

Stichting TWR Nederland & België

Strategisch Plan

2025-2028

Grenzeloos gaan...

“

En Hij zei tegen hen: Ga heen in heel de wereld, predik het Evangelie aan alle schepselen (Marcus 16:15)

”



1. Inleiding	3
1.1 Opvolging	3
1.2 Aanpak	3
1.3 Meetbaarheid	3
2. Summary in English	4
3. Wie zijn we?	6
3.1 Grondslag	6
3.2 Kernwaarden	6
3.3 Visie – Dit willen we bereiken	7
3.4 Missie – Zo bereiken we ons doel	7
4. Strategische Ambities	9
4.1 Netwerken	9
4.2 Bewustwording	9
4.3 Onbereikten	9
4.4 Mediamix	10
4.5 Groei	10
5. Landen	11

1. Inleiding

Dit Strategische Plan 2025-2028 start met een jubileumjaar: 60 jaar TWR. Dankbaar kijken we terug op een periode waarin TWR vanuit Nederland en België het Evangelie over de hele wereld mocht verspreiden. Toch hebben 3 miljard mensen nog nooit het Evangelie gehoord. Daarom kijken we ook naar onze opdracht in de komende jaren: “En dit Evangelie van het Koninkrijk zal in heel de wereld gepredikt worden tot een getuigenis voor alle volken; en dan zal het einde komen” (Mattheüs 24:14). We weten dat onze Heere Jezus elk moment kan terugkeren. Ondanks dat is het onze verantwoordelijkheid vooruit te kijken en plannen te maken voor dit zendingswerk. In de komende vier jaar staan de plannen in het teken van Grenzeloos gaan... in de wetenschap dat de Geest alle grenzen doorbreekt die door mensen zijn gemaakt.

1.1 Opvolging

Dit Strategisch Plan is de opvolger van het Strategisch Plan 2021-2024. Veel van de doelstellingen uit dat plan zijn gerealiseerd, al zijn sommige onderdelen nog niet voltooid. In de afgelopen periode is er veel veranderd. De coronajaren waren uitdagend, maar hebben ook geleid tot meer begrip voor onze missie. Mede dankzij Missie & Media zijn velen zich bewuster geworden van het wereldwijde belang van zending via massamedia. In de meivakantie van 2025 is de compleet vernieuwde Missie & Media 2.0 geopend. Ook voor dit plan hanteren we een planningshorizon van vier jaar. Binnen deze periode stellen we jaarlijks onze Jaarplannen op. Deze zijn meer operationeel van aard en geven concreet aan hoe we invulling geven aan de gekozen strategische koers.

1.2 Aanpak

In 2024 is met personeel, de Raad van Toezicht en bureau voor identiteitsmarketing De Betekenisfabriek nagedacht over de Kernwaarden, Visie en Missie van TWR. Daarop is de strategie Grenzeloos gaan... bepaald en daarna zijn in het team de strategische ambities geformuleerd, die in dit strategische plan zijn uitgewerkt. De acties, doelstellingen, indicatoren en risicoanalyse zijn meetbaar vastgelegd.

1.3 Meetbaarheid

Waar het werkelijk om gaat is uit de aard van ons werk niet meetbaar: het werk van de Heilige Geest in de harten van mensen. Wij schrijven dit document met het vertrouwen dat die Geest ons zal leiden bij wat we denken en doen. Dagelijks bidden we om de leiding van Gods Geest. Dan zal het resultaat zijn dat diezelfde Geest mensen aan zal zetten om naar onze programma's te luisteren, het gehoorde te geloven en door dat geloof gered te worden. In dat vertrouwen zijn we dagelijks bezig, ook bij de realisatie van dit Strategisch Plan 2025-2028.

Hubrecht Smits
Directeur TWR Nederland & België

Barneveld, mei 2025

2. Summary in English

The Strategic Plan which is in front of you is the third in a row for TWR Netherlands and Belgium (TWR NL&B). The idea is to have strategic plans with a horizon of four years and besides that year plans, which mainly focus on the next year. The basis for all acting of TWR NL&B is the statement of faith as is accepted by the TWR International organization. Furthermore, we adopted with TWR Internationals core values.

