

The logo consists of the letters '3xM' in a bold, white, sans-serif font. The '3' and 'M' are significantly larger than the 'x', which is positioned between them. The background of the entire image is a photograph of a woman in a purple headscarf and a red velvet jacket with white embroidery, talking on a gold smartphone. In the foreground, there is a stack of golden-brown breads.

3xM

more message in the media

JAARVERSLAG 2020

VOORWOORD	3		
1 IMPACT			
1.1 Verandering van levens	4		
1.2 Highlights	5		
1.3 Korte highlights per land	7		
1.4 Impactonderzoek	10		
1.5 Invloed op de samenleving	10		
2 ONZE ROEPING			
2.1 40 jaar 3xM	11		
2.2 Onze passie en onze missie in deze wereld	11		
2.3 Strategie 2017-2021	13		
2.4 Partners	14		
2.5 Omgang met belanghebbenden	14		
2.6 Integriteit en veiligheid	15		
2.7 Coronapandemie	16		
3 PARTNERS EN PROJECTEN			
3.1 Partners	17		
3.2 Kwaliteitsbewaking	18		
3.3 Doelen 2021	18		
3.4 Landen waarin wij werken	19		
3.5 Verkenningen	23		
4 COMMUNICATIE EN FONDSENWERVING			
4.1 Strategie, beleid en inkomsten	25		
4.2 Nederland	26		
4.3 Internationaal	27		
		5 PERSONEEL EN ORGANISATIE	
		5.1 Organisatie	29
		5.2 Personeel en vrijwilligers	29
		5.3 Beleid maatschappelijk verantwoord ondernemen	31
		5.4 Samenwerkingsverbanden met andere organisaties	31
		6 BESTUURSVERSLAG EN VERANTWOORDINGSVERKLARING	
		6.1 Bestuur	34
		6.2 Functioneren van de scheiding tussen uitvoeren, besturen en toezicht houden	35
		6.3 Effectiviteit van de bestedingen	35
		6.4 Risicoanalyse en beheersing	35
		6.5 Slotwoord bestuur	37
		7 FINANCIËN	
		7.1 Balans, staat van baten en lasten en kasstroomoverzicht	40
		7.2 Analyse van het financiële resultaat	40
		7.3 Toelichting op de jaarrekening	41
		7.4 Begroting 2021	46
		BIJLAGEN	
		1 Uittreksel van de statuten en gedragscode	49
		2 Protocol fondsenwerving, voorlichting en communicatie	50
		3 Model toelichting bestedingen	52

EEN JAAR VAN DICHTBIJ EN VERAFA

2020 is een bijzonder en veelbewogen jaar geworden. Het jaar waarin wij 40 jaar bestonden stond als eerste in het teken van feest, dankbaarheid, maar ook groei en ontwikkeling. Helaas vroegen de omstandigheden zoals Covid-19 ons om flexibel en creatief te zijn. Wij zijn dankbaar dat we de impact van ons werk verder hebben zien toenemen. De afgelopen jaren hebben wij bij steeds meer projecten een social media strategie ontwikkeld. Social media heeft als voordeel dat mensen veel sneller en directer kunnen reageren en dat zien wij ook in de resultaten. In 2020 groeide het aantal reacties van 279.043 naar 1.000.000, meer dan drie maal zoveel! Onze uitdaging is nu om al deze reacties te beantwoorden en deze mensen verder te begeleiden. Hier hebben wij dit jaar mooie stappen in gezet.

Afghanistan

Als voorbeeld van de groei noem ik graag Afghanistan. Wij hebben meer dan 22.000 berichten ontvangen in 2020, terwijl dit er in 2018 slechts 1.000 waren. Door onze unieke werkwijze zien wij deze grote toename waar wij God heel dankbaar voor zijn. Dat er nazorg en discipelschap nodig is bewijst de reactie van iemand die tot bekering kwam in Afghanistan en die zei: *“Als mijn zwager weer komt en vertelt dat Jezus niet bestaat, dan schiet ik hem dood”*.

Na de bekering wordt discipelschap een levenslang proces. Daar willen wij mensen mee helpen totdat ze in een geestelijk thuis komen. Dit kan een fysieke kerk zijn maar ook een online gemeenschap. Hier is in 2020 al op diverse wijze vorm aan gegeven en gaan we in 2021 mee door om dit proces van discipelschap te verbeteren.

Het doet ons goed te weten dat wij na 40 jaar nog steeds bezig zijn de intenties van onze oprichters in te vullen. In 1981 werd er geschreven dat er een oplossing moest komen voor de gesloten landen. Via moderne media kunnen wij nu miljoenen mensen in deze gebieden bereiken!

Nabijheid

2020 is een jaar van dichtbij en veraf geweest. Dichtbij, omdat wij veel meer met onze partners in het veld, en onze donateurs hebben gesproken via de digitale snelweg. Dat bracht ons dicht bij elkaar. Maar ook een jaar van veraf, omdat wij elkaar niet echt konden zien en aanraken. Dat doet mij denken aan hoe belangrijk wij dit vinden. Is dat ook niet iets dat wij bij de schepping van onze Vader hebben meegekregen? We zoeken Zijn en elkaars nabijheid.

Wij zien uit naar hele mooie ontwikkelingen in 2021, doet u met ons mee?

Martien Timmer

Martien Timmer
Directeur/CEO



IMPACT

1.1 | VERANDERING VAN LEVENS

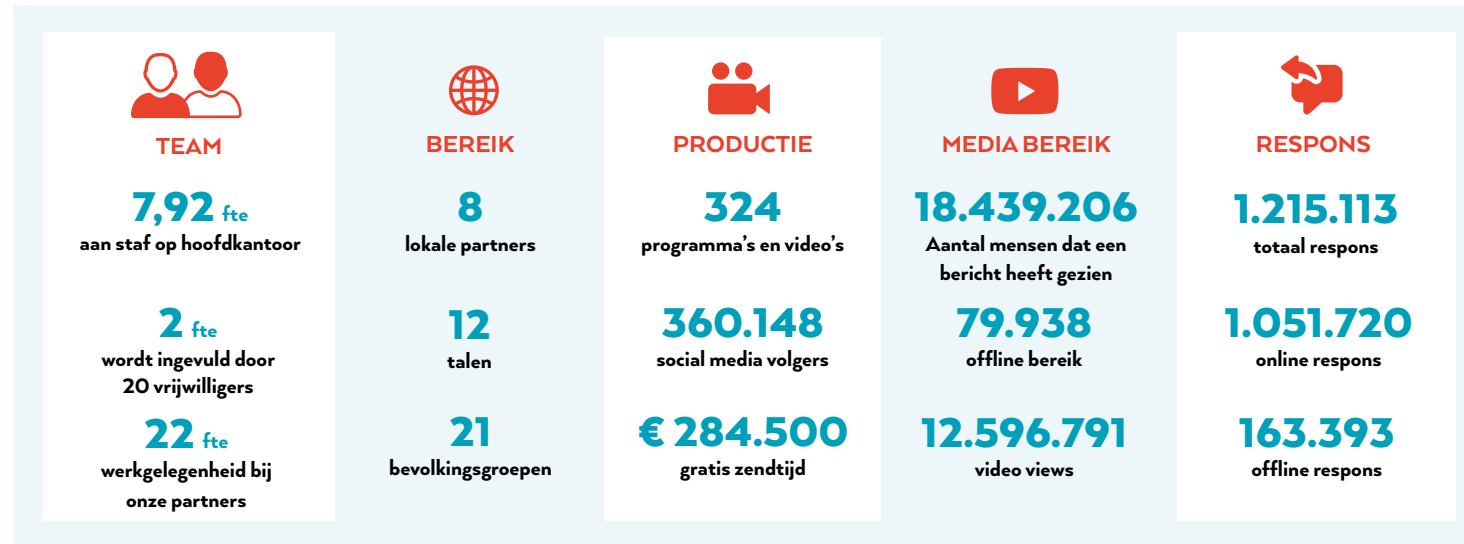
“Ik kijk uit naar uw oproep. Ik heb ongeveer 2,5 jaar geleden mijn geloof in Christus beleden. Ik heb de Bijbel bestudeerd maar ben nog niet gedoopt. Ik zou graag uw hulp krijgen en ik wil heel graag het Evangelie met onze mensen delen.”
Diric, een Somalische jongeman

Deze en vele andere getuigenissen, de kijkcijfers en nazorg-rapporten laten zien dat de programma's van 3xM veel impact hebben. Omdat onze programma's gaan over actuele onderwerpen in de samenleving raken ze aan de levens van mensen. Het Woord van God wordt heel praktisch gekoppeld aan het leven van alledag. Dat zet kijkers aan het denken, stimuleert hen tot contact met ons nazorgteam en verandert hun leven.



1.2 | HIGHLIGHTS

Figuur 1



Social media volgers:

het aantal mensen dat op Facebook, Instagram en YouTube heeft geklikt op het 'volgen' van een specifiek kanaal.

Totaal online bereik:

het totaal aantal mensen dat onze berichten en video's heeft gezien op social media en YouTube.

Offline bereik:

het aantal mensen dat filmvoorstellingen heeft gezien in Pakistan en West-Afrika.

Totaal respons:

het totaal aantal berichten dat we kregen via telefoontjes, e-mails en als reactie (like, gedeelde post of opmerking) op onze social media.

Online respons:

het totaal aantal berichten via social media (like, gedeelde post of opmerking) en online berichtjes.

Offline respons:

het totaal aantal berichten via telefoon en e-mail naar aanleiding van onze televisie-uitzendingen.

Video views:

Het aantal keer dat video's bekeken zijn (dit kan meerdere keren door dezelfde persoon zijn).



Partners – 2020: 8 (2019: 5)

In 2020 hebben we ons werk uitgebreid met drie nieuwe lokale partners. Op social media gebaseerd werk is flexibel, minder duur dan televisiewerk en er zijn minder grote teams voor nodig. Met financiële steun en professionele coaching en training in social media en discipelschap kunnen lokale partners met een hart voor de missie aan de slag en in slechts enkele maanden tastbare resultaten boeken.

De nieuwe projecten hebben ongelooflijke vooruitgang geboekt. Eén van die projecten is ons werk onder Somaliërs. We versterkten hun twee Facebook pagina's. Tegen het einde van 2020 werden hun berichten meer dan 9 miljoen keer bekeken, en bijna een half miljoen mensen lieten een reactie achter in de vorm van een like, reactie of het delen van het bericht. 75.000 mensen volgen deze pagina's nu. In het laatste kwartaal van het jaar zijn we een project gestart om mensen in boeddhistische landen te bereiken door twee Facebookpagina's te starten. In de periode van twee maanden kregen ze 116.083 en 14.966 views met respectievelijk 10.353 en 4.180 volgers.



Bevolkingsgroepen – 2020: 21

Wij willen mensen bereiken in de taal van hun hart en op een manier die cultureel passend is. Gedeelde taal en cultuur gaan vaak samen met etniciteit en worden niet beperkt door geografische grenzen. Het gebruik van moderne media maakt het mogelijk precies dit te doen. Bij veel projecten werken we vanuit één land, maar bereiken we dezelfde bevolkingsgroep die in de buurlanden woont. Door deze aanpak bereiken we ook bijvoorbeeld de Afghanen en Somaliërs in de diaspora. Op deze manier bereiken we tegelijkertijd mensen in deze landen en hun vrienden en hele families die door grenzen zijn verdeeld.



Talen – 2020: 12 (2019: 7)

In 2019 maakten we programma's in zeven talen. In 2020 zijn dat er 12. We willen ons meer en meer richten op het uitbreiden van ons werk – eerst in de officiële talen maar vervolgens ook in regionale en lokale talen. Wij geloven dat het bereiken van mensen in hun moedertaal (de taal van hun hart) de beste manier is om hun harten te bereiken met de boodschap van het Evangelie.



Landen – 2020: 27 (2019: 16)

Hoewel we dit aantal misschien niet in ons verslag laten zien, laat het wel de trend van het werk van 3xM zien. Al deze 27 landen zijn plaatsen waar we een aanzienlijk bereik hebben en waar we contact hebben met mensen die reageren.



Filmvoorstellingen – 2020: 439 (2019: 507)

Bezoekers – 2020: 79.938 (2019: 82.137)

Reacties – 2020: 163.393 (2019: 196.510)

Het totale aantal offline reacties bedroeg 163.393, een daling van 17%. De daling werd geregistreerd in West-Afrika, waar we de meeste offline reacties krijgen. Onze andere partners zagen het aantal reacties toenemen.

Onze partners (in Pakistan en West-Afrika) organiseren filmvoorstellingen. In 2020 hadden we 439 voorstellingen met in totaal 79.938 kijkers. Als gevolg van Covid-19 daalde het aantal voorstellingen met 13%, maar het totale aantal kijkers met slechts 3%. Er waren grote verschillen tussen partners en regio's. In Pakistan waren er minder voorstellingen in kleinere groepen, en in Ivoorkust daalde het aantal kijkers met 44%. In vijf andere West-Afrikaanse landen, waaronder Burundi, dat nieuw voor ons is, hebben we echter een bijzondere stijging gezien in zowel vertoningen als kijkers. We hadden

vier keer meer voorstellingen (67 tegenover 18 in 2019) en vijf keer meer kijkers (47.063 tegenover 9.497 in 2019).



Online post reach – 2020: 18.359.268.

Dit betekent dat in 2020 bijna 18,5 miljoen mensen onze berichten voorbij hebben zien komen op hun tijdlijn op social media. Van die mensen hebben iets meer dan 1 miljoen mensen het bericht een like gegeven, het bericht gedeeld of een reactie erop gegeven. Wat een hoop mensen als je denkt aan 1 miljoen keer.



Online post engagement / respons – 2020: 1.029.241 (2019: 279.043)

In 2020 was de respons van mensen via social media meer dan drie keer zo groot als in 2019! Dit is een aanzienlijke toename, waar we zeer dankbaar voor zijn. We hebben aan het begin van het jaar veel tijd en aandacht gestoken in het trainen van onze partners in social media, zowel inhoudelijk alsook in het creëren van campagnes. Daarnaast is het aantal social mediakanalen ook uitgebreid omdat we in 2020 in meer landen en meer talen werken dan voorheen.



Online berichten – 2020: 22.479

In 2020 ontvingen we 22.479 online berichten. Dit zijn online gesprekken waarin mensen met ons konden praten en vragen stellen. Het grootste deel hiervan of 98% komt uit Afghanistan (22.024).



Online video's

Views – 2020: 12.596.791 (2019: 13.496.934).

Vooraf in Afghanistan en Centraal-Azië worden veel YouTube



video's gekeken. In Afghanistan hadden we 850.877 views. In totaal keken er 7% minder mensen naar de YouTube video's. Een oorzaak hiervan ligt onder andere aan het feit dat er in Centraal-Azië vanwege Covid-19 een lange tijd niet is gefilmd, waardoor er minder video's zijn geüpload. In totaal is er 451.707 uur gekeken.

Online volgers – 2020: 360.148

Dit zijn zowel de social media volgers als degenen die geabonneerd zijn op onze YouTube kanalen. In de top 3 van populairste kanalen staat op één het YouTubekanaal van Centraal-Azië met 101.460 volgers. De Facebookpagina voor de Afghanen staat op nummer twee met 70.167 volgers en op de derde plaats staan de Facebook kanalen voor de Somaliërs met 57.826 volgers.

3xM training – 2020: 210,5 uur

Onze social media en discipelschapsexperts hebben lokale partners getraind en gecoacht. In de eerste maanden van 2020 hebben we twee lokale trainingsevents gehad en de rest is opgebouwd uit regelmatige online trainingen waar strategieën zijn ontwikkeld en vaardigheden en technieken zijn aangeleerd. Met onze partners zijn we begonnen om dit ook te doen op het gebied van discipelschap.

Discipelschap

Er zijn twee discipelschapsgroepen begeleid onder de Somaliërs en er zijn er 20 gestart in Afghanistan. Deze kunnen als direct resultaat gezien worden van ons werk. Er doen 234 mensen mee aan online trainingen die gegeven worden door onze partner.

1.3 | KORTE HIGHLIGHTS PER LAND

West-Afrika

Het project in West-Afrika is ons langst bestaande partnerschap, met meer dan 30 jaar succesvolle televisie-uitzendingen, filmvoorstellingen en social media. Opererend vanuit Ivoorkust worden televisieprogramma's geproduceerd en gedistribueerd in 12 landen in West-Afrika. Deze gecentraliseerde aanpak heeft ons door de jaren heen goed gediend. Momenteel denken we na om nog dichter naar de lokale bevolking te gaan. Daarvoor werkt een gedifferentieerde aanpak per land/groep beter. Nazorg wordt al binnen elk land georganiseerd. Social media stelt ons in staat om land- en cultuurspecifieke berichten te maken en ons in te zetten voor discipelschap. In 2019 hebben we ons werk uitgebreid naar de taalgroepen Bambara en Wolof door bestaande programma's na te synchroniseren en social media berichten te plaatsen in deze taal. Voor beide talen zijn social media coördinatoren aangenomen om dit werk verder uit te breiden. We zenden inmiddels in Mali uit op televisie in het Bambara, inclusief social media en nazorg.

We hebben 16% minder reacties op de televisieprogramma's ontvangen vergeleken met 2019 (2020: 158.363 – 2019: 187.928). Volgens onze partner was een grote oorzaak hiervan het feit dat in veel van de landen waar we werken, verkiezingen waren waar een groot deel van de zendtijd naartoe ging. Daarnaast ging er veel zendtijd naar berichtgeving over Covid-19 waardoor uitzendingen van onze partner niet door konden gaan.

Opvallend is het toegenomen aantal bezoekers van de filmvertoningen in kerken, ziekenhuizen, scholen en dorpen (2020: 73.961 – 2019: 57.172) ondanks de coronapandemie. De meeste reacties kwamen uit Burundi, waar onze partner zich vooral richt op de filmvoorstellingen. Dit kon ook doorgaan omdat er in Burundi geen lockdown was. Online zagen 1.666.563 mensen onze berichten op hun social media tijdlijn voorbij komen. 246.298 daarvan gaven een like, deelden het bericht of gaven een reactie. In 2019 waren dit er 40.465, dat is dus bijna zes keer zoveel. De social media kanalen hebben 20.706 volgers.

“In uw programma zegt u dat God trouw is en dat we daarom thuis trouw moeten zijn om God en onze echtgenoten te eren. Ik ben ontrouw geweest. Na het zien van uw programma, beloof ik om deze relatie te beëindigen en trouw te blijven aan mijn vrouw.” Idriss, Ivoorkust

Somaliërs

Onder de Somaliërs werken we met name via social media. In een naburig land in Oost-Afrika zijn twee programma's door een televisiestation uitgezonden. Daarnaast zijn er nog vijf muziek-video's en acht andere video's gemaakt en verspreid via social media. Zij hebben duizenden Somaliërs bereikt. We hebben twee Facebookkanalen versterkt om de Somaliërs te bereiken. Eén daarvan is speciaal gericht op Somalische vrouwen. Deze heeft 17.196 volgers. Het algemene kanaal heeft er 57.826. Waar we dankbaar voor zijn, is het aantal bereikte mensen en de interactie daarmee. In 2020 hebben de kanalen gezamenlijk maar liefst 9,3 miljoen mensen bereikt. Er is 488.748 keer een like uitgedeeld, een opmerking geplaatst of een bericht gedeeld. Via Facebook Messenger kwamen daarnaast 350 gesprekken binnen. Offline kwamen er 1.795 berichten binnen van 741 unieke contacten. Zij

komen uit 38 verschillende landen. Er zijn twee discipelschapsgroepen begeleid.

“Mijn vrienden en ik luisteren naar uw programma's. Ze staan op het punt om ook christen te worden.” Hani, Somalische vrouw

Centraal-Azië

In Centraal-Azië vinden we het grootste aantal YouTube views: maar liefst 10 miljoen. Dat aantal is afgenomen vergeleken met 2019 (13 miljoen) vanwege het feit dat er veel minder gefilmd en geüpload kon worden. Wel heeft onze partner een officiële YouTube award gewonnen omdat ze meer dan 100.000 abonnees hebben (de toename in 2020 was 24.831). Daarnaast heeft het Instagram account ongeveer 30.000 volgers. Dat is een toename van 374% vergeleken met 2018 toen we startten met social media in Centraal-Azië.

We hebben 84 programma's opgenomen, 12 voor televisie (we zenden uit op drie televisiestations met nationaal bereik) en 72 voor YouTube en social media.

In totaal is er 451.707 uur aan 3xM video's bekeken. De sociaal-maatschappelijke thema's die we in onze uitzendingen en op social media aan de orde stellen, leiden tot een groot aantal reacties. Kijkers herkennen zich in de situaties en geven gehoor aan onze oproep om contact op te nemen. Zo'n 4,6 miljoen mensen hebben de 3xM berichten en video's voorbij zien komen. Er is 76.124 een like gegeven, een bericht gedeeld of een reactie geplaatst.

De nazorgers in Centraal-Azië komen in aanraking met mensen die getraumatiseerd zijn. Daarom zullen de nazorgers in 2021 getraind worden om mensen te begeleiden bij het verwerken van hun trauma's. Om alle mensen te woord

te kunnen staan is er in 2020 een callcenter ingehuurd en zijn er twee extra mensen voor nazorg aangenomen.

Pakistan

Onze ontwikkeling in Pakistan was groot. Als een deur sluit, opent God een andere. In 2019 werd het meeste van ons werk gedaan door het bezoeken van afgelegen dorpen en het organiseren van filmvoorstellingen en nazorg. In 2020 hadden we twee grote doorbraken: het opzetten van een actieve social media strategie en het laten uitzenden van een serie van vijf korte video's op nationale televisie.

