Recht doen, trouw zijn en nederig wandelen met God (Micha 6:8) horen bij een missionaire levensstijl. Thema's als sociale

gerechtigheid en duurzaamheid, maar ook huwelijk en seksualiteit, omgaan met geld en met werk, willen we op de agenda van het netwerk zetten.

Gemeenschap

- **Pionieren:** in de 'ondertussenheid' wordt gezocht naar nieuwe wegen, nieuwe manieren van gemeente-zijn in een post-christelijke wereld. In Kerklab komen de pioniers bij elkaar. We willen hen zegenen en dienen, en tegelijkertijd blijven verbinden met de rest van de Kerk.
- **Gemeente zijn:** de wereld om ons heen is veranderd en daarom is een paradigmaverschuiving aan de gang en noodzakelijk. Van binnen naar buiten; van apologetisch naar missionair; van 'church-shaped mission' naar 'mission-shaped church'. Het denken hierover willen we stimuleren en ontwikkelen.
- **Leiderschap:** de Kerk heeft in de 'ondertussenheid' niet alleen herders en leraren, maar in deze tijd vol nieuwe uitdagingen juist ook 'apostelen, profeten en evangelisten' nodig (Ef. 4:11). De ontwikkeling en inzet van deze gaven van Christus willen we bevorderen, zowel formeel als informeel.
- **Doelgroepen:** een aantal groepen in de Kerk vragen om speciale aandacht. De jeugd is daar de belangrijkste van. Maar we denken hierbij ook aan vrouwen en aan LHBT-personen. Een missionaire Kerk is inclusief. De vragen die dat oproept willen we niet uit de weg gaan.

Eenheid

- **Bidden aan de basis:** Christus bad om eenheid onder zijn discipelen (Joh.17:21). Eenheid en getuigenis beginnen daarom met samen bidden. Wij willen gebedsbewegingen als de Week van Gebed, 24/7 gebed etcetera dan ook zien groeien.
- **Oecumenische relaties:** zowel intern (deelnemende kerkgenootschappen) als naar buiten willen we bouwen aan oecumenische relaties. We geloven dat 'geloofsgesprekken' daarbij een belangrijke rol kunnen spelen en willen die dan ook zoveel mogelijk stimuleren en ondersteunen door kerken bij elkaar te (helpen) brengen.
- **Strategische partners:** de samenwerking met andere koepels (Nederlandse Zendingsraad, Raad van Kerken, Samen Kerk in Nederland, Prisma en Viteria) is in de afgelopen beleidsperiode sterk gegroeid (MissieNederland = Evangelische Zendingsalliantie + Evangelische Alliantie). Deze positieve lijn willen we in de komende tijd ook stevig doorzetten.
- **Internationale netwerken:** we zijn en blijven deel van allerlei internationale netwerken als de WEA, WEA-MC, EEA, EEMA, EEMC, EYMS en de Lausanne beweging. Vooral op Europees vlak willen we onze gaven inzetten om de Kerk te versterken.
- **Interreligieuze gesprekken:** samen met vertegenwoordigers van andere godsdiensten en levensbeschouwingen willen we zoeken naar sociale cohesie en vrede. Daarbij is het bouwen van relaties opnieuw cruciaal. We willen daarom een rol blijven spelen in 'In Vrijheid Verbonden', een interreligieus platform, vanuit onze identiteit in Christus.
- **MissieNederland netwerk:** last but not least willen we verder bouwen aan ons netwerk van deelnemers. Daarbij willen we vooral het contact met plaatselijke gemeenten vergroten: meer 'lijntjes' met meer gemeenten. Maar ook op het gebied van organisaties willen we het netwerk verbreden en versterken. Communicatie en relatiemanagement zullen daarbij de hoogste prioriteit krijgen.

Het zal duidelijk zijn dat niet al deze thema's ieder jaar op de agenda zullen worden gezet of dat we ons daar altijd mee bezig moeten houden. Ze geven echter wel een richting aan waarin we willen

bewegen. In de jaarplannen zal deze richting meer worden geconcretiseerd in strategische activiteiten.

Strategische activiteiten

De belangrijkste activiteiten van MissieNederland zijn erop gericht om de visie voor een missionaire kerk te delen in het netwerk en om deze visie in samenwerking uit te dragen (draagvlak en acceptatie). Communicatie en (netwerk)bijeenkomsten zijn de strategische middelen om deze doelen te halen. Om betrokkenheid van het netwerk te vergroten bij deze activiteiten is relatiebeheer met de deelnemers, door alle medewerkers van MissieNederland, van groot belang.