There are over 3 billion people who have never heard of Jesus. It is our vision that TWR seeks to reach the uttermost part of the world with the Gospel of Jesus Christ through media, including the internet and radio, so that lives are permanently changed. It is our mission to make the Word of God audible, partnering with churches and organizations, engage our supporters and working with a new generation. We make Christians in The Netherlands aware of the fact that so many people around the world do not know the gospel yet, in order to move these Christians to pray, donate and support otherwise.

In this plan we used a SWOT-analysis to have a sound understanding of our environment, by which we came to the following five Strategic Ambitions:

Networking

We will engage churches, faith communities, schools and peer organizations **with** the impact God's Word is having through the work of TWR.

Awareness

We make Christians in the Netherlands and Belgium aware of TWR's role in world missions. In particular, Experience center Missie & Media experience center is TWR's showcase. But we also make people aware of missions in other media through storytelling.

Unreached

Our heart is with hard-to-reach people. TWR goes where other organizations cannot or dare not go. There lies our calling; to be a source of hope for people who have little or no access to the Gospel. Near (the Netherlands and Belgium) or far. In closed countries, illiterate or closed cultures.

Mediamix

Mass media are powerful tools that influence people's beliefs. We should weigh our media resources against the best reach of the intended audience and keep platforms open.

Growth

We want to achieve a growth for projects of 10% yearly above inflation and double for funds from corporations and foundations. We expect a growth of 20% per year in Missie & Media. Our ambition is to send out 6 mission workers and be attractive for people to come and volunteer. We are targeting 500,000 downloads of our podcasts and programs.

These five ambitions are the basis for the definitions of our strategic objectives and actions. The actions are equally distributed in time between 2025 and 2028. In several cases plans need to be written to have a more concise definition of what need to be done. Furthermore, we work with indicators to measure if we attained what we aimed for. Important indicators for our success are our income by public fundraising and the coverage of our internet radio and on-demand activities.

With respect to all these future plans we quote one of the core values of the TWR family:
We are committed to God's direction for our ministry through prayer, which is our most fundamental demonstration of worship and dependence on the Lord. As a faith mission, our planning and daily work is permeated by fervent prayer as we discern and submit ourselves to God's leading.

3. Wie zijn we?

3.1 Grondslag

De basis voor al het handelen van TWR is:

- De Bijbel als het geïnspireerde Woord van God, dat alleen onfeilbaar gezag heeft en de uiteindelijke autoriteit is voor geloof en leven.
- De Drie-enige God, die eeuwig is en zich in Zijn Woord openbaart als Vader, Zoon en Heilige Geest.
- De zondeval en de verloren toestand van de mens, die wedergeboorte noodzakelijk maakt.
- De Godheid van Jezus Christus, Zijn maagdelijke geboorte, Zijn plaatsvervangend lijden en sterven, Zijn lichamelijke opstanding, Zijn verhoging waardoor Hij nu gezeten is aan Gods rechterhand en Zijn persoonlijke wederkomst in macht en heerlijkheid.
- De verlossing van de mens door genade, op grond van het geloof in de plaatsvervangende dood en het vergoten bloed van Jezus Christus, onze Heere en Verlosser.
- De opstanding van de verlostten tot het eeuwige leven en de opstanding van de niet-verlostten tot de eeuwige straf.
- De Gemeente als het lichaam en de bruid van Christus, uitsluitend bestaande uit wedergeboren mensen, voor wie Hij nu voorbede doet in de hemel en voor wie Hij weer zal komen.
- De grote opdracht van Christus aan de gemeente om uit te gaan in de gehele wereld, het Evangelie te verkondigen aan elk schepsel en hen, die geloven, te dopen en te onderwijzen.

3.2 Kernwaarden

Bijbelgetrouw

We haken aan bij de cultuur waar we uitzenden en houden daarbij altijd vast aan het Woord. Hoe dichter we bij de Bijbel blijven, hoe beter het is.

Interkerkelijk

In Nederland en België zijn veel christelijke organisaties verbonden aan een specifieke gezindte. TWR niet. We kiezen er bewust voor om over kerkgrenzen heen te kijken en christenen uit alle gezindten op de been te brengen voor evangelisatie.

Integer

We dragen verantwoordelijkheid voor ons beleid en zijn transparant over de middelen die ons ter beschikking staan. Daarbij hoort ook dat we de mensen die onderdeel van onze organisatie willen zijn, eren in de talenten die ze hebben gekregen, en dat we ze stimuleren om die optimaal in te zetten.

