

Stichting TWR Nederland & België

Jaarplan 2026



Stel je voor:

Dat Gods Woord ook
mensen bereikt die in de
verste uithoeken van de
wereld leven.



1. Inleiding	4
2. Organisatievorm	5
2.1 Raad van Toezicht	5
2.2 Vaste medewerkers	5
2.3 Vrijwilligers	6
3. Doelstelling en bestedingen	7
3.1 Doelstelling TWR NL&B	7
3.2 Relatie met TWR International	7
3.3 De inkomsten, kosten en projectbestedingen	7
3.4 Financiële reserve en beheer van vermogen	8
3.5 Bestedingen per doelgebied	9
3.6 Media voor Nederland en Vlaanderen	11
3.6.1 Audio-programma's	11
3.6.2 Podcasts	11
3.6.3 Vlaanderen	11
4. Relatiebeheer en Communicatie	12
5. Bewustwording	14
5.1 Missie & Media 2.0 'Grenzeloos gaan'	14
5.2 Activiteiten voor 2026	14
6. Strategisch Plan 2025-2028	15
6.1 Stand van zaken	15
6.1.1 Netwerken	15
6.1.2 Bewustwording	15
6.1.3 Onbereikten	15
6.1.4 Mediamix	15
6.1.5 Groei	16
6.2 Gepland voor 2026	17
6.2.0 Projectmatig organisatiemodel	17
6.2.1 Netwerken	17
6.2.2 Bewustwording	17

6.2.3 Onbereikten	17
6.2.4 Mediamix	17
6.2.5 Groei	17

Bijlage I: Lijst van ondersteunde landen	18
---	-----------

Bijlage II: Acties strategisch plan	19
--	-----------

1. Inleiding

In onze ontvangstruimte is op de wand geschilderd: "en u zult Mijn getuigen zijn, zowel in Jeruzalem als in heel Judea en Samaria en tot aan het uiterste van de aarde." Dat is wat Jezus zei tegen zijn discipelen voor de hemelvaart. Het is een opdracht, maar ook een belofte, zeker als we in aanmerking nemen wat er in het eerste deel van de tekst staat: "maar u zult de kracht van de Heilige Geest ontvangen, Die over u komen zal". De Heilige Geest is het meest noodzakelijke element in alles wat we doen in het uitdragen van het Evangelie. Daar bidden we om en in de verwachting van deze Heilige Geest maken we ook onze plannen. We weten dat we bij de uitvoering van die plannen van deze Geest afhankelijk zijn. Dat is geen disclaimer of dooddouner, maar dat is de basis van ons werk, waardoor we moed hebben door te gaan, ook als het moeilijk is.

In het jaar 2025 is het nieuwe Strategisch Plan voor 2025-2028 gereedgekomen. Voorafgaand daaraan is er een identiteitsbewijs ontwikkeld. Dit identiteitsbewijs is richtinggevend voor al ons handelen en dus ook voor het nieuwe Strategisch Plan. Dat plan is ontwikkeld vanuit het gekozen scenario GRENZELOOS GAAN. Het eerste Jaarplan (2025) kon nog slechts gedeeltelijk worden gebaseerd op de nieuwe strategie, die nog niet geheel af was toen we ons Jaarplan ontwikkelden. Het jaar 2026 is het eerste jaar waarin we onze plannen geheel baseren op dit nieuwe Strategisch Plan.

In het nieuw ontwikkelde identiteitsbewijs van TWR vinden we de missie en visie van TWR. Hoewel anders geformuleerd is de kern daarvan overeind blijven staan: "Laat het Evangelie overal horen!". Dat is tevens onze kernactiviteit en alle andere activiteiten zijn daaraan ondergeschikt. Deze missie is onderdeel van het nieuwe Strategisch Plan, en vormt daarin een eenheid met de volgende strategische ambities. Kort geformuleerd gaat het om:

- Netwerken
- Bewustwording
- Onbereikten
- Mediamix
- Groei

Dit jaarplan geeft in meer detail weer hoe we in het jaar 2026 deze strategische ambities verwezenlijken. Financieel gezien kijken we ook alvast een aantal jaren vooruit.

Ons gebed om de Heilige Geest is essentieel, bij alles wat we doen. In het bijzonder geldt dat als we plannen maken voor de toekomst:

Heilige Geest van God,
adem in ons midden,
dan zullen wij aanbidden
de Vader en de Zoon.

Kom, o Heilige Geest,
wij wachten op U.
Vervul ons met uw kracht,
Heil'ge Geest kom nu.
(Sela)

2. Organisatievorm

Stichting TWR Nederland & België heeft een Raad van Toezicht, 18 betaalde vaste medewerkers en 48 vrijwilligers.

2.1 Raad van Toezicht

De Raad van Toezicht van TWR NL&B werkt onbezoldigd, vervult primair een toezichthoudende functie en bestaat per 1 januari 2026 uit:

- Dhr. J. van 't Spijker, Hoogeveen, voorzitter (lid sinds maart 2014)
- Mevr. M. Dekens, Ede, vice-voorzitter (lid sinds november 2021)
- Dhr. A.M. Rietveld, Harderwijk, secretaris (lid sinds november 2021)
- Dhr. E.J. Renger, Veenendaal, algemeen lid (lid sinds november 2016)
- Dhr. R. Bruins, Elburg, algemeen lid (lid sinds januari 2025)
- Dhr. P.V.J. Couchement, Ieper, België, algemeen lid (lid sinds januari 2025)

Dhr. T. van Steeg vertegenwoordigt TWR International in de vergaderingen van de Raad van Toezicht.

