

Rapport deputaten mediazaken



Generale Synode van de Gereformeerde Kerken Meppel 2017

Het auteursrecht van deze tekst berust hetzij bij de auteur, hetzij bij de Gereformeerde Kerken in Nederland. Voor alle zaken het auteursrecht betreffend kan contact opgenomen worden met het deputaatschap administratieve ondersteuning via: dao@gkv.nl.

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in wat voor vorm of op wat voor manier dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de rechthebbende, behoudens de uitzonderingen bij de wet gesteld.

Inhoudsopgave

1	Beknopte verwoording van onze missie	3
2	Verslag van de werkzaamheden	3
3	Samenstelling deputaatschap	10
4	Budget	11

Bijlagen

1	Opdracht GS Ede 2014 – 2015	11
2	Nieuwe opdracht	11
3	Overzicht RTV diensten 2014 - 2015	12
4	Samenvoegen van GKv-communicatie	12
5	Samenstelling en rooster van aftreden	13
6	Jaarrapporten	13
7	Perspectieven voor communicatie	14

Het deputaatschap mediazaken heeft als missie om de door de Rijksoverheid gefinancierde mogelijkheden via radio, televisie en internet te gebruiken. Ook in deze verslagperiode 2014-2016, heeft de Here God ons hiervoor weer goede mogelijkheden geboden. Tegelijkertijd moeten we hier meteen schrijven dat deze mogelijkheden door allerlei omstandigheden in 2015 gestopt zijn. We doen daar verderop verslag van.

De Gereformeerde Kerken vrijgemaakt (GKv) werk(t)en voor het realiseren van radio- en televisie-uitzendingen samen in de Stichting 'Zendtijd voor de Kerken' (ZvK) met de Nederlands Gereformeerde Kerken, de Christelijke Gereformeerde Kerken, de Unie van Baptistengemeenten, de Stichting Zendtijd Evangelische Gemeenten en de voortgezette Gereformeerde Kerken in Nederland (vGKN).

Naast de uitzendingen van kerkdiensten op de landelijke TV en radio is er ook aandacht voor media activiteiten op plaatselijk niveau. Dat gebeurt door wensen/eisen op dit terrein te inventariseren, te verzamelen en voor elkaar beschikbaar te maken/hebben. Naast kerkdiensten is er ook aandacht voor de (nieuwe) media, websites en het gebruik van beamers in onze kerken. Kortom, duidelijk oog hebben in 'bewegwijzerende zin' als deputaatschap voor die mediazaken, die ook een plaatselijke kerk aangaan.

2 Verslag van de werkzaamheden

In dit rapport willen we verslag doen aan de hand van onze opdracht vanaf de synode Ede:

- a. de ontwikkelingen in omroepland nauwlettend te volgen en waar mogelijk het uitdragen van het evangelie binnen het Nederlands Publieke Omroepbestel te waarborgen;
- b. een archief aan te leggen van opgenomen RTV-kerkdiensten van de Gereformeerde kerken en dat op een duurzame wijze raadpleegbaar te maken;
- c. indien uitzendingen niet meer mogelijk blijken via het Nederlands Publieke Omroepbestel, zoveel als mogelijk samen met CGK, NGK en vGKN, te zoeken naar alternatieven om het evangelie via de (nieuwe) media uit te dragen;
- d. de eerstvolgende generale synode te dienen met een rapport over de manier waarop "nieuwe media" met vrucht gebruikt kunnen worden door de kerken op plaatselijk en landelijk niveau.

2.1 de ontwikkelingen in omroepland

De ontwikkelingen in omroepland zijn in de afgelopen jaren hectisch verlopen. Zo werd de laatste tv-kerkdienst uitgezonden in de zomer van 2014. Uitzendingen via de radio blijven voorlopig doorgaan, zij het in een wat andere opzet dan voorheen. De EO is begonnen aan een nieuwe zondagochtendprogrammering, waaronder als vervanging van een integrale kerkdienst een onderdeel 'De Kapel' is opgenomen. Daarin wordt een overdenking verzorgd door predikanten uit verschillende kerkgemeenschappen, zoals die op persoonlijke titel door de EO zijn uitgezocht en benaderd. Een van hen is GKv-predikant Jasper Klapwijk uit Scheveningen.

Deze ontwikkelingen zijn het gevolg van politieke beslissingen en omroepbeleid. Na afloop van de laatste concessieperiode (eind 2015) waren er geen gelden meer beschikbaar voor de kerken. De Stichting VKZ - een eerder al noodzakelijk gebleken fusie tussen de IKON en de ZvK - zag zich genooddaakt daarom nauwe samenwerking (fusie) te zoeken met een van de grotere omroepen, om zo nog zo goed mogelijk vorm en inhoud te kunnen geven aan haar missie: de presentie van de kerken op radio en televisie. In eerste instantie leek die keuze uit te vallen richting de NCRV. Nieuwe ingrepen van de overheid leidden echter tot een fusie van de VKZ met de EO. Deze fusie heeft inmiddels gestalte gekregen. Daarbij moesten echter wel de dienstverbanden van het ervaren en bekwame ZVK-personeelsleden worden beëindigd. Alleen

Annemieke Oosterlee is vanuit ZVK overgegaan naar de EO. Zij blijft daar verantwoordelijk voor de productie van de radiokerkdiensten.

Wij kunnen niet anders dan constateren dat de invloed van de kerken lopende dit proces steeds minder is geworden. Het bestuur handelde meer en meer zelfstandig. Een Media Advies Commissie, waarin de afzonderlijke kerken van de ZvK waren vertegenwoordigd werd alleen gebruikt als een communicatiekanaal. De vertegenwoordigers van de kerken moesten op beslissende momenten zich neerleggen bij reeds (onder druk van Haagse politieke beslissingen) gemaakte keuzes, omdat ze geen formele bevoegdheden meer hebben (die liggen bij de Stichting VKZ).

Inmiddels is per 1 januari 2016 de ZvK opgehouden te bestaan en ook de Stichting VKZ is geliquideerd. De status van radiodiensten is daarmee niet meer de verantwoordelijkheid van de kerken, ook niet in afgeleide vorm en daarmee is er ook geen formele band meer tussen ons deputaatschap en deze diensten.

Wel zijn er na discussies in de Tweede Kamer via een amendement van o.a. de Christen Unie middelen ter beschikking gekomen om de levensbeschouwelijke aspecten toch nog een zekere aandacht te kunnen blijven geven door de omroepen. De EO wil de kerken representeren, om zo een maatschappelijk draagvlak te behouden. Met name ook het geld dat de EO uit genoemd budget ontvangt - jaarlijks een substantieel bedrag - wordt besteed aan die taak. In de discussie die in september 2016 ontstond naar aanleiding van de aanstelling bij de EO van een oud-voorman van de Remonstrantse kerk om de vroegere identiteit van de IKON vorm en inhoud te kunnen geven, werd door de directie van de EO steeds naar voren gebracht dat de EO 'de kerken' wil vertegenwoordigen. Voor alle duidelijkheid willen wij stellen dat er geen enkele formele band meer is tussen de GKv en de EO. In de Ledenraad zitten een vijftal personen die lid zijn van onze kerken, maar die zijn en worden via coöptatie benoemd en behoeven geen verantwoording af te leggen. EO-directeur Arjan Lock heeft in meerdere gesprekken aangegeven dat hij zeer hecht aan een goede relatie met de kerken, maar dat hij geen behoefte heeft aan een formele relatie daarmee in de vorm van gestructureerd overleg. In voorkomende gevallen wil hij zelf rechtstreeks contact opnemen met door hem te kiezen vertegenwoordigers van de kerken. Wij hebben aangegeven dat een dergelijk contact voor wat betreft de GKv o.i. met ons deputaatschap zou moeten zijn.

Alles overziend concluderen wij dat de 'traditionele taak' van ons deputaatschap (grotendeels) is komen te vervallen en nu is gaan verschuiven naar een nieuwe opdracht, zoals die door de generale synode van 2011 al is ingezet en in 2014 is aangescherpt.

2.2 het archief van 'onze' uitzendingen via ZVK

Om de RTV-uitzendingen van kerkdiensten uit het verleden veilig te stellen is er uitgebreid overleg geweest met de EO. We wilden in eigen beheer een website inrichten waarop deze kerkdiensten benaderbaar zouden blijven, en dat we niet afhankelijk zouden blijven van de grillen in omroepland. Daarbij zijn ook juristen geraadpleegd. Het laatste bericht van de EO-jurist willen we hier neerschrijven.

"Het auteursrecht op de opnames ligt bij de EO. Als de GKv deze zelfstandig openbaar wil maken (bijv. via website) dan is hiervoor een licentie nodig van de EO. Mediawettelijk wordt dat aangemerkt als een nevenactiviteit. Een nevenactiviteit is alleen toegestaan als er een marktconforme vergoeding wordt betaald voor de licentie. Wat een marktconforme vergoeding is, hangt in dit geval af van de hoeveelheid materiaal die GKv online wil ontsluiten. Het gebeurt niet vaak dat er licenties worden verstrekt voor het online aanbieden van (meerdere) complete uitzendingen door niet-commerciële partijen. Doorgaans wordt er dan gelinkt naar uitzending gemist. Er zijn daarom niet veel aanknopingspunten voor een marktconforme vergoeding. Ter illustratie: als wij een fragment van max. 3 minuten willen licenseren voor niet commercieel gebruik, moet een partij daar € 250,- per fragment voor betalen. Wellicht kunnen we in dit geval

beargumenteren dat een lager bedrag redelijk is, maar dan nog kom je al snel op € 1000 per aflevering. Als GKv bereid is een marktconforme vergoeding te betalen, moeten we vervolgens eerst toestemming voor deze licentie vragen aan het Commissariaat voor de Media en NPO. Overigens blijven de programma's van de publieke omroep – die zijn ontwikkeld met gemeenschapsgeld – toegankelijk voor de gemeenschap door de aanbodkanalen van de publieke omroep, en door het archief van Beeld & Geluid. Van exclusieve publicatie is dus geen sprake.”