Vernieuwend (inventief en innovatief)

Het medialandschap verandert voortdurend, net als de context in de verschillende landen verandert. De wereld staat niet stil. Daarom mogen we onszelf iedere dag de vraag stellen of er nieuwe manieren zijn om onbereikten te kunnen bereiken.

Uitdelen

Het Woord van God staat vol rijkdom over wie Jezus is. Van die rijkdom delen we uit. We kunnen niet anders dan weggeven.

Tot het uiterste gaan

We gaan met het Evangelie letterlijk tot de uitersten der aarde. Daarbij ervaren we soms, net als Paulus, geestelijke strijd. We weten dat we alles mogen geven tot eer van God en tot zegen van mensen.

1 Korinthe 15:57

Maar God zij dank, Die ons de overwinning geeft door onze Heere Jezus Christus. Daarom, mijn geliefde broeders, wees standvastig, onwankelbaar, altijd overvloedig in het werk van de Heere, in de wetenschap dat uw inspanning niet tevergeefs is in de Heere.

3.3 Visie – Dit willen we bereiken

Er zijn ruim 3 miljard mensen die nog nooit van Jezus hebben gehoord. TWR wil alle uiteinden van de wereld bereiken met het Evangelie van Jezus Christus door middel van media, waaronder internet en radio, zodat levens blijvend veranderd worden. TWR ondersteunt hierbij de kerken bij het uitvoeren van de zendingsopdracht zoals de Heere Jezus die gaf in Mattheüs 28:19.

“Vanuit de Bijbelse opdracht laten we het Woord van God overal horen, dichtbij en ver weg. De hoop die je kunt putten uit het Evangelie stralen wij uit én zenden wij uit via media – hoe dan ook. Waar dan ook. Voor iedereen.
TWR. Bron van hoop”.

3.4 Missie – Zo bereiken we ons doel

Wat ons raakt is de er ruim 3 miljard mensen nog nooit van Jezus hebben gehoord. En dat ook onze thuislanden meer en meer zendingslanden worden. We zien ook dat veel kerken intern georiënteerd zijn. Dat raakt ons.

Daarom geven wij als volgt vorm aan onze missie:

1 We maken het Woord van God hoorbaar

Onze unieke kracht is: het hoorbaar maken van het Evangelie via massamedia met een enorm bereik en toch hoogstpersoonlijk. We zenden het Woord van God uit via media, internet en radio in open landen, in moeilijk bereikbare gebieden en in gesloten landen. TWR gaat verder waar anderen niet kunnen komen. Zodat onbereikten worden bereikt, geraakt, bekeerd, toegerust en opgebouwd. Speciale aandacht vragen wij voor het delen van het Evangelie met migranten en vluchtelingen om ons heen. Dát is onze unieke kracht: Grenzeloos, dichtbij en ver weg.

2 We werken samen met kerken en organisaties

In onze netwerken wakkeren we christelijk Nederland aan voor de Zendingsopdracht. We stimuleren gemeenten een bijdrage te leveren in het delen van het Evangelie via de media en leveren hun bijdrage aan het bereiken van mensen dichtbij en ver weg.

3 We betrekken onze achterban bij de missie

In Missie & Media maken wij mensen bewust van noodzaak en kracht van zending en evangelisatie. We betrekken christenen in Nederland bij de Zendingsopdracht door: Luister mee! Bid mee! Help mee! Werk mee! Beleef mee! Christenen in Nederland leveren hun bijdrage aan het bereiken van mensen dichtbij en ver weg. Onze achterban werkt mee (als vrijwilliger of zendeling) bidt mee (vormt de geestelijke motor) en draagt het werk financieel (Helpt mee) en wordt bemoedigd en gesterkt door onze programma's te beluisteren (Luistert mee).

4 We werken samen met een nieuwe generatie

We zien een nieuwe generatie jongeren die toegerust wil worden en zich wil toewijden aan God en de grote opdracht. TWR activeert en mobiliseert nieuwe generaties, hoe dan ook en waar dan ook.

4. Strategische Ambities

De volgende strategische ambities zijn ontstaan vanuit het gekozen scenario, het Identiteitsbewijs en de geüpdate SWOT-analyse.