Voorstellingen en bezoekers

Door Covid-19 konden we minder filmvoorstellingen houden en waren de groepen bezoekers een stuk kleiner. Dat resulteerde in een daling van het aantal kijkers met 76% ofwel 5.977 totale kijkers over 372 voorstellingen. In 2019 hadden we 489 voorstellingen en 24.967 kijkers.

Covid-19 video's op nationale televisie.

Er zijn vijf spotjes gemaakt, allemaal in het Urdu en waarvan twee ook in het Pashto zijn nagesynchroniseerd. Ze zijn uitgezonden op nationale televisie, op social media en zijn gebruikt in ziekenhuizen en klinieken. Ook zijn ze uitgezonden op zes christelijke en seculiere satellietkanalen. Nog eens acht christelijke satellietkanalen zijn benaderd om de video's uit te zenden. In totaal hadden de video's 371 miljoen views en hebben meer dan 25 miljoen mensen bereikt. In totaal hebben de video's meer dan 25 miljoen mensen bereikt. Daarnaast had het een groot effect op de social media van onze partner. Het project kreeg veel waardering en oprechte feedback uit het hele land.

Social media

2020 was een geweldig jaar voor social media in Pakistan. In 2019 kreeg ons lokale team training in social media en ondersteuning bij het ontwikkelen van een strategie. De Facebookpagina die het dorpenproject met filmvoorstellingen ondersteunt, had in 2020 1.549 volgers en bereikte 23.377 mensen. Daarnaast waren we klaar en uitgerust om in het voorjaar van 2020 een nieuw project te beginnen, wat zich uitsluitend richt op social media. Aan het begin van de coronacrisis lanceerden we een nieuwe Facebookpagina met inhoud in Urdu en Engels. We begonnen met het plaatsen van dagelijkse Bijbelverzen, artikelen en christelijke blogs die wekelijks worden geplaatst, en campagnes om deze posts te promoten. Tegen het einde van september had de pagina al 25.276 volgers. Het aantal volgers is meer dan verdubbeld (67%) tot een totaal van 42.357 volgers aan het eind van 2020. Deze snelle groei volgde ook in de eerste maanden van 2021. Eind februari 2021 had de pagina meer dan 60.000 volgers. Deze pagina is ook succesvol in het oproepen tot reacties. We hadden 35.497 reacties.

Afghanistan

Online bereik – 2020: 2.257.189 (2019: 42.300 inclusief reacties). Online zien we in Afghanistan een explosieve toename. We startten 2020 met een strategisch mediaplan, duidelijk doelgroepen en manieren om hen te bereiken en ontwikkelden social media strategieën. Door gebed, training, deze voorbereiding en het harde werk van het team zagen we een grote doorbraak: onze social media berichten bereikten meer dan 2.000.000 mensen. Meer dan 172.000 mensen reageerden en met meer dan 22.000 mensen kregen we goed contact. We eindigden 2019 met 42.300 views en respons online, dus dit is 50 keer zoveel in één jaar.



Onze partner in Afghanistan:

“Ik herinner me dat we een paar jaar geleden baden voor de mogelijkheid om slechts met één Afghaan binnen Afghanistan te mogen praten over de liefde van Jezus Christus. Nu zie ik elke paar minuten op Facebook een bericht binnenkomen! Ik word hier zo blij van. Ik kan nu met zoveel meer Afghanen spreken.”

Geproduceerde video's – 2020: 87 (2019: 130). Een groot deel van de video's uit 2019 is in 2020 uitgezonden. Het zijn zowel getuigenissen, dramaseries, talkshows en programma's over discipelschap, relaties en familie. De toewijding van het team is enorm. De teamleden die in de video's voorkomen, kunnen vanwege hun veiligheid nooit meer terugkeren naar Afghanistan.

Bangladesh

In 2019 is met onze partner in Bangladesh een verschil van inzicht ontstaan over de visie. In de loop van 2020 hebben we diverse gesprekken gevoerd met het bestuur van onze partner om tot een goede oplossing en overeenstemming te komen voor de toekomst. Het project heeft derhalve het grootste deel van het jaar stil gestaan. Wel zijn we blijven uitzenden. Gelukkig hebben we gezamenlijk een nieuwe strategie kunnen ontwikkelen waarmee we vanaf januari 2021 zijn gestart. Om de relatie met het televisiestation open te houden zijn we doorgegaan met het produceren en uitzenden van programma's. De andere activiteiten zijn stopgezet. In 2021 maken we een frisse start.

Thailand

In 2020 maakten we kennis met onze partner in Thailand. Het is een bestaande organisatie die zeer sterk is in het maken van discipelen en het oprichten van kerken in de dorpen van Thailand. Wij voegden hier onze social media expertise aan toe. Hoewel de Facebookpagina in november is gelanceerd, sloten we het jaar af met 10.359 volgers. Wat nog meer opvalt, is dat dit kanaal in november en december maar liefst 116.083 mensen heeft bereikt! Er is bijna 10.000 keer een like of een opmerking geplaatst of het bericht gedeeld. Als gevolg van de social media campagnes is er met 22 mensen gebeden waarna deze mensen Jezus Christus hebben aangenomen.

Boeddhistische landen

De regio met een specifieke vorm van boeddhisme waar we sinds eind 2020 werken, heeft de kleinste doelgroep van al onze landen. We richten ons op een specifieke (taal)groep van iets meer dan 10.000 mensen. De speciale Facebook pagina om deze mensen te bereiken, had eind december 2020 4.180 volgers. De berichten op dit kanaal bereikten 14.966 mensen. 412 keer werd er een like of een opmerking geplaatst of werd het bericht gedeeld. Wat bijzonder was is dat de campagne die we lanceerden, voor een groot deel een andere taalgroep binnen deze regio bereikte. Er waren zoveel reacties dat we eigenlijk een nieuwe partner voor deze taalgroep moeten vinden om ook deze mensen goede nazorg te kunnen bieden.

1.4 | IMPACTONDERZOEK

3xM laat minimaal eens per drie jaar een onafhankelijk onderzoek uitvoeren bij een van onze partners, zodat we goed in beeld krijgen wat de uitwerking is van de programma's in het leven van de kijker en de maatschappij. Sinds 2005 is dergelijk onderzoek uitgevoerd in Mali, Ivoorkust, Togo, Centraal-Azië, Bulgarije en Indonesië. Er is het afgelopen jaar geen impactonderzoek uitgevoerd, vanwege de coronapandemie. Voor 2021 staan twee impact onderzoeken in West-Afrika gepland en in 2022 worden impact onderzoeken uitgevoerd in Centraal-Azië en Bangladesh.

Methodologie onderzoek

Daarnaast doen twee onderzoekers van Regent University onderzoek naar de effectiviteit van onze methodologie. Inmiddels zijn de onderzoeken in Ivoorkust en Niger afgerond en zijn de onderzoeken in Pakistan en Centraal-Azië gaande. Volgend jaar wordt daar nog een vijfde onderzoeksland aan toegevoegd. Uit de rapporten blijkt dat de door 3xM gehanteerde methode heel effectief is in West-Afrika. Juist de verkondiging van het Evangelie via actuele sociale onderwerpen is een manier om deze mensen nieuwsgierig te maken naar het Evangelie. Woorden die de onderzoekers gebruiken voor onze programma's zijn 'trigger' en 'catalyst', ofwel 'iets op gang brengen' van een nieuwe gedachte over het christelijk geloof en Jezus Christus en 'katalysator' het geleiden en versnellen van een proces van gedachtevorming. Mooie voorlopige conclusies over onze methodiek.

1.5 | INVLOED OP DE SAMENLEVING

Op basis van eigen observaties en gesprekken met partners concludeert 3xM over haar impact het volgende:

- Door de programma's komen mensen tot geloof;
- Door de programma's worden politici bereikt en invloed uitgeoefend op wetgeving;
- De christelijke minderheid krijgt een stem;
- De programma's verminderen vooroordelen over het christelijk geloof;
- De programma's dragen bij aan het bevorderen van vrije meningsuiting;
- Christelijke televisie geeft een platform aan kerken en degenen die daar leiding aan geven;
- Sociaal-maatschappelijke onderwerpen worden vanuit een ander, christelijk perspectief belicht;
- Gemiddeld duurt het drie tot vijf jaar om mensen bewust te maken van het christelijk geloof;
- De invloed van programma's op de samenleving is groter wanneer:
 - De programma's goed zijn afgestemd op de doelgroep;
 - De kwaliteit van de programma's hoog is;
 - De programma's regelmatig worden uitgezonden;
 - Nazorgmedewerkers vragen van kijkers kunnen beantwoorden;
 - Programma's op diverse mediaplatforms te zien zijn.

ONZE ROEPING

2.1 | 40 JAAR 3XM

3xM is de afkorting van More Message in the Media: wij vertellen het Evangelie van Jezus Christus via moderne media in moeilijk bereikbare landen. De 'M' staat voor 'meer'. 3xM wil **meer** programma's maken, **meer** van Jezus laten zien, zodat **meer** mensen tot geloof komen. 3xM is opgericht in 1980 vanuit de Evangelische Omroep om ook buiten Nederland het Evangelie te verkondigen. Het werd in 1983 een zelfstandige stichting en heeft haar hoofdkantoor in Nederland.

De oprichting in 1980 betekent dat wij afgelopen jaar ons 40-jarig jubileum hebben gevierd. Het thema van dit jubileumjaar was 'Oog voor Kleur'. Gods koninkrijk bestaat uit kleur, creativiteit, spetterende scheppingskracht. Zijn licht geeft kleur. In Zijn licht zien wij kleur; kleur in Zijn schepping en in levens. Al 40 jaar heeft 3xM de missie om mensen te bereiken met het Evangelie in landen waar het woord van God niet of nauwelijks doordringt, door middel van moderne media die aansluiten bij de lokale taal en cultuur. Door Gods licht op deze manier te laten schijnen brengt 3xM al jaren kleur in de levens van mensen. Levens worden veranderd waardoor het toekomstperspectief in een ander licht komt te staan. En zien wij kleur bij mensen die zelf of wiens levens veranderd zijn.

Omdat we door de Covid-19 maatregelen het jubileum niet volledig hebben kunnen vormgeven zoals we hadden gewild, hebben we besloten om tot en met juli 2021 dit thema vast te houden.

Wij zijn God dankbaar voor het vele werk dat we al die jaren mochten verrichten en voor de trouwe steun van onze achterban. Martien Timmer is al meer dan 30 jaar directeur van 3xM. Wij herhalen hier graag de woorden die hij schreef in het eerste In Beeld magazine van afgelopen jaar:

3xM heeft een kleurrijke geschiedenis. Vanaf het ontstaan van 3xM op 13 augustus 1980 is er heel veel gebeurd. Eerst werkten wij in makkelijk bereikbare landen, maar nu zijn wij actief in landen die moeilijk toegankelijk zijn en waar christenen vaak worden vervolgd. Onze programma's zijn naast televisie inmiddels ook te zien op internet en social media. Wij maken veel gebruik van dramaseries met Bijbelse waarden en normen.

Wat is er niet veranderd? Onze missie! Nog steeds laten wij het Evangelie van Jezus Christus klinken in het buitenland. Ook houden wij altijd bewust vast aan de principes van Gods Woord. Wij zoeken bijvoorbeeld telkens de samenwerking met lokale kerken, omdat wij geloven dat God door eenheid heen wil werken. Is het altijd makkelijk geweest? Nee. Soms heb je een lange adem nodig om iets te bereiken. Maar mijn team en ik zijn er ontspannen onder. Wij geloven dat 3xM Gods organisatie is, niet die van mij of ons. Het is Zijn en ons diepe verlangen dat niemand verloren gaat, maar dat een ieder die in Hem gelooft behouden blijft!

Het raakt ons dat maar liefst 3 miljard mensen Jezus nog niet kennen. Helpt u mee hen te bereiken? Uw gebed en steun zijn onmisbaar voor ons werk! Dank u wel!



2.2 | ONZE PASSIE EN ONZE MISSIE IN DEZE WERELD

Inspiratie voor onze missie vinden wij in de opdracht van Jezus:
“Ga dan heen, onderwijs al de volken, hen dopend in de Naam van de Vader en van de Zoon en van de Heilige Geest, hun lerend alles wat Ik u geboden heb, in acht te nemen.”
Mattheüs 28:19.

Onze droom, ambitie, verlangen en commitment is:
 1.000.000 mensen met de boodschap van Jezus Christus via moderne media geestelijk thuis brengen voor 2030.

Waarom is dit relevant? 3 miljard mensen hebben nog niet van het Evangelie van Jezus Christus gehoord. Wij verlangen er naar dat mensen behouden worden en Gods Koninkrijk zichtbaar wordt op aarde. Dit motiveert ons om in navolging van Jezus Christus zoveel mogelijk van hen discipel te maken.

Onze werkwijze: Het maken van discipelen (naar aanleiding van Mattheüs 28:19) door samen met lokale partners visuele programma's te maken die passen bij de lokale cultuur, taal en uitdagingen tot reageren. Via social media, internet en televisie vertellen wij inspirerende verhalen zoals Jezus Christus dat onder meer deed in gelijkenissen. Dat doen wij in landen die moeilijk bereikbaar zijn in het 10/40 window: de landen tussen de 10° en 40° breedtegraad op het noordelijk halfrond: Afghanistan, Pakistan, Bangladesh, Somalië, Thailand en landen in Centraal-Azië en West-Afrika. Landen waar zeer weinig mensen christen zijn, en waar in sommige gevallen de doodstraf staat op het belijden van het christelijk geloof (zie figuur 2).

Wij willen dáár actief zijn waar nog geen christelijke televisie/ social media is. Zoals Paulus schrijft in Romeinen 15:20: *“Maar ik heb er een eer in gesteld het Evangelie niet op plaatsen te verkondigen waar Christus al bekend was. Ik wilde niet op het fundament van een ander bouwen.”*

Het unieke aan het werk van 3xM is de samenwerking met lokale partners in de landen waar we werken. Met hen kiezen wij belangrijke sociale onderwerpen die we in de programma's centraal stellen. Via onze programma's en nazorg rusten wij onze kijkers verder toe in het navolgen van Jezus Christus en het vinden van een geestelijk thuis bij een lokale kerk of digitale gemeenschap.

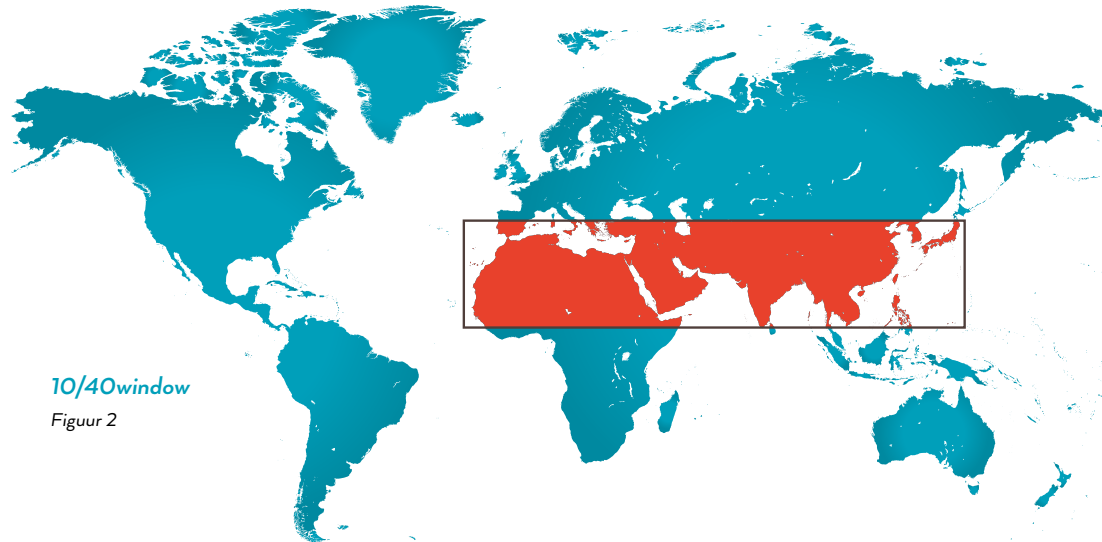
In ons werk vinden wij het bevorderen van eenheid belangrijk. Dat baseren wij op het gebed van Jezus Christus in Johannes 17:21-22: *“Dat zij allen één zijn opdat de wereld zal geloven.”* De eenheid dient dus iets, namelijk mensen tot geloof brengen en dat is wat wij zien gebeuren. In landen waar wij met christelijke televisie werken brengen we kerkleiders samen om in gezamenlijkheid dit project aan te gaan en uit te voeren. Dat geeft een betere representatie naar het televisiestation en de overheid toe – en heeft vaak deuren geopend die anders gesloten bleven. Voor social media is dat een minder urgente reden, maar spannen we ons in om eenheid te bevorderen. Een ander aspect is dat wij zo breed kunnen samenwerken voor nazorg en discipelschap.

Wij hanteren een integrale visie op zending:

1. Verkondiging van het Evangelie. Het is ons verlangen om het Evangelie van Jezus Christus bekend te maken. Dat doen wij in de projecten, in onze uitingen in Nederland en binnen onze organisatie.

2. Onderwijs en discipelschap. Met name in de nazorg en in de verdere verspreiding van onze programma's via internet en social media rusten wij onze kijkers verder toe in het navolgen van Jezus Christus.
3. Hulp aan mensen in nood. Door de inzet van onze programma's reiken wij mensen een hand die in nood zitten, zowel op sociaal als op geestelijk gebied. Daarnaast willen wij hen kunnen doorverwijzen naar deskundigen.
4. Werken voor rechtvaardige structuren in maatschappij en gemeenschap. Onze programma's zijn een krachtig instrument voor het aan de orde stellen van diverse sociale problemen, aangedragen door lokale kerken.
5. Zorg voor de schepping. In onze bedrijfsvoering vinden wij duurzaamheid belangrijk. Vanuit ons duurzaamheidsbeleid hebben wij als doel duurzaam om te gaan met de ons toevertrouwde mensen schepping en middelen.

Deze onderdelen moeten wij niet uit elkaar halen. De Geest bindt alle onderdelen samen. Het één (verkondiging van het Evangelie) kan niet zonder het ander. Wij geloven in een geïntegreerde visie. Discipel zijn van Jezus dient ook zichtbaar te zijn in sociale structuren en rechtvaardige verhoudingen in de maatschappij en over hoe wij met de schepping omgaan. Het gebruik van parabelen in de programma's is gestoeld op deze integrale visie en is uitermate geschikt in landen met een vertelcultuur. Het geestelijke kan niet gescheiden worden van het materiële, in Gods hart zijn deze vervlochten, net zoals dat zo is in ons eigen leven.



10/40window

Figuur 2

Vanuit de missie zijn een viertal **kernwaarden** benoemd die bepalend zijn voor het organisatiegedrag dat wij willen tonen. Met de kernwaarden worden woorden gegeven die passen in het hier en nu van medewerkers en de werkzaamheden:

- **Moedig:** Wij zijn geroepen om met een unieke en innovatieve werkwijze te gaan naar gebieden waar anderen niet gaan, ook bij tegenslag.
- **Liefde:** in alles wat wij doen zijn wij gedreven door Gods liefde en delen wij daarvan uit.
- **Avontuurlijk:** Wij dagen iedereen uit om samen met ons en met God een heilig avontuur aan te gaan in de vervulling van onze missie.
- **Integer:** Wij zeggen wat wij doen, maar doen ook wat wij zeggen. Ons denken en handelen zijn in lijn met Gods woord.

Vanuit de kernwaarden zijn twee **merkwaarden** benoemd die met name tot uitdrukking brengen wat wij als organisatie willen dat anderen over ons zeggen.

- **Volhardend:** 3xM gaat gedreven door God, denkt out-of-the-box en geeft niet op om mensen te bereiken.
- **Zendingspionier:** Door met moderne visuele media en nieuwe technologieën het Evangelie en de boodschap van hoop te brengen op moeilijk bereikbare plaatsen gaat 3xM gaat waar bijna niemand gaat en doet wat bijna niemand doet. Pionieren gebeurt met nieuwe systemen en technologie (zoals social media), met nieuwe methoden (wijze van programma maken), en in nieuwe werkgebieden.

2.3 | STRATEGIE 2017-2021

1. Het verspreidingsgebied in West-Afrika consolideren, dat betekent in 10 tot 12 landen uitzendingen realiseren. Ook consolideren in Bangladesh, Pakistan en Centraal-Azië.

In de 10-12 West-Afrikaanse landen wordt uitgezonden en ook in Bangladesh, Pakistan en Centraal-Azië wordt doorgedaan met de uitzending van programma's. Naast de consolidatie van de bestaande televisieprogramma's heeft de ontwikkeling van social media en discipelschap een hoge vlucht genomen in al deze landen.

2. In twee landen nieuwe partnerrelaties aangaan c.q. uitzendingen realiseren. Afhankelijk van openingen en mogelijkheden willen we ons richten op Afghanistan, Japan en het Aziatisch schiereiland.

Wij zijn partnerrelaties aangegaan in Afghanistan en Somalië. We zijn pilots gestart in Thailand en een gebied met een specifieke vorm van Boeddhisme. In Japan zijn wij bezig gebleven en hopen we snel een doorbraak te bereiken.

3. De effectiviteit van onze partners vergroten. Dit betekent enerzijds de kosten voor het maken van nieuwe programma's in de hand houden of reduceren. Anderzijds betekent het dat de partners naast de programma's ook nazorg en discipelschap goed geborgd hebben.

Dankzij een grote gift uit Amerika zijn wij in staat gesteld om van 2018-2021 extra te investeren in de capaciteit en verdere ontwikkeling van nazorg en discipelschap bij onze partner organisaties. Door deze grote donatie uit de

Amerika hebben wij de mogelijkheid gekregen de effectiviteit van onze methodologie te laten onderzoeken door twee onderzoekers van Regent University (USA).