De Raad van Toezicht vergadert vijf keer per jaar en haar taak omvat vijf aspecten:

1. Toezicht houden op de directie
2. Vaststellen van het beleid, de begroting, het jaarverslag en de jaarrekening
3. Adviseren van de directie op bepaalde vakgebieden (per lid verschillend)
4. Waar nodig TWR NL&B naar buiten toe vertegenwoordigen
5. Bemoedigen en ondersteunen van de vaste medewerkers en vrijwilligers.

2.2 Vaste medewerkers

Per 1 januari 2026 is er een betaalde bezetting van 18 personen, totaal 13,35 FTE:

- Hubrecht Smits, directeur (80%)
- Aafke Woudstra, officemanager (90%)
- Natanjäh van Til, medewerker officemanagement (30%)
- Joke Kreijkes, project consultant Europa en Azië (80%)
- Martin van Meerveld, project consultant Centraal-Azië, Midden-Oosten en Noord-Afrika (80%)
- Anske Drijfhout, project consultant West-Afrika, Oost-Afrika, Zuid-Afrika (60%)
- Matthea Hoogenboom, migrant media coördinator (55%)
- Joost Bastiaans, manager media voor Nederland & België (90%)
- Gerard Adriaanse, radio redacteur Nederland (100%)
- Ciara Goossens, redacteur radio België (40%)
- Anja Roeygens, redacteur radio België (70%)
- Sibold Buiten, manager relatiebeheer (80%)
- Corstiaan Boer, relatiebeheerder (100%)
- Ronald Rietveld, relatiebeheerder (60%)
- Wim Klein, communicatiemedewerker (80%) en relatiebeheerder (20%)

- Gerranne Lozeman, communicatiemedewerker (80%)
- Joukje Neutèl, administratief medewerker (80%)
- Mirjam Barth, coördinator belevingscentrum Missie & Media (60%)

Ook heeft TWR verschillende zendingswerkers uitgezonden via een detacheringsovereenkomst of een overeenkomst standplaats buitenland.

2.3 Vrijwilligers

Vrijwilligers zijn voor TWR NL&B onmisbaar. In totaal zijn er 45 vrijwilligers in Nederland betrokken bij het werk. Ze verrichten taken zoals studio-opnames, technische ondersteuning van projecten, boekhouding, onderhoud aan het gebouw, fondswerving, winkelinkopen, telemarketing, redactioneel werk, gastheer/gastvrouw in belevingscentrum Missie & Media, het bemannen van stands in het land en het geven van presentaties. Zij worden hierin aangestuurd door vaste medewerkers. In Vlaanderen zijn 3 vrijwilligers actief.

3. Doelstelling en bestedingen

3.1 Doelstelling TWR NL&B

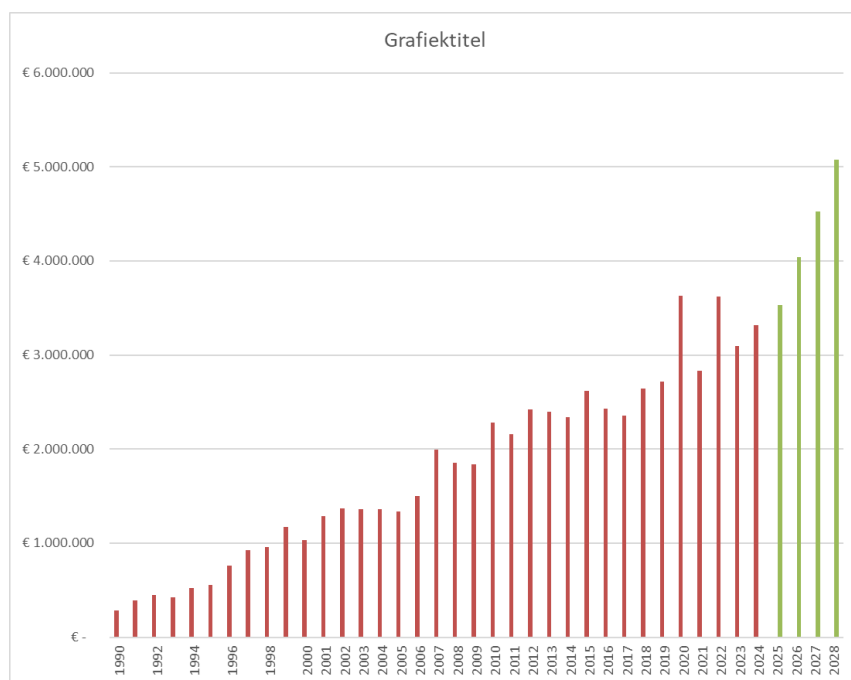
De doelstelling van TWR NL&B is de wereld het Evangelie van Jezus Christus laten horen door de media, waaronder radio, internet, mobiele telefoon en MP3-spelers. TWR NL&B richt zich vooral op gebieden die moeilijk of niet zijn te bereiken met andere vormen van evangelisatie: de landen waar christenen zwaar vervolgd worden en bevolkingsgroepen nog niet eerder zijn bereikt met het Evangelie. Daarnaast maakt TWR programma's voor Nederland en België. Deze zijn te beluisteren via diverse mediakanalen. Op deze manier brengt TWR NL&B ook het Evangelie in eigen taal.