1. Communicatie

We willen groeien van 1.000 naar 1.250 betalende abonnees van IDEAZ door het 'Praktijkblad van MissieNederland over geloven en missionair kerk-zijn in binnen- en buitenland' meer te promoten en artikelen op andere media te publiceren.

Het relatiemagazine verschijnt 2 x per jaar en is bedoeld voor fondsenwerving en om anderen buiten het netwerk te informeren over MissieNederland.

We willen groeien van 2.000 naar 5.000 volgers in sociale media door elk aandachtsgebied (en de activiteiten) apart door medewerkers op sociale media onder de aandacht te brengen.

De digitale nieuwsbrieven van MissieNederland zijn zowel op doelgroep (soort deelnemer) als op aandachtsgebied (interesse sfeer van de ontvanger).

De website wordt aangepast naar de laatste technologie (ook voor tablets en smartphones) en inhoudelijk en functioneel afgestemd op het meerjarenbeleidsplan. Tevens wil de website een kenniscentrum zijn voor de aandachtsgebieden.

Er wordt gewerkt aan een 'MissieNederland nieuws' op radio en TV

De communicatie middelen van MissieNederland zijn:

- a. IDEAZ
- b. Relatiemagazine
- c. Artikelen
- d. Persberichten
- e. Nieuwsbrieven
- f. Sociale Media
- g. Website
- h. Andere media

2. (Netwerk)bijeenkomsten

Naast de onderwerpen die op de bijeenkomsten worden behandeld, zijn bijeenkomsten ook belangrijk voor de relatie met de deelnemers. We streven naar minimaal drie contactmomenten per organisatie per jaar. De soorten bijeenkomsten van MissieNederland zijn:

- a. Klankbordgroep (aandachtsgebied)
Doel: reflectie beleid, vastleggen thema's jaarplan
Hoe: Sparren met de beleidsmedewerkers
Wie: beleidsmedewerker, directie, experts uit het netwerk
- b. Werkgroep
Doel: bezinning, afstemming, samenwerking
Wie: deelnemende organisaties, beleidsmedewerkers, partnerorganisaties
- c. Expertmeeting
Doel: Snel inspelen op actuele thema's; voorbereiding van studiedagen
Wie: beleidsmedewerker, directie, (externe) experts, organisaties
- d. Studiedagen / Symposia
Doel: Bewustwording, bezinning, toerusting, kwaliteitsverbetering, mobiliseren
Wie: deelnemende organisaties, persoonlijke deelnemers, professionals, partnerorganisaties

e. Congres

Doel: actueel en overkoepelend thema voor het volledige netwerk, Meet & Greet & Eat
Wie: MNL netwerk, belangstellenden,

3. Projecten

De grotere projecten die voor het netwerk belangrijk zijn:

- a. Opwekkingsconferentie 'zendingsbeurs' i.s.m. Opwekking
- b. Fondsenwerving i.s.m. EO-Metterdaad, Prisma en KiA voor diaconale projecten (buiten EU) van netwerkdeelnemers
- c. Week van Gebed
- d. ActHope, crowdfunding voor projecten van netwerkdeelnemers

Strategische doelen in 2020

- MissieNederland heeft een duidelijke rol en dient als platform, netwerkknooppunt, kennis(deel)centrum, trendwatcher en aanjager, katalysator, facilitator, regisseur. Duidelijk herkenbaar aan haar evangelische identiteit en missionaire focus en tegelijkertijd ook flexibel, gunnend en inspirerend beweegt zij de Kerk om het avontuur aan te gaan haar Heer te volgen en zout, licht, stad op een berg te zijn in deze tijd.
- De samenwerking met partnerorganisaties (RvK, SKIN, NZR, Prisma, Viteria, etc.) en partnerkerken (PKN, RKK, CGK/NGK/GKv e.a.) is duidelijk zichtbaar in de verschillende projecten. Strategische partnerschappen zullen worden gezocht, uitgebouwd en versterkt met het oog op het Koninkrijk. Federaties van koepels zijn opgezet.
- Aan de andere kant betekent MissieNederland meer voor lokale groepen, gemeenten en organisaties. MissieNederland is in de regio m.b.v. ambassadeurs aanwezig met netwerkbijeenkomsten en focusgroepen. Sociale Media en ons magazine IDEAZ zijn daarbij belangrijk media. We zijn in de regio prominent aanwezig, zodat mensen ons gemakkelijk kunnen vinden en bereiken.
- Het christelijk geloof is een relationeel geloof en juist de relatie met de deelnemers, en onderling, is cruciaal voor de beweging en MissieNederland. Iedere deelnemer kent één of meerdere medewerkers van MissieNederland persoonlijk en deze relatie is door MissieNederland versterkt.

