

JAARPLAN 2020



Kijkers uit Senegal. "En verder, broeders en zusters: bid voor ons. Bid dat de boodschap van de Heer voortgang maakt en zegeviert, net zoals bij u" (2 Tess. 3:1 GNB)

Versie: 1.0.
Vastgesteld dd. 27 november 2019
Door: Bestuur 3xM

1. 2020 Een nieuw jaar

Het jaar 2019 heeft ons veel gebracht. Het was een turbulent jaar waarin veel nieuwe bewegingen op gang zijn gebracht. Zo is binnen de organisatie een stevige bodem gelegd onder de ontwikkeling van social media en is het thema 'discipleship' goed doordacht zowel in Nederland als internationaal. Parallel heeft 3xM zich tijdens een aantal sessies onder leiding van de Betekenisfabriek bezonnen op de identiteit van de organisatie in brede zin. Centraal staat daarbij dat we het evangelie van Jezus Christus via media willen verspreiden in moeilijke landen. Dat doen we in sterke afhankelijkheid van God die harten bewerkt.

In die lijn willen we volgend jaar verder gaan. We gaan het identiteitsbewijs omzetten in concrete doelen. We willen discipleship verder uitwerken en hopen en bidden dat we de daarvoor aangevraagde financiering zullen ontvangen. En we willen graag nieuwe gebieden verkennen, zodat het evangelie door kan gaan. We zien nu al de hoopvolle en opwindende mogelijkheden die social media ons biedt om met de kijkers in contact te komen en hen verder te helpen op hun weg naar Jezus Christus. Het belooft weer een prachtig jaar te worden!

2. Het kader: strategie- en beleidsplan 2017-2021

1. Het verspreidingsgebied in West-Afrika consolideren, dat betekent in 10-12 landen uitzendingen realiseren. Ook consolideren in Bangladesh, Pakistan en Centraal Azië.
2. In twee landen nieuwe partnerrelaties aangaan c.q. uitzendingen realiseren. Afhankelijk van openingen en mogelijkheden willen we ons richten op Afghanistan, Japan en Zuid Oost Azië. Voorbereidend onderzoek om nieuwe mediaprojecten op te zetten in moeilijk bereikbare en gesloten landen (zoals het schiereiland Indochina, de Arabische wereld en regionale gebieden zoals het Tibetaans boeddhisme en/of Marokkaanse Berbers).
3. Vanwege de groei van sociale media in de landen waar we werken daar meer accent op leggen naast en ter versterking van het bereik van de televisie programma's. Hierdoor kunnen we meer mensen bereiken waardoor we ook de nazorg en discipelschap zullen moeten versterken. Doel is dat alle partners van 3xM een strategisch 'social media' plan ontwikkelen en implementeren in de praktijk. Ook willen we sociale media meer inzetten voor communicatie en fondsenwerving. Per land wordt een analyse gemaakt en onderzocht welke media het meest gebruikt worden. Hierna wordt bekeken hoe we de mensen het beste kunnen bereiken in hun sociale context.
4. 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.
5. Om bovenstaande doelen te bereiken is het nodig om de inkomsten van 3xM te vergroten van 1,1 in 2016 naar 1,6 in 2021 naar jaarlijks 3,0 miljoen vanaf 2026:
 - De inkomsten uit fondsenwerving laten de afgelopen jaren een dalende tendens zien. Dus zal er 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 USA, Canada, Azië en Scandinavië.
6. Vanuit het oogpunt van bedrijfsvoering accenten leggen bij kwaliteit, flexibiliteit en verduurzaming van de 3xM kantoororganisatie.

3. Waar staan we per eind 2019?

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

Inhoud: In West-Afrika worden al programma's uitgezonden in 11 landen. Het team is begonnen aan het dubben van programma's in de lokale talen Wolof en Bambara om deuren te openen in landen als Senegal en Mali.

Ondanks de kritische veiligheidssituatie in Centraal Azië blijft men goed presteren en is er nog steeds een stijgende lijn te zien in het aantal kijkersreacties via TV en Social Media.

Pakistan heeft vernieuwende plannen ontwikkeld voor de filmvertoningen in de dorpen en gaat voortvarend te werk met de ontwikkeling van een sociale mediastrategie.

Planning: Op schema.

Financiën: Voldoende geborgd.

Risico's: In Bangladesh is gewicht naar een nieuw kanaal met een beter timeslot. De uitzendingen moeten nog op gang komen.

Ad 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.

Inhoud: De nieuwe filmmaker voor Afghanistan is begonnen met voorbereidingen en productie van korte drama programma's. Daarnaast hebben de eerste video's op sociale media een overweldigend aantal reacties opgeleverd, waardoor de lancering van de volgende serie video's is uitgesteld totdat het nazorgteam kan worden uitgebreid.