Het betrekken van grote gevers bij onze projecten door middel van projectvoorstellen blijft in de komende jaren een belangrijk speerpunt om onze activiteiten te kunnen voortzetten en uitbouwen waardoor wij meer mensen in zeer moeilijk toegankelijke gebieden kunnen bereiken met het Evangelie.

4. Om bovenstaande doelen te bereiken is het nodig om de inkomsten van 3xM te vergroten van € 1,1 miljoen in 2016 naar € 1,6 miljoen in 2021 naar jaarlijks € 3,0 miljoen vanaf 2026: Er zal flink geïnvesteerd moeten worden om niet alleen op peil te blijven maar te groeien (kosten gaan voor de baten uit). Fondsenwerving richten op Nederland en in toenemende mate in Amerika, Canada, Azië en Scandinavië.

De afgelopen jaren hebben wij een sterke stijging van de inkomsten gezien. In 2020 waren de inkomsten € 1,9 miljoen. Wij hebben er dan ook alle vertrouwen in dat we de € 1,6 miljoen in 2021 zullen verwezenlijken. Ook verwachten wij dat wij al eerder dan in 2026 de € 3 miljoen aan inkomsten zullen bereiken.

5. Vanuit het oogpunt van bedrijfsvoering accenten leggen bij kwaliteit, flexibiliteit en verduurzaming van de 3xM-kantoororganisatie.

Begin 2020 is overgegaan van Server op Office 365. Nu wordt doorgewerkt aan verdere IT instrumenten om de interne communicatie en de communicatie met de

partners te optimaliseren, onder andere in het project 'Procesoptimalisatie Partners & Projecten'. Daarnaast is gewerkt aan de verdere optimalisatie van het boekhoudprogramma AFAS, zodat de informatie uit AFAS zo veel mogelijk real time kan worden aangeleverd aan de Office 365 programma's voor rapportage- en sturingsdoeleinden.

Dat flexibiliteit zo'n belangrijk issue zou worden was niet voorzien. De coronapandemie vraagt van ons bijna 100% digitaal werken vanuit huis. Dat vergt voor alle betrokken medewerkers en vrijwilligers anders indelen van tijd en ruimte. Daar waar nodig is voorzien in ondersteuning van de thuiswerkplek of de aanschaf van effectieve devices. Wij waarderen enorm de flexibiliteit en accuraatheid van alle collega's. Tegelijkertijd merken wij allemaal dat het beter is als deze situatie niet te lang voortduurt. Ook fysiek contact is nodig om je echt verbonden te voelen met elkaar en het werk.

In 2021 willen we een verdere invulling gaan geven aan duurzaam medewerkersbeleid.

2.4 | PARTNERS

In het beleidsplan 2017-2021 is over de samenwerking met lokale partners het volgende opgenomen:

- 3xM heeft als financier van diverse programma's een bijzondere verantwoordelijkheid. Ervaringen elders opgedaan zijn het uitgangspunt voor een open gesprek met de partners.
- 3xM stelt zich ten doel haar kennis en vaardigheden omtrent het produceren van christelijke televisieprogramma's zo snel mogelijk over te dragen aan

lokale partnerorganisaties om hen in staat te stellen zelfstandig de programma's binnen de doelstelling van 3xM en de eigen cultuur van de partner te realiseren.

- 3xM zoekt samen met haar partnerorganisaties naar een zo concreet mogelijke invulling van de gezamenlijke doelstellingen. Elk jaar wordt in gezamenlijk overleg een actieplan en begroting vastgesteld. (Verduidelijking 2020: Daarbij zijn visie en beleid van 3xM uitgangspunt in de onderhandeling).
- De partner van 3xM is een zelfstandige rechtspersoon, die verantwoordelijk is voor het maken van keuzes en het beheer van de middelen. Het is de verantwoordelijkheid van de partner om de eigen fondsenwerving vorm te geven. 3xM kan op verzoek van de partner assisteren.
- Beëindiging van het partnerschap zal plaatsvinden volgens 3xM-beleid.
- 3xM stimuleert de partners onderling om kennis te delen over de programma's.

2.5 | OMGANG MET BELANGHEBBENDEN

Belanghebbenden zijn (potentiële) donateurs, buitenlandse partners in ons werkveld, bestuur, comité van aanbeveling, vrijwilligers, medewerkers, kijkers van de programma's, de christelijke achterban in Nederland en daarbuiten en de (christelijke) media.

In het beleidsplan zijn de volgende afspraken opgenomen:

- Beleidsmatige keuzes worden via het 3xM-magazine 'In Beeld' bekend gemaakt;
- Als er op het werkveld beleidsmatig of financieel nieuwswaardige ontwikkelingen zijn, sturen wij een persbericht;



- Door bestuurszetels bij voorkeur in te vullen op basis van een kerkelijke verdeling, wordt aan breed protestants-christelijk Nederland een stem gegeven in de besluitvorming van 3xM;
- Grote gevers krijgen desgewenst een uitgebreide rapportage en worden tussendoor op de hoogte gesteld van relevante ontwikkelingen;
- Partners worden nauw betrokken bij beleidsmatige keuzes die hen betreffen;
- Reacties van kijkers zijn meestal positief, maar soms zijn er dreigementen. Bij werkbezoeken interviewen wij ook een aantal kijkers om reacties uit de eerste hand te horen. Door middel van maandelijkse rapportages is er inzicht in de reacties die binnenkomen.
- Dienstreizigers delen na hun reis hun ervaringen. Via onze website en social media, zoals Twitter en Facebook bericht 3xM alle belanghebbenden met relevante informatie;
- In ons 'Protocol fondsenwerving, voorlichting en communicatie' is de manier van communiceren vastgelegd.

Klachtenbehandeling

Voor de afhandeling van klachten geldt het 3xM klachtenprotocol. Elke klacht wordt binnen 14 dagen behandeld. In 2020 kregen we één klacht (2019: 0).

2.6 | INTEGRITEIT EN VEILIGHEID

De laatste jaren is er zowel binnen en buiten 3xM steeds meer aandacht voor integriteit en veiligheid.

Integriteit

Voor 3xM is integriteit erg belangrijk. 'Integer' is één van de vier kernwaarden van 3xM. Wij hebben een interne vertrouwenspersoon en zijn bovendien al jarenlang aangesloten bij Stichting Evangelisch Meldpunt (SEM; www.wijzijnssem.nl; voorheen Stichting Gedragscode Leidinggevenden SGL). In ons arboreglement wordt uitgebreid beschreven hoe wij omgaan met geweld en ongewenste intimiteiten. Daarnaast hanteert 3xM een eenvoudige en duidelijke gedragscode die leidend is voor alle werknemers en vrijwilligers. In het data- en ICT-veiligheidsbeleid staat verwoord hoe 3xM omgaat met (persoonlijke) gegevens en hoe de AVG wetgeving wordt vormgegeven en nageleefd. Tenslotte heeft 3xM een Fraudeprotocol. Al deze elementen worden jaarlijks met werknemers en vrijwilligers besproken. Gelukkig zijn er geen aanwijzingen dat het afgelopen jaar de integriteit van 3xM geschonden is.

Veiligheid

3xM wil (dienst-)reizigers zoveel mogelijk veiligheid bieden. Er is uitgebreid beleid rond 'Veiligheid Buitenlandse Reizen' en 'Crisismanagement'. Reizigers volgen in een vaste cyclus veiligheids cursussen en worden uitgebreid voorbereid op hun vertrek naar het buitenland. Voor iedere reis is een uitzender aangesteld die verantwoordelijk is voor de begeleiding van de uitzending. Naast veiligheidsbeleid rond buitenlandse reizen is er uiteraard ook uitgebreid beleid rond de veiligheid van ICT systemen. Wij zijn dankbaar dat wij net voor de coronapandemie over zijn gegaan op het Office 365 systeem, zodat ook de veiligheid van extern inloggen kon worden geoptimali-

seerd. Weliswaar was de VPN verbinding die wij daarvoor hanteerden ook veilig, maar onvoldoende stabiel voor massaal thuiswerken en daardoor kwetsbaar. Rond de veiligheid van werkomstandigheden wordt de RI&E jaarlijks doorgenomen. Afgelopen jaar is er extra geïnvesteerd in voorzieningen voor thuiswerk, zodat alle werknemers en vrijwilligers op een ergonomisch verantwoorde wijze thuis konden werken. De coronapandemie zorgde uiteraard voor een extra uitdaging op veiligheidsgebied. Daarover meer in paragraaf 2.7. Gelukkig hebben we het afgelopen jaar in alle opzichten veilig kunnen werken.

2.7 | CORONAPANDEMIE

Hoofdlijn: De pandemie raakt veel facetten van het werk van 3xM, maar leidt per saldo vooralsnog niet tot een lager financieel resultaat en evenmin tot een onwerkbare situatie binnen de organisatie. Tot nu toe is één medewerker kortdurend uitgevallen vanwege Covid-19.

Fondsenwerving Nederland: De effecten van de pandemie zijn wat voelbaar. Dat zien we vooral bij kerken, fondsen en bedrijven in Nederland. De donaties van deze categorie dalen enigszins omdat onduidelijk is wat hun financiële slagkracht is. Kerken organiseren collectes minimaal en richten zich ook op de nood die is ontstaan door het Covid-19. Mensen gaven wel, maar niet volgens de patronen en structuren zoals wij als organisatie gewend waren. Gelukkig werd dit gecompenseerd door hogere inkomsten uit nalatenschappen.

Internationale fondsenwerving: Door de pandemie wordt de wereldwijde economie geraakt en dat heeft effect op de ter beschikking komende gelden. Toch waren er het

afgelopen jaar geen schokkende effecten op de inkomsten. De situatie vanaf volgend jaar hangt samen met het wereldwijde herstel en kan een negatief gevolg hebben op de resultaten over 2021. Daarnaast merken wij dat door het niet kunnen reizen, aan relaties meer aandacht gegeven kon worden door digitaal contact te houden. Tegelijkertijd zien we dat meer fondsen op ons pad komen. Dat compenseert de eventuele teruggang van bestaande contacten.

Bedrijfsvoering: Er is in 2020 voor een groot deel vanuit huis gewerkt. Sommige collega's genieten ervan, maar wij missen het om elkaar gewoon weer in levende lijve te kunnen zien. Momenteel gebeurt alleen het hoogst noodzakelijke op kantoor. Eén medewerker is twee weken ziek geweest vanwege corona. De opkomst bij de online weekopeningen is groot en we hebben besloten om vóór de weekopening een moment van bijkletsen te nemen, om persoonlijk contact te bevorderen. De internationale reizen zijn afgelopen jaar na februari afgelast, wat uiteraard impact heeft voor de projectmedewerkers en de internationale fondsenwerfers. Wij voelen ons wel rijk gezegend dat we tijdig overgegaan op Office 365. De faciliteiten voor thuiswerken zijn vergroot en de maandelijkse tegemoetkoming is gelijk geschakeld aan CAO Rijk. In verband met teruglopende inkomsten werd een NOW-2 tegemoetkoming aangevraagd.

Partners: Wij zien Gods leiding in de voorbereiding voor dit uitdagende jaar. Wij hadden in het voorjaar alle social media strategieën klaar, net vóór de pandemie. Hierdoor was alles op orde om online impact te hebben tijdens de lockdowns in de diverse landen. In Pakistan en in een deel van West-Afrika konden we minder filmvoorstellingen organiseren dan gepland. Hoewel de volledige omvang nog onbekend is, heeft de coronapandemie nu al een verwoestend effect op de economie, gezinnen en gemeen-

schappen in Centraal-Azië en dreigt zij tientallen jaren van vooruitgang ongedaan te maken, onder meer bij het terugdringen van gedwongen huwelijken. In 2020 is 33% van de vrouwen zonder onderwijs of basisonderwijs voor hun 18e jaar getrouwd. Elk jaar worden naar schatting 12.000 jonge vrouwen ontvoerd en gedwongen om met hun ontvoerders te trouwen. Maar liefst één op de vijf wordt daarbij verkracht.

De coronapandemie ontstond in Afghanistan in de context van een burgeroorlog die al twee decennia duurt. De coronapandemie kwam juist tijdens in de periode van de vredesbesprekingen met de Taliban, waarin de Taliban akkoord ging om het geweld tegen internationale troepen te verminderen. Onmiddellijk na het akkoord hervatte de groep echter haar aanvallen op Afghaanse binnenlandse doelwitten. Het eerste geval van Covid-19 in Afghanistan werd bevestigd enkele dagen voor het akkoord. De dodelijke gevolgen van Covid-19 worden nog verergerd door het kwetsbare gezondheidssysteem van het land, het grote aantal binnenlandse ontheemden, de overvolle gevangenissen, de moeilijke toegang van vrouwen tot de gezondheidszorg en het gebrek aan garanties voor sociale bescherming.

We hebben echter gezien dat juist vanwege de Covid-beperkingen, het nazorgteam van onze partner overweldigende reacties heeft gehad op de sociale media campagnes en programma's. Mensen zitten thuis en besteden meer tijd aan social media. Er is een groei geweest in het aantal reacties op onze programma's. Meer dan ooit waren spirituele zoekers op zoek naar echte antwoorden op hun levensvragen.

PARTNERS EN PROJECTEN

3.1 | PARTNERS

Om ons doel om 1.000.000 discipelen te maken te verwezenlijken maakt 3xM christelijke programma's voor social media, internet en televisie in moeilijk bereikbare landen. Landen waar het moeilijk is om openlijk christen te zijn, je geloof te delen en als christenen samen te komen. Het gaat vooral om landen in het zogeheten 10/40 window: de regio tussen de 10° en 40° breedtegraad op het noordelijk halfrond in Europa, Afrika en Azië.

In een keuze voor een land laat 3xM zich door gebed leiden. In het land zelf zoeken wij vervolgens partners die dat verlangen delen, maar de eventuele kennis, apparatuur en financiën missen.

Wat is voor ons een partner?

- De partner is voor ons een organisatie waar wij ons voor meerdere jaren aan kunnen verbinden.
- De partner heeft de verkondiging van het Evangelie van Jezus Christus als doelstelling.
- De partner heeft een onafhankelijk bestuur dat verantwoordelijk is voor het produceren en uitzenden van programma's, voor het personeel en het realiseren van de doelen die we samen overeengekomen zijn.

- De partner functioneert zelfstandig als het gaat om management, nazorg, beheer van apparatuur, administratie en boekhouding, en levert daarin eigen bijdragen.
- De partner levert een bewezen, complementair product/werk, idem dito markt/werkgebied.
- Hij/zij heeft een goede reputatie.
- De partner werkt samen met andere organisaties.
- De partner kan de betrokkenheid van christenen uit verschillende kerken aantonen.

3xM brengt in het projectland graag lokale kerken bij elkaar, zodat we een groot draagvlak creëren. Wij streven ernaar dat vertegenwoordigers van verschillende lokale kerkgenootschappen plaatsnemen in (een adviesraad van) het bestuur van onze partnerorganisaties.

Zoals in hoofdstuk 2 al is verwoord, is er voor social media minder noodzaak om al deze criteria in te vullen. Daarbij zien we dat het vormgeven van discipelschap nog weer andere eisen aan het werk en daardoor ook aan onze partner stelt. We zijn via pilots bezig om te zien wat goed werkt en zullen later deze in goed functionerende criteria opnemen.



3.2 | KWALITEITSBEWAKING

In alle landen waar 3xM uitzendt, kiezen wij voor sociaal-maatschappelijke programma's die een breed publiek aanspreken. De programma's moeten voldoen aan diverse criteria en aan iedere partner geeft 3xM doelstellingen mee. Door middel van rapportages bewaken we de kwaliteit en de effectiviteit.

Onze criteria voor 3xM programma's:

1. De programma's laten het belang zien van en nodigen uit tot een persoonlijke relatie met Jezus Christus. Per land wegen we af of we dat via drama's en verhalen gebaseerd op de Bijbel doen, of op een meer directe manier van verkondiging zoals een getuigenis. Een getuigenis is ook weer een verhaal.
2. De sociaal-maatschappelijke onderwerpen adresseren de meest urgente noden waar mensen mee worstelen in hun culturele context.
3. Een bekend televisiestation in het land moet bereid zijn het programma uit te zenden, zo mogelijk via één van de vijf topkanalen van het land; of als er sprake is van een gesloten land, via een satellietkanaal/ internet based platform.
4. Kijkers hebben de mogelijkheid om te reageren.
5. Het programma is gemaakt volgens de regels van het betreffende medium: social media, internet of televisie.
6. Het programma is technisch van hoogstaande kwaliteit.
7. Het programma draagt bij aan de eenheid onder christenen.
8. Het programma draagt bij aan een rechtvaardige samenleving.

9. Het programma draagt bij aan een keus tot het volgen van Jezus Christus.
10. Het programma draagt bij aan discipelschap / geloofsonderwijs.

Ten aanzien van de punten 3 en 5 zien we dat we onderscheid kunnen maken ten aanzien van de toepassingen voor televisie en social media. Voor social media kunnen technisch minder ontwikkelde programma's soms heel goed scoren en zijn we niet gebonden aan de voorwaarden van een televisiezender.

Storytelling

Onze programma's gaan over sociaal-maatschappelijke problemen, aangepast op de lokale taal en cultuur van het land waar het programma wordt uitgezonden. Het bevat vaak drama – dit blijkt een uitstekend middel om de boodschap door te geven. Het gaat om verhalen over lokale sociale misstanden, waarbij christelijke normen en waarden aan de orde komen. Net zoals Jezus Christus deed in Zijn gelijkenissen. Aan het eind van elk programma roepen wij mensen op om te reageren, per telefoon, e-mail of social media.

We zien dat social media meer mogelijkheden biedt om het Evangelie directer te presenteren. Onze partners maken daar gebruik van en we zien dat daar ook goede respons op komt.

3.3 | DOELEN 2021

Onze doelen voor 2021 zijn:

- Samenwerking met onze partners in West-Afrika, Centraal-Azië, Afghanistan, Pakistan en Bangladesh, Somalië en Thailand continueren en waar mogelijk uitbreiden.
- Verder onderzoek naar de mogelijkheden om programma's uit te zenden in Japan en boeddhistische landen.
- Strategisch beleid voor social media verder ontwikkelen en implementeren in de landen waar we werkzaam zijn. Dit gaat samen met de vereiste trainingen van lokale partners door experts.
- Blijvende aandacht voor nazorg en doorverwijzing naar hulpverleners en -organisaties; investering in (meer) nazorgmedewerkers in het kader van onze discipelschapstrajecten.
- Speciale aandacht voor toerusting tot discipelschap in alle projectlanden via social media, onder meer via e-learning en digitale groepen.

Het belangrijkste doel en focus de komende vijf jaar wordt in het licht van de 2030-ambitie discipelschap. In de komende jaren willen wij onze impact verdubbelen en meer en meer discipelen geestelijk thuis brengen in een (online) kerk of gemeenschap.

Daarnaast willen wij nieuwe concepten testen en implementeren die bijdragen aan de vergroting van onze impact. Wij willen ontwikkelen op het gebied van de inzet van de mediamiddelen-mix in de betreffende landen (welke mix is in welk land en welke culturele context het meest effectief). Daarnaast doen wij hetzelfde voor de best passende discipelschapsstrategieën en -methoden.



Per land of doelgroep wordt op deze manier onderzocht en verantwoord welke mix van moderne media het meest effectief is.

We bidden en hopen dat God zorgt voor de wasdom van nieuwe volgelingen van Jezus Christus in de landen in het 10/40 window van 60.000 nieuwe discipelen in 2021. Belangrijk is dat ze zoekers zijn in een traject om meer te leren van Jezus Christus. Elk van deze mensen willen wij een geestelijk thuis bieden, hetzij door één op één begeleiding door de lokale staf, hetzij in een (online) kerk.

Hiervoor willen wij meer investeren in onze partnerschappen en waar mogelijk nieuwe samenwerkingsverbanden aangaan. Wij willen televisie, social media en discipelschapsstrategieën verder door ontwikkelen. Wij investeren in het bijzonder in follow-up en rapportage-technologie, e-learning platforms, de ontwikkeling van digitale cursussen voor onze kijkers en online zoekers en de wijze waarop het vormen van digitale groepen het beste gedaan kan worden.

3.4 | LANDEN WAARIN WIJ WERKEN

AFRIKA West-Afrika

Onze programma's worden vertoond in 12 landen via televisiestations en filmvoorstellingen: Ivoorkust, Niger, Mali, Tsjaad, Guinea-Conakry, Burkina Faso, Centraal-Afrikaanse Republiek, Kameroen, Togo, Benin, Burundi en DR Congo. In al deze landen zenden wij in het Frans uit, maar

in 2019 zijn wij gestart met het vertalen van programma's naar het Wolof en Bambara. Dit zijn de nationale talen van onder andere Senegal en Mali. Wij weten immers dat de boodschap het beste overkomt in de moedertaal. In Mali zijn deze programma's inmiddels uitgezonden, in Senegal wachten wij daar nog op. Wij werken inmiddels samen met veertien televisiezenders. Daarnaast zijn er in Burundi filmvertoningen geweest in kerken, scholen en dorpshuizen.

"Mijn kinderen gaan naar school in een andere stad. Sinds ik uw film heb gezien, heb ik besloten om ze heel vaak te bellen, om ze te bemoedigen en raad te geven. Ik bid ook voor hen. Ik ben me ervan bewust dat het niet gemakkelijk is om van huis weg te zijn. Dank u."
Jade, Kameroen

Programma's

Onze partner produceert het programma Heartbeat, dat is gebaseerd op christelijke waarden en oplossingen. Deze dramaserie wordt in West-Afrika goed ontvangen en bekeken. Onderwerpen als huiselijk geweld, seksuele intimidatie, emigratie, social media en mensenhandel komen aan bod. In 2020 zijn er zes nieuwe afleveringen geproduceerd van Heartbeat. In totaal zijn 28 afleveringen uitgezonden.