Organisatie & middelen

De verschuiving van 'instituut' naar 'beweging' - en van 'koepel' naar 'netwerk'- betekent voor MissieNederland een andere werkwijze en organisatie. Sneller inspelen op veranderingen vraagt meer flexibiliteit van de organisatie. Tegelijkertijd willen we meer inzetten op de aandachtsgebieden, communicatie, netwerk en relatiebeheer en daardoor minder op vaste kosten in de backoffice door deze, waar mogelijk, te vervangen door variabele kosten (op projectbasis uitbesteden).

Directie

In de integratieperiode vanaf de fusie (1 juli 2013) tot aan dit beleidsplan is de directie gevoerd door de twee directeuren van de fusiepartners. Nu de integratie is voltooid en MissieNederland een nieuwe fase ingaat, worden de taken van de directeuren verder verdeeld en wordt er beter gebruik gemaakt van de onderscheiden profielen van de directie.

Jan Wessels heeft het profiel 'verbinder / strateeg'. Adri Veldwijk heeft profiel 'pionier / strateeg'. Vanwege het belang van het netwerk zijn beiden 'netwerk directeur' en zullen zich meer actief gaan bezighouden met relatiebeheer van de belangrijkste deelnemers van MissieNederland en het werven van nieuwe deelnemers.

- Jan Wessels zal meer het gezicht zijn van MissieNederland voor visie / missie als gesprekspartner voor kerken, kerkgenootschappen, (kerkelijke) organisaties en PR/communicatie.
- Adri Veldwijk zal zich meer richten op missie / strategie en de zakelijke aspecten van (nieuwe) samenwerking, uitbreiding van het netwerk (pionieren), fondsenwerving en beheer MissieNederland.

De 'traditionele' directieverantwoordelijkheden zullen 1/3 van hun tijd vragen. Voor de 'missionaire' taken, relatiebeheer en samenwerking, wordt 2/3 van beschikbaarheid ingezet.

Deelnemers

We zijn ons ervan bewust dat we ook als organisatie in de ondertussenheid zitten en dat mensen van nu anders tegen lidmaatschappen / deelnemerschappen aankijken dan vroeger. Dat heeft ook consequenties voor het deelnemersmodel van MissieNederland. Hier zullen wij ons in de komende beleidsperiode verder op beraden.

De deelnemersbijdrage is de laatste jaren gedaald door voornamelijk financiële omstandigheden bij onze deelnemers. Door de verscherpte toezicht op ANBI en het mogelijk verplicht stellen van het nieuwe 'goede doelen keurmerk' (nieuw validatiestelsel) door de overheid (met toezichthouder), verwachten wij dat een aantal kleinere deelnemers niet meer aan deze eisen kan voldoen en zal fuseren of stoppen. MissieNederland zal in dit proces een faciliterende en een initiërende rol hebben.

De groei in deelnemers komt door samenwerking met, en integratie van, andere netwerken. Hiermee verwachten we dat de deelnemersbijdrage licht kan groeien. De deelnemersbijdrage voor organisaties wordt meer afgestemd op draagkracht en minder op het aantal werknemers. Om de deelnemersbijdrage niet te veel te laten stijgen, zal er voor een aantal activiteiten (meer) geld worden gevraagd.

Omdat MissieNederland ten dienste staat van de Kerk is ons doel dat meer lokale kerken / gemeenten deelnemer worden van MissieNederland. Dit geldt ook voor kerkgenootschappen en hun kerken. Zij hebben daardoor nog meer toegang tot het netwerk en de kennis die daarin aanwezig is. Via IDEAZ en onze andere communicatiemiddelen worden ze betrokken bij activiteiten en programma's

We verwachten dat het aantal persoonlijke deelnemers stabiel zal blijven. We werken aan een programma van ambassadeurs en vrijwilligers om ons regionaal beter te vertegenwoordigen. Het

professionele persoonlijk netwerk zal worden uitgebreid om de kwaliteit en de breedte van het netwerk te verhogen.