4.1 Netwerken

Voor het vervullen van de Grote Opdracht binnen en over de grenzen wil TWR meer gaan samenwerken in/met (kennis)netwerken. We staan voor rentmeesterschap in onze missie. We doen slimme investeringen die ons wendbaar houden in een snel veranderende wereld. Ook waar we kansen zien die aansluiten bij de missie, maar niet direct uitvoering geven aan de methoden van TWR internationaal, staan wij toch op en proberen we, met Gods hulp, het verschil te maken. Bijvoorbeeld door zelf partnerschappen aan te gaan en innovatieve manieren van de verspreiding van audio te onderzoeken.

We gaan kerken, geloofsgemeenschappen, scholen en ondernemers in aanraking brengen met de uitwerking die Gods Woord heeft door het werk van TWR. En we hopen, bidden en verwachten dat dit het hart van christenen in Nederland en België opnieuw in vuur en vlam zal zetten voor zending. En dat de geefbereidheid voor het mogelijk maken van ons werk zal toenemen. We zoeken daarin ook samenwerking met andere organisaties om deze doelen te bereiken.

4.2 Bewustwording

Een van de taken van TWR is om voorlichting te geven over en de achterban in Nederland en België bewust te maken van de nood van onbereikte volken en mogelijkheden van media bij zendingswerk. Dat doen we door contacten te leggen met kerken en scholen en we nodigen gezinnen uit kennis te maken met de rol van media in gesloten landen. Wie zich bewust is van het belang van media in wereldzending kan zich ook -op termijn- gaan inzetten voor en zich verbonden weten met de missie van TWR. We stimuleren dat wereldzending via media van de kansel te horen is.

Met name Missie & Media is de etalage van TWR, en ook presentaties en Thuis Front Commissies (TFC) zijn bij uitstek geschikt om bij te dragen aan het zich bewust worden. Daarnaast maken we mensen met behulp van media bewust van zending door storytelling (het delen van getuigenissen). Vanuit de missie om jongeren bewust te maken richten we ons ook op scholen.

4.3 Onbereikten

Ons hart ligt bij moeilijk bereikbare mensen. TWR gaat daar waar andere organisaties niet kunnen of durven komen. Daar ligt onze roeping; een bron van hoop zijn voor mensen die nauwelijks tot geen toegang hebben tot het Evangelie. Dichtbij (Nederland en België) of ver weg. In gesloten landen, voor analfabeten of voor gesloten culturen. Daarom kiezen we de focuslanden met zorg uit en houden oog voor discipelschap en nazorg.

In Nederland en België wonen meer immigranten. Daarom legt TWR zich toe op het ontwikkelen en in stand houden van apps en andere uitingen die gericht zijn op deze doelgroepen. Aanpassen naar taal en cultuur is van belang.

4.4 Mediamix

Massamedia zijn krachtige middelen die invloed hebben op overtuigingen van mensen en hoe hun dagelijks leven eruitziet. In veel landen is radio het middel om bepaalde groepen onbereikbare mensen te bereiken. Ook zijn steeds meer mensen online actief en laten zich informeren via allerlei middelen, waaronder de smartphone. Daarbij is het van belang dat we meer zicht krijgen op de mediaconsumptie. We dienen onze mediamiddelen te kiezen voor het beste bereik van de beoogde doelgroep en alle opties te overwegen.

4.5 Groei

De wereld is volop in beweging. Daarnaast is er sprake van (financiële) inflatie. Om daadkrachtig te blijven in onze missie en impact te houden moet TWR meebewegen, veranderen en groeien. Deze groei dient wel in harmonie te zijn met alle plannen.

We willen een gemiddelde groei voor projecten realiseren van 10% per jaar boven inflatie en een verdubbeling realiseren voor de fondsen uit ondernemingen en stichtingen in vier jaar. TWR past de interne organisatie en administratie zo nodig aan om de beoogde groei te kunnen realiseren.

5. Landen

TWR ondersteunt naast activiteiten in Nederland en België landen die voldoen aan de volgende criteria:

- 1 Mate van Geslotenheid (N.a.v. Ranglijst Christenvervolging Open Doors)
- 2 Mate van Onbereikbaarheid (N.a.v. ranglijst Joshua Project)
- 3 Bereik door andere christelijk mediaorganisaties (eigen onderzoek)

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

Aanvullend is gekeken naar minder objectieve zaken, zoals: wat zijn de kansen voor evangelisatie door media en hoe kunnen we landen samen bedienen omdat dezelfde taal gesproken wordt.

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 andere organisaties al soortgelijke audio aanbieden.