Naast de productie van de serie Heartbeat is er ook gewerkt aan de serie Stinging Bee. Hiervan zijn er 18 nieuwe afleveringen in 2020 gemaakt en er zijn 23 afleveringen uitgezonden op televisie. Andere populaire programma's zijn Nouvelle Generation met levensverhalen ter bemoediging van jongeren over het thema starten van een eigen bedrijfje/werkeloosheid, Miel Mortel over HIV/Aids en de familieserie Et Votre Famille.

In vijf landen – Benin, Burkina Faso, Burundi, Guinee-Conakry en CAR – zijn naast de uitzending op televisie ook 67 filmvoorstellingen gegeven. Hier kwamen 73.961 mensen op af. De website DieuTV, operationeel vanuit Zwitserland, bereikt een groot Franssprekend Afrikaans publiek door bestaande programma's beschikbaar te maken. In totaal bedroeg het aantal reacties in West-Afrika op de televisie-uitzendingen 158.363. Onze programma's zijn niet alleen te zien op de nationale en regionale televisie, maar ook in kerken en ziekenhuizen. Ook internet en social media nemen een steeds grotere plek in. Onze programma's zijn tegenwoordig ook via Facebook, YouTube en web-tv te bekijken.

Lokale talen

In 2019 is het vertalen van tv-programma's in de lokale talen Wolof en Bambara van start gegaan. In 2020 zijn voor deze twee talen social media coördinatoren aangenomen. Vervolgens zijn aparte Facebookkanalen gestart in deze twee talen en social media campagnes hiervoor ontwikkeld en uitgevoerd. Ook is het discipelschap-programma in ontwikkeling. In Mali worden inmiddels onze televisieprogramma's uitgezonden in het Bambara. In Senegal wachten wij nog op uitzendingen in het Wolof, er zijn nog onvoldoende programma's vertaald.

Nazorg

De nazorg in deze regio is goed georganiseerd. In ieder land waar wordt uitgezonden, is nazorg aanwezig. De meeste reacties komen telefonisch binnen via contactpersonen, maar er wordt ook steeds meer gereageerd via internet en social media. In hoofdstuk 1 heeft u meer kunnen lezen over de impact van ons werk.

Plannen voor 2021

De plannen voor 2021 zijn omvangrijk. We willen 12 afleveringen voor Heartbeat en 16 voor Stinging Bee produceren. Daarnaast willen we zes bestaande programma's vertalen in het Wolof en Bambara. Onze ambitie is om in 2021 deze programma's uit te zenden in 14 landen. Daarnaast ontwikkelen we een strategie voor discipelschap voor deze regio en willen deze implementeren om onze impact significant te vergroten. We trainen personeel en vrijwilligers hierin en in social media om nog meer West-Afrikanen te bereiken. We werken hard aan het maken van meer content voor de Facebookpagina's in het Frans, Wolof en Bambara en aan advertentiecampaagnes op social media voor deze pagina's. Daarnaast zijn we continu bezig met de follow-up van alle reacties van de televisiekijkers en de bezoekers van de social media kanalen. Zodra er fondsen voor zijn, is het ons verlangen om nieuwe taalgroepen te bereiken, zoals de 80 miljoen Hausa-sprekers.

Somaliërs

In 2019 is 3xM begonnen met het ontwikkelen van plannen voor een mediaproject in Somalië. Begin 2020 is een pilot van start gegaan. In een land dat na Noord-Korea en Afghanistan als derde op de lijst staat waar christenvervolgung het meest voorkomt, heeft 3xM besloten het Evangelie te vertellen. Ons doel met het nieuwe project is om evangeliserende programma's te delen via verschillende social mediakanalen en, indien mogelijk, via web-tv. Steeds meer Somaliërs beschikken over een mobiel met internet. Dat biedt ongekende en unieke kansen om het Evangelie te brengen aan Somaliërs, zowel in het land zelf als in de diaspora. Na een kort filmpje online te hebben gezet in de startfase van dit project, waren de reacties al zo overweldigend dat de onderbezetting van het nazorgteam een serieus probleem vormt.

Het team van onze partner werkt onder extreem lastige omstandigheden. Bid voor hen! Wij hebben drie Somalische programma's geproduceerd die in een land in de regio op televisie zijn vertoond en op deze manier duizenden Somaliërs hebben bereikt. Een unieke gebeurtenis. Er zijn twee social media platforms opgezet, waarvan één speciaal is gericht op Somalische vrouwen. Wij hebben twee video's gemaakt die viral zijn gegaan. Achter de schermen is er hard gewerkt aan een social media strategie en is de staf getraind hierin.

Plannen voor 2021

De social media pilot is succesvol. We willen dit dan ook graag omzetten in een regulier partnerschap. De focus zal komend jaar liggen op de ontwikkeling van een discipelschapsstrategie voor de Somaliërs in Somalië alsook daarbuiten. Daarnaast is de bezetting van het nazorgteam nog steeds een groot punt van aandacht.

AZIË

Centraal-Azië

In Centraal-Azië wordt door onze partner een dramaserie gemaakt over maatschappelijke problemen als alcohol, prostitutie, drugs, kinderloosheid, kidnapping van potentiële bruiden en mishandeling van vrouwen. Het afgelopen jaar zijn er 12 afleveringen geproduceerd. Hoewel het programma geen expliciete christelijke boodschap mag verkondigen, ademt het wel een herkenbare christelijke sfeer. Na afloop komt een telefoonnummer in beeld en een verwijzing naar het eigen YouTube kanaal. In april 2018 accepteerde het nationale televisiestation een aantal programma's voor uitzending. Programma's worden nu regelmatig uitgezonden op deze zender. Een digitale zender (met bereik

van bijna het hele land) en enkele lokale zenders zenden de programma's ook uit.

Nazorg

In het jaarverslag over 2019 gaven wij aan dat met name het YouTube kanaal in Centraal-Azië zeer succesvol was. Zo succesvol dat het nazorgteam het aantal reacties nauwelijks aan kon. Een doel voor 2020 was dan ook het uitbreiden van het nazorgteam en dat is gelukt. Wij maken inmiddels gebruik van een callcenter en er zijn twee extra mensen ingehuurd.

Social media

Zoals elders in de wereld is social media ook in Centraal-Azië populair. 3xM sprong daarop in door in 2020 content voor social media te ontwikkelen: 72 filmpjes van een minuut.

Plannen voor 2021

Ook in 2021 willen wij weer 12 nieuwe afleveringen van de dramaserie produceren, alsook 72 korte video's. Wij willen onze programma's uitzenden via drie televisiestations met nationaal bereik en via social media platforms. Wij blijven natuurlijk onze nazorgactiviteiten uitvoeren, zowel naar aanleiding van de uitzendingen op televisie alsook op social media en begeleiden de mensen die reageren verder. In het kader daarvan organiseren we in 2021 twee keer per maand een cursus hiervoor en trainen wij onze mensen in trauma healing om mensen te helpen bij het verwerken van hun trauma's.

Het is ons verlangen om naast de huidige populatie ook de Russischsprekenden en de taalgroepen van de buurlanden te bereiken door het vertalen van vijf succesvolle programma's. Daarnaast willen we de social media strategie verder implementeren en het nazorgteam uitbreiden.

Pakistan

Onze partner in Pakistan heeft qua projecten het meest geleden onder de coronapandemie. Vanwege de lockdown in april en mei konden de filmvoorstellingen geen doorgang vinden. Gelukkig konden na de zomer de voorstellingen weer worden opgestart, zij het met minder mensen per voorstelling.

Onze lokale partner heeft ook zelf films gemaakt. Deze films duren ongeveer twintig minuten. Ze zijn gebaseerd op gelijkenissen uit de Bijbel en vertaald naar de hedendaagse Pakistaanse maatschappij. Ze zijn zeer geliefd bij de bevolking, omdat ze een Bijbelverhaal vertellen vanuit de eigen cultuur en situatie. Daarnaast wordt er gewerkt met aangekochte films; die zijn ingesproken in het Urdu.

Dorpenproject

Onze veldmedewerkers zijn ook in 2020 weer op stap gegaan met een laptop achterop hun brommer. Zo bereiken zij afgelegen dorpen. Ze komen bij families thuis en in kleine dorpshuizen. Door het kleinschalige karakter ontstaan mooie gesprekken en velen komen tot geloof.

Zowel het dorpenproject als ons social mediaproject hebben eigen Facebook pagina's om ook mensen via social media het Evangelie te vertellen.

Onze partner is halverwege het jaar benaderd om een aantal video's te maken voor de Pakistani rondom de coronapandemie. De regering deed veel om de fysieke risico's van het virus te beperken, maar voor de mentale



gezondheid van de Pakistani werd vrijwel niets gedaan. Dit terwijl een groot deel van de bevolking leefde in armoede, angst en stress. Daarom hebben wij met onze partner een serie video's gemaakt over omgaan met Covid-19. Deze video's zijn in november en december op nationale televisie uitgezonden. Thema's van de verschillende spotjes waren o.a. 'Omgaan met een lockdown', 'De rol van gezonde voeding' en 'Naar elkaar omzien'. Doel was om de Pakistani te bemoedigen en hen hoop te geven voor de toekomst. Ze werden uitgezonden op nationale zender PTV, zowel in het Urdu (de officiële nationale taal) en op PTV-Bolan in het Pashto. Een unieke gebeurtenis omdat het zelden voorkomt dat dit soort video's vanuit een christelijke achtergrond worden toegestaan.

Plannen voor 2021

Ook in 2021 willen wij doorgaan met het dorpenproject en het social media project. Wij willen 100 filmvoorstellingen organiseren en 40 verkennende bezoeken brengen aan nieuwe dorpen. Daarnaast organiseren wij 18 voorstellingen voor kinderen en gaan onze field assistents zo'n 500 keer op bezoek voor kleine voorstellingen. Om de opvolging zo goed mogelijk vorm te geven, gaan wij ook counselors trainen, net als zondagsschool leiding, voorgangers en studenten. Voor het Facebookkanaal willen wij 12 interviews en bemoedigende video's opnemen.

De focus van het social media project ligt op het maken van discipelen via onze social media strategie. Wij gaan hiervoor online campagnes draaien, video's opnemen, twee keer per maand een blog of artikel plaatsen en elke dag een bericht op Facebook.

Afghanistan

Inmiddels werken wij alweer twee jaar in Afghanistan. Wij zijn diep onder de indruk van het werk en de inzet van onze partner. Vanwege de christenvervolging in Afghanistan kunnen twee van de teamleden, die ervoor gekozen hebben om in het openbaar hun getuigenis te geven en open te zijn over hun geloof in Jezus Christus, nooit meer terug het land in. Dat betekent dus ook nooit meer familie zien, nooit meer vrienden face to face ontmoeten. Wat een toewijding! Bid voor hen en het team.

We hebben in Afghanistan in 2020 veel aandacht gegeven aan onze online strategie. Zo zijn er 23 nieuwe video's voor op de website gemaakt. Er zijn maar liefst 55 nieuwe video's op YouTube geplaatst en we hebben een wekelijks 15-minuten live Facebook moment gehad. Daarnaast zijn er 11 nieuwe gesprekken over Jezus Christus opgenomen voor Facebook en de website. In september is onze eerste Afghaanse online videocursus gelanceerd, getiteld 'De betrouwbaarheid van de Bijbel'. Als laatste hebben wij nog 10 korte video's opgenomen. Daarnaast zijn er online Bijbels gemailld en is er veel contact geweest met ons nazorgteam.

"Ik ben dankbaar dat we nu de Bijbel in onze eigen taal hebben en kunnen lezen. Ik heb een van de Evangelieën gelezen en hoop de hele Bijbel te lezen. Ik wil alles leren!"

Een reactie achtergelaten op onze Afghaanse Facebookpagina.

Plannen voor 2021

In 2021 gaan wij door met onze social media strategie. Zo willen wij halverwege het jaar elke werkdag een bericht online zetten. Daarnaast willen wij vier persona video's maken en posten om een nog grotere doelgroep goed

aan te spreken. Hiervoor werken wij ook aan een goede campagne, maken wij passende landingspagina's en leiden wij alles naar onze online cursussen van de verder op te zetten Afghaanse Bijbelschool. Studenten zullen de lessen op hun eigen tempo online kunnen volgen. Ons doel is om 20 nieuwe studenten per maand inschrijven. Ons nazorgteam is ook bij hen betrokken, zodat de studenten kunnen groeien in discipelschap. We verwachten dat we van de duizenden Afghanen die met ons contact opnemen, we met 250 van hen persoonlijk in contact komen. We willen drie Afghaanse gelovigen trainen om ons te helpen met de nazorg en follow-up.

Bangladesh

Bangladesh is een van de armste en dichtstbevolkte landen ter wereld, met problemen als kinderarbeid, gebrek aan schoon drinkwater, corruptie, zuurgooien, geweld en verkrachtingen. Daar refereren wij aan in onze programma's. 3xM produceerde in 2020 54 afleveringen van de drama-serie Abirvab ('Opwekking'). Elke aflevering verweefde boeiende drama met belangrijke sociale thema's en de boodschap van God. Alle geproduceerde afleveringen zijn uitgezonden op Desh TV, alsook op YouTube en het Facebookkanaal van onze partner.

Nazorg is een belangrijk onderdeel van ons werk. We geven de kijkers de mogelijkheid om te reageren op het programma via e-mail en internet/YouTube. Helaas is er te weinig capaciteit om alle reacties goed op te volgen. Aan het einde van 2019 kwamen we na een werkbezoek ter plekke tot de conclusie dat het goed is ons partnerschap nog eens tegen het licht te houden om te zien of we dezelfde visie en missie hebben. In 2020 zien we positieve tekenen en verwachten dat we er met elkaar sterker uit zullen

komen. In Bangladesh wonen heel weinig christenen. Het blijft een land waar het hard nodig is om actief te blijven vanuit onze doelstelling.

Plannen voor 2021

De focus voor 2021 zal liggen op het maken van discipelen via social media en internet. Het uitzenden van programma's via televisie wordt voorlopig uitgesteld omdat de impact

hiervan te weinig is, maar er worden wel alvast nieuwe afleveringen van Abirvab en korte video's geproduceerd. Deze programma's zullen worden uitgezonden via internet en social media, waar we ook advertentiecampaagnes voor zullen ontwikkelen. We zoeken een nieuwe medewerker voor social media en de follow up hiervan. We blijven onze partner trainen en ontwikkelen samen met hen een strategie op het gebied van social media en discipelschap.

Thailand

Begin 2020 is er een verkennende reis gemaakt onder andere naar Thailand om de cultuur te leren kennen en te zien wat wij in dit land zouden kunnen betekenen. We hebben kennism gemaakt met een bestaande missieorganisatie die mensen bereikt met het Evangelie in dorpen op het platteland van Thailand. In oktober zijn we samen met hen een pilot gestart. Wij voegen onze social media expertise toe aan hun vruchtbare werk om nog meer mensen te vertellen van de liefde van Jezus Christus.

Onze partner deelt elke dag het Evangelie in dorpen met mensen die nog nooit van Jezus Christus gehoord hebben. Binnen 48 uur nemen ze contact op met de mensen die interesse hebben aangegeven voor het Evangelie om hen verder te begeleiden. Sinds 2016 zijn al duizenden mensen tot geloof gekomen en gedoopt. Velen van hen bezoeken inmiddels wekelijks een lokale kerk. Door social media hieraan toe te voegen kunnen we gezamenlijk nog meer Thai bereiken met het goede nieuws. Ook voor deze methode staan nazorgers paraat om mensen die via social media contact opnemen te beantwoorden en te begeleiden.

Plannen voor 2021

De pilot loopt tot oktober 2021. In die periode willen we een aantal video's maken van drie minuten waarin getuigenissen worden gedeeld. Daarnaast werken we verder aan onze social media strategie. We kunnen van dit partnerschap zelf ook veel leren over de sterke discipelschapsstrategie die deze partner heeft ontwikkeld. In het najaar zullen we de pilot evalueren.

3.5 | VERKENNINGEN

Japan

Nadat alle contacten met Japanse producers die christen zijn vanuit hun kant geen vervolg kregen zijn we weer in contact getreden met een organisatie die al meer dan 50 jaar christelijke televisieprogramma's maakt. Eerst hebben we een business case geschreven hoe het werkt in een land waar 3xM werkt. Daarna werd er om een toepassing gevraagd voor de situatie in Japan. Daar hebben we nog geen respons op gekregen. Na onderzoek van al onze contacten in de afgelopen negen jaar gaan we de best mogelijke weer benaderen om te zien of we met hen een social media en discipelschapsstrategie in Japan kunnen uitvoeren. Daarbij hechten we er aan dat het een echt Japans avontuur wordt. De christelijke missie geschiedenis laat zien dat een copy-paste model van westerse methoden niet werkt. Vandaar dat we langzaam zijn in het aangaan van een partnerschap. We willen de Japanners echt in het hart raken.



Boeddhistische landen

We hebben al vóór dit jaar een verkennende reis gemaakt om meer van zowel de Thai als de regio met een specifieke vorm van boeddhisme te leren kennen en om met potentiële partners kennis te maken. In deze laatste regio zijn we in contact gekomen met iemand die graag met ons wil samenwerken om het Evangelie in deze 'donkere' regio te brengen. Helaas kunnen we vanwege de veiligheid niet specifiek ingaan op welke regio dit precies is. Het is een regio waarin men gelooft in onder andere animisme. Wat opvalt is de verbondenheid hiervan met het occulte en de wereld van slechte geesten. Het is donker – concepten als zonde en verlossing door God zijn hier niet te vinden. Wel spreekt men over barmhartigheid en opstanding, maar dan in een hele andere context dan hoe wij die gebruiken. Het lastige is dat deze woorden heel anders overkomen als wij mensen vertellen over de liefde van Jezus Christus. Pas als mensen kennismaken met het christelijk geloof dan gaan ze ontdekken dat het iets heel anders inhoudt dan het omkopen van geesten en goden om gunsten te krijgen. Een bijzonder lastige wereld om in te werken dus.

Het duurt twee tot vier jaar nadat ze zeggen Jezus Christus te leren kennen, voordat mensen beter begrijpen wat we geloven. Bij sommigen duurt dat zelfs meer dan tien jaar. Omdat er veel druk wordt uitgeoefend door de omgeving en er vaak een vloek wordt uitgesproken over de bekeerling (en zijn familie) door de sjamaan, keert naar schatting 50% van de mensen weer terug naar hun originele religie. Het is ons verlangen om ook in deze geestelijk donkere regio de boodschap van hoop en liefde door Jezus Christus te laten klinken. Daarom hebben we deze pilot verlengd met een

jaar. In dit jaar willen we op zoek gaan naar een geschikte partnerorganisatie. Daarnaast zullen we werken aan het ontwikkelen van een strategie voor deze hele regio voor de periode tot en met 2030.



COMMUNICATIE EN FONDSENWERVING

4.1 | STRATEGIE, BELEID EN INKOMSTEN

Strategie

In ons strategieplan voor 2017-2021 legden we het volgende vast:

1. Voor uitbreiding van ons werk in moeilijk te bereiken landen groeien we in 10 jaar toe naar in totaal drie miljoen aan inkomsten vanuit Nederland en internationaal (eind 2026). Dat betekent een forse investering op het gebied van fondsenwerving en stijging van het percentage kosten eigen fondsenwerving.
2. 3xM groeit toe naar meer inzet van gekwalificeerde vrijwilligers voor ondersteuning op gebied van communicatie en fondsenwerving.
3. 3xM investeert in behoud van bestaande donateurs en werving van nieuwe relaties. Daarbij richten we ons vooral op de leeftijdsgroep van 40+. Ook willen we door middel van telemarketing de gemiddelde gift van jaarincasso's verhogen.
4. 3xM investeert in het bouwen van relaties met en werving van vermogende particulieren via één op één contact (friendraising) in Nederland en Amerika, Singapore, Canada en Noorwegen.

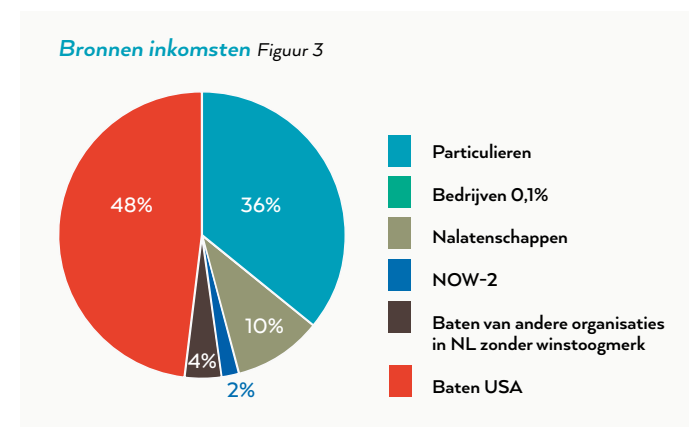
5. We zetten meer planmatig, via campagnes, in op het vergroten van naamsbekendheid en zichtbaarheid van 3xM.
6. De komende twee jaar moet uit onderzoek blijken welke landen voor ons het meest geschikt/vruchtbaar zijn voor relationele fondsenwerving.
7. Contacten met kerken, kerkelijke instellingen en fondsen willen we consolideren en uitbouwen.

Beleid

In het protocol 'Fondsenwerving, voorlichting en communicatie' zijn de ethische grenzen voor onze communicatie aangegeven. Voorlichting is een doelstellingsactiviteit, fondsenwerving een afgeleide doelstelling. Alle communicatiekosten (inclusief de kosten voor fondsenwerving) worden – via een door het bestuur goedgekeurde verdeelsleutel – toegerekend aan Communicatie en Fondsenwerving. Onze partners en donateurs zijn ervan op de hoogte dat wij eventuele meeropbrengsten toevoegen aan ons vrij besteedbaar vermogen. Op die manier is het mogelijk (kleinere) projecten te realiseren, zonder daarvoor afzonderlijk te werven. 3xM heeft het CBF-keur en de ANBI-erkenning.