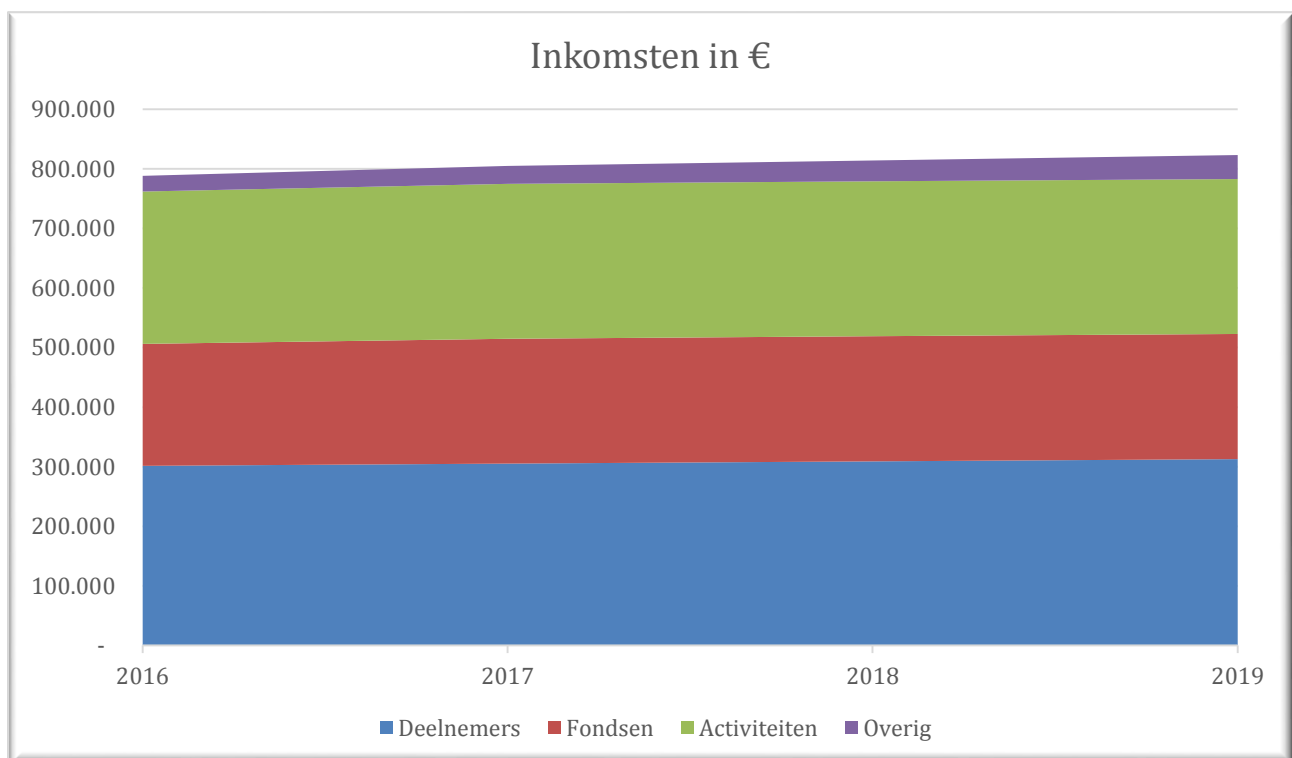
Financiën

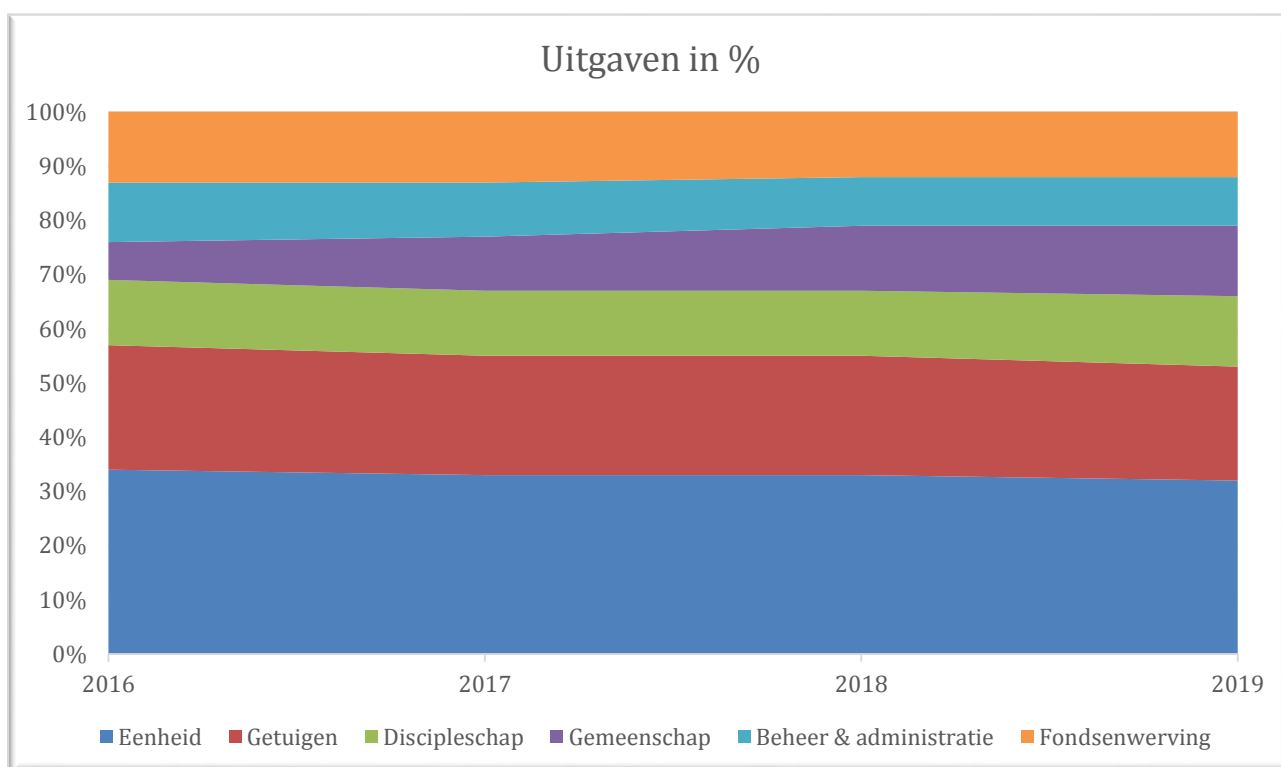
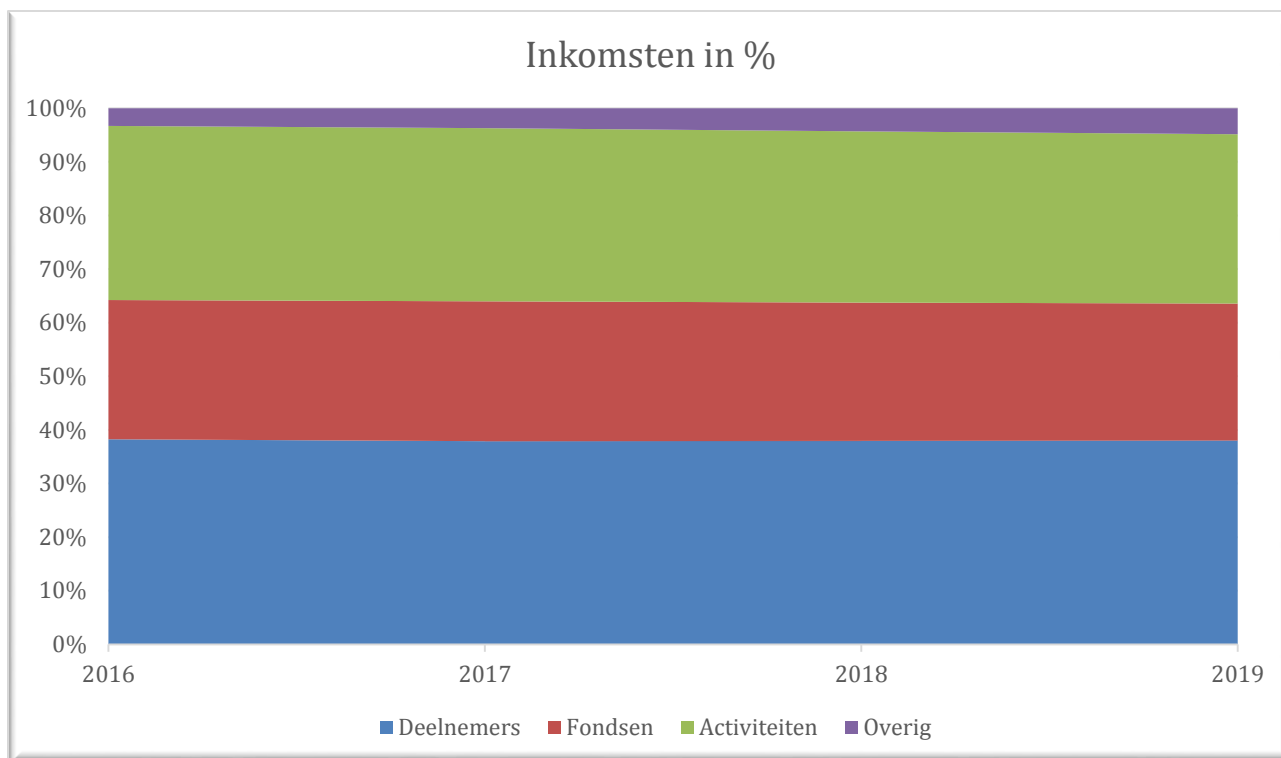
Fondsenwerving voor MissieNederland is lastig omdat het aanbod van MissieNederland meer is afgestemd op organisaties en kerken en minder op consumenten. De fondsenwerving zal continueren maar zal zich meer richten op institutionele fondsen en individuele grote giftgevers te verenigen in de 'club van 100'. Er zijn kansen om het bedrijfsleven meer te betrekken bij MissieNederland door het sluiten van samenwerkingsovereenkomsten. Hierdoor verwachten we dat de bijzondere baten zullen toenemen.