Er zijn contacten met relevante partijen voor het ontwikkelen van Christelijke TV In Japan. In het proces van capaciteitsversterking 3xM zijn wij bepaald bij andere gebieden waaronder de Arabische wereld (Berbers), Thailand en Somalië. Het bestuur heeft groen licht gegeven om deze gebieden verder te onderzoeken.

Planning: Onderzoek nieuwe gebieden is gestart en ligt op schema.

Financiën: Vanuit een grote Grant financiering zijn de middelen voor het vervolgonderzoek nieuwe landen aanwezig. Voor de financiering van programma's in nieuwe landen zijn nog onvoldoende gelden beschikbaar.

Risico's: Enig veiligheidsrisico is aanwezig bij het werken in moeilijk toegankelijke landen.

Ad 3. Gezien de grotere impact die we met televisie kunnen bereiken ons daarop blijven concentreren. Vanwege de groei van sociale media in de landen waar we werken daar meer accent op leggen ter versterking van het bereik van de televisie programma's en de nazorg. Doel is dat alle partners van 3xM een strategisch 'social media' plan ontwikkelen en implementeren in de praktijk. Ook willen we sociale media meer inzetten voor communicatie en fondsenwerving.

Inhoud: Om onze partners effectiever te ondersteunen bij de ontwikkeling van social media en discipelschap, is er een plan op hoofdlijnen geformuleerd. Alle partnerorganisaties hebben een training gehad op gebied van social media en discipelschap en zijn bezig met het implementeren van een social media en discipelschap strategie. Voor een effectieve social media & discipelschap strategie is de aanschaf van een adequaat follow up/discipleship systeem zoals noodzakelijk. Er is een overeenkomst getekend met een Canadese partner die dit systeem kan leveren.

Planning: Op schema.

Financiën: Voor de training van de partners rond social media zijn gelden beschikbaar. Voor verdere ontwikkeling van discipleship incl. systeem is een grant aanvraag gedaan.

Risico's: De verdere implementatie van social media en discipleship is sterk afhankelijk van het beschikbaar komen van voldoende middelen.

Ad 4. 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 discipleship goed geborgd hebben.

Inhoud: Dankzij de grote gift uit de USA zijn wij in staat gesteld om in de komende jaren extra te investeren in de capaciteit en verdere ontwikkeling van nazorg en discipleship bij onze partner organisaties. In West-Afrika en Bangladesh zijn nieuwe medewerkers aangenomen om de teams te versterken.

Planning: Op schema.

Financiën: Borgen van nazorg en discipleship betekent ook investeren in meer lokaal personeel. Daarvoor zijn tm 2021 enige middelen beschikbaar vanuit de USA grant.

Risico's: Ook na 2021 zal ingezet moeten worden op nazorg en discipleship. Daarvoor moeten nog middelen worden gevonden.

Ad 5. Om bovenstaande doelen te bereiken is het nodig om de inkomsten van 3xM te vergroten van 1,1 in 2016 naar 1,6 in 2021 naar jaarlijks 3,0 miljoen vanaf 2026: De inkomsten uit fondsenwerving laten de afgelopen jaren een dalende tendens zien. Dus zal er 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 USA, Canada, Azië en Scandinavië.

Internationale fondsenwerving

Inhoud: De inkomsten uit de US zijn het afgelopen jaar heel erg toegenomen. Als doel voor de komende 10 jaar formuleren we dat we 10 major donors willen betrekken bij ons werk die ieder 0,5 miljoen per jaar gaan geven. Singapore: major donors geven meest aan de kerk, die het vervolgens weer verdeelt. We willen meer op deze lijn gaan inzetten.

Planning: Op schema.

Financiën: Ruim voldoende. Gaat wel met name om gelabeld geld.

Risico's: Veel donoren vragen naar de CEO als representant van 3xM, waardoor de directeur daar veel tijd in moet steken.

Nederland:

Inhoud: Er is geïnvesteerd in behoud bestaande donateurs door meer persoonlijk bedanken en ontmoeten (o.a. donateursavonden). Najaar 2019 is een eerste aanzet gegeven voor het 40 jarig jubileum. 3xM heeft zich aangesloten bij NoChoice, een breed initiatief om christelijk Nederland bewust te maken van het feit dat 2 miljard wereldburgers de Here Jezus nog niet kennen.

Planning: Op schema

Financiën: Het aantal actieve gevers blijft geleidelijk afnemen (hoge leeftijd, overlijden) en de gem. gift is in vergelijking met 2017 wat hoger, mede door reactivering van slapende gevers.

Risico's: In toenemende mate moet de nadruk liggen op het werven van algemene middelen om zodoende de gelabelde internationale grants te kunnen complementeren.

Ad 6. Vanuit het oogpunt van bedrijfsvoering accenten leggen bij kwaliteit, flexibiliteit en verduurzaming van de 3xM kantoororganisatie.