3.2 Relatie met TWR International

TWR International, met haar hoofdkantoor in Cary (VS), heeft samen met haar partners wereldwijd uitzendingen in meer dan 190 landen. Deze nationale organisaties produceren de programma's en zenden ze uit. Ter plekke is ook het contact met de luisteraars. De programma's hebben als doel dat luisteraars wereldwijd Gods Woord duidelijk horen, tot geloof komen en discipelen worden van Jezus Christus. TWR NL&B ondersteunt programma's van TWR-partners wereldwijd, met name in landen waar weinig christenen zijn en waar lokale ondersteuning beperkt mogelijk is. TWR NL&B is een onafhankelijke partner van TWR International en stemt haar beleid af met TWR International.

3.3 De inkomsten, kosten en projectbestedingen

De inkomsten van TWR NL&B voor 2026 zijn begroot op € 4.044.000. Voor de jaren daarna (2027-2028) zal de groeistrategie worden voortgezet, zodat nog meer mensen bereikt kunnen worden met het Evangelie.



Grafiek: Werkelijke en begrote inkomsten tot en met 2028

Na aftrek van de kosten voor fondswerving en beheer & administratie blijft € 3.306.000 beschikbaar voor de doelstelling van TWR NL&B (begroting 2026). Voor 2026 gaan we er vanuit dat we qua bezetting op het huidige aantal FTE's blijven. We budgetteren een groei van de loonkosten van 1,42%. In 2026 zal er geen algemene salarisverhoging zijn, maar wel een groei in trede bij goed functioneren.

Baten en lasten	2021	2022	2023	2023	2024	2024	2025	2026	2027	2028
	werkelijk	werkelijk	werkelijk	begroot	werkelijk	begroot	begroot	begroot	begroot	begroot
Overzicht baten en kosten										
Baten uit eigen fondswerving	€ 2.826.737	€ 3.612.164	€ 3.078.426	€ 3.001.000	€ 3.285.749	€ 3.121.000	€ 3.533.500	€ 4.044.000	€ 4.527.000	€ 5.072.000
Baten mediabelevingscentrum	€ 8.499	€ 11.222	€ 18.367	€ 12.500	€ 32.442	€ 15.000	€ 17.500	€ 20.000	€ 22.500	€ 25.000
Kosten eigen fondswerving	€ 408.744	€ 493.447	€ 467.989	€ 478.000	€ 481.601	€ 494.000	€ 528.000	€ 528.000	€ 544.000	€ 560.000
Kosten van beheer en administratie	€ 221.776	€ 192.973	€ 242.478	€ 218.000	€ 260.478	€ 222.000	€ 237.000	€ 245.000	€ 252.000	€ 254.000
Beschikbaar voor doelstelling	€ 2.204.716	€ 2.936.966	€ 2.386.326	€ 2.317.500	€ 2.576.112	€ 2.420.000	€ 2.786.000	€ 3.291.000	€ 3.753.500	€ 4.283.000
Bestedingen aan de doelstelling										
Afdrachten	€ 1.777.546	€ 2.092.914	€ 1.866.472	€ 1.646.500	€ 1.891.720	€ 1.808.000	€ 1.843.500	€ 2.462.000	€ 2.899.500	€ 3.403.000
Kosten mediabelevingscentrum	€ 200.290	€ 200.850	€ 224.430	€ 239.000	€ 222.108	€ 213.000	€ 272.000	€ 251.000	€ 259.000	€ 267.000
Uitvoeringskosten Afdrachten	€ 401.047	€ 436.416	€ 441.631	€ 432.000	€ 476.594	€ 448.000	€ 556.000	€ 578.000	€ 595.000	€ 613.000
Totaal bestedingen aan doelstelling	€ 2.378.883	€ 2.730.180	€ 2.532.533	€ 2.317.500	€ 2.590.422	€ 2.469.000	€ 2.671.500	€ 3.291.000	€ 3.753.500	€ 4.283.000
Saldo financiële baten en lasten	€ 19.319	€ 19.070	€ 12.026		€ 3.969					
Resultaat	-€ 193.486	€ 187.716	-€ 158.233	€ 0	-€ 18.279	-€ 49.000	€ 114.500	€ 0	€ 0	€ 0
Kengetallen										
Kosten Eigen Fondswerving in % van baten uit eigen fondswerving	14,4%	13,6%	15,1%	15,9%		15,8%	14,9%	13,0%	12,0%	11,0%
Kosten Beheer en Administratie in % van baten uit eigen fondswerving	7,8%	5,3%	7,8%	7,2%		7,1%	6,7%	6,0%	5,5%	5,0%
Kosten in % van baten uit eigen fondswerving	22,2%	18,9%	22,9%	23,1%		22,8%	21,5%	19,0%	17,5%	16,0%
Besteed aan doelstelling in % van baten	83,9%	75,3%	81,8%	76,9%		78,7%	75,2%	81,0%	82,5%	84,0%

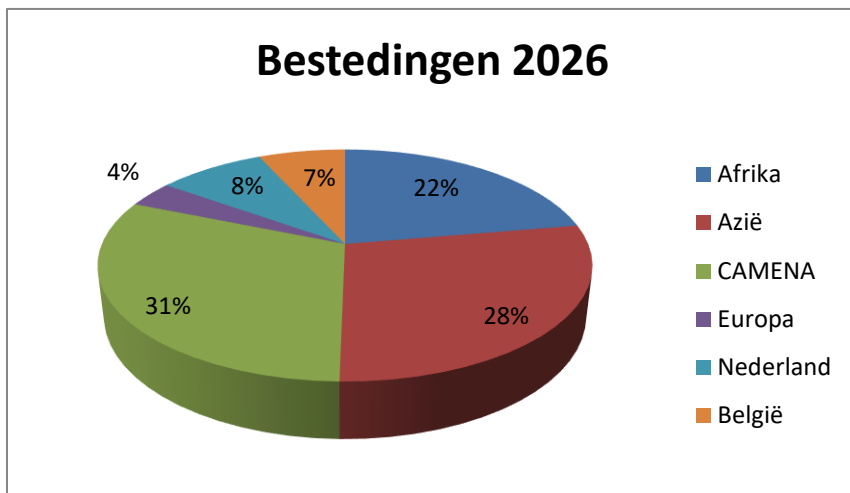
Tabel: Overzicht van (begrote) inkomsten, kosten en projectbestedingen 2021-2028