Inkomsten 2020

3xM heeft in 2020 verschillende inkomstenbronnen gehad:



De totale baten in 2020 bedragen € 1.885.138. In 2019 bedroegen de totale baten € 2.316.540, een daling van 17%. Deze daling is vooral te verklaren uit het feit dat er in 2019 een uitzonderlijk hoog legaat werd ontvangen. Afgezien van dat legaat zijn de inkomsten over 2020 juist toegenomen ten opzichte van 2019.

Gebed

Gebed is voor 3xM van groot belang. We komen elke maandagochtend bij elkaar om te bidden en elkaar te bemoedigen vanuit Gods Woord. Eerst op kantoor, later vanwege de coronapandemie online vanuit huis. We bidden voor alle projecten, partners, donateurs en vrijwilligers. Maandelijks wordt er een gebedsbrief verstuurd. In 2021 wordt er gestart met een wekelijkse digitale gebedsbrief, waarin per week een aantal gebedspunten wordt gedeeld. Ook via de digitale nieuwsbrief, ons magazine In Beeld en via onze social media roepen we op tot gebed. Dankbaar zijn we voor de groep betrokken donateurs, die ons trouw steunt en voor ons bidt.

Vrijwilligers

In 2020 hebben in totaal 11 vrijwilligers op het kantoor in Amersfoort zich ingezet voor communicatie en fondsenwerving. We zijn blij met onze kantoorvrijwilligers, met de vrijwilligers die af en toe een stand bemannen en met het team internationale fondsenwerfers dat zich verbonden heeft met 3xM.

4.2 | NEDERLAND

Donateurs

Ook in 2020 heeft 3xM met steun van donateurs diverse projecten kunnen continueren, initiëren en realiseren. De donateurs zijn zeer betrokken bij ons werk, waarvoor 3xM enorm dankbaar is. Het aantal actieve gevers is net als in 2019 licht gestegen (iets meer dan 1%). Om dat te bereiken hebben we veel geïnvesteerd in naamsbekendheid door advertenties en advertorials in kranten en tijdschriften. Vanwege de coronapandemie zijn de

evenementen waar we normaalgesproken op aanwezig zijn, zoals Opwekking, Zoeklicht-dag en Nederland Zingt, niet doorgegaan.

Ook hebben we een aantal (puzzel)acties geplaatst in de zomer- en winterbijlage van het Nederlands Dagblad, EO-Magazine, Visie, het Friesch Dagblad, de Terdege en Elisabethbode. Dat leverde 811 nieuwe adressen op. Helaas is het aantal iets lager dan vorig jaar. Dit is voornamelijk te wijten aan het uitblijven van evenementen zoals Nederland Zingt. Deze potentiële donateurs zijn binnen de grenzen van de wet AVG benaderd om een relatie aan te gaan met 3xM. Als vervolg hierop hebben we deze groep telefonisch benaderd om het werk van 3xM ook financieel en met gebed te ondersteunen.

Om de bestaande relaties te continueren en te verstevigen hebben we gerichte acties ondernomen, zoals gesegmenteerde mailingen, telemarketing en het sturen van persoonlijke kerstkaarten naar onze donateurs.

Ruim 12.500 donateurs steunen ons werk financieel. Onder een donateur verstaan wij iemand die in 2019-2020 gedoneerd heeft. Het donateursbestand is per 31 december 2020 samengesteld als in figuur 4.

Het aantal giften daalde licht van 38.412 (2019) naar 36.510: een daling van 4%. De gemiddelde gift lag in 2020 op € 19,80 – in 2019 was dat € 19,73. Er is in totaal in 2020 aan nalatenschappen € 196.220 ontvangen. We zien dat er dus door minder mensen, meer wordt gegeven.

Nalatenschappen

We zien dat nalatenschappen steeds belangrijker worden voor 3xM. Er is in 2020 € 196.220 aan nalatenschappen binnengekomen. Hier zijn we zeer dankbaar voor.

Komende jaren

Het belangrijkste doel voor het komende jaar blijft stabilisering en groei van de inkomsten van particuliere gevers door meer contact op maat en groei via online campagnes, aanvragen bij fondsen, kerken, christelijke organisaties en via internationale fondsenwerving. Dat willen we bereiken door het intensiveren van de relatie met onze bestaande donateurs en nieuwe relaties.

Daarnaast blijven we werken aan het vergroten van onze naamsbekendheid, ook onder nieuwe, jongere doelgroepen. We blijven telkens zoeken naar nieuwe wegen om aan adresgegevens te komen, waaronder puzzelacties in advertentiecampaagnes, prijsvragen via stands en andere

Samenstelling donateursbestand per 31 december 2020

Figuur 4

	2020	%	2019	%	2018	%	2017	%	2016	%
Donateurs met losse giften	5.764	46,7	6.125	48,6	5.366	43,1	5.858	44,2	6.406	42,7
Donateurs met vaste toezegging	6.673	53,3	6.475	51,4	7.094	56,9	7.401	55,8	8.588	57,3
Totaal	12.527	100	12.600	100	12.460	100	13.259	100	14.994	100



acties. Ook het uitbreiden van ons ondernemersnetwerk en de verbondenheid van kerken aan ons werk zal een onderdeel zijn in 2021.

(Tele)marketing

In 2020 hebben we tweemaal een telemarketingactie gedaan, in het voorjaar en najaar. Dat is nog altijd lucratief. Daarnaast hebben we 8 direct mailings (DM's) verstuurd naar de groepen die in ons administratiebestand in 2020 aldus gespecificeerd zijn: functionarissen, zakelijke contacten, stichtingen en vermogensfondsen, kerken, drie groepen incassogevers, nieuwe gevers, major donors, diverse groepen losse gevers en een algemene groep. De DM's zijn een aantal keer samen met het magazine In Beeld verstuurd.

Ondernemers

Helaas was het vanwege de pandemie niet mogelijk om ondernemersavonden te organiseren. In 2020 heeft 3xM het goede contact met een groep ondernemers proberen vast te houden door middel van persoonlijke berichten, een appeltaartactie en gebedsbijeenkomsten. De betrokkenheid van deze groep ondernemers uit met name Midden-Nederland is bijzonder groot. Om het netwerk uit te breiden naar zowel het noorden als zuiden van het land, zijn in 2020 een tweetal vrijwilligers gestart.

Social media

Berichten verspreiden via social media wordt ingezet ter ondersteuning van de naamsbekendheid, het opbouwen van relaties en om te verwijzen naar de website. Voor het gebruik van social media in Nederland heeft 3xM de volgende doelstellingen geformuleerd:

- Laten zien van de impact van het werk 3xM.
- Creëren van bewustwording voor het werk van 3xM.

Omdat de invloed van social media steeds groter wordt, heeft 3xM besloten om te investeren in de website en online strategie. Eind 2020 is samen met een extern bureau een start gemaakt met een analyse van de huidige situatie en de kansen die er liggen. In 2021 zal een plan van aanpak gemaakt worden en zal de strategie met bijbehorende activiteiten uitgerold worden. Ter ondersteuning van alle social media activiteiten is eind 2020 ook een start gemaakt met het vernieuwen van zowel de content als look-and-feel van de website. Naar verwachting zal de nieuwe website in maart 2021 klaar zijn.

4.3 | INTERNATIONAAL

In 2013 is besloten om naast Amerika ook in andere landen fondsen te gaan werven voor 3xM. We kozen voor Noorwegen, Canada en Azië (Singapore). De afgelopen jaren heeft 3xM veel tijd en aandacht besteed aan de uitbouw van ons netwerk en contacten gelegd met mogelijke sponsors. Vanaf januari 2015 is een team van internationale fondsenwerfers op vrijwillige basis aan de slag gegaan om bovengenoemde landen relaties en netwerken op te bouwen.

USA

3xM-USA is in 2004 opgericht met als doel het werk van 3xM in Nederland te ondersteunen. 3xM-USA werft fondsen en werkt aan bewustwording onder private

fondsen en heeft daarvoor de vereiste non-profit status van 501(c)3 organisatie. Omdat 3xM-USA zelf besluiten neemt en financieel zelfstandig opereert, is geen consolidatie van de jaarrekening toegepast. Het bestuur bestaat uit: Reginald Hanegraaff, Mark Fackler PhD, Max E. Smith CPA, Janet Blakely Evanski PhD en Kristen Roeters.

In de USA zien we een stabiele steun onder major donors om social media, discipelschap en onderzoek te bekostigen. Daar zijn we heel blij mee. Helaas hebben we ook moeten zien dat fondsen en donors getroffen zijn door de pandemie en daardoor minder of niet bij konden dragen in 2020. Net als in 2019 hebben we gezien dat de fondsen uit Nederland hard nodig zijn om alles goed te kunnen blijven financieren.

Bestedingen van in de USA geworven fondsen

3xM-USA informeert ons zodra een donatie is ontvangen. 3xM in Nederland legt over de betreffende donatie schriftelijk verantwoording af aan de gever, met een kopie aan 3xM-USA.

Betrouwbaarheid

Door vergelijking van onze eigen financiële administratie met de boekhouding van 3xM-USA, inclusief de belastingaangiften in Amerika, sluiten we de cijfers op elkaar aan. Trends komen uit Amerikaanse bestuursvergaderingen met 3xM-USA en eigen observaties tijdens werkbezoeken.



PERSONEEL EN ORGANISATIE

5.1 | ORGANISATIE

Hieronder is het organigram weergegeven. Het bestuur is eindverantwoordelijk. De dagelijkse uitvoering van de activiteiten is in handen van directeur, personeel en vrijwilligers. De organisatie telt drie afdelingen: Partners & Projecten, Communicatie & Fondsenwerving en Bedrijfsvoering.

De organisatie is op hoofdlijnen beschreven in het kwaliteitsbeleid. In dat hoofddocument wordt verwezen naar onderliggende protocollen en documenten. Het kwaliteitsbeleid voorzien wij eens per jaar van een update. De onderliggende protocollen zijn allemaal beschreven. Eens per drie à vijf jaar komt een update van deze protocollen in het managementoverleg ter besluitvorming. De belangrijkste stukken worden aan het bestuur voorgelegd

ter goedkeuring, waaronder de arbeidsvoorwaarden en het bestuurs- en directiereglement.

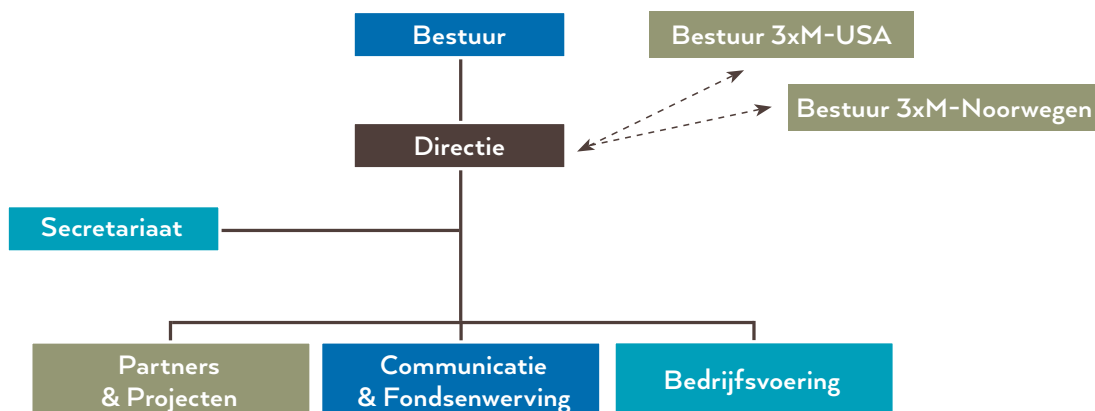
5.2 | PERSONEEL EN VRIJWILLIGERS

Personeel

De personeelsformatie was eind 2020 7,92 fte; een groei van ruim 1 fte ten opzichte van eind 2019. Het gemiddeld aantal feitelijk ingezette personeelsleden bedroeg gedurende 2020 7,16 fte (2019: 6,57 fte) op basis van een volledige werkweek. De toename van fte's heeft vooral te maken met de autonome groei van 3xM. Het ziekteverzuim was afgelopen jaar met 2,0% lager dan de 3,4% in 2019 en we zijn dankbaar dat dat percentage al jarenlang ver onder het landelijke gemiddelde van 5% ligt. Ook dit jaar is er met ieder personeelslid een functionerings-, een plannings- en een beoordelingsgesprek gevoerd. De managers krijgen jaarlijks 360 graden feedback van zowel directeur als collega-managers, een medewerker en een vrijwilliger. Voor de salariëring wordt 90% van de CAO Rijk/BBRA salarisschalen gehanteerd. Voor alle functies zijn functieprofielen vastgesteld en heeft inschaling plaatsgevonden.

3xM hanteert eigen algemene arbeidsvoorwaarden. Functie-inschaling en arbeidsvoorwaarden zijn getoetst door de RMU. Voor het personeel geldt een middelloon

Organigram Figuur 5



pensioenregeling bij PFZW. Medewerkers dragen voor 25% bij in de premie. Daarnaast biedt 3xM haar medewerkers een ANW-hiaat verzekering aan, waaraan deelnemende medewerkers 50% premie bijdragen. 3xM biedt haar medewerkers eens per vier jaar een Preventief Medisch Onderzoek (PMO) aan. Afgelopen jaar namen daar acht collega's aan deel.

3xM houdt zich aan de Regeling beloning directeuren van goede doelen organisaties. Het CBF heeft onze berekening van de directiekosten op basis van deze regeling getoetst en akkoord bevonden. Zie figuur 6 voor een specificatie van de directiekosten onderstaande figuur. In de Thematische Toets Directiebeloning van de Regeling beloning directeuren van goede doelen organisaties komt voor 3xM uit op 350 BSD punten. Daarmee valt 3xM binnen de functiegroep F (BSD 341-370), waarvoor per 1 juli 2020 een maximum is bepaald van € 100.527. Het jaarinkomen van de directeur (in loondienst) blijft ruimschoots binnen dit maximum. Ook het jaarinkomen, de belaste vergoedingen/bijstellingen, de pensioenlasten, de pensioencompensatie en de overige beloningen op termijn samen, blijven ruimschoots binnen het in de regeling opgenomen maximum van € 201.000 dat sinds 1 januari 2020 geldt (per 1 januari 2021: € 209.000). Zie de toelichting hiernaast in figuur 6.

Toelichting kosten directie Figuur 6

Naam	M. Timmer
Functie	Directeur
<i>Dienstverband</i>	
Aard	Onbepaald
Uren	39
Percentage dienstverband	100%
Periode	1-1-20 t/m 31-12-20
<i>Bezoldiging</i>	
Bruto jaarsalaris	68.832
Vakantiegeld	5.500
Eenmalige uitkering (inhaal procentuele salarisverhoging)	225
Eindejaarsuitkering	5.706
Totaal jaarinkomen	80.263
Pensioenlasten (werkgeversdeel)	12.409
Onbelaste vergoedingen	363
Fiscale bijtelling auto	1.366
Totaal overige lasten en vergoedingen	14.138
Totaal bezoldiging (incl. werkgeverslasten)	94.401

Nevenfuncties

- Lid van het comité van aanbeveling van ArabVision, NL
- Voorzitter Netwerk Bezinning Profetie MissieNederland
- Lid van het comité van aanbeveling (Board of Reference) van DEO Recordings, Polen
- Founder van Master Media Foundation, Roemenië

Onze internationale partnerorganisaties zijn zelfstandige rechtspersonen met ieder hun eigen personeel in dienst. 3xM financiert (grotendeels) hun salariskosten.

Vrijwilligers en zzp'ers

3xM streeft naar een stevige inzet van vrijwilligers op alle afdelingen binnen 3xM. Dat is gelukt. Per eind 2020 waren er 22 vrijwilligers bij 3xM betrokken, waarvan drie alleen actief worden in crisis situaties. We mogen ons gezegend weten met deze trouwe vrijwilligers. Al jarenlang ligt het aantal betrokken vrijwilligers tussen de 20 en 25. Zij dragen in totaal voor 2 à 2,5 fte bij aan de werkzaamheden. Het beleid rond vrijwilligers is vastgelegd in het vrijwilligersreglement. Ook is met elke vrijwilliger een vrijwilligersovereenkomst gesloten en wordt jaarlijks met elke vrijwilliger een evaluatiegesprek gevoerd.

Vrijwilligers zijn welkom bij de eindejaarsbijeenkomsten, op de personeelsvergaderingen en bij de weekopeningen en het jaarlijkse uitje. Op veel manieren laten we merken hoezeer wij de inzet van vrijwilligers waarderen. Ze zijn van onschatbare waarde voor het werk van 3xM. Per eind 2020 waren vier freelancers aan 3xM verbonden voor de technische ondersteuning van het CRM pakket en voor de internationale implementatie van social media en discipelschap. Ook in 2021 hopen zij zich voor 3xM in te zetten.

5.3 | BELEID MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD Ondernemen

3xM kent een eigen duurzaamheidsbeleid. In de loop van de jaren heeft 3xM diverse maatregelen genomen op weg naar een klimaatneutrale organisatie. De keuze voor een kantoor direct naast het station is daar één van. 3xM gebruikt ook al langer groene stroom, beschikt over een 100% elektrische bedrijfsauto en heeft een maximaal aantal zonnepanelen op het dak geplaatst. In 2020 is overgegaan van een eigen server naar een Cloud-omgeving, zodat binnen 3xM (maar ook in totaliteit) minder energie wordt verbruikt. Het personeel van 3xM wordt (financieel) gestimuleerd om binnen een straal van dertig kilometer van het kantoor te gaan wonen. De informatiestroom gebeurt vrijwel geheel digitaal. Het beleid is om zo weinig mogelijk te printen. Afval zamelen we gescheiden in, papier heeft het FSC-keurmerk en er worden LED spaarlampen, bewegingsmelders en oplaadbare batterijen gebruikt. Ook schenken we fairtrade koffie en thee.

Onvermijdelijke vlieg mijlen compenseren we via een organisatie die deze compensatie gebruikt voor kleinschalige boomaanplantprojecten, duurzaam bosbeheer en het verspreiden van waterfilters en energiezuinige houtovens. Effect van deze projecten is drieledig: het vastleggen van koolstofdioxide, het verbeteren van het levensonderhoud en het herstel van de biodiversiteit.

3xM wil Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO). Dit houdt meer in dan alleen energiebesparing. Het gaat over bewuste omgang met Gods schepping (Planet), maar ook over heilzame omgang met mensen (People).

Tijdens de coronapandemie hebben we ons gerealiseerd dat we een volgende slag moeten maken als het gaat om duurzaam personeelsbeleid. Hoe zorgen we er voor dat werknemers een goede balans vinden tussen werk en privé? Hoe doen we recht aan onze mensen, terwijl we tegelijkertijd voldoende waarborgen inbouwen in het geval inkomsten tegenvallen? Hoe zorgen we er voor dat iedereen betrokken en aangehaakt blijft en functieprofiel heeft dat het beste voor zowel medewerker als 3xM betekent? Wat heeft iedere individuele medewerker het meest nodig om goed te kunnen blijven functioneren? Komend jaar zullen we daar diepgaander aandacht aan besteden.

MVO gaat ook over een duurzame ontwikkeling van onze activiteiten in projectlanden. Onze doelstellingen moeten op een ethisch verantwoorde manier worden uitgevoerd. Dat betekent dat we een eerlijke prijs betalen en hechten aan een gezonde bedrijfsvoering, ook bij onze partners (Profit).

5.4 | SAMENWERKINGS-VERBANDEN MET ANDERE ORGANISATIES

3xM heeft een achttal criteria ontwikkeld voor het aangaan van lidmaatschappen. Naast ad hoc samenwerkingsverbanden voor de financiering van projecten is 3xM lid van de volgende organisaties: Nederlandse Zendingsraad (NZR), Centraal Bureau voor de Fondsenwerving (CBF), World Association of Christian Communication (WACC), Federation of European Broadcasters (FEB), de Stichting Stichting Evangelisch Meldpunt (SEM) en de Reformatorische Maatschappelijke Unie (RMU). Lidmaatschap van de

Evangelical Council for Financial Accountability (ECFA) is in voorbereiding. 3xM participeert binnen de Vereniging van Eigenaren (VvE) in verband met ons pand aan de Zielhorsterweg. Ook neemt 3xM deel aan de nationale campagne No Choice, een gezamenlijk initiatief van verschillende zendingsorganisaties om aandacht te vragen voor de 3 miljard mensen die nog niet bereikt zijn in de wereld.



BESTUURSVERSLAG EN VERANTWOORDINGSVERKLARING

Stichting 3xM kent een platte organisatiestructuur, zoals weergegeven in figuur 5 op pagina 29. Het bestuur is eindverantwoordelijk. In dit hoofdstuk wordt eerst nader ingegaan op het bestuur zelf. Daarna volgt vanaf paragraaf 6.2 de verantwoordingsverklaring. Het onderdeel 'omgang met belanghebbenden' is opgenomen in 2.5.



