

Strategie 2026-2030





INLEIDING

Herijking

Als NBG geloven we dat de Bijbel Gods boodschap van liefde voor de wereld is. De Bijbel is een bron van leven, vol wijsheid, troost en uitdaging. En het is een plek bij uitstek waar mensen het heilige, God en Jezus, ontmoeten. Het raakt ons diep dat zoveel mensen dit prachtige boek niet openen. De Bijbel is te waardevol om dicht te blijven!

Voor de jaren 2026-2030 formuleren we een strategie die voortbordurt op de keuzes die we in 2020 gemaakt hebben. We verantwoorden onze bestedingen bijvoorbeeld onder dezelfde doelen als in de vorige strategie ('Bijbel open' en 'Voor ieder kind'). Maar we brengen wel nieuwe focus aan, op basis van de trends die we de afgelopen tijd hebben gezien, en de veranderende behoeften in maatschappij en kerk.

We maken in dit document onderscheid tussen 'Programmaliijnen' en 'Organisatieprioriteiten'. De 'Programmaliijnen' beschrijven waar we de accenten gaan leggen in de uitvoering van onze missie 'de Bijbel voor iedereen'. Onder 'Organisatie prioriteiten' beschrijven we de drie terreinen waarin we ons moeten ontwikkelen om de ambitie van de programmalijnen te kunnen verwezenlijken.



De Bijbel voor iedereen

Missie

Het Bijbelgenootschap brengt de Bijbel dichtbij voor iedereen, in binnen- en buitenland. Want in de Bijbel horen wij Gods boodschap van liefde voor de wereld, die ons in beweging brengt en onze weg verlicht.

Visie

Wereldwijd kan ieder mens de Bijbel als bron voor het leven ontdekken, lezen en omarmen.

Doelstellingen

- Bijbel open: De Bijbel gaat vaker open, en mensen ervaren de Bijbel als relevante bron voor hun leven.
- Ieder kind: Alle kinderen en jongeren hebben de kans om de Bijbel te ontdekken als bron voor hun leven.



Kernwaarden



- We werken vanuit liefde voor de Bijbel.



- We werken als collega's zorgvuldig, gedreven en vol enthousiasme aan de missie.



- We willen de Bijbelse boodschappen doorgeven aan mensen, op een manier die aansluit bij hun behoeften.



- We willen samenwerken met alle soorten kerken in Nederland en Vlaanderen.



- We zetten ons in ons werk in voor een leefbare aarde.



Impact en meten

We zien onze impact daar waar de Bijbel voor het eerst opengaat, of juist vaker opengaat. Impact betekent voor ons dat er door onze producten of diensten een positieve verandering optreedt in het gebruik van de Bijbel. We doen dat, omdat we erin geloven dat God via de Bijbel verandering bewerkstelligt bij mensen – dat is de uiteindelijke impact waar wij ons werk voor doen. Maar we zien onze rol als het faciliteren van die verandering.

Om vast te stellen of ons werk de impact heeft die we beogen, meten we wat we kunnen, en streven we naar groeicijfers. Door de resultaten van onze inspanningen te monitoren en te evalueren, worden we steeds effectiever in wat we doen: mensen helpen de Bijbel te openen.

Impact
NBG-werk



Uitvoering

Strategie en jaarplannen

Dit document bevat de strategische herijking en focus op hoofdpunten. De uitwerking gebeurt in de jaarplannen. Jaarlijks worden ook (meetbare) doelen vastgesteld binnen de programmalijnen en organisatieprioriteiten. In onze kwartaalrapportages en het jaarverslag rapporteren we vervolgens de resultaten. We verantwoorden onze bestedingen onder de doelstellingen “De Bijbel open” en “Ieder kind”.

Betrokken medewerkers

Onze medewerkers zijn een cruciale factor voor onze strategie en uitstraling naar buiten. Als medewerkers stralen we altijd enthousiasme uit over de Bijbel, zijn we trots op het NBG en vertellen we het verhaal van de missie. We hebben daarnaast voldoende interconfessionele gevoeligheid voor een brede christelijke achterban.



Speciale aandacht voor Vlaanderen

De strategie 2026-2030 is geldig voor Nederland en Vlaanderen. We realiseren ons daarbij dat er verschillen bestaan tussen de landen, en dat het Bijbelgenootschap in Vlaanderen een minder gevestigde positie heeft dan in Nederland. We geven Vlaanderen daarom in de jaarplannen speciale aandacht. Jaarlijks formuleren we specifieke doelen voor Vlaanderen, waarbij de uitvoering van de missie (onze programmalijnen) de prioriteit heeft.