We hebben besloten het hierbij te laten en op de GKv-website een verwijzing te maken naar 'uitzending-gemist'.

2.3 alternatieven vanwege stopzetten uitzendingen via NPO (ZVK)

Toen begin 2014 duidelijk werd dat de kerkdiensten via tv op korte termijn zouden komen te vervallen, hebben we als deputaten van de GKv de andere kerken van ZvK uitgenodigd om na te denken over de toekomst. Ons voorstel was om te onderzoeken of het mogelijk was om op korte termijn te beginnen met de beeldregistratie van kerkdiensten om die via het internet uit te zenden. Het doel was om de kerkdiensten zowel inhoudelijk als technisch van hogere kwaliteit te laten zijn dan gebruikelijk op kerkomroep.nl. Ook zou er inhoudelijk rekening gehouden worden met het missionaire karakter van de kerkdienst die uitgezonden zou worden. Stichting LPB (Luisterpost|Bralectah) zou ingeroepen worden om de technische kant te verzorgen. Het doel was om het gat dat ontstond doordat er op tv geen kerkdiensten meer uitgezonden werden, op deze manier in elk geval deels op te vullen.

Tussen mei 2014 en september 2015 zijn er diverse vergaderingen geweest. In eerste instantie waren enkel de GKv, CGK, NGK en VGKN in beeld. In het voorjaar van 2015 zijn PKN, de voorzitter van de Nationale Synode en ook de EO erbij betrokken. De gesprekken verliepen constructief en iedereen was het er over eens dat de mogelijkheden in elk geval verkend moesten worden. De EO bood desgevraagd zelfs aan om de streaming van de kerkdiensten via de servers van de NPO te doen. Ook was er sprake van een EO-webomgeving waarin e.e.a. zou kunnen plaatsvinden, mede in het verlengde van de zondagse EO-uitzending van 'De Kapel'.

Op 23 september 2015 hebben we met elkaar besloten om toch de stekker uit het project te trekken. Dat had een paar redenen. In de eerste plaats was vanaf het begin aan onduidelijk hoe groot de doelgroep zou zijn. In de tweede plaats was er onhelderheid over de doelgroep. In ons oorspronkelijke voorstel ging het om de doelgroep van de voormalige tv-diensten, voor het grootste deel christelijk betrokken mensen. De NGK en PKN drongen echter sterk aan op het bereiken van nieuwe groepen in de samenleving. In dat geval zou de uitzending iets totaal anders moeten worden dan de registratie van een kerkdienst. Dat zou een grote investering in tijd en geld betekenen, waarbij het nog maar de vraag zou zijn of we het beter zouden kunnen dan de EO. Een derde reden was dat de kwaliteit van kerkdiensten op kerkomroep.nl steeds beter wordt, en dat mensen die op zoek zijn daar genoeg goede kerkdiensten kunnen bijwonen. Kortom: het werd naar twee kanten lastig om de meerwaarde van het project aannemelijk te maken met behoud van een groot draagvlak (dat door meerderen als voorwaarde werd gesteld).

Als deputaten mediazaken hebben we dit gesprek willen voeren in het kader van deel C van onze instructie, om zoveel als mogelijk samen met CGK, NGK en VGKN, te zoeken naar alternatieven om het evangelie via de (nieuwe) media uit te dragen. Helaas bleek het in dit geval een onmogelijkheid te zijn. Er loopt nog wel een pilot vanuit het CGK-deputaatschap en ons deputaatschap om te onderzoeken of het mogelijk is bij het nieuwe EO-radioprogramma 'Zin, zout en zegen', dat de traditionele kerkdienst op zondagavond vervangt, beelden te maken en die via internet uit te zenden. Tijdens Pasen 2016 zijn daartoe opnamen gemaakt in een kerkdienst in GKv Assen-Peelo met dominee Ernst Leefting. In september 2016 is de zgn. Kroonbedienst opgenomen om ook als een soort pilot-dienst dienen waar CGK-predikant Maarten Groen bij betrokken is. De eerlijkheid gebied te zeggen dat we geen hoopvolle verwachtingen hebben op een positief vervolg.

2.4 inzet andere media | overig

Onder dit kopje willen we rapportage doen van verschillende zaken die ‘media’ binnen onze kerken betreffen.

2.4.a Kerkzijnonline.nl

De synode van Ede droeg ons op de eerstvolgende generale synode te dienen met een rapport over de manier waarop “nieuwe media” met vrucht gebruikt kunnen worden door de kerken op plaatselijk en landelijk niveau. Daar zijn we mee aan het werk gegaan en kwamen daarmee al vrij snel in gesprek met de landelijke CGK-deputaten Kerk en Media, die eenzelfde soort opdracht hadden gekregen van hun synode. De CGK-synode 2013 droeg hen namelijk op zich te bezinnen op de mogelijkheden van de verbreiding van het evangelie via de moderne media én zich te bezinnen op de presentie van de CGK in de moderne media. Om die reden is het project Kerk-zijn-online opgezet, om plaatselijke gemeenten te ondersteunen in de online communicatie naar binnen en buiten. Deze gedachte ontstond allereerst binnen de CGK na bezinning op de vraag waarmee hun kerken, in samenhang met de synodeopdracht, het meest gediend zouden zijn. Ze constateerden dat er in de kerken op het gebied van nieuwe media veel gebeurt, maar dat het tegelijk niet allemaal even doordacht wordt uitgevoerd. Toen werd het idee geboren om toerustingsavonden te houden voor plaatselijke kerken om hen te helpen om de online-presentie te verbeteren. Deze toerustingsavonden zouden gehouden worden in mei/juni 2015. Ons deputaatschap was echter nog niet zover in haar bezinning om mee te doen met de organisatie van deze avonden. We hebben ons beperkt tot het uitnodigen van alle GKv-kerken voor deze avonden. De opkomst vanuit de GKv-kerken was echter dermate hoog en de reacties waren zo enthousiast dat we snel werden bevestigd in de mening dat we aan de organisatie van deze avonden moesten deelnemen. Het doel van de inspiratieavonden werd als volgt geformuleerd: “Met de bijeenkomsten willen we gemeenten stimuleren om: - online zichtbaar te zijn, - dit zo optimaal mogelijk te zijn, - zich hier met enthousiasme daadwerkelijk voor in te zetten”. De doelgroep voor deze bijeenkomsten is iedereen in de gemeente die zich bezig houdt met online communicatie: van kerkenraadsleden tot webmasters en redacteuren van het kerkblad.

De eerste serie avonden in mei/juni 2015 kreeg het thema: ‘Kerk en online media: hoe het doel de middelen heiligt’, met als hoofdspreker online specialist Bram Markus. De avonden trokken 40-60 mensen per avond. De avonden werden gemiddeld met een cijfer acht gewaardeerd en 90% van de mensen vroeg om een vervolg. Daarom hebben we besloten om een vervolg te geven en in mei/juni 2016 opnieuw een aantal nieuwe toerustingsavonden te organiseren. Die tweede serie avonden hebben we meer toegespitst op concrete onderwerpen en is er meer rekening gehouden met de verschillende kennisniveaus van mensen. Het thema voor die avonden was: ‘Kerk-zijn online: tussen ideaal en werkelijkheid’, met als hoofdspreker Eric van den Berg, adviseur/trainer (kerkelijke) online communicatie. Een kleine 150 deelnemers, afkomstig uit diverse kerkgenootschappen, bezochten één van deze avonden. Alle deelnemers konden na de inspiratieavond een online evaluatie invullen. Zo’n 35 procent van de mensen deed dit ook. 93% van de respondenten wil dat Kerk-zijn online in de toekomst opnieuw bijeenkomsten organiseert. Als eindcijfer gaven de respondenten de avonden een 7,5, waarbij gekeken werd naar inhoud, locatie, presentatie en communicatie. Veel respondenten reageerden op de vraag naar tips en adviezen voor Kerk-zijn online. Een paar keer opperde iemand de tip met een ‘serviceloket’ te komen: voor alle vragen over kerken op internet en sociale media: “Ik wil dit graag meegeven: Facebook is een groot, log en commercieel platform. Ik merk dat veel gemeenteleden geen Facebook-account willen hebben. Is het mogelijk om een niet-commercieel (misschien wel christelijk) platform in het leven te roepen, waar mensen eerder geneigd zijn om zich bij aan te sluiten?” In het najaar van 2016 gaan we samen met de CGK-deputaten ons bezinnen op een vervolg. Hierbij zullen we uiteraard de uitkomsten van de gehouden enquêtes onder de bezoekers betrekken. In de tussentijd willen we de mensen warm houden door de website (www.kerkzijnonline.nl) actueel te houden, een weblog bij te houden, toch een facebookgroep te starten en de deelnemers met regelmaat een nieuwsbrief per mail toe te sturen.

2.4.b Landelijke GKv in de media

Aan ons deputaatschap werd opgedragen zich te bezinnen op de manier waarop “nieuwe media” met vrucht gebruikt kunnen worden door de kerken op plaatselijk en landelijk niveau. Voor zover het de presentie van het kerkverband zelf betreft is dat geen eenvoudige opdracht. De tv- en radiodiensten zijn inmiddels vervallen. En gkv.nl wordt niet beheerd door deputaten mediazaken, maar door DAO (deputaten administratieve ondersteuning). Directe invloed op de website hebben we dus niet. Wel is er heel goed contact met Maaïke Oosten, communicatieadviseur van onze kerken. Zij was al langer bezig om een missie/visie document te schrijven rondom landelijke communicatie. Daar zijn we bij aangehaakt en hebben meegedacht en meegeschreven aan de notitie “Perspectieven voor communicatie - GKv 2016”. Uitwerking van dit plan en daarmee ook deels onze opdracht lijkt ons beter onder verantwoordelijkheid van één deputaatschap uit te voeren. Daartoe lag er ook een voorstel d.d. 10 maart 2015 van Bernhard Jonker in samenspraak met Maaïke Oosten op onze vergadertafel. Ons deputaatschap zag en ziet er het nut zeker van in. DAO reageerde echter vooralsnog afwachtend en had geen behoefte om deze samenwerking verder te verkennen. In de nieuwe synodeopdrachten zou deze bundeling alsnog tot stand kunnen komen. We hebben ons voorstel tot vernieuwde instructie voor ons deputaatschap dan ook vanuit die zienswijze geschreven.