Samenstelling bestuur per 1 januari 2021 Figuur 7

Leden bestuur	Periode	Aftredend	Functies	Nevenfuncties
Drs. W.A. van Ginkel RA <i>voorzitter</i>	1	17-05-2024	Directeur bedrijfsvoering Leger des Heils Amsterdam	- Lid bestuur St. Gipsy Mission - Lid bestuur SDOK (St. De Ondergrondse Kerk)
Drs. G. Taute <i>penningmeester en plv. voorzitter</i>	2	31-12-2024	Organisatie adviseur	- Bestuurslid Eigenwijkse Energie Coöperatie - Voorzitter Kerkenraad Hervormde gemeente te Wijk bij Duurstede (PKN)
Mw. G. van den Toren-Lekkerkerker MA <i>lid</i>	2	31-10-2023	Mission partner for mission education and consultation' bij Church Mission Society	- Lid raad van toezicht Profila Zorggroep - PhD Candidate at PThU Groningen
Drs. J. Bomhof	1	31-12-2024	Gepensioneerd	nvt

6.1 | BESTUUR

Het bestuur heeft op hoofdlijnen de volgende statutaire taken en verantwoordelijkheden:

- Waken over de handhaving van de grondslag en het doel van de stichting;
- Benoemen, schorsen en ontslaan van bestuursleden;
- Beheer voeren over het vermogen van de stichting;
- Vaststellen van het (meerjaren)beleidsplan, het jaarplan, de begroting, het jaarverslag, de jaarrekening en belangrijke reglementen;
- Maken van een jaarlijkse zelfevaluatie, waarvan de uitkomsten en afspraken worden vastgelegd;
- Vaststellen van het bestuurs- en directiereglement, waarin bestuurlijke zaken worden geregeld en nadere invulling wordt gegeven aan de bevoegdheden en verantwoordelijkheden van de directeur.

Samenstelling en benoeming bestuur

Conform de statuten bestaat het bestuur uit minimaal

vijf en maximaal negen leden. Per 1 januari 2021 zijn er vier leden en één vacature. Bestuursleden hebben een zittingstermijn van maximaal twee keer vier jaar. De heer Van Ginkel en de heer Strengholt zijn in juni benoemd voor een 2e termijn. De heer Strengholt heeft zijn lidmaatschap van het bestuur eind augustus toch opgezegd omdat hij zijn aandacht op andere dingen moest richten. Mevrouw Van Hulst heeft haar lidmaatschap eind oktober na een bezinningsdag met het bestuur opgezegd. In 2021 zal gezocht worden naar invulling van de twee ontstane vacatures. Het bestuurslidmaatschap van de heer Taute werd verlengd tot afronding van de Jaarrekening over 2020. Jan Bomhof werd per 1 januari 2021 oktober benoemd tot plaatsvervangend voorzitter/secretaris.

Bestuursleden stemmen in met en ondertekenen de statuten, het huishoudelijk reglement, het bestuurs- en directiereglement, de gedragscode en het protocol 'Fondsenwerving, voorlichting en communicatie'. Er mogen geen familie- of vergelijkbare relaties tussen bestuurders onderling of

met medewerkers bestaan. Zij mogen niet in loondienst zijn van de stichting en er mag geen relatie zijn met één van de partners.

Zelfevaluatie bestuur

Het bestuur heeft tijdens de jaarlijkse bezinningsdag in augustus uitgebreid met de directie en managers gesproken over de organisatiedynamiek, over het luisteren naar Gods stem en over het identiteitsbewijs. Daarnaast heeft het bestuur in oktober twee vergaderingen belegd om tot een goede evaluatie te komen van het functioneren van het bestuur. Met name ging het over de vragen:

1. Wat mag de organisatie van ons verwachten?
2. Wat is onze bestuursstijl? Hierbij spelen zaken een rol als afstand vs. nabijheid (tussen bestuur en werkorganisatie), wanneer houden we vast, wanneer laten we los?
3. Zijn de rollen in het bestuur duidelijk? Het gaat over onze rol als bestuursleden.

Uitkomst van deze bespreking wordt vastgelegd in een visie op besturen van 3xM die begin 2021 afgerond werd, het is een mooi document geworden.

Bestuursvergaderingen en vergoedingen

Het bestuur vergaderde in 2020 zesmaal, eenmaal fysiek, de bezinningsdag fysiek en de overige vergaderingen digitaal. Het stelde onder meer het jaarplan, de begroting, jaarrekening en het jaarverslag vast. Veel tijd investeerde het bestuur in het identiteitsbewijs, de onderlinge visievorming als bestuurders en in de visievorming rond discipelschap.

Bestuursleden ontvangen geen bezoldiging. Wel hebben zij recht op reiskostenvergoeding van € 0,28 per kilometer en vergoeding voor communicatie- en printkosten van maximaal € 150 per jaar. In totaal werd in 2020 € 3.663

Bestuursleden per 1 januari 2021 *Figuur 8*



Wim van Ginkel RA
Voorzitter



Drs. Gerrit Taute
Penningmeester



Berdine van den Toren-
Lekkerkerker MA
Algemeen bestuurslid



Drs. J. Bomhof
Algemeen bestuurslid

uitgegeven aan bestuurskosten (2019: €5.898). Dit bedrag is inclusief reiskosten naar het buitenland. In 2020 werden er vanwege de coronapandemie geen bestuursreizen naar het buitenland gemaakt. Tijdens de bezinningsdag werd wel gekeken naar een video van het veld.

6.2 | FUNCTIONEREN VAN DE SCHEIDING TUSSEN UITVOEREN, BESTUREN EN TOEZICHT HOUDEN

Conform het Centraal Bureau Fondsenwerving (CBF) hanteren wij de volgende begrippen:

- Uitvoeren: het uitvoeren van projecten en activiteiten, toekennen en besteden van middelen, monitoren en evalueren en voeren van de administratie.
- Besturen: richting geven aan de organisatie, zorgen voor het verwerven, besteden en beheren van de nodige middelen en voor het adequaat functioneren van de organisatie.
- Toezicht houden: vooraf plannen vaststellen of goedkeuren en achteraf het functioneren van de organisatie kritisch volgen naar resultaten.

Uitvoeren, besturen en toezicht houden bij 3xM

De dagelijkse uitvoering is de primaire verantwoordelijkheid van de managers van de afdelingen en de opererende medewerkers, vrijwilligers en freelancers op deze afdelingen. De lokale partnerorganisaties worden bestuurd door hun lokale directeuren. De programma's die onder hun verantwoordelijkheid worden gemaakt, worden uitgevoerd door de programmamedewerkers.

De directeur van 3xM is verantwoordelijk voor het leiding geven aan de gehele organisatie. Hij wordt bijgestaan door een personal assistant die ook het directiesecretariaat voert. Het bestuur houdt toezicht op de organisatie. De directeur belegt zo'n acht keer per jaar een managementoverleg met de managers. Daarnaast beleggen directeur en managers minimaal eens per jaar een heidag. Het bestuur vergadert minimaal viermaal per jaar met de directeur. Bij die vergadering zijn ook de managers van de afdelingen aanwezig en/of krijgen zij achteraf inzage in de bestuursnotulen.

6.3 | EFFECTIVITEIT VAN DE BESTEDINGEN

De effectiviteit van de bestedingen en de impact van het werk van 3xM worden in verschillende hoofdstukken beschreven. In hoofdstuk 2 staat meer over bestedingen in de projectlanden en hoofdstuk 4 gaat over communicatie en fondsenwerving.

In hoofdstuk 1 is al stilgestaan bij het Beleidsplan 2017-2021. Om de effectiviteit van dit Beleidsplan – en daarmee van de bestedingen – zo groot mogelijk te laten zijn, zijn in de voorbereidingsfase de volgende stappen doorlopen:

- a. Nulmeting door evaluatie van het Beleidsplan 2012-2016.
- b. Bezinning van Bestuur en Management op Visie, Missie en Positionering.
- c. SWOT analyse, uitgezet bij zowel interne als externe relaties. Deze analyse leidde tot de geaggregeerde SWOT analyse. Om alle respondenten een gevoel van betrokkenheid en herkenning te geven werd in de vraagstelling van de SWOT analyse elementen uit alle kwadranten van de DISC analyse opgenomen.

- d. Politieke, Economische, Sociale en Technologische (PEST) context analyse met betrekking tot alle landen waarin 3xM werkzaam is. In het eerstvolgende Beleidsplan zullen ook Demografische en Ecologische elementen meegenomen worden (DE).
- e. Risico analyse, waarover later in dit hoofdstuk meer.

Op basis van deze stappen is een afgewogen Beleidsplan 2017-2021 geformuleerd dat op de 3xM website kan worden ingezien.

6.4 | RISICOANALYSE EN BEHEERSING

Risicoanalyse

De beheersing van risico's neemt een steeds prominentere plaats in bij de strategie- en beleidsontwikkeling. Bedrijven werken in toenemende mate met een systeem van Enterprise Risk Management. Ook binnen 3xM is er aandacht voor risico's. Dat 3xM ook in gesloten landen werkt, maakt een gedegen risicoanalyse alleen maar belangrijker. Het dwingt ons ertoe om de risico's te onderkennen, in kaart te brengen en maatregelen te nemen om ze zo goed mogelijk te beheersen. Daarom heeft 3xM een Risicobeleid geformuleerd. Aan het einde van dit hoofdstuk zijn alle onderkende belangrijkste risico's per aandachtsgebied en bijbehorende maatregelen kort benoemd. De risicoklasse geeft aan wat de kans is dat het risico bewaarheid wordt. In het risicobeleid zijn alle middelmatige en hoge risico's uitvoerig beschreven en zijn specifieke maatregelen per punt opgenomen. Risicobeleid is nodig, maar meer nog brengt dit ons tot gebed, in het vertrouwen dat God ons beschermt.

Risicobeheersing op het gebied van doelstelling, strategie en visie

Conform de planning- en controlecyclus wordt eens per vijf jaar een meerjaren Beleidsplan vastgesteld. Op elke bestuursvergadering wordt het bestuur gerapporteerd over de stand van zaken rond deze strategische doelen. Ook houden bestuur en management eens per jaar een bezinningsdag, waarop de algemene koers van 3xM herijkt wordt. Tenslotte voert het bestuur jaarlijks een zelfevaluatie uit en wordt het functioneren van de directeur en de organisatie met hem besproken.

Risicobeheersing op het gebied van Partners & Projecten

We investeren in een goede band met de partners. We bezoeken hen op gezette tijden en houden intensief

digitaal contact. Onze partners zijn zelfstandige rechtspersonen. We overleggen regelmatig met de partner over onze doelstelling en de mogelijkheid om die met elkaar te bereiken. Als blijkt dat onze doelstelling niet met een bepaalde partner kan worden bereikt, zullen we de samenwerking beëindigen.

Toezeggingen voor financiële steun (zogenaamde pledges) aan partners geven we jaarlijks af, altijd onder voorbehoud van voldoende middelen. De pledges zijn in euro's uitgedrukt, om een valutarisico zoveel mogelijk uit te sluiten. Ondanks al deze borgende maatregelen blijft een restrisico bestaan. Onder andere doordat 3xM internationaal fondsen werft, waarbij afspraken worden gemaakt in vreemde valuta. Daardoor treedt een valutarisico op. Voor al deze zaken

hebben we € 125.000 opgenomen in de continuïteitsreserve. Met elke partner worden afspraken gemaakt over het tekenen van facturen, het toezicht op de uitvoering, rapportage aan 3xM en controle van de boeken.

Reizen is niet zonder risico. Daarom hebben we een uitgebreid veiligheidsbeleid voor buitenlandse reizen opgesteld, waarin we ook het advies van het Ministerie van Buitenlandse Zaken en de aanwijzingen van de partner hebben opgenomen. Elke dienstreiziger bindt zich door middel van een getekende verklaring aan dit beleid.

Risicobeheersing op het gebied van Communicatie & Fondsenwerving

Goede doelen zijn kwetsbaar omdat donateurs op ieder moment kunnen besluiten hun bijdrage te stoppen. Er zijn in Nederland veel goede doelen en veel zendingsorganisaties. Oorzaken binnen en buiten 3xM kunnen voor de donateur aanleiding zijn hun bijdrage te verminderen of te beëindigen.

We werven jaarlijks nieuwe donateurs om achteruitgang in inkomsten te voorkomen. De achterban bestaat uit een mix van grote en kleine gevers, fondsen en kerken, zodat het risico maximaal gespreid is. Voor de communicatie met belanghebbenden is een communicatieprotocol opgesteld. Als de Heer het huis niet bouwt, tevergeefs zwoegen de bouwlieden daaraan. Om dit belangrijke werk in Gods Koninkrijk te kunnen doen is blijvend gebed nodig. Daarom verspreiden we eens per maand een gebedsbrief aan onze achterban.

We werven fondsen in andere landen en dienen daar (project) voorstellen in. Daar zit een valutarisico in omdat er een



periode zit tussen het indienen van het (project)voorstel, het besluit dat de fondsverstrekker neemt, het tijdstip van uitbetaling aan onze buitenlandse vertegenwoordiging en de uiteindelijke overboeking naar Nederland. Om dat risico zo klein mogelijk te houden rekening we met voldoende marge in de (project) voorstellen. Daarnaast monitoren we de valutaschommelingen en krijgen we van Bedrijfsvoering een koerswaarschuwing als deze teveel in de kritische zone terecht komt. Dan dienen voorstellen aangepast te worden en in het uiterste geval contact opgenomen met de fondsverstrekker. Als beste voorbeeld noemen we een aanvraag over een periode van drie jaar met een vaste valutakoers. Het was best spannend, maar het is in dit geval gunstig voor ons verlopen.

Risicobeheersing op het gebied van Bedrijfsvoering

We investeren in een goede band met medewerkers en vrijwilligers. Samen vormen we een hecht team waarbinnen ieder waarde toevoegt. Elke week beginnen we met een bijeenkomst waarin we ons werk aan God opdragen. We voeren formele en informele gesprekken, niet alleen met het doel elkaar te informeren, maar ook om zicht te krijgen op de werkdruk. Die proberen we zoveel mogelijk te reguleren, om duurzaam met elkaar om te gaan.

Elk jaar wordt de Risico Inventarisatie & Evaluatie geactualiseerd. Medewerkers en vrijwilligers informeren we tijdens een jaarlijkse meeting over het Arbobeleid en het BHV-plan. Iedere drie à vier jaar krijgen medewerkers en vrijwilligers een Preventief Medisch Onderzoek (PMO) aangeboden.

Alle informatiestromen zijn op hoofdlijnen beschreven in het Kwaliteitsbeleid, met verwijzing naar onderliggende

protocollen en documenten. Bij betalingen wordt een strikte functiescheiding gehanteerd. Jaarlijks vindt interne controle plaats. De jaarlijkse begroting geldt als normstellend voor de uitgaven per afdeling. Maandelijks wordt hierop gerapporteerd zodat het risico van budgetoverschrijding wordt tegengegaan. We zijn in 2019 overgegaan naar het boeken van heel grote specifieke project inkomsten via de post vooruit ontvangen. We nemen de inkomsten als de uitgaven gedaan worden. Dat heeft als voordeel dat we beter de stand van zaken kunnen monitoren en zien “hoeveel er in pot” zit. Doordat het een onderhanden werk positie betreft is anderzijds het goed volgen van deze post van groot belang. Zitten er nog voldoende middelen in ten opzichte van het te verrichten werk? We hebben in 2020 hiervoor veel betere volgingspatronen voor gemaakt via ons boekhoudsysteem dat op aanwijzing van de afdeling Partners en Projecten wordt geboekt. Jaarlijks vindt accountantscontrole plaats. Reguliere verzekeringen dekken de gebruikelijke risico's van onder andere aansprakelijkheid en ziekteverzuim. Risico's ten aanzien van de ICT zijn verwoord en geborgd in het Data- en ICT Veiligheidsbeleid. We houden een continuïteitsreserve aan van in totaal € 525.000, waarvan € 125.000 voor risico's rond de partners zoals hiervoor beschreven.

6.5 | SLOTWOORD BESTUUR

Een bijzonder jaar ligt achter ons! De wereld stond in 2020 in het teken van Covid-19. We zijn als bestuur verwonderd over de zegeningen die God ons heeft gegeven. Juist in het afgelopen jaar werd zichtbaar hoe krachtig social media en televisie zijn om mensen te bereiken en tot discipelen van Jezus te maken. We zijn onder de indruk van de enorme

hoeveelheid reacties die ontvangen zijn op de programma's en zien de eerste vruchten van onze strategie om meer in te zetten op social media en discipelschap. Het doel is niet uitzenden van programma's, maar dit als middel te zien om mensen te bereiken die Jezus Christus gaan volgen en discipel van Hem worden. We zijn dankbaar voor de financiële groei en trots op de medewerkers en projectpartners die in dit moeilijke jaar veerkracht en creativiteit hebben getoond om de omstandigheden te gebruiken om het Evangelie te verspreiden. We zijn bovenal God dankbaar die ons de kracht, moed en inspiratie en zegen op ons werk heeft gegeven. Alle glorie aan Hem!

Wim van Ginkel
Voorzitter



Beschrijving van de voornaamste risico's *Figuur 9*

WERKVELD	RISICOGEBIED	RISICO KLASSE	MATE VAN BEHEERS-BAARHEID	PREVENTIEVE MAATREGELEN
Doel, strategie & visie	Relevantie als organisatie	Laag	Goed	In Strategie- en Beleidsplan 2017-2021 focus op christelijke televisie/nieuwe media in gebieden waar anderen niet uitzenden. Gebedsbrief, weekopening, gebedsbijeenkomsten. Risicobeleid en SWOT analyse.
	Doelstelling	Laag	Goed	Statuten. Focus op werkgebied waar de minste christenen wonen en er geen of weinig christelijke visuele media is, voor een goede inzet van de wereldwijd beperkte middelen voor onze doelstelling.
	Visie en daadkracht	Laag	Goed	Strategie- en Beleidsplan 2017-2021. Jaarlijkse bezinningsdag, zelfevaluatie bestuur, bestuur- en directiereglement.
Overall	Coronapandemie	Middel	Voldoende	Fondsenwerving: spreiding van inkomsten, waar nodig nieuwe donoren in winstgevende sectoren benaderen. Projectuitvoering: aansturing op afstand, (meer) gebruik van sociale media en internet. Bedrijfsvoering: Passende maatregelen ter bescherming (ontsmettingsmiddelen op kantoor, thuiswerk), Ondersteuning thuis (kantoormiddelen, vergoeding). Verbondenheid (Teams meetings, onderlinge bemoediging).
Partners & Projecten	Relevantie televisie-programma's	Laag	Voldoende	Regelmatig gesprek met de partners over onze invulling van (sociaal maatschappelijke) christelijke moderne media. Elkaar aanscherpen en vormen. Impactonderzoek om te zien of de boodschap door de kijkers begrepen en ontvangen wordt. Kijkcijfers. Getuigenissen. Research naar de effectiviteit van onze methodologie.
	Implementatiekracht	Middel	Voldoende	Bemensing en training van zowel kantoor- als partnerorganisatie, inhuur van gekwalificeerde instanties.
	Christelijk profiel partners	Middel	Goed	Door constante monitoring bij (video)overleg, werkbezoeken en meting van de output (programma's) kunnen signalen snel opgepakt worden. Verder is er crisismanagement en gebed.
	Kwaliteit en/of beleid bij partner	Middel	Voldoende	Procedurebeschrijving, inclusief monitoring en controleprocedures om toe te zien op de kwaliteit van de (uitvoering van de) programma's. Monitoring hoe partner omgaat met veranderende omstandigheden. Daarbij gelden gemeten ervaringen, onder meer bij andere partners, als leidend. Protocol financieel beheer.
	Keuze van en relatie met partner	Middel	Voldoende	Criteria voor keuze van partnerorganisaties. Partnerschap gestalte geven door voldoende tijd en aandacht te besteden aan de relatie. Door die relatie hopen we kwalitatief betere uitwisseling van gedachten en informatie te krijgen.
	Financiën partner	Laag	Goed	Met partners worden geen lange termijn verplichtingen aangegaan. Toezeggingen worden in euro's gedaan i.v.m. tegengaan valutarisico's.
	Veiligheid buitenlandse reizen	Middel	Voldoende	Veiligheidsbeleid buitenlandse reizen. Contact Ministerie Buitenlandse Zaken. Oefening in crisis management.

Vervolg beschrijving van de voornaamste risico's *Figuur 9*

WERKVELD	RISICOGEBIED	RISICO KLASSE	MATE VAN BEHEERSBAARHEID	PREVENTIEVE MAATREGELEN
Communicatie & Fondsenwerving	Reputatie en imago	Laag	Matig	Protocol met uitgangspunten voor communicatie. Klachtenbeleid.
	Donateursbehoud	Hoog	Matig	Fondsenwerving nieuwe en bestaande donateurs in Nederland en buitenland. Regelmatige communicatie met achterban. Donateursreizen.
	Tevreden donateurs	Laag	Voldoende	Normstelling voor klachten binnen ons donateursbestand en voor werving van nieuwe donateurs. De invloed van ons werk voorop blijven stellen in onze communicatie.
	Afhankelijk van donateurs	Middel	Voldoende	Goede mix van kleinere en grotere donateurs en fondsen.
Bedrijfsvoering	Betrokken en gezond personeel	Laag	Voldoende	Arbeidsvoorwaarden. Formele en informele gesprekken. Weekopening. Jaarlijkse vrijwilligersdag. Preventief Medisch Onderzoek. Arbobeleid (incl. ziekteverzuimbeleid), RI&E en BHV beleid. Werknemerstevredenheid- en betrokkenheid.
	Duurzaamheid	Laag	Voldoende	Duurzaamheidsbeleid ten aanzien van milieu, mensen en bedrijfsvoering.
	Valuta en banken	Laag	Voldoende	Jaarlijkse pledge, tussentijd opzegbaar. Spreiding van gelden over de systeembanken ivm garantiestelsel DNB. Jaarlijkse vaststelling en wekelijkse monitoring van valutakoersen.
	Compliance	Laag	Goed	Wet- en regelgeving worden bijgehouden en geborgd. Abonnement op vaktijdschriften. Informatie van accountants. Jaarlijkse verslaggeving. Transparantie door publicatie op 3xM website. ANBI. CBF.
	Financieel vertrouwen	Laag	Goed	Functiescheiding bij betalingen. Jaarlijkse interne controle. Fraudebeleid. Maandrapportage. Jaarrekening. Managementreview.
	Duidelijk en veilig werk	Laag	Goed	Kwaliteitsbeleid, 3xM gedragscode, arbeidsvoorwaarden, Arbo reglement, BHV plan.
	Kwaliteit personeel	Laag	Goed	Plannings-, voortgangs- en beoordelingsgesprekken en indien van toepassing exitgesprekken met medewerkers en vrijwilligers. Training en opleiding.
	Kosten organisatie	Laag	Goed	Jaarlijkse begroting als normstelling. Maandrapportage. Bijsturing in het managementoverleg.
	Verkoopbaar gebouw	Laag	Matig	Continuïteitsreserve.
	Schade en incidenten	Laag	Voldoende	Verzekeringen zijn afgesloten voor bestuur, personeel, vrijwilligers en bedrijfsmiddelen. ICT Veiligheidsbeleid.