3.4 Financiële reserve en beheer van vermogen

TWR NL&B besteedt alle donaties zo spoedig mogelijk voor het doel waarvoor ze bestemd zijn. Er worden geen onnodige reserves aangehouden en er zijn ook geen beleggingen. Voor onvoorziene omstandigheden wordt er een continuïteits-reserve aangehouden van € 350.000.

3.5 Bestedingen per doelgebied

De doelgebieden van TWR NL&B zijn het Midden-Oosten, Afrika, Azië en Europa. Op de volgende pagina is de besteding van de financiële middelen over de verschillende doelgebieden gespecificeerd.



Grafiek: begrote projectbestedingen 2026 per doelgebied (totaal € 2.477.000)

De wereldwijde financiële ondersteuning door TWR NL&B wordt concreet besteed aan:

- Productie en uitzenden van radioprogramma's om het Evangelie te verspreiden
- Evangelisatie via internet of mobiele telefoon
- Distributie van radio's, MP3-spelers, cd's en geheugenkaartjes
- Ondersteunen van medewerkers van TWR wereldwijd
- Bouw van nieuwe studio's en zendstations, zodat nieuwe gebieden bereikt worden

We willen onze projecten vooral focussen op landen, volken en doelgroepen waar onze inzet door horen via de massamedia meerwaarde heeft. We streven naar focus op een kleiner aantal (maximaal 25) landen waarbinnen we meerdere projecten kunnen ondersteunen. Daarbij gebruiken we de volgende criteria:

- (1) De mate waarin een land onbereikt is met het Evangelie
- (2) De mate waarin het land gesloten is voor het Evangelie
- (3) De mate waarin het land al bereikt wordt met het Evangelie via de media.

3.5.1 Azië

In Azië willen we het komende jaar de bediening in de nieuwe focuslanden verstevigen en uitbreiden. In Vietnam wordt al gewerkt aan een vrouwenprogramma en dat kan in het komende jaar verder uitgebreid worden. Voor Myanmar zijn plannen om te starten met een Verhoog de Zoon project, dat in China al meerdere jaren met succes wordt uitgezonden. Daarnaast zal gekeken worden of de contactpersoon in Myanmar versterking kan krijgen en er een team kan komen.

In diverse landen in Azië is de islam de grootste godsdienst. We onderzoeken of voor vrouwen in deze landen het programma *Precious and beloved* kan worden geproduceerd en uitgezonden. Dit programma wordt nog niet breed ingezet, dus er wordt eerst gekeken of daar behoefte aan is en of/hoe het naast het bestaande *Women of Hope* kan functioneren.

Verder zien we een leemte als het gaat om kinderprogramma's. We zouden graag meer van deze programma's inzetten in combinatie met het luisterschaapje.

3.5.2 Regio Camena

In de regio CAMENA zijn er sinds 2025 vier nieuwe focuslanden, waaronder Marokko, Saudi-Arabië en Irak, waarvoor we in de komende periode willen zoeken naar invulling met nieuwe programma's/projecten. In Centraal-Azië is Turkmenistan een nieuw focusland, waar we zullen beginnen met een nieuwe 'Digital Ministry', waarmee TWR de activiteiten via internet en sociale media wil uitbreiden, zoals met het produceren van animatievideo's voor kinderen, een familieprogramma en door deze en andere, bestaande programma's ook beschikbaar te maken via YouTube en TikTok.

3.5.3 West-Afrika

In West-Afrika willen we de bestaande bediening verstevigen en uitbreiden met extra aandacht voor de focuslanden. De situatie in Mauritanië is erg moeilijk en er is een grote noodzaak daar het evangelie te verkondigen. We hopen daar nieuwe mogelijkheden te vinden om mensen te bereiken. Nigeria is een van de nieuwe focuslanden. Er zijn inmiddels een tweetal projecten voor Nigeria opgestart. We focussen vooral op de jongeren, een grote, kwetsbare doelgroep.

In Oost-Afrika focussen we vooral op Eritrea en Somalië. Er wordt gezocht naar mogelijkheden om ook de mensen in Eritrea te kunnen bereiken: naast programma's in het Tigrinya, die maar een beperkt deel van de Eritrese bevolking bereiken gaan we op zoek naar andere mogelijkheden. In Somalië worden al diverse programma's uitgezonden.

3.6 Media voor Nederland en Vlaanderen

Het Evangelie in je hartstaal. Dat is waar de afdeling media van TWR zich dagelijks mee bezighoudt. De TWR-programmamakers produceren, redigeren en distribueren media in Nederland en Vlaanderen. Er zijn programmaformats en podcasts die worden voortgezet, maar er komt ook nieuwe audiocontent, gericht op een bepaalde doelgroep of bepaalde doelgroepen. Hoe zet TWR voor het komende jaar de mediamiddelen in?