De grote projecten van MissieNederland, en belangrijk voor het netwerk, zijn de Pinksterconferentie Opwekking, EO-Metterdaad, Week van Gebed en ActHope. Deze projecten zorgen voor een netto financiële bijdrage aan de organisatie en zijn ook belangrijk voor deelnemers. Hierin ligt een risico. Mochten deze projecten wegvallen dan heeft dat consequenties voor de organisatie. Er zullen ook keuzes worden gemaakt in de projecten die we uitvoeren: de voorwaarde voor een MissieNederland project is dat deze bijdraagt aan de missie.

Het aantal vaste medewerkers zal lichtelijk groeien wanneer daar inkomsten tegenover staan (uitbreiding van het netwerk, institutionele fondsen). Door 'backoffice werkzaamheden' uit te besteden op projectbasis (variabele kosten) kunnen de vaste medewerkers zich meer richten op de aandachtsgebieden, relatiebeheer en fondsenwerving. Met deze verschuiving willen we de organisatie meer 'lean & mean' maken. Daarnaast streven we naar een dienstverband van gem. 0,75 FTE per medewerker (0,63 FTE in 2015) om de efficiency te verhogen.

De algemene financiële doelstelling van MissieNederland is een klein positief resultaat met een continuïteitsreserve van maximaal 50% van de jaarlijkse organisatiekosten.

