

Jaarplan 2017 en 2018

Goedgekeurd door het bestuur op 8 mei 2017

Inleiding

2017 is het derde jaar van het meerjarenbeleidsplan 2015-2018. In dit MJBP (meerjarenbeleidsplan) zijn de volgende strategische keuzen gemaakt:

1. De kerk (in Nederland) dienen die deelneemt aan Gods missie onder Aziaten en Arabieren;
2. Versterken van een discipling community;
3. Versterken van de interne organisatie.

Na een grondige analyse en evaluatie van het MJBP (geleid door consultant Dirk Frans in februari en maart 2017) is besloten om te focussen op één speerpunt: uitzenden en de impact daarvan op de zendende kerk. De reden hiervoor is dat het MJBP 2015-2018 te ambitieus is en dat er onvoldoende draagvlak voor was bij het kantoorsteam. Het bestuur heeft besloten om het MJBP niet aan te passen maar te kiezen voor een tweejarig plan 2017 én 2018. Het speerpunt 'kerken dienen' en 'discipling community' vervallen maar komen op een andere manier via de uitgezonden Partners nog wel aan de orde. Het reeds in november 2016 goedgekeurde Jaarplan 2017 vervalt met dit plan. Ook de doelstellingen in het MJBP 2015-2018 worden met dit plan vervangen. In oktober 2017 zal het worden geëvalueerd en waar nodig aangepast voor het jaar 2018. Dan zal ook de begroting 2018 worden opgenomen.

Uitzenden

Het uitzenden van Partners is en blijft de kernactiviteit van Interserve Nederland. De focus van het hele kantoorsteam is gericht op het werven, uitzenden en begeleiden van Partners. Fondsenwerving, communicatie en administratie zijn hierbij nodig als ondersteunende activiteiten. Het doel is om eind 2018 60 Partners te hebben.

Onze visie op zending is holistisch (we spreken daarom ook van integral mission) waarbij discipelschap het doel van zending is. Vanuit deze brede visie op zending willen we Partners erop voorbereiden om levenslang getuige te zijn en te streven naar wederkerigheid in de relatie met hun uitzendende gemeente. We willen de uitzending zodanig inzetten dat gemeente en Partner van elkaar leren. Daarbij functioneren onze Partners en hun TC's als bruggehoofd naar de gemeente, zodat er in de zendende kerk meer aandacht zijn voor de impact van zending. Daarnaast willen we ook experimenteren met nieuwe vormen van uitzenden, zoals een onderzoek naar een ander financieel model.

Sense of urgency

We willen in alle contacten, publicaties, presentaties, workshops e.d. een 'sense of urgency' laten doorklinken. In de eerste plaats in onze geefvraag, maar ook bij de werving van Partners en de vraag om gebed. De nood in ons werkgebied is immers nog steeds groot:

- Ruim twee derde van de wereldbevolking woont in Azië en de Arabische wereld (ruim 5 miljard).
- 2,7 miljard¹ mensen hebben nog nooit kennisgemaakt met het evangelie of een christen ontmoet.
- De weinige christenen die hier wonen leven te midden van moslims, hindoes en boeddhisten, die veelal de meerderheid vormen.
- De christenen hebben dan ook te maken met strenge vervolging.
- Er zijn in dit gebied maar weinig zendingswerkers actief.

¹ Bron: Joshua Project, <https://joshuaproject.net>

- 80% van de allerarmsten woont in dit gebied!

In onze boodschap dient het accent te verschuiven van het persoonlijke verhaal naar de nood van de mensen in ons werkgebied en hoe God in deze landen aan het werk is. Het uitzenden van Partners is immers slechts een middel om ons doel te bereiken: "Lives and communities transformed through encounter with Jesus Christ".

We zijn ervan doordrongen dat we deze accentverschuiving met elkaar moeten realiseren, zodat we één duidelijk geluid laten horen naar buiten toe.

Een samenvatting van de focus:

Onze visie (Lives and communities transformed through encounter with Jesus Christ) en ons 'Purpose Statement' (To make Jesus Christ known through wholistic ministry, in partnership with the global church, amongst the neediest peoples of Asia and the Arab world) proberen we te bereiken door het uitzenden van Partners. We streven naar een groei van het aantal Partners en willen het uitzendmodel aanpassen. In onderstaand diagram wordt duidelijk hoe we dit doen.



Aandachtsgebieden:

1 Werving On Track en Long Track

Voor werving van nieuwe On Trackers en Long Trackers zullen in 2017 de volgende activiteiten worden ondernomen:

- a. Inventariseren waar de meeste potentie zit voor het promoten van de uitzendmogelijkheden.
- b. Standwerk indien mogelijk altijd combineren met een workshop, b.v. De Bucketlist.
- c. Workshop De Bucketlist aanbieden aan jeugdgroepen van o.a. uitzendende gemeenten en studentenverenigingen/jongerenorganisaties
- d. Online promotie/campagnes van uitzendmogelijkheden op strategische online platforms waarop de doelgroep aanwezig is (bv. Facebook, Twitter, E-news).
- e. Instrueren van verlofgangers zodat zij tijdens hun verlof concrete On Track mogelijkheden aanbieden voor vacatures in hun gastland.
- f. Vereenvoudigen van de structuur van onze website, zodat mensen die interesse hebben voor uitzending sneller de juiste weg kunnen vinden.
- g. We willen meer in direct contact komen met mogelijk geïnteresseerden en zullen aansturen op het voeren van oriënterende gesprekken.

2 Selectie en voorbereiding Partners en TC's

Bij de selectie en voorbereiding wordt het belang benadrukt van de wederkerigheid in de relatie tussen Partner en zendende gemeente. Daarnaast ligt er een accent op 'life-long discipleship': daarmee wordt de uitzending een onderdeel van het levenslange proces van groei in discipelschap en getuige zijn.

3. Impact uitzending op zendende kerk

Impact van de uitgezonden Partner bij de uitzendende kerk wordt gestimuleerd en ondersteund door de volgende activiteiten:

- a. Mission-trips vanuit hier naar Arabische Wereld en Azië (AWA) én vanuit AWA naar Nederland. Doel: de betrokkenheid op zending te vergroten door missietrips hier en daar.
- b. Ambassadeursnetwerk. De ambassadeurs vertellen het Interserve-verhaal tijdens verlofpresentaties van Partners, maar kunnen desgewenst ook workshops geven in de uitzendende kerken, b.v. aan de hand van De Bucketlist of het kerkenproduct (dat nog in ontwikkeling is en dit jaar gepubliceerd wordt). Er zullen nog meer ambassadeurs geworven moeten worden om terugkerende On Trackers en Partners.
- c. Migrantenwerk via Team Nederland. De Partners van Team Nederland richten zich op het bereiken van migranten in Nederland uit ons werkgebied. De Partners stimuleren de kerk om dit op te pakken en dit zal moeten bijdragen tot meer zendingsbewustwording in de uitzendende kerken. Team Nederland heeft in januari 2017 al een inspiratiedag over migrantenwerk georganiseerd in samenwerking met OM, Stichting Gave en ICP.

4.1 Begeleiding van Partners en On Trackers

- a. De begeleiding van Partners zal worden herzien. Naar aanleiding van het reorganisatietraject hebben we besloten dat de actieve begeleiding van Long Trackers zal doorlopen tot en met het eerste jaar na uitzending. Daarna komt het initiatief van de Partner op het veld. Bij verlof en definitieve terugkeer en bijzonderheden is de begeleiding vanuit kantoor nog steeds wenselijk.

- b. De begeleiding van On Trackers vanuit Nederland wordt intensiever. De eerste verantwoordelijkheid ligt op het veld, maar het is van belang dat met de On Tracker ook een band wordt opgebouwd vanuit Nederland: om de zendingsvisie te ontwikkelen, verhalen te delen en On Trackers op natuurlijke wijze te kunnen inzetten in het ambassadeursnetwerk.
- c. TCK's worden op dit moment vanuit het kantoor niet echt begeleid, alleen in gesprekken met de ouders. Dit jaar willen we gaan onderzoeken hoe we de zorg voor TCK's vorm kunnen geven.
- d. Het bezoeken van een Partner samen met een delegatie van de uitzendende gemeente.

4.2 Begeleiding TC's

In de begeleiding van TC's zal de focus vooral liggen op de volgende zaken:

- a. Ondersteuning bij communicatie en fondsenwerving (o.a. bij het schrijven van nieuwsbrieven, gezamenlijke activiteiten/evenementen in de gemeente en fondsaanvragen)
- b. Het centraal informeren van TC's door het organiseren van regio-avonden
- c. Verder zal de begeleiding meer op aanvraag plaatsvinden, of als we signalen oppikken uit de notulen.

5 Member Care

Met teruggekeerde Partners wordt specifiek besproken hoe zij hun opgedane crossculturele ervaringen kunnen inzetten ten dienste van hun eigen kerk, van Nederlanders met een migratieachtergrond en van Team Nederland. Verder wordt in 2017 de re-entry mentoring geëvalueerd op basis van de opgedane ervaringen, in overleg met Interserve Internationaal.

Retraites:

- a. De Space for God Days worden in 2017 en 2018 aangeboden (richtlijn: 4x per jaar) in samenwerking met Paul van der Hulst.
- b. Stilteretraites voor zendingswerkers op De Hooge Berkt - 4 keer per jaar gedurende 2 weken, 4 personen.
- c. Een retraite (of retraites) in Jordanië, op basis van wensen van geïnteresseerden in de Arabische wereld. Gedacht kan worden aan retraites voor expats, maar ook aan retraites specifiek voor Arabisch sprekenden.

6 Marketing

Op het gebied van marketing dienen enkele nieuwe accenten te worden gelegd. Deze hebben vooral betrekking op het een sterkere urgentie van onze communicatie-uitingen zodat de noodzaak van ons werk wordt benadrukt én het verbeteren van de klantervaring. Het betreft hier zowel mogelijke donateurs als geïnteresseerden in uitzending.

We streven naar een sense of urgency in alle communicatie-uitingen, zodat mensen zich nadrukkelijker geroepen voelen om te bidden, te geven of te gaan. De focus moet meer liggen op de nood van mensen in Azië. De inzet van de Partner moet vervolgens duidelijk maken hoe wij op deze nood reageren.

Het komende jaar willen we erop toezien dat we als staf op een eenduidige manier omgaan met geïnteresseerden in uitzending en donateurs. Hierbij staat de 'klantervaring' centraal.

Daarnaast is er veel aandacht voor enkele speciale groepen donateurs:

- a. Institutionele fondsenwerving. Een aantal aanvragen zal worden gedaan ten behoeve van uitzendingen, met een percentage voor de kantoorkosten.

- b. Bezoeken van een aantal major donors door de directeur ter versterking van de relatie en/of het vragen om een concrete donatie.
- c. Verzoek aan kerken om een collecte voor Interserve te houden.

7. Ontwikkeling van Business As Mission

- a. Het doel van de Interserve BAM Club is om christen-ondernemers in Nederland te enthousiasmeren voor BAM in Nederland en in het Interserve-gebied. Daarnaast stimuleren we de deelnemers om ze als coach of mentor te koppelen aan de Interserve-BAM'ers in Azië en de Arabische Wereld. Twee keer per jaar (apr./okt) wordt een BAM Club bijeenkomst georganiseerd. We streven naar 45 bezoekers aan het eind van 2018.
- b. We werken samen met andere organisaties om het gedachtegoed van BAM meer te verspreiden door gezamenlijk met andere organisatie een 2-daagse congres te organiseren.
- c. De BAM Commissie zal zich meer richten op advies van BAM-Partners (dan alleen leningen te verstrekken aan BAM'ers). Dit kan bij voorbeeld via het inzetten van mentors en coaches. De BAM Commissie zal ook gaan nadenken over mogelijkheden van een BAM-bedrijf in Nederland.

8. Kantoor

Er wordt continu gewerkt aan optimalisering van onze automatisering, met name het CRM-systeem en de rapportages daaruit. Dat zal ook dit jaar veel aandacht vragen zodat we ook we niet alleen beter&meer maar ook efficiënter kunnen werken.

De drie kantoorteams verdwijnen en er zal één kantoorteam komen met 9 aandachtsgebieden. Om de tien dagen zal er een overleg zijn om de werkzaamheden goed af te stemmen en besluiten te nemen. Daarnaast komt er een beleid en innovatie overleg.

9. Innovatie

Innovatie wordt gezocht op het gebied van:

- a. Uitzendmodel. We gaan met een kandidaat-Partner zoeken naar andere vorm van begeleiding. Dit kan ook leiden tot het aanbieden van modules, zoals administratie, voorbereiding, begeleiding, member care, etc. Verder zal onderzoek moeten worden in hoeverre we internationaal opererende professionals kunnen ondersteunen in hun discipelschap in ons werkgebied.
- b. Doelgroep. Onderzoek is nodig om te ontdekken hoe we de jongere generatie (zgn. millennials) kunnen inspireren tot en begeleiden in zending via Interserve.
- c. Team Nederland. De doelstelling en structuur van Team Nederland zal verder ontwikkeld moeten worden. De eerste ervaringen zijn inmiddels opgedaan, maar nagedacht moet worden hoe we terugkerende Partners uit het AWA-gebied effectief kunnen ondersteunen en stimuleren voor werk onder migranten in Nederland.
- d. Samenwerking en overleg met andere organisaties.