FINANCIËN

7.1 | BALANS, STAAT VAN BATEN EN LASTEN EN KASSTROOMOVERZICHT

We presenteren in dit jaarverslag een verkorte versie van de cijfers. Voor een goed begrip van de cijfers voegen we een uitgebreide analyse en toelichting toe. De weergegeven cijfers zijn ontleend aan de jaarrekening 2020 en zijn hieronder afgerond op duizendtallen. De volledige jaarrekening kan worden gedownload op onze website.

7.2 | ANALYSE VAN HET FINANCIËLE RESULTAAT

Ten opzichte van de begroting 2020 werd:

- € 488.000 minder ontvangen.
- € 631.000 minder besteed aan de doelstelling,
- € 30.000 minder uitgegeven aan fondsenwerving.
- € 25.000 meer uitgegeven aan beheer en administratie.
- Er is een positief resultaat van € 74.000.

Ten opzichte van 2019 werd:

- € 642.000 minder ontvangen.
- € 287.000 meer besteed aan de doelstelling.
- € 2.000 meer uitgegeven aan fondsenwerving.
- € 23.000 meer uitgegeven aan beheer en administratie.

Toelichting op de baten

We ontvingen in 2020 € 879.000 (2019: € 1.521.000) van particuliere donateurs. Dat verschil wordt met name veroorzaakt door een legaat van € 800.000 dat we eind 2019 ontvingen. We ontvingen € 3.000 (2019: € 15.000) van bedrijven en € 972.000 (2019: € 780.000) van andere organisaties zonder winststreven. Van de totale baten kwam € 932.000 (2019: € 389.000) uit de USA en € 4.000 uit Singapore.

Overige toelichting

In 2020 lagen de bestedingsratio's boven de norm die we als 3xM gesteld hebben. In 2019 lag de bestedingsratio baten nog ruim onder de norm, maar dat kwam doordat er in december een groot legaat werd ontvangen. De mogelijkheden om dat legaat te besteden waren op dat moment beperkt. De wervingskosten en kosten beheer en administratie bleven ook binnen de norm.

Invloed van het resultaat op de reserves en fondsen

Het positieve resultaat van € 74.000 had als effect dat er een bestemmingsreserve kon worden gevormd voor de internationale fondsenwerving en communicatie. Uit die reserve willen we de komende jaren versterking op dit vlak realiseren. De bestemmingsreserve 'uitbreiding Nederland en nieuwe projecten' werd opgeheven.

Het totaal van de reserves en fondsen is op 31 december 2020 € 1.354.000 en bestaat uit de volgende componenten:

- Continuïteitsreserve: € 525.000
- Bestemmingsreserves: € 624.835
- Bestemmingsfondsen: € 204.000



7.3 | TOELICHTING OP DE JAARREKENING

Algemeen

De jaarrekening is opgesteld in overeenstemming met de Richtlijn Verslaggeving Fondsenwervende Organisaties (RJ650, publicatie: oktober 2016).

Toelichting op de balans

Materiële vaste activa

De materiële vaste activa zijn gewaardeerd tegen aanschafwaarde verminderd met afschrijvingen gebaseerd op de (verwachte) economische levensduur. De materiële vaste activa hebben een waarde van € 294.000.

Vorderingen

De totale vorderingen bedragen € 126.000, waaronder € 8.000 aan vooruitbetaalde kosten en € 114.000 aan nog te ontvangen bedragen. Met name wordt nog een bedrag vanuit 3xM USA van € 98.000 verwacht.

Balans per 31 december 2020 in euro *Figuur 10*

ACTIVA	31 DEC. 2020	31 DEC. 2019
MATERIËLE VASTE ACTIVA		
Gebouw	198.152	207.300
Verbouwing	33.136	42.900
Inventaris	6.063	11.124
Automatisering	36.333	15.260
Bedrijfsauto's	20.015	26.032
	293.689	302.616
VORDERINGEN		
Vordering en vooruitbetaalde bedragen	125.845	17.977
LIQUIDE MIDDELEN		
Rekeningen-courant	937.634	103.905
Spaarrekeningen	906.830	1.608.142
Kas	818	813
	1.845.282	1.712.860
TOTAAL ACTIVA	2.264.815	2.033.452

PASSIVA	31 DEC. 2020	31 DEC. 2019
RESERVES		
Continuïteitsreserve	525.000	525.000
Bestemmingsreserves	624.835	538.465
	1.149.835	1.063.465
FONDSEN		
Bestemmingsfondsen	204.483	217.331
	204.483	217.331
KORTLOPENDE SCHULDEN		
Toezeggingen aan projecten	52.028	45.000
Crediteuren	17.998	30.226
Vooruitontvangen	757.069	591.648
Overige schulden	83.402	85.782
	910.497	752.656
TOTAAL PASSIVA	2.264.815	2.033.452

Liquide middelen

De liquide middelen zijn totaal € 1.845.000. We hebben deze middelen verspreid over rekeningen bij alle vier Nederlandse grootbanken, zodat we maximaal gebruik maken van het garantiestelsel van de Nederlandse overheid. Het onderscheid tussen gewone rekeningen en spaarrekeningen is nagenoeg irrelevant geworden door de zeer lage rente. Ons beleid is wel om goede spreiding te hebben over de rekeningen omdat de banken bij rekeningen met te

hoge saldi debetrente rekenen. De liquide middelen zijn met name nodig voor het financieren van de kortlopende schulden van € 910.000 en voor opvang van calamiteiten.

Beleggingen

We beleggen donateursgelden niet in aandelen of obligaties. We vinden het belangrijk dat onze middelen verspreid zijn over verschillende banken, in verband met risicospreiding.

Binnen dit beleid zetten we de beschikbare middelen weg tegen een zo hoog mogelijk risicovrij rendement op spaarrekeningen. Helaas levert dat vrijwel niets op.

Reserves en fondsen

We hebben als beleid alleen hoogst noodzakelijke reserves aan te houden.

Staat van baten en lasten 2020 in euro *Figuur 11*

BATEN	EXPLOITATIE 2020	BEGROTING 2020	EXPLOITATIE 2019
<i>Baten van particulieren</i>			
Donaties en giften	682.556	809.463	659.253
Nalatenschappen	196.220	100.000	861.831
	878.776	909.463	1.521.084
<i>Baten van bedrijven</i>	2.794	15.000	15.373
<i>Baten van subsidies van overheden</i>	31.910	-	
<i>Baten van andere organisaties zonder winststreven</i>			
Kerken	14.524	36.000	26.692
Kerkelijke organisaties	25.000	25.000	30.000
Fondsen, stichtingen, verenigingen Nederland	22.826	85.125	62.077
Fondsen USA	905.554	1.288.634	661.314
Fondsen overig buitenland	3.754	14.000	-
	971.658	1.448.759	780.083
SOM VAN DE BATEN	1.885.138	2.373.222	2.316.540

Vervolg staat van baten en lasten 2020 in euro *Figuur 12*

LASTEN	EXPLOITATIE 2020	BEGROTING 2020	EXPLOITATIE 2019
<i>Besteed aan doelstellingen</i>			
Projecten Afrika	427.080	461.681	286.272
Projecten Azië	927.736	1.257.547	762.890
Voorlichting	233.005	469.056	259.368
Onderzoek Methodologie	39.888	70.480	31.997
	1.627.708	2.258.763	1.340.527
<i>Wervingskosten</i>	137.350	167.725	135.507
<i>Kosten beheer en administratie</i>	128.469	103.450	105.184
SOM VAN DE LASTEN	1.893.527	2.529.938	1.581.218
<i>Saldo voor financiële baten en lasten</i>	-8.389	-156.716	735.322
Saldo financiële baten en lasten	81.911	11.750	-11.187
SALDO VAN BATEN EN LASTEN	73.522	-144.966	724.135

Vervolg staat van baten en lasten 2020 in euro *Figuur 13*

BESTEMMING SALDO VAN BATEN EN LASTEN	EXPLOITATIE 2020	BEGROTING 2020	EXPLOITATIE 2019
<i>Mutatie bestemmingsfondsen</i>			
Bestemmingsfonds gebouw	-8.719	-8.719	-8.719
Bestemmingsfonds herinrichting gebouw	-4.129	-4.129	-4.129
Totaal mutatie bestemmingsfondsen	-12.848	-12.848	-12.848
<i>Te verdelen na mutatie bestemmingsfondsen</i>	86.370	-132.118	731.538
<i>Mutatie bestemmingsreserves</i>			
Bestemmingsreserve verbouwing, verhuizing en herinrichting	-	-	-1.482
Bestemmingsreserve NL fondsenwerving en communicatie	-21.566	-100.000	171.566
Bestemmingsreserve bestaande en nieuwe projecten	9.336	-	306.899
Bestemmingsreserve uitbreiding NL en nieuwe projecten	-60.000	-32.118	60.000
Bestemmingsreserve INTL fondsenwerving en communicatie	158.600	-	-
Mutatie continuïteitsreserve	-	-	200.000
Totaal mutatie bestemmingsreserves	86.370	-132.118	736.983
TOTAAL MUTATIE BESTEMMINGSFONDSEN EN -RESERVES	73.522	-144.966	724.135

Bestemmingsreserves

Per eind 2019 zijn er diverse bestemmingsreserves gevormd uit het in december 2019 ontvangen legaat. Die reserves zijn deels besteed in 2020. Voor de overige reserves is een bestedingsplan 2021 opgesteld.

Bestemmingsfondsen

Een deel van het vermogen is ondergebracht in bestemmingsfondsen ten bedrage van € 204.000, te weten:

- Bestemmingsfonds van € 191.000 voor het gebouw
- Bestemmingsfonds van € 13.000 voor de herinrichting van het gebouw

Toelichting op het bestemmingsfonds gebouw en bestemmingsfonds herinrichting gebouw

Deze fondsen zijn opgenomen met betrekking tot de aankoop en herinrichting van een bedrijfspand. In 2013 is van twee donateurs in de USA een totaalbedrag ontvangen van € 293.477. Beide donateurs hebben dit volledige bedrag bestemd voor de aankoop en herinrichting van een pand. Het aankoopbedrag van het pand bedraagt € 249.378, hierin is tevens de waarde van de bijbehorende grond ad € 75.000 opgenomen waarover niet wordt afgeschreven. Het resterende bedrag na aankoop van het pand is besteed aan verbouwing en inrichting en is opgenomen in het bestemmingsfonds herinrichting gebouw.

Continuïteitsreserve

Het doel van de continuïteitsreserve is om in financieel mindere tijden de activiteiten gedurende een overbruggingsperiode te kunnen voortzetten en om eventuele calamiteiten te kunnen opvangen. In 2019 is de omvang van de continuïteitsreserve verhoogd van € 325.000 naar € 525.000. Bij de bepaling van de hoogte van dit bedrag is rekening gehouden met tijdelijk doorlopende kosten bij stopzetting of gedeeltelijke inkrimping van projecten,

kosten bij ziekte of overlijden van medewerkers van partnerorganisaties en het (gedeeltelijk) verloren gaan van apparatuur of andere calamiteiten bij partnerorganisaties. Daarnaast kan met deze reserve een tijdelijke terugval in de inkomensstroom of andere bijzondere omstandigheden binnen de eigen organisatie gedurende een periode van drie maanden worden opgevangen.

Kortlopende schulden

De kortlopende schulden bestaan uit:

€ 52.000 voor kortlopende toezeggingen aan projecten.

€ 18.000 voor crediteuren.

€ 757.000 voor vooruitontvangen bedragen.

€ 83.000 voor overige schulden.

Toezeggingen aan projecten (kortlopend)

Van een toezegging is pas sprake nadat het bestuur een besluit ter zake heeft genomen en deze schriftelijk kenbaar is gemaakt aan de ontvanger. Deze verplichting wordt op de balans als schuld opgenomen. In verband met de wisselende omstandigheden en veiligheid in diverse landen zijn de geplande uitgaven en werkzaamheden niet altijd te realiseren. Hierdoor is het mogelijk dat een toezegging meerdere jaren op de balans staat (zie figuur 14 'Toezeggingen aan projecten').

Vooruitontvangen bedragen

Deze post is in 2020 toegenomen, met name door prachtige giften uit de USA: € 343.000 voor de verdere ontwikkeling

van social media en discipelschap bij onze partnerorganisaties, € 184.000 voor Japan, €133.000 voor Centraal-Azië € 90.000 voor Pakistan, € 133.000 voor Afghanistan en € 135.000 voor West-Afrika. Deze giften zijn in 2020 gedeeltelijk besteed, het niet-bestede deel ad € 757.000 staat op de balans als vooruitontvangen en valt vrij wanneer de bestedingen worden gedaan.

Niet in de balans opgenomen activa en verplichtingen

Er zijn twee dienstverlenende partijen in de USA aan wie 3xM in 2021 € 53.000 verschuldigd is met betrekking

tot het uitvoeren van werkzaamheden op het gebied van social media en nazorg en € 38.000 met betrekking tot discipelschap.

Toelichting op de baten en lasten

Baten en lasten worden toegerekend aan de periode waarop ze betrekking hebben en worden verantwoord in de staat van baten en lasten. Voor bestedingen aan de doelstelling verwijzen we naar paragraaf 7.3, voor inkomsten en kosten fondsenwerving en voorlichting naar bijlage 3 en voor 3xM-USA naar paragraaf 4.6.

Toezeggingen aan projecten (kortlopend) in euro *Figuur 14*

Datum	Betreft	Saldo per 01-01	Besteed 2020	Nieuw 2020	Saldo per 31-12
31-12-17	Japan	15.000	-	-	15.000
31-12-18	Afghanistan	30.000	-	-	30.000
31-12-20	Thailand	-	-	7.028	7.028
	Totaal	45.000	-	7.028	52.028

Baten van particulieren

Donaties en giften afkomstig van (vermogende) particulieren, worden verantwoord als baten van particulieren. Tevens worden baten uit nalatenschappen verantwoord als baten van particulieren. Baten uit nalatenschappen worden verantwoord in het jaar waarin de omvang betrouwbaar kan worden vastgesteld. Dit is wanneer de akte van verdeling ontvangen is. Dan wordt een vordering opgenomen met de volgende waardering: liquide middelen voor 90%, beleggingen voor 80% en onroerend goed voor 70%. Voorlopige betalingen in de vorm van voorschotten worden in het jaar van ontvangst verantwoord als baten. In 2020 is € 196.000 uit nalatenschappen ontvangen.

NOW-2 subsidie

3xM heeft over de maanden augustus tot en met november 2020 gebruik gemaakt van de NOW-2 regeling die de overheid in het leven heeft geroepen om bedrijven tegemoet te komen die in hun inkomsten getroffen worden door Covid-19. In totaal werd een bedrag van € 31.910 ontvangen.

Uitvoeringskosten eigen organisatie en toerekening

Onder uitvoeringskosten verstaan we de kosten van bestuur, personeel, huisvesting, afschrijving en algemene kosten. Ze zijn verbijzonderd naar de hoofdactiviteiten van 3xM, te weten projecten buitenland, voorlichting, fondsenwerving en beheer en administratie. De toerekening van de uitvoeringskosten aan deze hoofdactiviteiten vindt plaats op basis van een schatting van de tijdsbesteding. Toerekening kosten fondsenwerving en voorlichting De communicatiekosten worden via een door het bestuur goedgekeurde verdeelsleutel toegerekend aan fondsenwerving en voorlichting. Verstrekte ondersteuning aan partners.

De verstrekte ondersteuning zijn toezeggingen voor diverse bestemmingen aan partners. Ze worden schriftelijk kenbaar gemaakt aan de ontvanger. Op de verstrekte ondersteuning worden de vrijgevallen toezeggingen van de desbetreffende organisatie in mindering gebracht

Toelichting overzicht

Het kasstroomoverzicht is een overzicht van alle werkelijke geldstromen die hebben plaatsgevonden in 2020. Het betreffende overzicht (zie figuur 15) bestaat uit de volgende onderdelen:

* Kasstroom uit operationele activiteiten. Dit deel begint met het resultaat zoals berekend in de staat van baten en lasten. Vervolgens wordt dit bedrag gewijzigd door mutaties. Ook het bedrag aan afschrijvingen wordt hier meegenomen.

* Kasstroom uit investeringsactiviteiten. Hier wordt de aankoop vermeld van investeringen. Ook de verkoopopbrengst van materiële vaste activa valt hieronder.

* Kasstroom uit financieringsactiviteiten.

Het kasstroomoverzicht van 3xM is opgesteld volgens de indirecte methode. De liquide middelen zijn in 2020 per saldo toegenomen met € 132.000. Dit wordt met name veroorzaakt doordat de post vooruitontvangen bedragen voor projecten verhoogd is ten opzichte van 2019 nog niet geheel besteed zijn.

Kasstroomoverzicht per 31 december 2020 in euro

Figuur 15

	2020	2019
Kasstroom uit operationele activiteiten (A)		
Resultaat (saldo van baten en lasten)	73.522	724.135
Afschrijvingen op materiële vaste activa	43.916	57.888
Mutaties vorderingen	-107.868	40.873
Mutaties langlopende schulden	157.841	77.832
	167.410	900.728
Kasstroom uit investeringsactiviteiten (B)		
Investeringen in materiële vaste activa	-34.991	-7.278
Desinvesteringen in materiële vaste activa	-	-
	-34.991	-7.279
Kasstroom uit financieringsactiviteiten (C)		
		-
Mutatie geldmiddelen (A+B+C)		
Liquide middelen per 1 januari	1.712.860	819.408
Liquide middelen per 31 december	1.845.282	1.712.860
Mutatie geldmiddelen	132.422	893.452

7.4 | BEGROTING 2021

Algemeen

De begroting over 2021 is eind 2020 goedgekeurd door het bestuur.

Begroting over 2021 in euro *Figuur 16*

	Begroting 2021
BATEN	
Baten van particulieren	
Donaties en giften	821.000
Nalatenschappen	100.000
<i>Subtotaal</i>	<u>921.000</u>
Baten van bedrijven	15.000
Baten van andere organisaties zonder winststreven	
Kerken en kerkelijke organisaties	61.000
Fondsen, stichtingen, verenigingen (binnenland)	70.000
Fondsen USA / Canada	1.163.173
Fondsen overig buitenland	15.000
<i>Subtotaal</i>	<u>1.309.173</u>
Extra challenge	300.000
SOM VAN DE BATEN	2.545.173

	Begroting 2021
LASTEN	
Bestedingen aan doelstelling	
West-Afrika	381.178
Doorberekening kosten eigen organisatie	116.641
Af: mutatie eurodonatie en toezeggingen	-15.451
Totaal project West-Afrika	482.368
Centraal-Azië	212.488
Pakistan	103.160
Bangladesh	117.973
Afghanistan	170.368
<i>Subtotaal</i>	<u>603.989</u>
Doorberekening kosten eigen organisatie	287.541
Af: mutatie toezeggingen	-
Totaal projecten Azië	891.530
Japan	184.000
Nieuwe projecten incl. ICT infrastructuur	188.238
Doorberekening kosten eigen organisatie	66.541
Af: mutatie toezeggingen	-
Totaal ontwikkeling nieuwe projecten Azië	438.779

Vervolg >

Vervolg begroting over 2021 in euro *Figuur 16*

	Begroting 2021
Extra challenge	300.000
Methode-onderzoek (PhD)	38.480
Totaal voorlichtingskosten	457.953
Totaal besteed aan doelstelling	2.609.110
Wervingskosten	
Directe wervingskosten	102.450
Indirectie wervingskosten	69.241
	171.691
Kosten beheer en administratie	
Kosten beheer en administratie	97.455
SOM VAN DE LASTEN	2.878.256
Saldo voor financiële baten en lasten	-333.083
Saldo financiële baten en lasten	-11.000
SALDO VAN BATEN EN LASTEN	-344.083

	Begroting 2021
BESTEMMING SALDO VAN BATEN EN LASTEN	
<i>Bestemmingsfonds gebouw</i>	-8.719
Bestemmingsfonds herinrichting gebouw	-4.129
<i>Bestemmingsreserve verbouwing, verhuizing en herinrichting</i>	-
<i>Bestemmingsreserve Communicatie & Fondsenwerving Nederland</i>	-150.000
<i>Bestemmingsreserve bestaande en nieuwe projecten</i>	-316.235
<i>Bestemmingsreserve uitbreiding Nederland en nieuwe projecten</i>	-60.000
<i>Bestemmingsreserve Communicatie & Fondsenwerving Internationaal</i>	195.000
<i>Mutatie continuïteitsreserve</i>	-
Subtotaal	-344.083

Baten

3xM wil graag haar werk in de projectlanden uitbreiden, met name op het gebied van social media en discipelschap. Ook willen we onderzoek doen in nieuwe gebieden zoals in hoofdstuk 2 staat vermeld. Dit blijkt ook uit het beleidsplan 2017-2021 en de daaraan verbonden begroting. Voor de begroting 2021 gelden de volgende uitgangspunten:

- Baten van particulieren: we willen blijven investeren om een groei van deze inkomsten te realiseren.
- De baten van andere organisaties zonder winststreven stijgen in 2021 door een toegezegde gift voor social media, onderzoek en discipelschap die in 2021 zal worden besteed.

Besteding doelstelling

Met dankbaarheid constateren wij dat de bestedingen aan doelstellingen veel harder stijgen dan in de meerjarenbegroting 2017-2021 werd voorzien. We verwachten dat die lijn ook in 2021 doorzet en in die zin veel hoger uitkomt dan dat we in 2016 voorzagen.

De bestedingen aan de doelstelling volgen de inkomsten. Als er minder inkomsten zijn zullen de uitgaven ook naar beneden worden bijgesteld.

In de begroting 2021 is een extra challenge opgenomen van € 300.000. Dat bedrag is zowel aan de inkomstenkant opgevoerd als aan de uitgavenkant. De reden is dat er nog onvoldoende zekerheid is over het binnenkomen van deze inkomsten. Zodra deze worden ontvangen ligt er een concreet bestedingsplan klaar.

Wervingskosten

De kosten van communicatie worden verdeeld over voorlichting en fondsenwerving. De wervingskosten laten een toename zien doordat het werven van voldoende fondsen steeds meer inspanning vergt. In 2020 is relatief weinig uitgegeven aan voorlichtingskosten. Onder andere werden de activiteiten rond het 40-jarig jubileum opgeschort in verband met de coronapandemie. De activiteiten zijn opgeschort naar 2021 en leiden daarmee ook tot hogere voorlichtingskosten in 2021.

Kosten beheer en administratie

Hoewel in 2021 de inkomsten en de omvang van de projectactiviteiten toenemen is de verwachting dat de kosten beheer en administratie zullen dalen.



BIJLAGEN

BIJLAGE 1 UITTREKSEL VAN DE STATUTEN EN GEDRAGSCODE



In deze bijlage worden de artikelen 2 en 3 van de statuten en de gedragscode letterlijk weergegeven.

Artikel 2

De grondslag van de stichting is de Bijbel, het Woord van God.

1. (Wij) geloven, dat de Bijbel het geïnspireerde (onfeilbare) Woord van God is, dat alleen gezag heeft.
2. (Wij) geloven in de drie-enige God, die van eeuwigheid is en Zich in Zijn Woord openbaart als de Vader, Zoon en Heilige Geest.
3. (Wij) geloven in Jezus Christus, waarachtig God en waarachtig mens, die geboren is uit de maagd Maria, die plaatsvervangend geleden heeft en gestorven is om onze zonden, die lichamelijk opgestaan is uit de doden, ten hemel gevaren is en persoonlijk zal wederkomen in macht en heerlijkheid.

Artikel 3

De stichting heeft ten doel het bevorderen van de verkondiging van het Woord van God via de moderne media.

Gedragscode

1. Je werkt op een professionele manier, met aandacht voor dienstverlening.
2. Je houdt zakelijk en privé goed uit elkaar.
3. Je houdt interne zaken van 3xM voor jezelf.
4. Je doet geen dingen die het aanzien van 3xM schade kunnen berokkenen.
5. Je meldt misstanden bij de vertrouwenspersoon.¹
6. Je gaat verantwoord om met 3xM eigendommen en beschikbaar gestelde faciliteiten.
7. Je bent voorzichtig met relatiegeschenken, wat is de bedoeling van de gever?
8. Je handelt financiële zaken nooit in je eentje af.
9. Je meldt twijfelachtige zaken of maakt ze bespreekbaar.
10. Je bent aanspreekbaar op je werkwijze en op gemaakte afspraken.

¹ In opeenvolgende volgorde: Piet van der Veen, de voorzitter van het bestuur en de Stichting Gedragscode Leidinggevenden.

BIJLAGE 2 **PROTOCOL FONDSWERVING, VOORLICHTING EN COMMUNICATIE**

Algemene doelstelling

Verkondigen van het woord van God via de moderne media en de toepassing daarvan in het dagelijks leven alsmede het geven van voorlichting. Afstemming tussen fondsenwerving, voorlichting en communicatie. In het communicatieplan zijn de volgende punten beschreven:

- De wijze waarop 3xM communiceert met haar achterban.
- De doelstelling van de communicatie.
- De doelgroep die we proberen te bereiken.
- De boodschap die we willen overbrengen.
- De strategie die we hanteren.

Voorlichting houdt in het werken aan attitudeverandering bij onze achterban. Fondsenwerving betreft activiteiten die erop gericht zijn de achterban over te halen om 3xM met giften te (blijven) ondersteunen. Onder communicatie verstaan we alle contacten met onze achterban en media. In de praktijk worden de fondsenwervings- en voorlichtingsactiviteiten gecombineerd. Om transparant en navolgbaar te zijn is er gekozen voor een algemeen doorberekendingsbeleid, waarvoor we verwijzen naar het Beleid Toerekening kosten Voorlichting en Fondsenwerving. 3xM definieert als belanghebbenden bij de 3xM-organisatie: donateurs, partnerorganisaties in het buitenland, vrijwilligers, medewerkers, bestuur, comité van aanbeveling en kijkers van de programma's, en de christelijke achterban in Nederland en daarbuiten, voor zover die zich kan verenigen met de doelstelling van 3xM.

Communicatiedoelstellingen

Jaarlijks wordt een actieplan opgesteld waarin alle communicatie een plaats krijgt. 3xM streeft ernaar de structurele inkomsten synchroon te laten lopen aan de structurele ondersteuning van onze partnerorganisaties. 3xM werft haar inkomsten onder donateurs in Nederland en daarbuiten. Op projectbasis ontvangt 3xM subsidie van diverse organen van de Nederlandse overheid. Aan de hand van de begroting voor toegezegde financiële steun aan onze partnerorganisaties wordt een fondsenwervingplan gemaakt. Op basis van de verwachte opbrengst van een actie wordt een daarmee overeenkomende toezegging als doel gekozen. Partners waaraan een kleinere toezegging is gedaan worden in combinatie met een tweede partner onder de aandacht van de donateurs gebracht. Begroting en opbrengsten worden structureel met elkaar vergeleken, rekening houdend met inkomsten van mailings en subsidies.

Protocol fondsenwerving, voorlichting en communicatie

Dit protocol geldt voor iedere betrokkene die namens 3xM optreedt, te weten bestuursleden, directeur, personeelsleden en vrijwilligers:

- Je onthoudt je van misleidende informatie. Misleidende informatie betreft die informatie die feitelijk en aantoonbaar onjuist is of die een halve waarheid is.

- Je onthoudt je van vergelijking met andere fondswervende instellingen in de zin van "beter dan". Objectieve informatie zoals kostenpercentage fondsenwerving zien we niet als vergelijken, indien deze informatie publiekelijk beschikbaar is.
- Je onthoudt je van intimiderend gedrag. Bijvoorbeeld onze donateurs door middel van (geestelijke) manipulatie aan te zetten tot doneren.
- Je houdt je aan de volgende algemene regels uit het communicatieplan.
- De uniciteit van 3xM benadrukken. Daar ligt een grote aantrekkingskracht van onze organisatie.
- Duidelijk maken dat het in alle programma's gaat om verkondiging van het evangelie en de dagelijkse toepassing daarvan moet altijd duidelijk naar voren komen.
- Voorgaande mag samengaan met ontwikkeling en opbouw maar moet duidelijk blijven.
- De boodschap moet in alle uitingen helder zijn en helder geformuleerd worden en kan maar op één manier uitgelegd worden.
- Eenheid bewaren in alle uitingen.
- Checklist gebruiken waaraan elke uiting getoetst wordt.
- Klantvriendelijkheid is vanzelfsprekend.
- Afspraken moeten stipt nagekomen worden. Wat we niet waar kunnen maken moeten we niet beloven c.q. aanbieden.
- Gegevens moeten vlot en accuraat verwerkt worden.

Naleving van dit protocol

Dit protocol is opgenomen in de arbeidsvoorwaarden en als zodanig door de werknemer ondertekend. Door middel van de functioneringsgesprekken ziet 3xM toe op de naleving van deze gedragscode door de directeur, werknemers en vrijwilligers. Bestuursleden van 3xM tekenen voor hun aantreden als bestuurslid dat zij instemmen met naleving van dit protocol. Het protocol fondsenwerving, voorlichting en communicatie wordt eveneens overhandigd aan degenen die extern onze fondsenwerving, voorlichting en communicatie verzorgen, waarbij ze er nadrukkelijk op gewezen worden dat dit onze manier van communiceren betreft. Het niet naleven van dit protocol kan resulteren in het verminderen van de rekening voor de geleverde dienst of werk, het verzoeken tot vergoeding van de door 3xM geleden schade of het uiteindelijk beëindigen van de relatie. Dit protocol wordt op onze website gepubliceerd zodat iedereen ons beleid ten aanzien van communicatie altijd kan verifiëren.

Klachtenbehandeling

In het reglement Interne procedure klachtenafhandeling is de klachtenbehandeling vastgelegd. Een klacht wordt toegewezen aan de functionaris die de klacht zal behandelen. Voor de afhandeling van de klacht geldt een termijn van 14 dagen. Via de kwartaalrapportage wordt het bestuur op de hoogte gesteld van de ingekomen klachten, hoeveel klachten er afgehandeld zijn en welke maatregelen er zijn genomen om herhaling te voorkomen.



BIJLAGE 3 MODEL TOELICHTING BESTEDINGEN

Model toelichting uitvoeringskosten (bestedingen) in euro *Figuur 17*

Bestemming	Doelstelling				Werving baten	Beheer en administratie	Werkelijk 2020	Begroot 2020	Werkelijk 2019
	Afrika	Azië	Overige	Voorlichting					
Lasten									
a. Projectbijdragen 1)	171.303	406.128	-	-	-	-	577.431	618.127	435.955
b. Overige projectkosten 2)	5.888	13.514	35.352	-	-	-	54.754	498.450	70.385
c. Aankopen en wervingen 3)	33.679	29.577	-	-	-	-	63.256	28.587	- 13.790
d. Uitbesteed werk 4)	-	-	-	-	-	-	-	45.000	4.272
e. Social media en nazorg 5)	107.803	162.710	-	-	-	-	270.513	-	176.105
f. Communicatiekosten 6)	-	-	-	126.819	63.819	-	190.638	471.500	242.927
Subtotaal	318.673	611.929	35.352	126.819	63.819	-	1.156.592	1.661.664	915.854
Personeelskosten	82.510	240.366	3.452	80.820	55.966	97.780	560.894	588.018	493.166
Huisvestingskosten	1.948	5.675	82	1.908	1.321	2.308	13.242	15.800	15.649
Bestuur- en algemene kosten	17.488	50.947	732	17.130	11.862	20.725	118.884	95.200	98.663
Afschrijving	6.460	18.820	270	6.328	4.382	7.656	43.916	66.000	57.888
Totaal kosten eigen organisatie	108.407	315.807	4.536	106.186	73.531	128.469	736.936	765.018	665.365
Af: mutatie toezegging	-	-	-	-	-	-	-	- 45.000	- 96.904
TOTAAL	427.080	927.736	39.888	233.005	137.350	128.469	1.893.528	2.381.682	1.484.315
Referenties staat B en L	9	9	9	9	10	11	Totaal		

- 1) Financiële steun
- 2) Overige projectkosten
- 3) Apparatuur
- 4) Trainingen en Impactonderzoek
- 5) Social media en nazorg
- 6) Voorlichting en Fondsenwerving

De jaarrekening 2020 is door het bestuur goedgekeurd in haar vergadering van 23 maart 2021. Op het kantoor van 3xM is één getekend exemplaar aanwezig.

Colofon

Adresgegevens

Stichting 3xM
Postbus 2510
3800 GB Amersfoort
T (033) 286 41 03
E info@3xm.nl
I www.3xm.nl

Bezoekadres

Zielhorsterweg 77
3813 ZX Amersfoort

IBAN

NL13INGB0000001144
NL04INGB0675764998

KvK Amersfoort 4119 2798
ANBI-nr. 0072.72.339

Teksten

Ariane van Middendorp

Redactie

Martien Timmer
Milaine de Roos
Dick Tillema

Vormgeving

IDD concept.communicatie.creatie | www.idd.nu

Maart 2021

In verband met de veiligheid van mensen en organisaties hebben we niet alle ontwikkelingen genoemd. Er is geen relatie tussen de statements en de daarbij geplaatste foto's tenzij anders vermeld. Bescherming van mensen en de voortgang van projecten gaan bij 3xM voor.

Tabellen en grafieken komen uit de administratie van 3xM en haar partners, tenzij anders vermeld.

Bron foto's

Fotoarchief 3xM, tenzij anders vermeld.



ACCOUNTANTS
IN NON-PROFIT

Stichting Christelijke Media Projecten (3xM)
Postbus 2510
3800 GB AMERSFOORT

CONTROLEVERKLARING VAN DE ONAFHANKELIJKE ACCOUNTANT

Aan: het bestuur van Stichting Christelijke Media Projecten (3xM)

Verklaring over de in het jaarverslag opgenomen jaarrekening 2020

Ons oordeel

Wij hebben de jaarrekening 2020 van Stichting Christelijke Media Projecten (3xM) te Amersfoort gecontroleerd.

Naar ons oordeel geeft de in dit jaarverslag opgenomen jaarrekening een getrouw beeld van de grootte en de samenstelling van het vermogen van Stichting Christelijke Media Projecten (3xM) per 31 december 2020 en van het resultaat 2020 in overeenstemming met de in Nederland geldende RJ-Richtlijn 650 'Fondsenwervende organisaties'.

De jaarrekening bestaat uit:

1. de balans per 31 december 2020 (met een balanstotaal van € 2.264.815);
2. de staat van baten en lasten over 2020 (met een saldo van baten en lasten van € 73.522 overschot); en
3. de toelichting met een overzicht van de gehanteerde grondslagen voor financiële verslaggeving en andere toelichtingen.

De basis voor ons oordeel

Wij hebben onze controle uitgevoerd volgens het Nederlands recht, waaronder ook de Nederlandse controlestandaarden vallen. Onze verantwoordelijkheden op grond hiervan zijn beschreven in de sectie 'Onze verantwoordelijkheden voor de controle van de jaarrekening'.

Wij zijn onafhankelijk van Stichting Christelijke Media Projecten (3xM), zoals vereist in de Verordening inzake de Onafhankelijkheid van accountants bij assurance-opdrachten (ViO) en andere voor de opdracht relevante onafhankelijkheidsregels in Nederland. Verder hebben wij voldaan aan de Verordening Gedrags- en Beroepsregels Accountants (VGBA).

Wij vinden dat de door ons verkregen controle-informatie voldoende en geschikt is als basis voor ons oordeel.

Verklaring over de in het jaarverslag opgenomen andere informatie

Naast de jaarrekening en onze controleverklaring daarbij, omvat het jaarverslag andere informatie, die bestaat uit:

- het bestuursverslag (hoofdstuk 1 tot en met hoofdstuk 7);
- Bijlage 1: Uittreksel van de statuten en gedragscode;
- Bijlage 2: Protocol Fondsenwerving, Voorlichting en Communicatie;
- Bijlage 3: Model toelichting bestedingen;
- Colofon; en
- Bijlage achter de jaarrekening: Kosten per project 2020.

- 2 -

Op grond van onderstaande werkzaamheden zijn wij van mening dat de andere informatie:

- met de jaarrekening verenigbaar is en geen materiële afwijkingen bevat;
- alle informatie bevat die op grond van de in Nederland geldende RJ-Richtlijn 650 'Fondsenwervende organisaties' vereist is.

Wij hebben de andere informatie gelezen en hebben op basis van onze kennis en ons begrip, verkregen vanuit de controle of anderszins, overwogen of de andere informatie materiële afwijkingen bevat. Met onze werkzaamheden hebben wij voldaan aan de vereisten in de Nederlandse Standaard 720. Deze werkzaamheden hebben niet dezelfde diepgang als onze controlewerkzaamheden bij de jaarrekening.

Het bestuur is verantwoordelijk voor het opstellen van de andere informatie, waaronder het bestuursverslag in overeenstemming met RJ-Richtlijn 650 'Fondsenwervende organisaties'.

Beschrijving van verantwoordelijkheden met betrekking tot de jaarrekening

Verantwoordelijkheden van het bestuur voor de jaarrekening

Het bestuur is verantwoordelijk voor het opmaken en getrouw weergeven van de jaarrekening in overeenstemming met de in Nederland geldende RJ-Richtlijn 650 'Fondsenwervende organisaties'. In dit kader is het bestuur verantwoordelijk voor een zodanige interne beheersing die het bestuur noodzakelijk acht om het opmaken van de jaarrekening mogelijk te maken zonder afwijkingen van materieel belang als gevolg van fouten of fraude.

Bij het opmaken van de jaarrekening moet het bestuur afwegen of de stichting in staat is om haar werkzaamheden in continuïteit voort te zetten. Op grond van genoemd verslaggevingsstelsel moet het bestuur de jaarrekening opmaken op basis van de continuïteitsveronderstelling, tenzij het bestuur het voornemen heeft om de stichting te liquideren of de activiteiten te beëindigen of als beëindiging het enige realistische alternatief is. Het bestuur moet gebeurtenissen en omstandigheden waardoor gerede twijfel zou kunnen bestaan of de stichting haar activiteiten in continuïteit kan voortzetten, toelichten in de jaarrekening.

Onze verantwoordelijkheden voor de controle van de jaarrekening

Onze verantwoordelijkheid is het zodanig plannen en uitvoeren van een controleopdracht dat wij daarmee voldoende en geschikte controle-informatie verkrijgen voor het door ons af te geven oordeel. Onze controle is uitgevoerd met een hoge mate maar geen absolute mate van zekerheid waardoor het mogelijk is dat wij tijdens onze controle niet alle materiële fouten en fraude ontdekken. Afwijkingen kunnen ontstaan als gevolg van fouten of fraude en zijn materieel indien redelijkerwijs kan worden verwacht dat deze, afzonderlijk of gezamenlijk, van invloed kunnen zijn op de economische beslissingen die gebruikers op basis van deze jaarrekening nemen. De materialiteit beïnvloedt de aard, timing en omvang van onze controlewerkzaamheden en de evaluatie van het effect van onderkende afwijkingen op ons oordeel.

Een meer gedetailleerde beschrijving van onze verantwoordelijkheden is opgenomen in de bijlage bij onze controleverklaring.

Was getekend te Amersfoort, 29 maart 2021.

WITH accountants B.V.
Drs. J. Snoei RA

Bijlage.

Bijlage bij onze controleverklaring over de jaarrekening 2020 van Stichting Christelijke Media Projecten (3xM) te Amersfoort

In aanvulling op wat is vermeld in onze controleverklaring hebben wij in deze bijlage onze verantwoordelijkheden voor de controle van de jaarrekening nader uiteengezet en toegelicht wat een controle inhoudt.

Wij hebben onze accountantscontrole professioneel kritisch uitgevoerd en hebben waar relevant professionele oordeelsvorming toegepast in overeenstemming met de Nederlandse controlestandaarden, ethische voorschriften en de onafhankelijkheidseisen. Onze doelstelling is om een redelijke mate van zekerheid te verkrijgen dat de jaarrekening vrij van materiële afwijkingen als gevolg van fouten of fraude is. Onze controle bestond onder andere uit:

- het identificeren en inschatten van de risico's dat de jaarrekening afwijkingen van materieel belang bevat als gevolg van fouten of fraude, het in reactie op deze risico's bepalen en uitvoeren van controlewerkzaamheden en het verkrijgen van controle-informatie die voldoende en geschikt is als basis voor ons oordeel. Bij fraude is het risico dat een afwijking van materieel belang niet ontdekt wordt groter dan bij fouten. Bij fraude kan sprake zijn van samenspanning, valsheid in geschrifte, het opzettelijk nalaten transacties vast te leggen, het opzettelijk verkeerd voorstellen van zaken of het doorbreken van de interne beheersing;
- het verkrijgen van inzicht in de interne beheersing die relevant is voor de controle met als doel controlewerkzaamheden te selecteren die passend zijn in de omstandigheden. Deze werkzaamheden hebben niet als doel om een oordeel uit te spreken over de effectiviteit van de interne beheersing van de entiteit;
- het evalueren van de geschiktheid van de gebruikte grondslagen voor financiële verslaggeving en het evalueren van de redelijkheid van schattingen door het bestuur en de toelichtingen die daarover in de jaarrekening staan;
- het vaststellen dat de door het bestuur gehanteerde continuïteitsveronderstelling aanvaardbaar is. Tevens het op basis van de verkregen controle-informatie vaststellen of er gebeurtenissen en omstandigheden zijn waardoor gereede twijfel zou kunnen bestaan of de stichting haar activiteiten in continuïteit kan voortzetten. Als wij concluderen dat er een onzekerheid van materieel belang bestaat, zijn wij verplicht om aandacht in onze controleverklaring te vestigen op de relevante gerelateerde toelichtingen in de jaarrekening. Als de toelichtingen inadequaat zijn, moeten wij onze verklaring aanpassen. Onze conclusies zijn gebaseerd op de controle-informatie die verkregen is tot de datum van onze controleverklaring. Toekomstige gebeurtenissen of omstandigheden kunnen er echter toe leiden dat een stichting haar continuïteit niet langer kan handhaven;
- het evalueren van de presentatie, structuur en inhoud van de jaarrekening en de daarin opgenomen toelichtingen;
- het evalueren of de jaarrekening een getrouw beeld geeft van de onderliggende transacties en gebeurtenissen.

Wij communiceren met het bestuur onder andere over de geplande reikwijdte en timing van de controle en over de significante bevindingen die uit onze controle naar voren zijn gekomen, waaronder eventuele significante tekortkomingen in de interne beheersing.



Stichting 3xM
Postbus 2510
3800 GB Amersfoort
T +31 33 286 41 03
E info@3xm.nl
I www.3xm.nl

Algemeen Nut
Beogende Instelling
ANBI