Inhoud: 3xM kent een uitgebreid kwaliteitshuis met negen onderscheiden segmenten. Kwaliteitsdocumentatie wordt eens per drie jaar geüpdatet. De AVG wetgeving is volgens protocol geïmplementeerd. Vanuit het MO werken we steeds meer cross-functioneel, gericht op resultaat. Het hele pand is voorzien van LED verlichting. Op het dak zijn 13 zonnepanelen aangebracht. Bij vervanging bedrijfsauto is gekozen voor een volledig elektrische in plaats van de hybride auto.

Planning: Op schema.

Financiën: Op schema.

Risico's: De organisatie ontwikkelt zich inhoudelijk in hoog tempo. Bij die verandering zal steeds moeten worden gezocht naar een adequate cultuur en structuur en voldoende bekwaam personeel.

4. Hoe gaan we in 2020 verder werken aan de strategische doelen?

4.1. Programma's en Projecten

1. Het vergroten van het kijkerspubliek en het verhogen van de betrokkenheid (engagement) door onze projecten op het gebied van televisie, internet en sociale media.
2. Het door ontwikkelen en implementeren van krachtige sociale media strategieën bij onze lokale media partners in Afghanistan, Bangladesh, 11 West-Afrikaanse landen en Centraal Azië.
3. Het ontwikkelen en implementeren van een online en offline discipelschaps-mentorschapsstrategie.
4. Het versterken van de kwaliteit en effectiviteit van onze partner organisaties door middel van het bieden van kennisuitwisseling en (media)trainingen.
5. Het opzetten van minimaal een tot drie nieuwe media missies voor Somalië, in Boeddhistische landen en verder onderzoeken van de mogelijkheden om de Marokkaanse Berbers te bereiken met het evangelie.

4.2. Fondsenwerving/ Communicatie Nederland

1. Het vergroten van de naamsbekendheid en zichtbaarheid van 3xM in Nederland, waardoor de vijver waarin wij kunnen visser groter wordt en de stap naar betrokkenheid kleiner.
2. Het stabiliseren, vergroten en re-activeren van de betrokkenheid van bestaande relaties en contacten van 3xM door middel van het ontwikkelen en implementeren van een Supporter Life Cycle (SLC).
3. Het verder uitbouwen van alle online marketing en sociale media-activiteiten in Nederland en deze binnen een bredere context van werving plaatsen.
4. Het verder ontwikkelen en uitbreiden van de doelgroepaanpak richting ondernemers en kerken.
5. Het evalueren, analyseren en waar nodig aanpassen of door ontwikkelen van bestaande communicatie- en fondsenwervingsuitingen.

4.3. Fondsenwerving Internationaal

1. Ons doel is om in 10 jaar 10 organisaties te vinden die ons 0,5 miljoen per jaar gaan geven.
2. Om dit te bereiken zijn we op een andere manier gaan werken. Onze "Donor and partner relations"/vrijwilligers werken aan het genereren van leads die we op kantoor weer kunnen oppakken en uitwerken. Martien gaat meer de verschillende landen aandoen als aangegeven wordt dat er een lead is naar een potentiële grote gift-donor.
3. Martien gaat minder zelf nieuwe leads zoeken, maar draagt zijn kennis over aan de vrijwilligers op de internationale fondsenwerving. Reizen worden ondernomen bij voldoende waardevolle contacten.
4. Aan Martien aangegeven leads door top donoren worden wel door hem persoonlijk opgevolgd.
5. Versterken van de grant writing capacity binnen 3xM, om te voldoen aan de groeiende vraag naar op maat geschreven voorstellen. Meer en meer zien we dat er op een hoger niveau geschreven moet worden en waar visie ontwikkeling nadrukkelijk ingezet wordt. Daardoor kunnen we niet meer toe met eenvoudige projectvoorstellen.
6. Het wordt van groter belang de door top donoren aangegeven leads op te volgen dan dat we ons houden aan de werving in de landen waar we nu naar toe gaan. Voorbeeld: we zijn nu in contact met een Fund in Zuid Afrika op basis van een Amerikaanse lead. Geografie wordt minder van belang dan het volgen van het netwerk van funders.

4.4. Bedrijfsvoering

1. Lange termijn groeistrategie 2020-2029 uitwerken ter voorbereiding op Meerjarenbeleidsplan 2022-2026.
2. Zorgen voor een toekomstbestendige organisatiestructuur- en cultuur.
3. Verruimen van de organisatie-brede overname van taken van de directeur, zodat hij zich kan toeleggen op Fondsenwerving USA en Strategieontwikkeling.
4. Gebed een prominente plaats geven binnen de organisatie.
5. De duurzame inzetbaarheid van medewerkers en vrijwilligers vergroten en het verloop beperken.
6. Mee schrijven aan Grants en adequate financiële modellen ontwikkelen voor het (op)volgen van Grants.

Bijlage 1. Financiële Begroting 2020