2.4.c. De zgn. zoekerswebsites (waarvan GKv de eigenaar is)

Samen met DAO is geconstateerd dat dit project heel veel waardevolle content heeft, maar eigenlijk te veel op zichzelf staat. Op grond van de statistieken en de ervaringen concludeerden we, dat we het project zoals het nu is, anders zullen moeten vormgeven. Het anders vormgeven zal onzes inziens meer moeten liggen in het gebruik kunnen maken van de beschikbare content voor plaatselijke kerken. Deze zullen op een gebruiksvriendelijke manier moeten kunnen aanhaken bij de landelijke site. Aan zoekers moet laagdrempelig verteld worden waarom we geloven. Dat is nu een heel duidelijke leemte op de huidige landelijke site gkv.nl. Dat was destijds ook de aanleiding om als GKv bij dit project aan te sluiten. Die leemte willen we opvullen en uitbreiden richting dienstverlening aan plaatselijke kerken. De opdracht daarvoor ligt bij deputaten mediazaken, maar kent uiteraard veel raakvlakken met de opdracht bij DAO. Met hen is hierover overleg. De uitwerking hiervan is dus zoals gezegd neergeschreven in de notitie “Perspectieven voor communicatie - GKv 2016”. We denken dat dit project na uitwerking van de beschreven plannen als zelfstandig project niet hoeft te blijven bestaan.

2.4.d Portaal voor beamteams

De opdracht om ‘waar mogelijk, visie en beleid te ontwikkelen voor de mogelijkheden die door technische ontwikkelingen steeds meer binnen het bereik van de kerken komen te liggen’ is ook opgepakt. Daarvoor hebben we samenwerking gezocht met de LPB, die bezig is met het ontwikkelen van een internetportal voor toerusting aan werkers in de kerk. Op de website Opkijken.nl zijn er naast informatie en doorverwijzingen mediabanken in ontwikkeling, waarin geschikte media zijn te vinden zoals korte filmpjes, foto's, geluidsfragmenten e.d. Binnen dit platform is er een zgn. subportal voor beamteams. Hiertoe is een enquête de kerken in gegaan onder de beamteams en webmasters. Resultaten daarvan waren richting bepalend tot het inrichten van deze subportal dat duidelijk in een behoefte voorziet. Maar ook via het algemene mailadres info@gkv komen regelmatig informatievragen binnen die we mogen beantwoorden. Deze vragen zijn heel breed; vragen naar de mogelijkheden van kerk-tv, licenties op liederen voor het beamen, privacy op online publicatie adressen op websites van kerken, social media, samenwerking met lokale omroepen, enz. Deze vragen horen we ook op de Kerkzijnonline-avonden. Door coördinatie (aanspreekpunt) van de LPB zijn en worden veel vragen afdoende beantwoord. In de toekomst zullen vragen op dit gebied blijven of zelfs toenemen, daarom is het goed dat er een loket voor is.

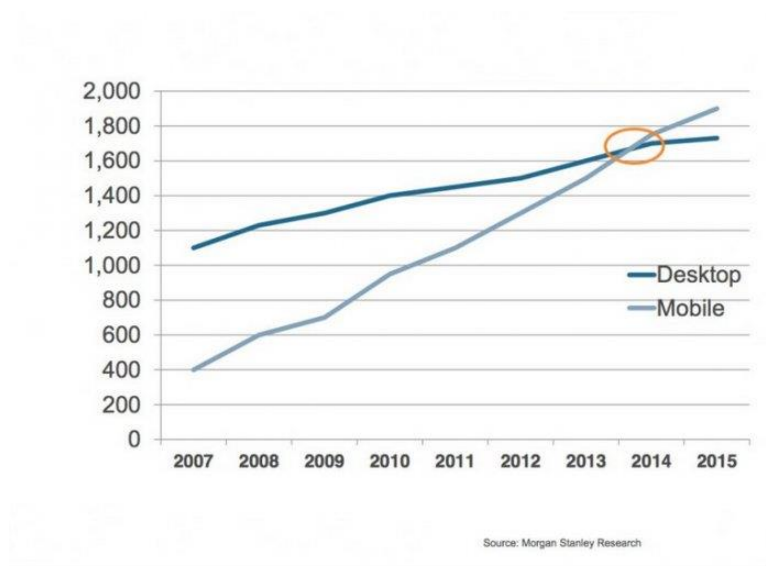
2.4.e Samenwerking m.b.t. presentatie liederen voor kerken/beamteams

Deputaten hebben n.a.v. de bovengenoemde enquête onderzoek laten doen naar de problematiek rond het beamen van liederen. Er bestaat veel onduidelijkheid over de rechten. Om volledig legaal al het gewenste materiaal te mogen beamen, dient men meerdere licenties bij meerdere partijen af te sluiten. Veel liederen worden niet digitaal aangeboden door de uitgever of rechthebbende, maar zijn door kerken zelf uitgewerkt. Deze zelfgemaakte bestanden worden gedeeld via zelf opgezette databases (Dropbox). Het is onduidelijk in hoeverre het legaal is dit materiaal te gebruiken en te verspreiden, ook als er wel een licentie is aangeschaft bij de rechthebbende. De huidige databases met liederen bestaan voor het merendeel uit bestanden zonder notenbalken, terwijl daar wel steeds meer om gevraagd wordt. De bestaande databases vragen om professioneel beheer en onderhoud. Dit ligt nu bij de initiatiefnemers van de zelf opgezette databases, maar dit blijkt voor hen erg arbeidsintensief. Gebruikers kunnen namelijk de bestanden in de database aanpassen en zo per ongeluk verwijderen of overschrijven. Kerken werken met verschillende schermformaten, beamers en resoluties: wat er goed uitziet in ene kerk, werkt niet in een andere. Dit betekent dat de bestaande databases geen kant-en-klare presentaties leveren. Beamteams moeten zelf de benodigde liederen opzoeken en samenvoegen in één presentatie en deze eventueel ook nog geschikt maken voor vertoning in hun specifieke kerk. Vooral bij het presenteren van notenbalken zorgt dit voor problemen omdat deze door de meeste beamteams niet zelf zijn aan te passen. Daarnaast lopen de licentiehouders van de betreffende liederen nu veel inkomsten mis, doordat kerken bewust of onbewust geen rechten afdragen.

Om aan deze problematiek tegemoet te komen zijn er plannen uitgewerkt om tot een integrale aanpak van dit probleem te komen: één licentie, waarmee in één keer alle gebruiksrechten afgedekt zijn. Dat houdt in dat er een betrouwbare database met daarin al het materiaal voor het maken van een complete kerkdienstpresentatie dient te worden opgebouwd met de mogelijkheid om liederen zowel mét als zonder notenbalken weer te geven. En, de mogelijkheid de opmaak van de presentatie aan te passen aan de Beam-apparatuur in de specifieke kerk. Hiervoor is allereerst medewerking gezocht met alle rechthebbenden van liederen en muziek benodigd, zodat er één licentie aan kerkelijke gemeentes aangeboden kan worden. Vervolgens zouden er databases met bronbestanden aangemaakt moeten worden. Met de garantie dat hun materiaal alleen onder licentie wordt verspreid, wilden wij de uitgevers bereid vinden deze bronbestanden af te geven. Helaas moet geconstateerd worden dat de plannen om te komen tot een nauwe samenwerking m.b.t. het ter beschikking stellen van liederen voor gebruik in erediensten en vieringen niet haalbaar is. Zowel de Stichting Opwekking als Boekencentrum Uitgevers hebben aangegeven geen mogelijkheden op dit moment te zien, waar zij aan mee willen werken. Dat wordt uiteraard zeer betreurd, maar we moeten het helaas als realiteit onder ogen zien. Er is in de verschillende gesprekken het nodige over gezegd en besproken. De plannen om te komen tot een gebruiksvriendelijke presentatie van de liederen, mede als onderdeel ook van een te ontwikkelen geavanceerd beampakket zijn daarmee echter niet van de baan. Met de diverse licentiehouders was het wel mogelijk om één op één afspraken te maken om hun bestanden te mogen gebruiken. Op het moment van schrijven van dit rapport zijn we in gesprek met een software-bedrijf die kansen ziet om een presentatie te maken vanuit meerdere databases. De vooruitzichten dat dit gaat lukken zijn hoopvol.

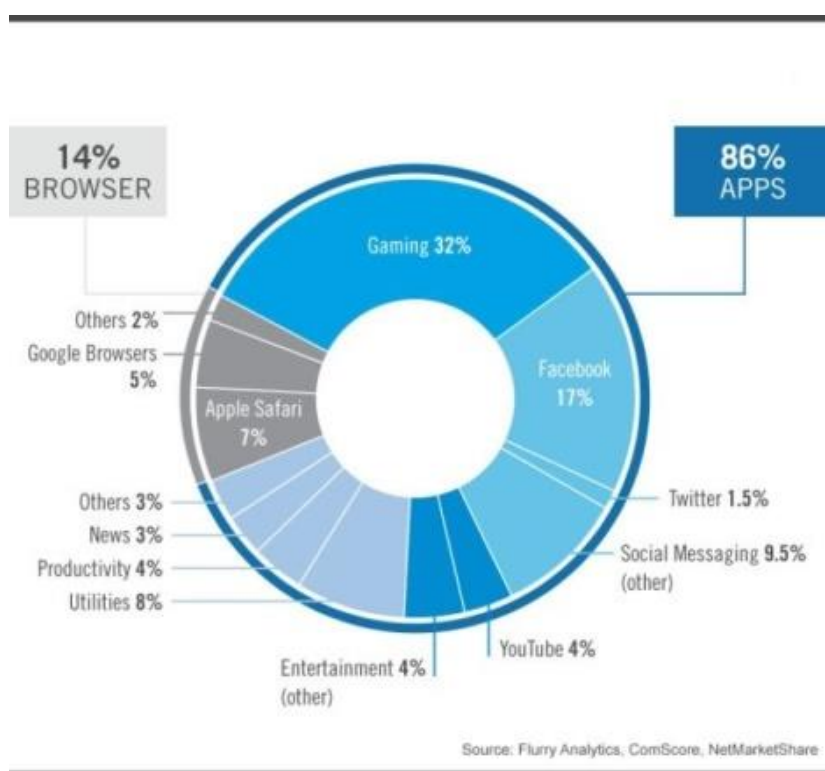
2.4.f Een eigen GKv-app

Als deputaten mediazaken hebben we ons laten informeren over een zogenaamde app op de mobiele telefoon waarmee een lokale kerk haar nieuws, agenda, collectes, etc. via smartphone en tablet naar buiten kan brengen. Ook het landelijke kerkverband kan hiervan gebruik maken. Als deputaatschap mediazaken houden we ons bezig met het stimuleren van de presentatie van de kerk op internet en de sociale media. Sinds 2014 is er echter meer digitale communicatie via mobiele apparaten, dan via computers. Dit zal de komende jaren alleen maar toenemen.



Daarbij komt dat gebruikers hun smartphones vooral gebruiken via de zogenaamde app (toepassingen) en veel minder via een mobiele browser (b.v. Chrome en Safari). Wie in de komende jaren dus aanwezig wil zijn op het digitale web, dan is het belangrijk om dat te zijn via een app. We hebben ons georiënteerd op ontwikkelaars van een

geschikte kerkelijke applicatie (app). Die hebben we gevonden in DZZ (De Zalige Zalm), een bureau voor geloofscommunicatie, uit Deventer. Zij maakten al een kerk-app voor de PKN-kerken en voor de rooms-katholieke parochies. Ook voor de GKv kan een eigen variant of 'schil' worden gemaakt.



De GKv-app biedt gemeentes de mogelijkheid om via smartphone en tablet de achterban op de hoogte houden van wat er speelt. De app biedt de plaatselijke gemeente ruimte om berichten door te geven, agenda van activiteiten, aankondiging van diensten (mededelingenblad, samenvatting preek, reageren op preek, collectedoel + doorklikmogelijkheid), pushberichten ('belbericht' van overlijden, bijvoorbeeld), meedoen met een collecte (ook als je niet in de kerk komt) en diensten bekijken of beluisteren. Ook landelijk kan de GKv deze app gebruiken voor nieuws, informatie en het doorverwijzen naar mailings. Maaïke Oosten en haar team zouden deze voorziening kunnen beheren. Het lijkt de redactie/appbeheerder weinig tijd te kosten om de app te onderhouden. Er kunnen automatische koppelingen gemaakt worden met de website van de gemeente (nieuwsberichten, agenda-items), en met social media. Eenmalige

ontwikkelkosten voor de GKv-app bedragen ca. € 2.500 à € 3.000. De lokale GKv-gemeente die gebruik wil maken van de app betaalt voor een jaarabonnement € 225 incl. btw. Voor de eindgebruiker op smartphone of tablet is de app gratis te downloaden via de Play-store of App-store. Uiteraard gelden er ook beperkingen aan deze landelijke app, dat zit met name in een aparte uitstraling voor een lokale kerk. De app zal er grotendeels voor alle lokale kerken hetzelfde uitzien. Maar als lokale kerk een eigen app te ontwikkelen zal waarschijnlijk te duur worden.

We stellen dan ook voor om te besluiten deze GKv-app (wellicht in samenwerking met de CGK) te ontwikkelen. Als we het nu niet doen, zal het over 3 of 6 jaar zijn, en dan worden we meer en meer naar de marge van het digitale net gedrongen. Er is nu een goede mogelijkheid om iets te ontwikkelen voor het geheel van onze kerken. Doen we dat nu niet, dan zullen er zich allerlei alternatieven ontwikkelen, of zullen groepen gemeenten dit gaan doen, waardoor de mogelijkheid van een landelijke app voor onze kerken bemoeilijkt wordt. Nadat besloten is tot deze landelijke GKv-app, is een plaatselijke kerk niet verplicht hieraan mee te doen. Het vergt een eigen besluit van een kerkenraad om deze GKv-app plaatselijk in gebruik te stellen.

2.4.g. Samenwerking met deputaten 'kerk en media' van de CGK

Zowel in al het overleg over het beleid m.b.t. de Zendtijd voor Kerken als het volgen en maken van beleid voor gebruik nieuwe media werken we volop samen met de deputaten 'Kerk en media' van de Christelijk Gereformeerde Kerken. We opereren op een beleidsterrein waarin samenwerking ook heel goed mogelijk, maar ook wenselijk is. We hebben meerdere gezamenlijke deputatenvergaderingen gehad en zijn in alle ontwikkelingen vrijwel gelijk opgetrokken. Onze opdracht en de hunne zijn ook vrijwel identiek. Dat is ook te merken aan dit rapport. Hele grote delen van de rapportage zijn gelijk aan de rapportage van het CGK-deputaatschap in hun synoderapport. Ook in de toekomst willen we deze werkwijze graag voortzetten. Zoveel als kan krachten bundelen, uiteraard blijven er kerkverband-specifieke werkzaamheden en verantwoordelijkheden.

3 Samenstelling deputaatschap

In het deputaatschap waren de volgende personen benoemd: Michiel Niemeijer (samenroeper/voorzitter), Hendrike Oosterhof, Nanda Langkamp, Wim Driesens en Dick Scheepstra. Na een ziekteperiode is helaas op 28 juli 2014 Michiel Niemeijer overleden. In overleg met de synodevoorzitter is onder meer onderstaande tekst als advertentie in het ND geplaatst. *'Hij was gedurende negen jaar GKv-deputaat mediazaken voor de omroep 'Zendtijd voor Kerken' en intensief betrokken bij het bestuurlijke vormgeven van die zendtijd, de laatste jaren als voorzitter van ons deputaatschap. Wij zullen zijn gedrevenheid, kennis en ervaring missen, maar kijken met dankbaarheid terug op zijn werk. Namens het deputaatschap mediazaken - Dick Scheepstra en namens het moderamen GKv-synode 2014 - ds. Paul Voorberg'.*

Dick Scheepstra heeft sindsdien de taken van samenroeper overgenomen. Bernhard Jonker is gevraagd om op afroep beschikbaar te blijven als adviseur om de continuïteit en kennis binnen het deputaatschap m.b.t. de Hilversumse omroepwereld te kunnen behouden.

In het voorjaar hebben we onder voorbehoud voor de begroting 2018 – 2020 een jaarlijks bedrag van € 2.500 ingediend. Dus voor de hele periode € 7.500. Voortschrijdend inzicht zegt ons echter dat we met name voor het kerkzijnonline-project te zuinig hebben begroot. We vragen bij deze een jaarlijks bedrag van € 4.000. Daarnaast een eenmalige investering van € 5.000 voor de ontwikkeling van een GKv-app. Verder dient het budget voor communicatie dat nu bij DAO is begroot overgeheveld te worden naar onze begroting. Dit uiteraard na besluitvorming daartoe.

Bijlagen

1 Opdracht GS Ede 2014 – 2015

Besluit 2:

opnieuw deputaten mediazaken te benoemen en dezen op te dragen:

- a. de ontwikkelingen in omroepland nauwlettend te volgen en waar mogelijk het uitdragen van het evangelie binnen het Nederlands Publieke Omroepbestel te waarborgen;
- b. een archief aan te leggen van opgenomen RTV-kerkdiensten van de Gereformeerde kerken en dat op een duurzame wijze raadpleegbaar te maken;
- c. indien uitzendingen niet meer mogelijk blijken via het Nederlands Publieke Omroepbestel, zoveel als mogelijk samen met CGK, NGK en vGKN, te zoeken naar alternatieven om het evangelie via de (nieuwe) media uit te dragen;
- d. de eerstvolgende generale synode te dienen met een rapport over de manier waarop “nieuwe media” met vrucht gebruikt kunnen worden door de kerken op plaatselijk en landelijk niveau.

Besluit 3:

deputaten mediazaken voor de periode 2015-2017 een budget te verlenen van € 2.250,- per jaar (totaal € 6.750,-).

2 Nieuwe opdracht

Op grond van het bovenstaande doen deputaten de volgende voorstellen:

- a. de handelingen van de deputaten goed te keuren;
- b. opnieuw deputaten mediazaken te benoemen;
- c. deputaten op te dragen de plaatselijke kerken toe te rusten om het evangelie via de (nieuwe en oude) media te verbreiden;
- d. deputaten op te dragen om het project kerk-zijn-online voort te zetten in samenwerking met de deputaten van de Christelijke Gereformeerde Kerken om zodoende de kwaliteit van de plaatselijke media-activiteiten te verhogen, mede door de mediawijsheid te vergroten middels voorlichtingsavonden en trainingen;
- e. te besluiten om de GKv-App te ontwikkelen en aan te bieden aan de kerken;
- f. het portaal voor beamteams (i.s.m. de LPB) te onderhouden en verder te ontwikkelen;
- g. deputaten mediazaken op te dragen om inhoudelijk verantwoordelijk te worden voor de landelijke GKv-website en visie en invulling te geven aan de presentie van het kerkverband in de media en daarover een gezamenlijke visie te ontwikkelen en uit te voeren;
- h. het voorlichten van de kerken over de mogelijkheden die er zijn om plaatselijke kerkdiensten met gebruik van moderne middelen in de huiskamer te brengen en waar nodig en mogelijk landelijk te ondersteunen;

- i. het dienen van de kerken met bezinning op en voorlichting over het omgaan met privacygevoelige gegevens.

3 Overzicht RTV diensten 2014 - 2015

uitzenddatum	plaats	predikant
	TELEVISIE	
16 maart 2014	Nieuwekerk a/d IJssel	W.H. de Groot
	RADIO	
5 januari 2014	Amsterdam	W. Griffioen
9 februari 2014	Leiden	A. de Snoo
16 maart 2014	Zaltbommel	R. Sietsma
13 april 2014	Amersfoort	J.B. Wilmink
4 mei 2014	Hasselt	R.C. Vellinga
18 mei 2014	Zuidhorn	Jt. Janssen
6 juli 2014	Spakenburg-Noord	P. Schelling
17 augustus 2014	Enschede - Zuid	E.L. van 't Foort
21 september 2014	Middelharnis	D.J. van Diggele
9 november 2014	Enumatil	T. Dijkema
7 december 2014	Barneveld	G.F. de Kimpe
4 januari 2015	Ede	H.S. van Hemmen
15 februari 2015	Rotterdam	J.M. Haak
5 april 2015	Middelburg	E.J. Sytsma
14 juni 2015	Utrecht NW	G.A. Heek
21 juni 2015	Utrecht NW	J.P. Kruiger
16 augustus 2015	Heemse-Marslanden	J. Werkman
1 november 2015	Putten	H. Hoksbergen
29 november 2015	Spakenburg Zuid	Z.J.C. van Harten
6 december 2015	Spakenburg Zuid	C.J. Mewe
13 december 2015	Spakenburg Zuid	L.R.J. Kramer
20 december 2015	Spakenburg Zuid	S.M. Alserda

4 Samenvoegen van GKv-communicatie

Op verzoek van deputaten administratieve ondersteuning (DAO) is een gedachtelijn op papier gezet om alle communicatie binnen de GKv onder te brengen bij het deputaatschap mediazaken.

Situatie 1

Door de samenvoeging van deputaten generale synodale publicaties (DGSP) en deputaten voorbereiding generale synode (DVGS) in DAO, is er een constante spanning tussen verantwoording afleggen en fris communiceren. Verantwoording afleggen dient te gebeuren aan het kerkverband (deputaten, classis en kerkenraden). Vaak gebeurt dit op een formele manier. Op een eigentijdse manier communiceren met de gewone kerkmensen en hen betrokken laten zijn op het landelijke kerkenwerk, komt daarmee vaak in conflict.

Situatie 2

Door deputaten ondersteuning ontwikkeling gemeenten (OOG) is een samenwerkingsverband aangegaan voor meerdere jaren met deputaten evangelisatie van de CGK en IZB, een missionaire organisatie werkzaam binnen de PKN. Deze samenwerking is ontstaan door de wens vanuit communicatieoogpunt om op onze landelijke website gkv.nl meer te laten zien waarom we geloven en wat dat voor ons betekent. Hiervoor zijn de zgn. zoekerswebsites (www.vragenovergeloof.nl) opgezet. Doordat OOG is ophouden te bestaan per einde 2014 is er geen borging van dit project binnen de GKv. Er is hierover contact geweest met het Praktijkcentrum, maar deze zegt het niet tot haar taak te beschouwen. Vervolgens is de vraag neergelegd bij DAO, maar voor hen is het ook een lastig vraagstuk en moeilijk om hierin verantwoordelijkheid te dragen.

Situatie 3

Deputaten mediazaken hebben van de synode in Ede een opdracht gekregen richting landelijke en plaatselijke websites, namelijk de eerstvolgende generale synode te dienen met een rapport over de manier waarop “nieuwe media” met vrucht gebruikt kunnen worden door de kerken op plaatselijk en landelijk niveau. Als deputaten mediazaken daar invulling aan gaan geven, komen er toch snel raakvlakken met de werkzaamheden zoals beschreven in situatie 1 en 2.

Voorstel:

Maak de werkzaamheden zoals beschreven in situatie 2 de verantwoordelijkheid van deputaten mediazaken alsook de helft van de werkzaamheden in situatie 1, en dan doelen we op de communicatie met de gewone kerkmensen. De formele verantwoording (Acta e.d.) blijven dan wel de verantwoordelijkheid van DAO, maar de eigentijdse manier van communiceren en ons geloof uitdragen naar derden niet meer. Consequentie daarvan is dat ook alle werkzaamheden die Maaïke Oosten nu als communicatieadviseur van de kerken doet onder verantwoordelijkheid komen te vallen van het deputaatschap mediazaken.

Het is goed eerst beide betrokken deputaatschappen te laten besluiten of zij deze richting in willen slaan. Daarna zou dan een gezamenlijk overleg georganiseerd kunnen worden waarin de praktische gevolgen, en de financiële en juridische consequenties geïnventariseerd worden.

Bovenstaande is in goed overleg met Maaïke Oosten beschreven.

Coördinerend, Bernhard Jonker

Zwolle, 10 maart 2015

5 Samenstelling en rooster van aftreden

D. Scheepstra, voorzitter	Oudorp (NH)	2020
W.J.A. Driesens	Zwolle	2017
mw. H.J. Oosterhof	Den Haag	2023
N.A. Langkamp-van Eijk	Zwolle	2023

6 Jaarrapporten

Jaarrapporten van deputaten mediazaken over de jaren 2014 en 2015 zijn te vinden op <http://www.gkv.nl/organisatie/generale-synode/jaarrapporten-2014-2017/>

Gereformeerde Kerken
(vrijgemaakt)

Maaïke Oosten

[PERSPECTIEVEN VOOR COMMUNICATIE]

Notie waarin het perspectief beschreven wordt van waaruit we als kerken communiceren. De notie laat zien hoe dit perspectief kan worden ingezet om te komen tot een goede communicatiestrategie voorzien van concrete communicatieplannen.

Inhoud

Voorwoord	2
Missie toegelicht	5
Kernwaarden	6
De plaats van onze kerk te midden van andere kerken	8
Visie	9
Intern invulling geven aan de visie	10
Interne communicatie	10
Interne doelgroepen	10
1. Beschrijving van de doelgroep ‘kerkleden’	10
2. Beschrijving van de doelgroep ‘plaatselijke gemeenten’	12
3. Beschrijving van de doelgroep ‘Deputaatschappen’	13
Externe communicatie	16
Externe doelgroepen	16
1. Beschrijving van de doelgroep ‘Zoekenden in de omgeving van plaatselijke kerken’	16
2. Beschrijving van de doelgroep ‘(Leden van) verwante kerkgenootschappen in Nederland’	18
3. Beschrijving van de doelgroep ‘(Leden van) verwante kerkgenootschappen in het buitenland’	19
4. Beschrijving van de doelgroep ‘(Leden van) maatschappelijke organisaties die zich inzetten voor de ander’	20
5. Beschrijving van de doelgroep ‘De Nederlandse maatschappij’	21
Hoe nu verder?	23
Concrete communicatieplannen	23
Organisatie	23
Evaluatie	24

Voorwoord

Als kerken zijn we ons bewust van de kracht van communicatie. We beseffen dat we er 'iets' mee moeten, maar weten vaak niet precies hoe we op een goede manier communicatie kunnen benutten.

Deze notitie is opgesteld om hierin een richting te geven met behulp van het formuleren van een missie en visie die de communicatie van ons kerkverband kunnen dragen. In de missie hebben we beschreven wat ons gezamenlijk vertrekpunt is, in de visie staat beschreven waar we uit willen komen. Tot slot hebben we beschreven wie we willen bereiken, hoe we dat doen en met welke boodschap.

Gelukkig zijn er binnen de GKv al verschillende deputaatschappen bezig met het vormgeven van communicatie en het zoeken naar manieren om goed te communiceren. Zo heeft het deputaatschap Mediazaken van de synode Ede de opdracht meegekregen *“de eerstvolgende synode te dienen met een rapport over de manier waarop nieuwe media met vrucht gebruikt kunnen worden door de kerken op plaatselijk en landelijk niveau.”* Van diezelfde synode kreeg het deputaatschap Administratieve ondersteuning (DAO) de opdracht *“het communicatiebeleid uit te voeren en zo nodig verder te ontwikkelen volgens de uitgangspunten zoals vastgelegd in het door de synode van Zwolle-Zuid vastgestelde beleidsplan ‘Aanwijzingen voor de externe communicatie’; daarbij ook andere deputaatschappen te ondersteunen met betrekking tot de communicatie over hun werk.”*

Deze twee deputaatschappen werken dus elk een onderdeel uit van het totale communicatiegeheel. Beter zou het zijn wanneer er één deputaatschap verantwoordelijk zou worden gemaakt voor het communicatiebeleid en de uitvoering daarvan. Op deze manier kan er helder, eenduidig en krachtig gecommuniceerd worden tot dienst van de kerken.

Maaïke Oosten
communicatieadviseur

Perspectief van waaruit we communicatie vorm geven

Wanneer je start met communiceren kies je een vertrekpunt en een punt waar je naar toe wilt. Je kiest als het ware een perspectief van waaruit we communicatie vorm geven. Zo'n perspectief wordt ook wel verwoord in een missie. Wij zijn een kerk met een sterke missie. Die missie ontleen we aan de Bijbel, die voor ons het richtsnoer is. In dit gedeelte willen we een missie formuleren waarin we aangeven wat we als kerk willen zijn en waar we als kerk voor gaan. Op deze manier kunnen we onze koers bepalen en ervoor zorgen dat we op koers blijven.

De Gereformeerde Kerken in Nederland (GKv) – feitelijke identiteit

De GKv is een kerkgenootschap in Nederland dat ongeveer 273 plaatselijke gemeenten heeft en zo'n 123.000 leden. De plaatselijke gemeenten voelen zich met elkaar verbonden door hun gezamenlijke geschiedenis en tradities, de manier waarop zij de Bijbel interpreteren en uitleggen en door de zes belijdenisgeschriften die zij als leidend beschouwen in de manier waarop ze het geloof belijden en vormgeven.

De plaatselijke kerken functioneren zelfstandig binnen de kaders van het kerkverband. De manier van samenleven binnen dat kerkverband staat beschreven in de kerkorde. Hoewel de kerken zich committeren aan de afspraken die worden gemaakt in het landelijk kerkverband, zijn er wel verschillen in invulling te vinden tussen de plaatselijke kerken.

Formuleren van een missie

Als kerken laten we ons leiden door de Bijbel. God Woord geeft ons een doel in dit leven. Dit doel willen we voor onze kerken vast leggen in een missie. Deze missie komt voort uit de diepe overtuiging dat we kinderen van God zijn en samen een gezin vormen. We willen een kerkelijke structuur bieden waarbinnen iedereen veilig kan opgroeien in het geloof, zodat hij of zij geïnspireerd door de Heilige Geest zal belijden Jezus te willen volgen. In navolging van Jezus en vanuit de kracht van een open en gastvrije gemeenschap, willen we de boodschap van redding en vrijheid vertellen, troost bieden, nood verlichten en onrecht bestrijden. We voelen ons daarbij gedreven door Gods oneindige liefde voor de mensheid.

Missie

"We zijn een kerk die uitnodigt om deel uit te maken van Gods gezin. Een plek waar je je thuis voelt, waar je kunt groeien in geloof en je verbonden weet met de ander. Een plek waar je gesterkt door die gemeenschap en geïnspireerd door de Heilige Geest kunt belijden dat Jezus Heer is en God onze Vader."

Gewenste identiteit

Onze kerk is een plek waar het Woord van God klinkt. Binnen onze kerken is er ruimte voor iedereen die God wil volgen. Voor ons en onze kinderen is de kerk een veilige plek waar we kunnen groeien in het geloof. We zorgen voor elkaar en zijn geïnteresseerd in de ander. Op deze manier willen we een vormgeven aan het gezin van God.

Wij willen een kerkgenootschap zijn dat op een eigentijdse en actuele manier een verschil maakt in de samenleving. Daarbij sluiten we zo goed mogelijk aan op waar de behoeften van onze naaste liggen in een sterk veranderende maatschappij. Met onze naaste bedoelen we niet alleen de mensen uit onze directe omgeving, maar ook de Nederlandse samenleving. We willen bij de mensen bekend staan om onze openheid, gastvrijheid en vriendelijkheid (Rom. 12).

Binnen de GKv zoeken we steeds naar nieuwe manieren om anderen te bereiken. We willen de kloof tussen kerk en samenleving overbruggen. Dat doen we door in de wereld te staan, zonder dat we van de wereld zijn.

Missie toegelicht

Kerk als plek waar je je thuis voelt

In de Bijbel staat dat we elkaar nodig hebben om te geloven. We hebben het nodig dat er voor ons gezorgd wordt, dat er naar ons wordt omgezien. Daarom vormen wij een gemeenschap, een gezin van God waarin we voor elkaar zorgen zoals broers en zussen dat doen. (Rom. 12: 4-11) Daarbij houden we elkaar de woorden van God voor, tot opbouw, tot troost en tot verdieping van ons geloof. (2 Tim. 3:16) Jezus belooft ons dat hij bij ons is, zodat we de wereld in kunnen trekken om aan anderen door te geven wat wij zelf van God mochten ontvangen. (Mat. 28:19,20)

De kerkelijke structuur die we als kerken hebben, werkt ondersteunend voor de geloofsgroei van onze kinderen, onszelf en mensen die zoekende zijn. Deze structuur bestaat uit onder andere Bijbels gefundeerde manieren om het geloof over te brengen op onze kinderen en om elkaar en de ander op te bouwen. De kerkelijke structuur is ook zo vorm gegeven dat we deputaatschappen hebben die kerkelijke thema's onderzoeken en daarop vanuit de Bijbel een antwoord proberen te geven, we ontwikkelen bijbelstudiemateriaal zodat kerkleden handvatten krijgen om zelf en met elkaar de Bijbel te bestuderen. We hebben een universiteit die theologische onderwerpen onderzoekt en de Schrift keer op keer onderzoekt op wat God van ons vraagt. Al deze onderdelen geven kaders en duidelijkheid waarbinnen we ons geloof kunnen (be)leven.

Wij geloven dat wanneer we zelf goed onderlegd zijn in de Bijbelse leer en gegrepen door de Heilige Geest, we een kerk kunnen zijn die midden in de samenleving staat en maatschappelijk betrokken is op actuele thema's. Doordat we weten wat God voor ons gedaan heeft, kunnen we vanuit dat perspectief ons inzetten voor het welzijn van onze naaste. Dit willen we op een effectieve manier doen. Een goede organisatie vinden we hierbij belangrijk.

Het is onze roeping om het evangelie uit te dragen over de hele wereld. Hiervoor leggen we contacten met bestaande kerken in het buitenland. Op lokaal niveau zetten we ons in om, in samenwerking met anderen, nieuwe kerken te planten. In Nederland komen steeds meer van dit soort projecten van de grond. Onze kerken werken nu al mee aan zo'n veertig binnenlandse kerkplantingsprojecten.

We zoeken naar mogelijkheden om samen te werken met gelijkgestemden. We werken aan samenwerkingsverbanden met anderen die ook God willen dienen en hopen daarbij op hereniging. Daarbij gaan we voorzichtig en bescheiden te werk, rekening houdend met de ander (Rom.12:16). Wij zien uit naar de dag dat we als kerken van Jezus verenigd zijn.

Kernwaarden

Hieronder geven we een overzicht van de kernwaarden die we als kerken erg belangrijk vinden. Ze geven een stuk van de identiteit weer en vormen ook een ethisch kompas, waardoor we de richting kunnen bepalen voor onze handelwijze.

De Bijbel

We geloven dat de Bijbel ons door God gegeven is, zijn openbaring, waaruit we Hem en zijn wil leren kennen. Daarmee heeft het autoriteit en plaatsen we het boven dat wat wij zelf of anderen menen of beweren. Hoewel de verschillende Bijbelboeken door imperfecte mensen geschreven zijn, geloven we dat de verschillende auteurs van de Bijbel allen door Gods Geest geleid werden. De Bijbel vertelt ons alles wat we nodig hebben om tot Gods eer te leven. Alles wat in strijd is met de Bijbel willen we dan ook verwerpen.

Liefde

Uit de Bijbel leren we God kennen als een God van liefde. Uit liefde schiep Hij de wereld en de mensen. Om de mensen de vrijheid te geven deze liefde te beantwoorden gaf God ons de keuze om voor of tegen Hem te kiezen. Wij willen leven vanuit deze liefde en deze doorgeven aan mensen om ons heen.

Vrijheid en gebondenheid

God schiep ons om in vrijheid te leven. Maar als mensen hebben we deze vrijheid verspeeld. De eerste mensen maakten een keuze tegen God. Sindsdien zijn we allemaal geneigd ons te laten beheersen door andere dingen dan God en ervaren we in ons leven kwaad, onrecht en leegte. Het lukt onszelf ook niet ons te onttrekken aan dit kwaad. Vrij leven is daarom alleen mogelijk als God zelf ons opnieuw bevrijdt.

Verlossing

God wil ons verlossen van wat ons bindt, zodat we opnieuw samen met Hem kunnen leven. Tegelijk kan Hij het kwaad dat mensen doen en de keuze tegen Hem niet door de vingers zien. We kunnen niet leven met God als we schuldig zijn. De straf die bij het onrecht hoort moet daarom door iemand gedragen worden. In zijn liefde voor ons besloot God zelf de straf te dragen. Door Jezus Christus' dood aan het kruis is onze straf voldaan, zijn we verlost en zonder schuld.

Genade

Christus' dood aan het kruis is een daad van God uit liefde voor de mensen, bedoeld om God en mens opnieuw te verzoenen. Dit hebben we als mensen niet verdiend en zouden we ook zelf niet kunnen realiseren. Het is Gods genade.

Christelijk leven

Als we door Christus verlost zijn, vraagt God ons om ons leven aan hem te wijden. Op die manier blijven we in Gods vrijheid en raken we niet opnieuw gebonden. De Heilige Geest wil in ons wonen en ons helpen om ons leven steeds meer naar Gods wil te leven. De overtuiging dat het leven het beste is als het geleefd wordt met Christus, drijft ons er ook toe om het goede nieuws van de redding door Christus en de mogelijkheid van het leven met God aan anderen bekend te maken.

Verbinding

De verzameling van al Gods kinderen overal, vroeger en nu, noemen we de kerk. We geloven dat God

ons elkaar geeft om elkaar te helpen in het zoeken van God en Zijn koninkrijk. De kerk als geheel komt tot uitdrukking in (maar is niet beperkt tot) verschillende kerkverbanden en lokale kerkelijke gemeentes. Binnen deze verschillende groepen en verbanden willen we elkaar steunen. Als kerkverband weten we ons verbonden en zoeken we samenwerking met iedereen die Christus wil navolgen.

Hoop

Zoals God onze individuele levens vernieuwt en bevrijdt, wil Hij ook hemel en aarde als geheel vernieuwen en bevrijden. We geloven dat Jezus uit de dood is opgestaan, teruggekeerd is naar de hemel en daar als koning heerst over hemel en aarde. Dag na dag wordt er wereldwijd gebouwd aan Gods koninkrijk en komen we dichterbij de nieuwe hemel en aarde. God belooft dat uiteindelijk alles wat kapot en onvolmaakt is, hersteld zal worden in de schepping en in ons leven.

Roeping

We geloven dat we als Gods kinderen ook zelf een plaats krijgen in de komst van Gods koninkrijk. Door de Heilige Geest groeien we in liefde voor God, voor onze naaste en onszelf en zijn we in staat steeds meer het goede te doen en herstel te brengen waar gebrokenheid heerst. Op die manier willen we als kerk ook in de samenleving staan: strijdend tegen onrecht, angst, pijn, zonde en verdriet. Tegelijk moeten we erkennen dat we in deze idealen vaak niet slagen en dat er ook binnen de kerk nog tal van zaken zijn waarin we Christus niet ten volle navolgen. In wat we goed doen zien we het werk van Gods Geest; in het falen onze eigen tekortkoming en de tegenwerking van Gods vijand de duivel. Waar we onze tekortkomingen en zonden ervaren willen we elkaar steunen en steeds weer aanmoedigen om onze zonden te belijden en vergeving te vragen, door te wijzen op Christus' verlossingsdaad.

Belijdenissen

Dat wat we uit de Bijbel leren is kernachtig samengevat in de belijdenisgeschriften. Ook die hebben daarom gezag in de kerk.

De plaats van onze kerk te midden van andere kerken

In de loop der jaren is er steeds meer het inzicht gekomen dat we elkaar, dus ook andere kerkgenootschappen nodig hebben om het geloof vast te houden en uit te dragen. Daarvoor zoeken we toenadering tot andere kerkgenootschappen en kerkelijke organisaties. In de hoop de krachten te kunnen bundelen en samen op te trekken in dienst van het evangelie. Er is oprechte belangstelling voor al wie in de kerkelijke wereld nog eerlijk God wil dienen in de hoop op hereniging en samenwerking.

Als kerk willen we onze plek en verantwoordelijkheid te midden van de andere kerkgenootschappen innemen. Wij zijn rationeel handelende mensen, die niet zozeer gericht zijn op ervaring, maar meer op het verzamelen en toepassen van kennis. Deze kennis willen we in dienst stellen van anderen en tot zegen laten zijn voor anderen. We zijn wel steeds meer op zoek naar de ervaring van het geloof en hopen daarin te leren van andere(n) (denominaties).

We beschouwen de Bijbelse boodschap met al haar facetten als onfeilbaar. We blijven zoeken naar wat God wil en zullen niet snel geneigd zijn dingen te veranderen omdat we dat zo beter vinden uitkomen. We willen hierin zorgvuldig te werk gaan. Daarom heeft ons kerkgenootschap verschillende werkgroepen, een theologische universiteit en een praktijkcentrum, die o.a. kerkelijke en maatschappelijke vraagstukken in het perspectief stellen van de Bijbel.

We zijn een actieve gemeenschap. Daar waar nood is, zetten we ons in om deze te verlichten. Ondanks de vaak drukke levens van de kerkleden, voelen de mensen zich geroepen om tijd vrij te maken om zich in te zetten voor de gemeenschap en de ander.

Visie

Op basis van onze missie hebben wij een visie bepaald waaraan we de komende jaren invulling willen geven. Daarbij zijn we ons bewust van de ontwikkeling van een steeds sterkere plaatselijke kerk. Anderzijds is er een toenemende behoefte aan een landelijk geluid. (zie rapport RKO: “Al met al kan de conclusie zijn dat de persoon van het 'gezicht van de kerken' door steeds meer instanties en personen benaderd wordt en zijn functioneren in een behoefte voorziet.”)

Visie: *‘Mijn kerk, jouw kerk’*

Deze visie bestaat uit twee delen. Het eerste deel ‘mijn kerk’ heeft voor ogen de kerk als een prettige en goede plek zich te laten ontwikkelen. Deze plek is zo aantrekkelijk dat de mensen die deel uitmaken van onze gemeenschap zich er wel bij voelen. Dit wel zijn heeft betrekking op het tweede deel van de visie ‘jouw kerk’. Doordat de mensen zich prettig voelen in de kerk en de gemeenschap van gelovigen heel dicht bij ervaren, kan het zijn dat ze anderen deze ervaring ook gunnen. Ze willen dat ‘mijn kerk’ ook de ‘jouw kerk’ wordt. Maar hoe gaan we ervoor zorgen dat onze kerk, waar we ons fijn en prettig voelen, zo aantrekkelijk wordt dat anderen er ook deel van willen uitmaken, zodat het ook hun kerk wordt?

Dat kunnen we doen door op landelijk niveau laten we zien wat we als kerken doen:

- Voor elkaar
- Voor de ander
- Voor de samenleving

We willen zichtbaar zijn, bekend, benaderbaar, open, actief, behulpzaam, verantwoordelijk.

Voor elkaar:

- Elkaar toerusten in het geloof
- Geloofservaringen delen tot opbouw van de ander
- Samen dingen organiseren (G-organisaties/deputaatschappen) om samen wat voor elkaar te krijgen
- Stem geven aan wie we zijn (woordvoerder meer in beeld)
- Helpen elkaar zichtbaar te maken: presentatie op internet

Voor de ander:

- Bekend
- Vindbaar
- Bereikbaar
- Gastvrij

Voor de samenleving:

- Actief bij actuele thema's
- Kerkplanten
- Noodhulpverlening
- Ook over grenzen heen (sociaal en geografisch)
- Rentmeesterschap

Communicatiestrategie

Intern invulling geven aan de visie

Om goed invulling te kunnen geven aan de visie en missie, richten we ons eerst op de interne communicatie en vervolgens op de externe communicatie. Hierbij geven we weer welke doelgroepen er binnen onze kerken te onderscheiden zijn, welke doelstelling we daarbij kunnen formuleren die de visie helpt vorm te geven, welke boodschap er gecommuniceerd moet worden en tot slot een communicatievoorstel om weer te geven hoe de boodschap gecommuniceerd kan worden. Daarbij willen we niet alleen richting de doelgroepen communiceren, maar de doelgroepen ook aanzetten zelf te communiceren.

Interne communicatie

Bij de interne communicatie richten we (werkgroep communicatie) ons op de kerkleden, plaatselijke kerken en op de deputaatschappen. We zijn ons ervan bewust dat deze doelgroepen elk erg divers van samenstelling zijn en ook nog op te delen zijn in verschillende subdoelgroepen. In de uitwerking van de communicatie zullen we dat onderscheid aanbrengen. Voor het weergeven van de grote lijnen, gebruiken we deze drie doelgroepen.

Interne doelgroepen

Binnen de kerken kunnen we de volgende doelgroepen onderscheiden:

1. Kerkleden (waaronder veel verschillen in leeftijd, opleidingsniveau, rol in de kerk en visie)
2. Plaatselijke gemeentes (waaronder veel verschillende stromingen)
3. Deputaatschappen (waaronder veel verschillende werkvelden)

1. Beschrijving van de doelgroep 'kerkleden'

De kerkleden van de GKv vormen een grote en gevarieerde doelgroep. Er zijn verschillen in leeftijd, achtergrond, opleidingsniveau, rol in de kerk en visie op geloof en kerk. Als het gaat om kerkverband en kerkstructuur, houden kerkleden zich over het algemeen liever bezig met wat er in hun plaatselijke gemeente gebeurt, dan met wat er landelijk speelt. De focus ligt op wat concreet en dichtbij is, en niet op wat abstract en ver weg is (bijvoorbeeld synodewerk, -besluiten, -beleid). Door deze focus op de eigen gemeente, wordt sturing vanuit het kerkverband eerder als bemoeizuchtig ervaren dan als richtinggevend en faciliterend. Er zijn ook gemeenteleden die een kritische houding hebben ten opzichte van het landelijke beleid van het kerkverband. Zo ziet men de synode als een orgaan dat te behoudend of juist te vernieuwend is.

Als het gaat om hoe kerkleden in de maatschappij staan, valt op dat zij erg betrokken zijn op wat er om hen heen gebeurt. Gemeenten zetten zich in voor de minder bedeelden, gevangenen, vluchtelingen en andere groepen die maatschappelijk achtergesteld zijn. Dat het landelijk kerkverband ook organisaties en werkgroepen faciliteert en aan het werk zet op dit soort thema's, is bij velen echter niet bekend.

De houding van kerkleden richting elkaar en de plaatselijke kerk, varieert. Er zijn kerkleden die zich volop inzetten voor hun plaatselijke gemeente, maar er zijn ook kerkleden die een meer passieve houding hebben. Er zijn mensen die de kracht van de gemeenschap als heel verbindend ervaren, maar er zijn ook mensen die zich binnen diezelfde gemeenschap eenzaam voelen.

Doelstellingen geformuleerd vanuit de visie:

1. Kerkleden faciliteren in de toerusting van hun geloof;
2. Kerkleden structuren en kaders bieden waarbinnen zij hun geloof kunnen belijden en uitdragen;
3. De grotere gemeenschap van gelovigen voor de kerkleden zichtbaar maken;
4. Kerkleden enthousiasmeren voor de plek die zijn innemen als lid van de GKv.

Boodschap:

- Binnen de organisatie van het landelijk kerkverband, ontwikkelen mensen materiaal waarvan je gebruik kunt maken om je geloof op te bouwen.
- Binnen de organisatie van het landelijk kerkverband zijn verschillende groepen actief op het gebied van evangelisatie en maatschappelijke thema's. Je kunt bij hen terecht voor informatie en advies.
- De thema's die binnen jouw kerk spelen, spelen vaak ook in anderen kerken. We kunnen van elkaar leren.
- Er zijn deputaatschappen die zich namens jou inzetten voor evangelisatie, kerkplanting en andere maatschappelijke thema's.
- De plaatselijke kerk waar je lid van bent, maakt onderdeel uit van een groter geheel. Samen staan we sterk.

Betrokkenen:

- Plaatselijke kerken, kerkenraden en predikanten
- Steunpunt Liturgie
- Diaconaal Steunpunt
- Evangelie & Moslims
- Etc.

Communicatie aanzet:

Omdat we inschatten dat de meeste kerkleden niet zo geïnteresseerd zijn in wat er landelijk op het niveau van besturen gebeurt, is het beter om te communiceren op thema's die raken aan hun belevingswereld waarbinnen landelijke (bestuurs)onderwerpen een plekje kunnen krijgen. We kunnen een aantal kerkelijke thema's kiezen die een actuele lading hebben. Aan de hand daarvan kunnen we het kerkverband zichtbaar maken. Te denken valt aan thema's als: geloofsopbouw, evangelisatie, invulling van de diensten, omzien naar elkaar, vluchtelingen, gastvrij zijn.

De communicatie moet zo zijn vormgegeven dat kerkleden worden aangezet ook zelf te communiceren. Er moet een wederkerigheid in zitten. Alleen wanneer kerkleden ook zelf communiceren, kan er een moment van herkenning ontstaan bij andere kerkleden, dat weer leidt tot meer verbondenheid.

Huidige communicatiemiddelen om de doelgroep te bereiken:

- Website GKv

- FaceBook pagina GKv (1165 volgers)
- GKv-nieuwsbrief
- Twitter (GKv)
- LinkedIn groep GKv (>1000 leden)
- Plaatselijke contactbladen

2. Beschrijving van de doelgroep 'plaatselijke gemeenten'

Wanneer we de plaatselijke gemeenten als een doelgroep benoemen, bedoelen we een geografische groep van kerkleden met hun kerkenraad. Om een bepaalde boodschap over te brengen kan het soms beter zijn om een kleinere groep kerkleden (bestuurders) aan te spreken dan alle kerkleden tegelijk.

In de loop der jaren zijn er veel verschillen gegroeid tussen gemeenten. Er zijn behoudende en vooruitstrevende gemeenten en gemeenten die daar tussenin liggen. Daarnaast is de afstand tussen de plaatselijke kerk en het kerkverband vergroot. Wat er landelijk wordt besloten en geregeld is weinig populair; kerkleden richten liever hun aandacht op hun plaatselijke kerk. Steeds meer kerken werken aan een eigen missie in de plaats waar zij kerk zijn. Het zou goed zijn wanneer er vanuit het landelijk kerkverband een duidelijke koers en identiteit wordt aangegeven, waarin ruimte is voor de verschillende stromingen binnen gemeenten.

Doelstellingen geformuleerd vanuit de visie:

1. We willen dat de plaatselijke kerken meer zichtbaar worden binnen het kerkverband en naar buiten toe.
2. We willen de plaatselijke kerken helpen bekend, vindbaar, bereikbaar en gastvrij te zijn.
3. We willen dat plaatselijke kerken onderdeel worden van 'GKv-branding' (wat alles heeft te maken met herkenbaarheid en ergens deel vanuit maken).

Boodschap:

- Andere gemeenten zijn vaak bezig met dezelfde thema's: laten we van elkaar leren en elkaar helpen.
- Als plaatselijke kerken werken we hard aan een kerk die aantrekkelijk is voor iedereen. Zo kan mijn kerk ook de kerk van een ander worden.
- Het kerkverband wordt gedragen door de plaatselijke kerken, laten we dan ook samen optrekken.
- Wees een herkenbare en vindbare kerk door je goed te profileren op het wereldwijde internet en in je lokale wijkgemeenschap.
- We zijn ons bewust van de onderlinge verschillen, maar zien die verschillen als een verrijking van de diversiteit.
- Wij zijn verschillende kerken, verbonden aan 1 kerkverband. Deze kerk is een sterk merk.

Betrokkenen:

- Plaatselijke kerken
- Kerkenraden
- Verschillende commissies (zending etc.)
- Deputaatschap Mediazaken
- Praktijkcentrum

- Diaconaal Steunpunt
- Steunpunt Liturgie
- Verre Naasten

Communicatieaanzet:

We zien de ontwikkeling dat steeds meer plaatselijke kerken actief zijn op het gebied van communicatie. Daarmee krijgen plaatselijke kerken ook een meer dominante positie ten opzichte van het kerkverband. Het is de uitdaging om deze beweging in een goed spoor te leiden. Daarom kan de communicatieadviseur aanbieden plaatselijke kerken te adviseren over hun communicatiebeleid. Zij kan eenduidigheid van de communicatie van de verschillende kerken binnen de GKv bevorderen.

In kerkelijk Nederland zijn al initiatieven genomen om bovengenoemde ontwikkeling te ondersteunen. Zo is de CGK gestart met Kerk-zijn-online. Een platform dat zich richt op het toerusten en faciliteren van kerken op het gebied van communicatie. Vanuit de GKv heeft het deputaatschap Mediazaken samenwerking gezocht met de CGK. Zij trekken hierin nu gezamenlijk op. Deze samenwerking kunnen we verder bevorderen en ook invulling geven door met concrete voorstellen te komen die de plaatselijke kerken kunnen dienen.

Een concreet voorstel is bijvoorbeeld plaatselijke kerken helpen bij het communiceren door hen een format te bieden voor hun website. Dit format geeft weer welke informatie je op je website moet plaatsen om een bekende, vindbare en gastvrije gemeente te zijn.

Verder geven we de plaatselijke kerken meer een plek op de landelijke GKv-website. Dit kan door kerken actief te benaderen of te volgen via internet. Op deze manier kunnen we thema-gericht vragen wat de plaatselijke kerk op dat gebied doet. Vaak is het zo dat thema's die landelijk spelen, een sterke link hebben met een bepaald deputaatschap. In de communicatie richting de kerken en tussen de kerken over en weer, kan het werk van dit deputaatschap mee genomen worden. Voor een geslaagde communicatie is het belangrijk aan te sluiten op wat er speelt binnen de plaatselijke gemeenten. Daarvoor zouden we ambassadeurs kunnen aanstellen, of gebruik kunnen maken van de verschillende contacten die er vanuit het landelijk kerkverband liggen. Zo kunnen we meer doelgericht en effectief communiceren over:

- Kerkplanting, vluchtelingenwerk, andere acties
- Presentatie van de plaatselijke gemeente op internet (m.b.v. format)
- Plaatselijke kerken input laten geven aan landelijke website. Interactie met de lokale kerken.
- Onderlinge geloofsgesprekken

Huidige communicatiemiddelen om de doelgroep te bereiken:

- Website gkv
- Direct mailing (kerkenraden, predikanten)
- FaceBook (er zijn plaatselijke kerken die de pagina volgen, dit zouden we kunnen uitbreiden)
- Contactbladen van de plaatselijke kerken
- Netwerk kerk-zijn-online (website, lezingen, workshopavonden)

3. Beschrijving van de doelgroep 'Deputaatschappen'

Binnen ons kerkverband zijn 27 deputaatschappen actief. De deputaatschappen zijn samengesteld op grond van de opdracht die de synode aan het deputaatschap heeft meegegeven. De leden zetten zich

in op vrijwillige basis. Deze deputaatschappen functioneren vrij zelfstandig. Gedurende drie jaar richten ze zich volledig op de uitvoering van de opdracht die de synode haar heeft gegeven. Sommige deputaatschappen hebben een ondersteunende functie, andere deputaatschappen zijn in het leven geroepen om bepaalde vraagstukken die binnen het kerkverband leven te onderzoeken. Op grond van hun bevindingen brengen zij een advies uit aan de synode. Deputaten nemen hun opdracht vaak erg serieus en zijn gedreven om met goede resultaten te komen. Vaak worden voor specialistische zaken mensen aangetrokken die in hun dagelijks werk een expertise hebben die daarbij past. In de regel zijn de deputaatschappen niet sterk gericht op communicatie richting de kerkleden. Veelal hebben zij hun handen vol aan het werk dat ze moeten doen. Daarvan verslag uitbrengen of daarover communiceren zou dan weer een extra zijn.

De verschillende deputaatschappen hebben onderling weinig contact. Lang niet altijd weet het ene deputaatschap van het andere waar het mee bezig is.

Doelstellingen geformuleerd vanuit de visie:

1. We willen het werk van de deputaatschappen meer zichtbaar maken voor de kerkleden.
2. Deze zichtbaarheid moet afstralen naar de buitenwereld toe. Deputaten zetten zich namelijk in voor/namens het landelijk kerkverband.
3. We willen deputaatschappen aanmoedigen en ondersteunen in hun communicatie.

Boodschap:

- Het werk dat deputaatschappen doen, is van meerwaarde en sluit aan op wat er binnen de plaatselijke kerken speelt/leeft.
- Ons landelijk kerkverband zet zich in voor kerkleden maar ook voor mensen buiten de kerkelijke muren. Samen hebben we al heel veel bereikt.
- Het werk dat deputaatschappen doen, heeft ook betrekkingen op het reilen en zeilen van de plaatselijke kerken.
- Als deputaatschappen onderling meer communiceren, kunnen ze hun werk samen sterker positioneren. Niet ieder voor zich, maar allen voor een.
- Het werk dat de deputaatschappen doen, zegt iets over wie wij willen zijn als kerkverband.

Betrokkenen:

- Alle deputaatschappen
- Met name DAO
- Communicatieadviseur
- Synodeleden/afgevaardigden

Communicatieaanzet:

Ten eerste moeten we werken aan een bewustwordingsproces onder de deputaten over het belang van communiceren. