



## BELEIDSPLAN 2016-2020

### Doel van de stichting Tentmakersmission.com

Doel van de stichting Tentmakersmission.com is:

- a. Om mondiaal kansarme en gemarginaliseerde mensen, die zich aan de onderkant van de samenleving bevinden, te helpen zodat hun kansen op een beter welzijn vergroot worden. Om hun toegevoegde waarde in de samenleving te realiseren en te vergroten, biedt de stichting training, onderwijs en ontwikkelingsamenwerking. Daardoor krijgen deze mensen hun eigenwaarde terug en worden ze gewaardeerd op hun specifieke niveaus voor hun specifieke talenten en in hun specifieke situaties.
- b. Het verrichten van alle verdere handelingen, die met het bovenstaande in de ruimste zin verband houden of daartoe bevorderlijk kunnen zijn.

De stichting verricht haar activiteiten zonder winstoogmerk.

Tentmakersmission.com wil deze doelstelling bereiken via o.a. onderwijs en training, advisering, beschikbaar stellen van expertise en uitlenen van middelen (ontwikkelingsamenwerking). Dit kan geheel zelfstandig of in samenwerking met andere (mondiale) partners gedaan worden.

Gemarginaliseerde mensen kunnen mensen zijn die vanwege ras, armoede of geloof onvrijwillig naar de marge van de samenleving zijn verschoven. Tentmakersmission.com wil voor deze doelgroep indirect werkgelegenheid bevorderen door bij te dragen aan de ontwikkeling van praktisch toepasbare kennis, werkeethiek en ondernemers- en arbeidsvaardigheden. Daardoor krijgen mensen weer waarde voor de maatschappij waar ze deel van uitmaken en kunnen zij zelf waarde toevoegen in hun directe omgeving.

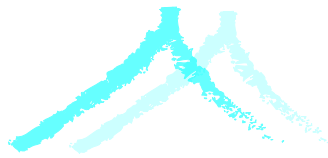
### Strategische aanpak

Om haar doel te bereiken hanteert de stichting Tentmakersmission.com de volgende punten in haar strategische aanpak:

1. Bevorderen van samenwerking met lokale partners.
2. Persoonlijke begeleiding van lokale partners.
3. Ondersteuning bij ontwikkelen van trainingen.
4. Trainingen en toepassingen breed toegankelijk maken voor meerdere doelgroepen en culturen.
5. Fondswerving.

Bovenstaande punten gedetailleerd uitgewerkt:

1. De samenwerking met lokale partners heeft de voorkeur omdat deze mensen een aantal zaken lokaal beter kennen dan wij.
  - a. Een belangrijk aspect is de cultuur. Vanuit een lokale partner kan in dezelfde lokale taal, volgens dezelfde lokale gebruiken worden gecommuniceerd met onze doelgroep. Daarnaast heeft een lokale partner een netwerk dat intact is en waar direct gebruik van kan worden gemaakt.
  - b. Een ander belangrijk aspect van werken met lokale partners is dat zij ter plaatse als toezichthouder of manager kunnen fungeren. Het afbreukrisico van afwezigheid wordt daarmee grotendeels ondervangen.
  - c. De werving van lokale partners moet via vertrouwde kanalen die bekend zijn en vanuit Nederland op antecedenten kunnen worden onderzocht.



- d. Een lokale partner kan een natuurlijk persoon of rechtspersoon zijn.
2. De lokale partners worden begeleid 'waar nodig'.
    - a. Reeds bestaande stichtingen (rechtspersonen) die als lokale partner gaan fungeren, zijn vaak volledig geëquipeerd op hun taken. Daarmee behoeven ze slechts begeleiding op bijvoorbeeld vakinhoudelijke zaken die van toepassing zijn op het opgestarte bedrijf dat we helpen.
    - b. Natuurlijke personen gaan we begeleiden en coachen op alle denkbare niveaus. Te denken valt aan het stimuleren en ontwikkelen van leiderschap, management, werven van personeel, omgaan met personeel, ontslag, financiën, transparantie, accountability, kwaliteit/prestatie indicatoren, inhoudelijke vakkennis, et cetera. Dit alles zonder winstoogmerk.
    - c. In de eerste 3 jaren van samenwerking is wekelijkse communicatie noodzakelijk. Dat vraagt van beide zijden een groot commitment. Dat commitment is heel belangrijk om te komen tot een bepaalde mate van sustainability op langere termijn. Naast de wekelijkse communicatie vinden wij het erg belangrijk dat de lokale partners frequent worden bezocht en op alle onder punt b genoemde onderwerpen, worden bevraagd en gecoacht. De frequentie van bezoeken hangt af van de voortgang van het project en de mate van onveiligheid om via e-mail en Skype te kunnen communiceren.
    - d. Na 3 jaar wordt beoordeeld of de communicatie- en bezoekfrequentie van een project omlaag kan. Dat zal in overleg met het bestuur en de lokale partner gebeuren.
  3. Trainingen zullen worden gegeven op gebied van leiderschap, management, cultuurverschillen en vak inhoudelijke kerngebieden die ter plaatse nodig zijn. We maken zoveel mogelijk gebruik van bestaand trainingsmateriaal wat we verkrijgen in de markt. Vakinhoudelijke trainingen zullen worden ontwikkeld met vakmensen die duidelijke competenties hebben op specifieke deelgebieden. Trainingen zijn:
    - a. Toegesneden op de specifieke pedagogische, culturele en/of geografische omstandigheden van de cursisten.
    - b. Open voor intervisie en interactie met de cursisten.
    - c. Zoveel mogelijk opgebouwd om te kunnen fungeren volgens het 'train the trainer' model.
    - d. Voorzien van drie aandachtsniveaus:
      - i. Kennis (inhoudelijke kennis van materie)
      - ii. Kunde (ontwikkeling van praktische vaardigheden)
      - iii. Karakter (persoonlijkheids- en leiderschapsontwikkeling)
  4. De ontwikkelde of aangeschafte trainingen zullen we zoveel mogelijk universeel toepasbaar maken, onafhankelijk van culturele, geografische, en mogelijke persoonlijke verschillen. De trainingen zullen zoveel mogelijk in de Engelse taal worden ontwikkeld of verkregen. Wanneer de vakinhoudelijkheid van het bedrijf hoofdzakelijk is gericht op communicatie in de Engelse taal, vanwege bijvoorbeeld IT werkzaamheden, zal de training uitsluitend in de Engelse taal worden gegeven. Als er meer algemene onderwerpen worden behandeld kan daarvan worden afgeweken door de training in de lokale taal te laten vertalen en eventueel een tolk toe te voegen aan de trainingssessies.
  5. Onze fondswerving is opgedeeld in 3 stukken:
    - a. Een deel van de fondsen moet door de doelgroep zelf worden opgebracht, door werk te genereren wat nut heeft en te factureren is. Dat werk kan zowel voor de lokale als voor de internationale markt zijn. Trainingen worden ingezet om die werkzaamheden te stimuleren en het niveau van de werkzaamheden zo hoog mogelijk te krijgen. De stichting zelf verricht haar activiteiten zonder winstoogmerk.



- b. De fondsen voor de opstartfase worden verkregen door bevriende relaties wereldwijd die dit doel een warm hart toedragen. Dat kunnen ook partijen zijn uit het netwerk van de lokale partner.
- c. Voor bijzondere uitgaven zullen we fondsen aanschrijven om ons te helpen met specifieke zaken zoals bijvoorbeeld aanschaf van trainingen of benodigde apparatuur.

In het algemeen geldt dat alle financiële stromen inhoudelijk worden gecontroleerd tijdens bezoeken ter plaatse, maar ook steekproefsgewijs gedurende het boekjaar.

Omdat de naam tentmakersmission.com soms onnodige vragen oproept in landen die een vijandige houding hebben ten aanzien van de betekenis van onze stichtingsnaam, zullen verstrekkingen van fondsen naar die landen verlopen via de besloten vennootschap Peer International. De fondsen verstrekken het geld aan ons en wij keren het geld in die specifieke situaties uit via Peer International naar het bewuste doel waar het geld voor bestemd is. In 'niet vijandige' landen zullen verstrekkingen rechtstreeks naar de projecten worden overgemaakt via tentmakersmission.com

## **Bestuurders**

### *Voorzitter:*

De heer C. de Zwart  
[kees@vanderperk.nl](mailto:kees@vanderperk.nl)

### *Penningmeester:*

De heer G.J. van Dam  
[govert812@gmail.com](mailto:govert812@gmail.com)

### *Secretaris:*

De heer B. van Zessen  
[b.vanzessen@filternet.nl](mailto:b.vanzessen@filternet.nl)

## **Beloningsbeleid**

De bestuurders van de stichting ontvangen geen vergoedingen voor hun betrokkenheid en werkzaamheden voor de stichting.