3.6.1 Audio-programma's

TWR werkt graag aan goede en langdurige samenwerkingen. Met bijvoorbeeld de Reformatorische Omroep (RO) en de Christelijke Omroep (CO). Op deze omroepen wordt een diversiteit aan lineaire programma's uitgezonden. Denk hierbij aan *TWR Wereldreis* en *De Bijbel Door*. Programma's waarin op een eigentijdse manier het Evangelie klinkt. Komend jaar worden deze toegevoegd aan (online) radiostations. Dit gebeurt altijd in samenwerking met de redacties van de stations. Zo wordt de kracht van TWR optimaal benut om het Evangelie te verspreiden.

3.6.2 Podcasts

De radioprogramma's die op de diverse radiostations worden gebruikt, zijn eigendom van TWR. Dit geeft TWR de mogelijkheid om van deze programma's podcasts te maken en deze te verspreiden via haar eigen online podcastplatform en app. Uiteraard is een groot deel ook beschikbaar via de bekende podcastplatforms, zoals Spotify en YouTube Music. Dit geeft de luisteraar kans om afleveringen makkelijk door te sturen naar anderen. Bijvoorbeeld om hen te bemoedigen of om inzichten vanuit de Bijbel te onderzoeken. Het komende jaar zal TWR de distributie via diverse netwerken uitbreiden en op meer externe kanalen het materiaal verspreiden.

3.6.3 Vlaanderen

Naast het produceren van reguliere christelijke podcasts is er in Vlaanderen regelmatig de kans een audioproductie te maken voor een omroep zoals Radio Maria of de VRT. Deze kans wordt met twee handen gegrepen om zo het Evangelie te laten klinken in Vlaanderen. *Sta op en Schitter* zal voor het vierde jaar op rij weer een seizoen klinken. In 2026 start de uitzending van de Vlaamse variant van *Volg Mij*. Dit is een discipelschapsprogramma van 15 minuten. In deze serie worden de basisprincipes van het christelijk geloof uitgelegd.

4. Relatiebeheer en Communicatie

Het werk van TWR Nederland en België wordt ondersteund door gebed en volledig gefinancierd door giften. TWR Nederland en België heeft een loyale en gestaag groeiende achterban. Zij geven trouw voor de verspreiding van het Evangelie via media. Naast particulieren bestaat de achterban van TWR uit kerken, bedrijven, stichtingen en scholen.

TWR beoogt de komende jaren verdere uitbreiding van het werk in gesloten landen en in de richting van nog niet eerder bereikte gebieden. Om deze groei te financieren is uitbreiding van de achterban noodzakelijk. Dit willen wij bereiken door:

- het aanzienlijk vergroten van onze naamsbekendheid in Nederland en België
- een consistente en duidelijke profilering te voeren
- het zoveel mogelijk betrekken van onze bestaande achterban bij de verspreiding van het Evangelie
- zo veel mogelijk aan te sluiten bij de veranderende behoeftes van onze (potentiële) achterban
- het online genereren van een nieuwe leads, gevolgd door activeringscampagnes om de betrokkenheid deze nieuwe doelgroep te vergroten

Een focuspunt in de communicatie is crossmediaal te werken en de diverse communicatiekanalen elkaar te laten aanvullen en versterken. Door de duidelijke Call to Actions (CTA) motiveren wij mensen die geven tot luisteren en luisteraars tot geven.

Met het in 2025 vernieuwde belevingscentrum Missie & Media willen wij op een interactieve manier mensen bewust maken van de rol van massamedia in de verkondiging van het Evangelie wereldwijd en hen betrekken bij het werk van TWR.

Ook heeft TWR via het belevingscentrum contact met bestaande donateurs en kan TWR nieuwe donateurs benaderen naar aanleiding van een bezoek.

TWR NL&B streeft naar een duurzame en zo persoonlijk mogelijke relatie met de achterban. Belangrijk daarin is een zorgvuldige informatievoorziening en vastlegging en het persoonlijke contact met onze achterban. Dit willen we in 2026 vormgeven door middel van de volgende activiteiten:

- Websites TWR.nl en TWR.be en TWR-app met nadruk op bidden, (terug)luisteren, geven, beleven en werken (CTA's: Bid mee, Luister mee, Help mee, Beleef mee en Werk mee).
- Ontvangen van groepen en bezoekers in belevingscentrum Missie & Media.
- Missie & Media, het magazine waarmee we onze achterban willen informeren en inspireren. Verschijnt 1 maal per jaar, zowel gedrukt als digitaal.
- TWR Nieuws, de nieuwsbrief waarmee we onze achterban op de hoogte houden van het werk. Verschijnt 3 maal per jaar. Daarnaast zijn er 4 fondsenwervende mailings. De nieuwsbrieven en de mailings verschijnen op papier en digitaal.
- Presentaties over TWR in de presentatieruimte in Missie & Media en op externe locaties.
- Aansprekende aanwezigheid tijdens evenementen.
- Zo persoonlijk mogelijk contact met particuliere, zakelijke en kerkelijke donateurs.
- Publiciteit via persberichten en free publicity.
- Marketingmiddelen, zoals aansprekende advertenties, online banners, blogs en vlogs met getuigenissen, telemarketing om de groei- en relatiedoelstellingen kwalitatief en kwantitatief te bereiken.

- Uitzendingen (Family 7, Reformatorische Omroep en de Christelijke Omroep) en uitingen met duidelijke Call to Action bewerken meer betrokkenheid en relatie met de missie van TWR.
- Projectreizen (indien mogelijk) om de betrokkenheid van donateurs te vergroten door een bezoek aan een project van TWR.
- Promotie lespakket scholen (basisscholen). Bewustwording (media-)zending vroegtijdig inzetten bij kinderen en creëren van betrokkenheid bij ouders en leerkrachten.
- Promotie rond de verschillende TWR Live-events en het vernieuwde belevingscentrum.

Het beleid op Nalatenschappen en eventuele samenwerking met andere christelijke goede doelen op dit onderwerp zal in 2026 verder vorm krijgen. Daarnaast willen we het komende jaar werken aan verdere structurele betrokkenheid en interactie met kerken en (middelbare) scholen. Ook zullen de ondernemersplannen nader worden uitgewerkt. In 2026 zal het CRM-pakket (Engage) verder worden uitgediept en worden gekeken naar optimaal gebruik van de data die hieruit te verkrijgen is via dashboards van DataInside. Op basis van de te verwerven data kunnen we werken met duidelijkere prognoses en hierop sturen. Voor de communicatie in België zullen wij de bestaande relaties uitbouwen.

5. Bewustwording

Sinds 2020 zet TWR door middel van belevingscentrum Missie & Media in op bewustwording. Het gaat erom dat christenen in Nederland zich bewust worden van de onvoltooide taak van de wereldzending, de mogelijkheden van de media en de taak die zijzelf als christenen daarin hebben. Als steun aan TWR daarvan een gevolg is, is dat een mooi bijeffect, maar het gaat vooral om mobilisatie van bezoekers op wat voor manier dan ook.

Het belevingscentrum bevindt zich naast het kantoor van TWR, op Landgoed De Schaffelaar in Barneveld.

5.1 Missie & Media 2.0 'Grenzeloos gaan'

In 2025 is er een transitie geweest van Missie & Media 1.0 ('Van duisternis naar licht') naar Missie & Media 2.0 ('Grenzeloos gaan'). In 7 ruimtes kan de bezoeker in willekeurige volgorde een land of werelddeel bezoeken en kennismaken van diverse aspecten van het wereldwijde zendingswerk van TWR. Te weten:

1. Afrika: doelgroepen.
2. Indonesië: noodhulp.
3. Nederland & België: productie.
4. Bonaire: uitzenden.
5. Pakistan: vervolging.
6. Gebedsruimte.
7. Arabische wereld: nazorg.

Voor kinderen zijn er twee kinderlijnen, namelijk de onderbouwlijn (3-6 jaar) en de middenbouwlijn (6-10 jaar). De bovenbouwlijn (10-12 jaar) is in ontwikkeling.

Naast het ontvangen van bezoekers, al dan niet in groepsverband wordt het belevingscentrum ingezet als onderdeel van het lespakket voor basisscholen en voor TWR-Live evenementen.

5.2 Activiteiten voor 2026

De volgende activiteiten zullen worden voortgezet:

1. Promotie van het centrum op allerlei manieren, met name rond vakanties.
2. Inzetten van het centrum om met de achterban in verbinding te komen, met name ook via kerkelijke groepen en scholen.
3. Uitbouwen van het vrijwilligerskorps en het toerusten daarvan.
4. Samenwerken met kerken en andere organisaties.
5. Organiseren van evenementen onder het label TWR Live.

Aanvullend voor 2026 zijn de volgende activiteiten:

1. Ontwikkelen startbeleving Missie & Media.
2. Afronden kinderlijn Missie & Media, te weten de bovenbouwlijn voor kinderen van 10 tot ongeveer 12 jaar.

6. Strategisch Plan 2025-2028

6.1 Stand van zaken

De volgende activiteiten zijn gerealiseerd in het afgelopen jaar 2025.

6.1.1 Netwerken

Voor het vervullen van de Grote Opdracht binnen en over de grenzen wil TWR meer gaan samenwerken in/met (kennis)netwerken. Dit omvat zowel meer vrijblijvende netwerkactiviteiten alsook het aangaan van nieuwe samenwerkingen en partnerschappen. In 2025 zijn we hier voortvarend mee aan het werk gegaan, in de wetenschap dat deze ambitie niet afhangt van het gereedkomen van het strategisch plan. Een eerste toekenning aan een nieuwe partner van buiten het TWR-netwerk is in dit jaar gerealiseerd. Bij nieuwe aanvragen letten we op het samenwerken van de partner in het veld met kerken en andere organisaties. Onder andere voor nazorg is dit belangrijk. In Nederland nemen we deel aan allerlei netwerken, waardoor we kennis opdoen, maar ook in aanraking komen met andere organisatie waarmee we zouden kunnen samenwerken. Zo zijn we lid van MissieNL, deelnemer van Prisma, NoChoice, Loving & Serving Muslims, Frans Beraad, Kornet, Roundtable for Afghanistan etc. Ten behoeve van fondswerving vinden we aansluiting bij ondernemersclubs.

6.1.2 Bewustwording

Een belangrijke mijlpaal binnen deze ambitie is het gereedkomen van Missie en Media 2.0 (zoals de update van M&M binnen de organisatie bekend staat). We hebben een goede start gemaakt. De update heeft veel (gratis) publiciteit gegenereerd en de eerste maanden gaven hoge bezoekersaantallen te zien. We hebben veel presentaties gegeven aan kerken en kerkelijke organisaties. Het scholenpakket is gereedgekomen, evenals de kinderlijn voor M&M. Een vrijwilliger is begonnen met het bezoeken van scholen om onze activiteiten te promoten.

6.1.3 Onbereikten

De nieuwe lijst met focuslanden (zie bijlage II) was al gereed vóór de totstandkoming van het nieuwe strategisch plan. Daardoor konden we voortvarend van start gaan met de nieuwe landen. Er zijn reeds projecten gerealiseerd voor Nigeria, Myanmar, Vietnam en Turkmenistan. Daardoor realiseerden we ook uitzendingen in talen die in die landen gesproken worden. Binnen de lijst van focuslanden is er steeds aandacht voor het financieren van projecten die onbereikten als doelgroep hebben. Daarnaast werken we aan het aanbieden van audio in eigen taal aan migranten in Europa onder de naam SUNDAY. Het gereedkomen van de Farsi app leverde helaas veel vertraging op. Inmiddels is gestart aan een volgende taal, nl. het Somalisch. Een tegenslag was het beëindigen van de uitzendingen van WildFM, waardoor een kanaal om onbereikten te bereiken in Nederland is afgesloten. Bij gevangenen en buitenlandse truckers promoten we in samenwerking met derden Evangeliserende programma's van TWR. In België lukte het om via Radio Maria en de VRT-uitzendingen te realiseren.

6.1.4 Mediamix

Het vinden van de juiste media om onbereikten te bereiken is een grote uitdaging. In veel landen zien we een gestage groei van het gebruik van digitale media, meestal ten koste van het gebruik van radio. Daardoor worden in toenemende mate toekenningen gedaan voor digitale projecten. We zijn voorzichtig met het afbouwen van radio-uitzendingen, omdat juist in de landen waar we werkzaam zijn veel mensen

nog niet verbonden zijn met het internet. Vaak is het uitdelen van audiospelers of radio's een goed alternatief.

6.1.5 Groei

De omvang van onze opdracht is groot, gezien het feit dat nog zoveel mensen niet bereikt zijn met het Evangelie. Natuurlijk staan we er niet als enige voor en zijn veel collega-organisaties actief in het uitdragen van het Evangelie. Toch willen we graag recht doen aan de urgentie die het zendingswerk heeft en daardoor is groei ook een belangrijke ambitie. Die kan natuurlijk afgemeten worden aan beschikbare en te besteden financiële middelen. Bij het schrijven van dit jaarplan liggen we wat dat betreft goed op schema voor wat betreft onze inkomsten. Er zijn verschillende acties gedefinieerd en uitgevoerd om de doelen ook voor de toekomst te kunnen halen. Zo is er een nieuwe opzet gemaakt voor de projectkaarten en vindt er regelmatig data-analyse plaats. Op basis daarvan is er actie genomen voor het contact opnemen van donateurs die dreigen af te haken en donateurs die we kunnen bewegen in de richting van een regelmatig geefgedrag.

6.2 Gepland voor 2026

De volgende activiteiten zijn voor het komend jaar gepland:

6.2.0 Projectmatig organisatiemodel

In het jaar 2026 gaan we ons oriënteren op een meer projectmatig organisatiemodel. Daarnaast inventariseren we wat we nodig hebben om als organisatie gereed te zijn voor de toekomst. Dit mede met het oog op directiewisseling medio 2028.

6.2.1 Netwerken

We zoeken dit jaar samenwerking met andere zendingsorganisaties. Bij financieringsaanvragen zorgen we, naast alle aandachtspunten, voor het goed regelen van de nazorg en kijken we hoe samenwerking met kerken en andere organisaties het aangevraagde project kan versterken. We zijn er attent op of we samenwerkingen tussen partners onderling kunnen bewerkstelligen, zowel binnen als buiten het TWR-netwerk. Wat betreft relatiebeheer gaan we door met het zoeken van samenwerking via ondernemersclubs. De in het afgelopen jaar gestarte samenwerking op het gebied van nalatenschappen moet leiden tot een meer actieve nalatenschapswerving.

6.2.2 Bewustwording

Wat betreft bewustwording is het van belang dat we het belevingscentrum goed onderhouden, inclusief de reeds gerealiseerde kinderlijn. Wat betreft nieuwe dingen gaan we een startbeleving realiseren, in plaats van de presentatie die nu door vrijwilligers gegeven wordt. Een overweging is om de toegangsprijs voor M&M af te schaffen, op basis van de resultaten van een pilot in 2025.

6.2.3 Onbereikten

Reeds in dit jaar kijken we hoe en waar we programma's kunnen starten in de talen van tot dan toe onbereikte volken. In de samenwerking rond SUNDAY zijn we van plan om het Somalisch te realiseren, en een nieuwe taal te kiezen voor een volgend project in deze reeks. In België zijn we van plan om minimaal twee programma reeksen te realiseren, voor de VRT en/of Radio Maria. In Nederland willen we met een podcast voor onbereikten op de markt komen.

6.2.4 Mediamix

Inzicht in de mediaconsumptie in de verschillende landen is een belangrijke voorwaarde om verantwoord projectaanvragen te kunnen goedkeuren. We verwerven dat inzicht door deskresearch en navraag bij de partners. Het voornemen is om een besluit te nemen over de toekomst van onze app voor Nederland en België. Onze podcast gaan we in toenemende mate promoten via de sociale media. Promotie via sociale media is ook belangrijk in onze andere focuslanden. Om dat mogelijk te maken zijn we ook bereid om te investeren in capaciteitsontwikkeling op het gebied van digitalisering en sociale media.

6.2.5 Groei

Na het jubileumjaar zou het zomaar kunnen dat de inkomsten wat onder druk komen te staan. Een actief beleid op het bewerken van het particulier kanaal als wel ondernemers, stichtingen en kerken is van belang. Het gaat om het volhouden en verdiepen van de in 2025 ingeslagen weg. Het werven van vrijwilligers en zendingswerkers blijft een belangrijk aandachtspunt. Een eerste donor journey moet operationeel zijn in dit jaar. Een overweging is om dit jaar de beslissing te nemen voor de aanschaf van een HR-systeem.

Bijlage I: Lijst van ondersteunde landen

1. Pakistan
2. Nigeria
3. India
4. Afghanistan
5. China
6. Noord-Korea
7. Iran
8. Myanmar
9. Saoedi-Arabië
10. Bangladesh
11. Jemen
12. Turkmenistan
13. Irak
14. Somalië
15. Soedan
16. Indonesië
17. Oezbekistan
18. Vietnam
19. Ethiopië
20. Marokko
21. Mali
22. Turkije
23. Tadzjikistan
24. Syrië
25. Rusland

Bij het tot stand komen van deze lijst zijn de volgende criteria gehanteerd:

1. Geslotenheid (N.a.v. Ranglijst Christenvervolging Open Doors)
2. Onbereikt zijn (N.a.v. ranglijst Joshua Project)
3. Bereik door alternatieve christelijk media (eigen onderzoek)

Aanvullend is gekeken naar minder objectiveerbare zaken als kansen voor evangelisatie door media en uitstraling naar andere landen.

Overigens blijven we kritisch kijken naar de projecten die ons aangeboden worden uit deze landen. Daardoor zouden praktisch ook nog landen af kunnen vallen, bijvoorbeeld omdat alleen audio wordt aangeboden voor een doelgroep waar organisaties al soortgelijke audio aanbieden.

Bijlage II: Acties strategisch plan

Nr.	Vlg.	Omschrijving	Gereed
0		Projectmatig organisatiemodel	
	a	Opdoen van kennis en advies onder andere door ons te oriënteren op andere organisaties	2026
	b	Plannen maken voor een mogelijke organisatievorm	2027
	c	Plannen en uitvoeren pilot-project	2027
	d	Aan de hand van de evaluatie bijstellen plannen en uitrollen daarvan	2028
1		Netwerken	
	a	Samenwerking met zendingsorganisaties	continue
	b	In projectaanvragen en FAP's dient (samenwerking in) nazorg helder gedefinieerd te zijn - b.v. met kerken (projecten)	continue
	c	Definiëren hoe de nazorg is geregeld voordat project wordt goedgekeurd (projecten)	continue
	d	Samenwerking met buitenlandse partners zodanig ook buiten het huidige netwerk om bediening te versterken (projecten)	2028
	e	Contacten leggen tussen partners onderling om ideeën uit te wisselen (projecten)	jaarlijks
	f	Samenwerking in Nalatenschappen via Prisma (Relatiebeheer)	jaarlijks
	g	Netwerken binnen Ondernemersclubs (Relatiebeheer)	jaarlijks
	h	Samenwerking met Vlaamse Universiteiten ten behoeve van programmaontwikkeling	2028
2		Bewustwording	
	a	Jaarlijkse campagnes voor M&M (schoolvakanties, groepen)	continue
	b	Opzet en onderhoud kinderlijn tot en met 12 jaar	2026
	c	Promotie scholenplan met vrijwilliger	2027
	d	Vernieuwing bezinningswandeling	2027
	e	Aanleveren authentieke getuigenissen (projecten)	continue
	f	Vernieuwing startbeleving M&M	2026
3		Onbereikten	
	a	Bezinning op focuslanden	2028
	b	Sunday app initiëren en doorontwikkelen meertalen	al per jaar
	c	Doorontwikkelen Sunday-app	2028
	d	Nieuwe talen binnen focuslanden	2028
	e	Contentlevering VRT	2 per jaar
	f	Podcast niet-christenen in Nederland via sociale media	2026
	g	Media-aanbod voor Gevangenen en Truckers	2026

Nr.	Vlg.	Omschrijving	Gereed
4	Mediamix		
	a	Inzicht in mediaconsumptie focuslanden (ten behoeve van projectaanvragen)	continue
	b	Capaciteitsontwikkeling internet bij partners ten behoeve van digitalisering media (Projecten)	continue
	c	inzet (nieuwe) sociale media overeenkomstig mediaconsumptie betreffende land	2028
	d	Promotie campagne Google Ads (TWR NL&B en focuslanden)	2027
	e	Podcast ontwikkelen en communiceren via sociale media	2026
	f	Besluit toekomst stream	2025
	g	Besluitvorming toekomst TWR-app	2026
5	Groei		
	a	Review beleid particuliere en zakelijke donateurs door middel van dataanalyse	jaarlijks
	b	Aantrekkelijke projecten en projectkaarten voor fondsenwerving (projecten)	continue
	c	Mogelijkheden onderzoeken stichtingen ten behoeve van fondsenwerving	2026
	d	Vlaamse podcast voor mannen	2027
	e	Groei aantal vrijwilligers voor o.a. M&M en relatiebeheer	jaarlijks
	f	Podcast Wereldreis uitbreiden	2028
	h	Promotie zendingswerkers (incl. bestaande)	2028
	h	Ontwikkelen donorjourney's	2026
	i	Besluitvorming nieuw HR-systeem	2026

Zwart	Geannuleerd
Groen	Op schema
Oranje	Wel aan gewerkt, niet gereed
Oranje	Wel aan gewerkt, niet gereed door externe factoren
Rood	Vrijwel niet aan gewerkt
Blauw	Volgens planning nog niet gestart