A hand is shown planting a small seed into dark, rich soil. The background is a blurred natural setting with green foliage. A large, bold white question mark is superimposed over the center of the image, symbolizing a question or a point of focus.

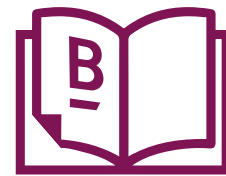
?

**STRATEGISCHE
FOCUS**

Strategie

PROGRAMMALIJNEN

1



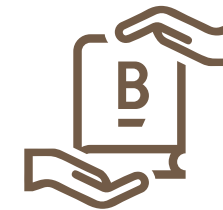
De Bijbel vaker
open bij het
brede publiek

2



De Bijbel open
in, voor en met
alle kerken

3



Geven & delen:
de Bijbel voor
iedereen

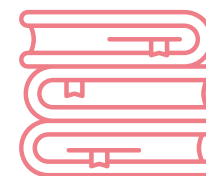
ORGANISATIEPRIORITEITEN

1



Meer
inkomsten voor
onze missie

2

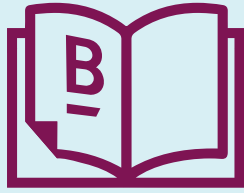


Groei van
de uitgeverij

3



Digitaal
sterker worden



1

PROGRAMMALIJN

De Bijbel vaker open bij het brede publiek

Veel van ons huidige werk is gericht op mensen die graag de Bijbel lezen en zich er verder in willen verdiepen. In de nieuwe strategieperiode willen we juist ook mensen uit het brede publiek bereiken voor wie de Bijbel nog een gesloten boek is.

We zien diverse barrières die mensen ervaren, bijvoorbeeld: de Bijbel is een boek, is ook nog dik, je kunt er je weg moeilijk in vinden, de stap van het boek naar jouw leven is groot. Juist ook voor jongere generaties is veel aandacht nodig.

We willen het brede publiek inspireren om de Bijbel (steeds verder) te ontdekken, door naar hun behoeften te luisteren en op basis daarvan te innoveren. Daarbij werken we in het bijzonder aan een minder tekstgerichte en minder academische benadering van de Bijbel.

BOUWSTENEN

1. We ontwikkelen programma's en producten die zoveel mogelijk kinderen, jongeren en volwassenen helpen de Bijbel te ontdekken.
2. We ontwikkelen programma's en producten om mensen te helpen om de Bijbel vaker te openen.



2

PROGRAMMALIJN

De Bijbel open in, voor en met alle kerken

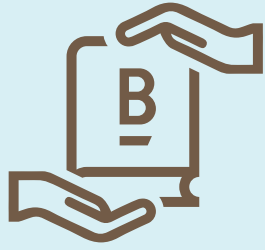
We bouwen aan sterke, duurzame samenwerking met alle kerken. De Bijbel is ‘van de kerk’ – Bijbelgenootschappen zijn ooit opgericht om met de Bijbel aan de slag te gaan namens en voor de kerken; de Bijbel is ons toevertrouwd vanuit de kerken.

We hebben onze rol in het dienen van de verschillende kerken, maar ook willen we samen met kerken optrekken om het brede publiek aan te spreken. Dat is immers een belangrijke gezamenlijke uitdaging!

We willen nadrukkelijk met alle kerken samenwerken, en daartoe onze relatie versterken met kerken waarmee we nu nog onvoldoende connectie hebben.

BOUWSTENEN

- 1.** We verzorgen de Bijbelvertalingen die gebruikt kunnen worden in de liturgie of in andere programma's van kerken.
- 2.** We ondersteunen kerken met programma's en producten bij het lezen, verkondigen en toepassen van de Bijbel – voor gemeenteleden en voorgangers.
- 3.** We leren hoe we het ontdekken en lezen van de Bijbel in de katholieke, orthodoxe, reformatorische en evangelische kerken beter kunnen ondersteunen.



3

PROGRAMMALIJN

Geven & delen: de Bijbel voor iedereen

Veel van ons wereldwijde werk is erop gericht om mensen te helpen die een groot verlangen hebben naar de Bijbel, maar door hun omstandigheden geen toegang krijgen. We nemen voor hen barrières weg: gratis of goedkope producten als het geld ontbreekt, vertalingen in de moedertaal als deze er nog niet zijn, projecten (ook voor kinderen en jongeren) waarin de Bijbel gelezen wordt én toegepast in het dagelijks leven.