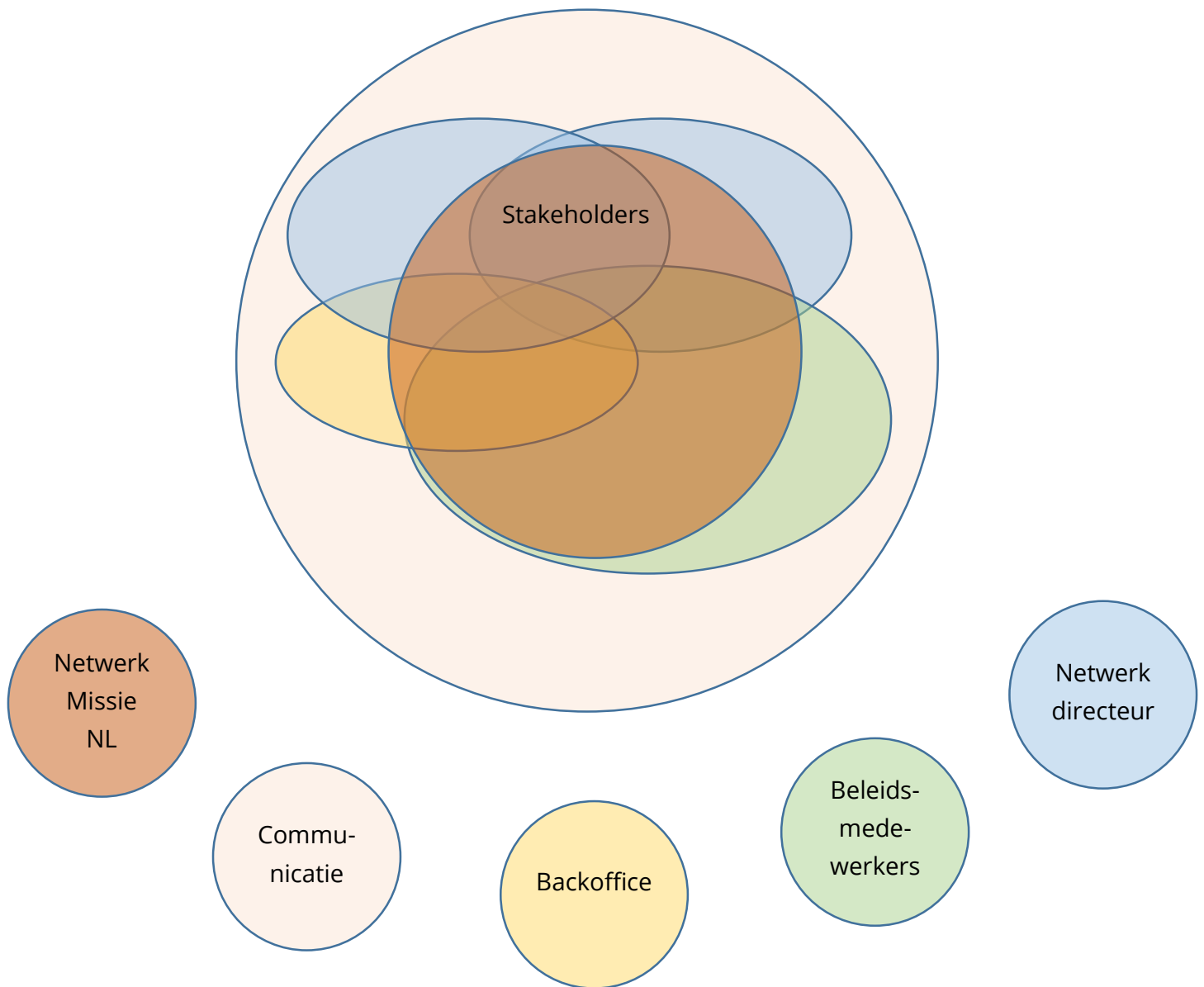




Organigram

Het netwerk staat centraal bij alles wat we doen. Elke medewerker van MissieNederland werkt aan de relatie met de deelnemers van uit hun functie en aandachtsgebied. Deelnemers worden gekoppeld aan medewerkers van MissieNederland. Hierdoor heeft elke deelnemer persoonlijk contact met MissieNederland. Dit geldt ook voor directie. MissieNederland heeft twee 'netwerk directeuren'. Zij onderhouden allebei contacten met een aantal deelnemers en partners en hebben de taken verder verdeeld.

De belangrijkste deelnemers in het netwerk - organisaties, kerk(genootschappen), personen – worden 'stakeholders' genoemd. Met deze stakeholders vindt bezinning en reflectie plaatst rondom beleid en positie van MissieNederland. Er zijn ook contacten en relaties buiten het netwerk van MissieNederland. Deze onderhouden we om de visie en missie verder uit te dragen en om de samenwerking te bevorderen. De communicatie van MissieNederland is belangrijk en niet alleen gericht op het netwerk maar juist ook daarbuiten.



Kernwaarden

Om energiek en effectief te zijn, hebben mensen en organisaties een eigen identiteit nodig. Waarvoor staan we? Waar geloven we in, wat verbindt ons en wie willen we zijn? Dat zijn kernwaarden.

Kernwaarden fungeren als ethisch kompas en zijn de kern van de bedrijfscultuur binnen MissieNederland.

We zijn:

1. Inclusief
2. Avontuurlijk
3. Transparant
4. Evangelisch

Identiteit

Identiteit is strategisch en omvat waarden die zeggen wat MissieNederland is, in de toekomst zou willen zijn en als zodanig herkend wil worden (imago).

Deze zijn:

1. Visionair / missionair
2. Samenwerken
3. Kwaliteit
4. Getuige van Jezus Christus

Driebergen 9 december 2015