Om meer impact te kunnen genereren en ons verhaal beter te kunnen vertellen aan donateurs, gaan we werken in clusters. Daarnaast geven we nog meer aandacht aan onze eigen producties voor het buitenland en aan onze digitale tools.

Het is belangrijk dat we ons realiseren dat ook in Nederland en Vlaanderen projecten nodig zijn voor doelgroepen voor wie de Bijbel anders onbereikbaar is.

BOUWSTENEN

- 1.** We werken in zes geografische clusters: in die landen steunen we projecten op gebied van vertalen, distributie, Bijbelgebruik en holistisch Bijbelwerk.
- 2.** We delen programma's en producten die we voor Nederland en Vlaanderen hebben ontwikkeld met de hele wereld.
- 3.** We hebben een leidende rol in het wereldwijde digitale project BibleBooster, om miljoenen mensen een betekenisvol en gelokaliseerde digitale Bijbelervaring te bieden.
- 4.** Jaarlijks verspreiden we Bijbels en Bijbelgedeelten in Nederland en Vlaanderen onder mensen die anders geen toegang zouden hebben.



1

ORGANISATIEPRIORITEIT

Meer inkomsten voor onze missie

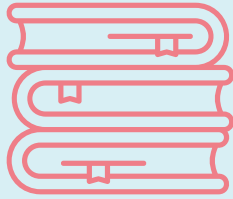
Voor het realiseren van onze ambitie is het nodig dat onze inkomsten groeien. We investeren vanuit onze reserves om vernieuwing en financiële groei mogelijk te maken. We willen minimaal 25% groei (2030 t.o.v. 2025) realiseren, maar streven naar 50%.

We weten ook dat we werken in een context met grote uitdagingen (extern en intern). We zetten in op gedifferentieerde communicatie, vanuit een aansprekende corporate story, en op sterkere relaties met kerken, stichtingen, fondsen en major donors.

Daarnaast zoeken we nieuwe doelgroepen en zorgen we, door analyse en inzet van data, voor een effectiever programma.

BOUWSTENEN

1. Significante groei bijzondere giften (stichtingen, fondsen en MDs).
2. Groei particuliere fondsenwerving.
3. Groei fondsenwerving in kerken.



2

ORGANISATIEPRIORITEIT

Groei van de uitgeverij

Door het ontwikkelen en verspreiden van Bijbeluitgaven geven we op concrete wijze invulling aan onze missie. We zorgen voor distributie via de gangbare kanalen binnen onze context. Denk hierbij aan (online) boekhandels en partnerorganisaties.

Daarnaast zetten we in op aanvullende, niet-commerciële verspreiding, bijvoorbeeld door goede beschikbaarheid via bibliotheken en gerichte gratis verspreiding waar nodig.

Naast de uitvoering van onze missie is uitgeven ook een belangrijke bron van inkomsten. We streven naar een jaarlijkse groei van 8% in inkomsten uit de uitgeverij en de webshop.

BOUWSTENEN

1. De uitgeverij ontwikkelt Bijbels en andere uitgaven die direct bijdragen aan de realisatie van de programmaliijnen.
2. De inkomsten van de uitgeverij laten groeien, opdat we meer kunnen investeren in de missie.



3

ORGANISATIEPRIORITEIT

Digitaal sterker worden

Het NBG wil daar zijn waar de mensen zijn en dat is steeds vaker online. Meer investeren in digitaal is dan ook cruciaal. Het is belangrijk in te spelen op veranderende mediaconsumptie door meer audio- en videoproducties te ontwikkelen.

Daarnaast zal de impact van de AI-revolutie op het NBG groot zijn. Duidelijk is dat het nieuwe kansen zal bieden, maar tegelijkertijd grote risico's met zich meebrengt.

En tenslotte zal het belang van online marketing voor zowel fondsenwerving als verkoop blijven toenemen, en is verdere digitalisering van interne processen cruciaal.

Door processen verder te digitaliseren en slimme technologieën zoals AI te integreren, vergroten we onze efficiëntie en effectiviteit. Zo houden we meer ruimte over voor wat echt telt: mensen helpen de Bijbel te openen en Gods Woord te ontdekken.

BOUWSTENEN

- 1.** We ontwikkelen onze vaardigheden en techniek op gebied van audio en video door.
- 2.** We experimenteren met het integreren van AI in producten en processen.
- 3.** We versterken de digitale volwassenheid van de organisatie en de medewerkers.

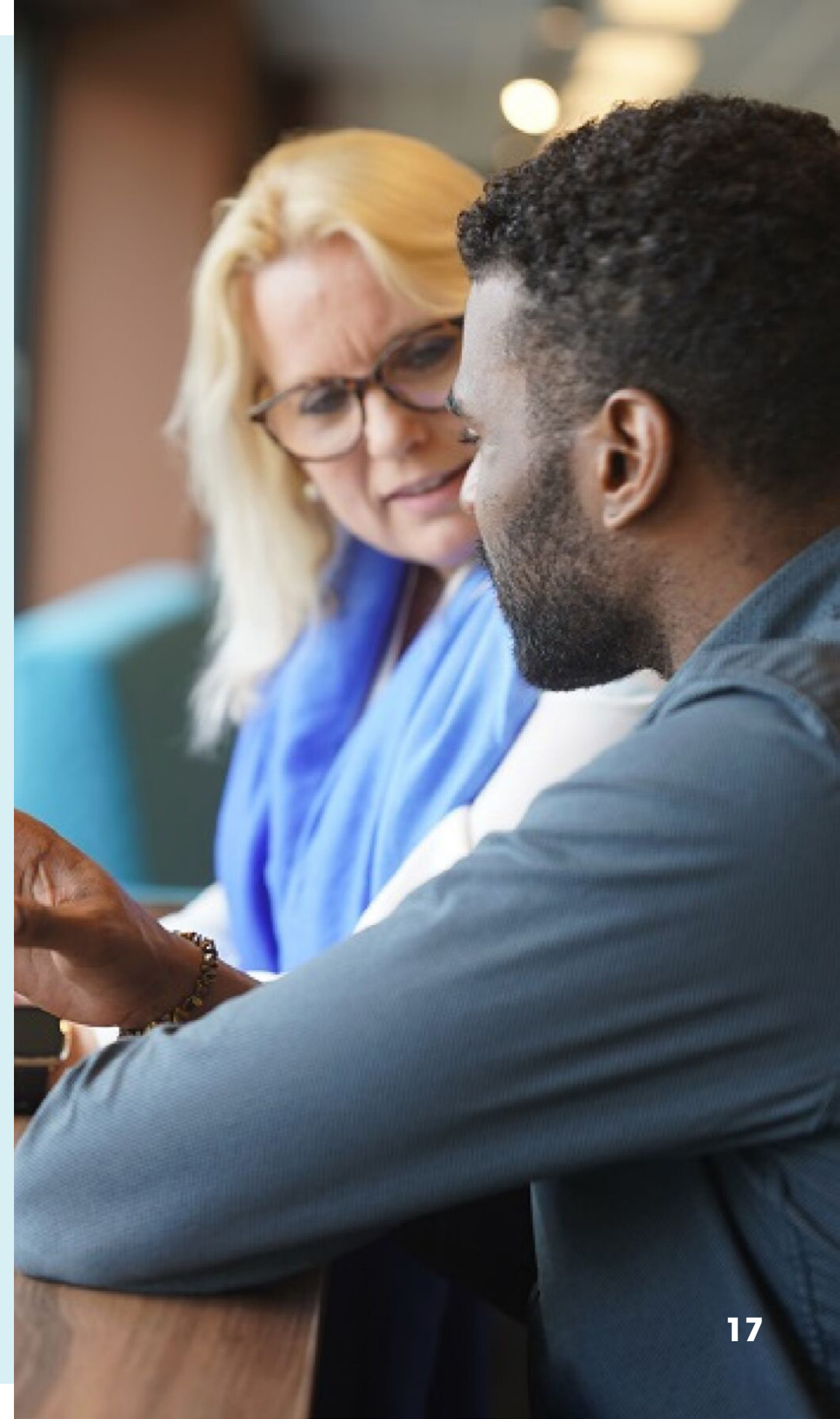
Zo houden we koers

We sturen doorlopend op feiten, ritme en transparantie. Met vaste dashboards, maandrapportages en kwartaalgesprekken zien we waar we groeien, waar bijsturing nodig is en welke projecten extra aandacht vragen.

Middels kwartaalrapportages en het jaarverslag koppelen we resultaten en inzichten terug richting het bestuur, de ledenraad, de Vlaamse adviesraad en onze donateurs.



Bekijk onze
jaarverslagen



**Draag ook bij
aan onze missie!**

Word donateur en maak het mogelijk
dat de Bijbel impact heeft in het leven
van mensen in Nederland, Vlaanderen
en ver daarbuiten.

Ja, ik help mee!



Structurele donatie



Eenmalige gift



Nederlands-Vlaams
Bijbelgenootschap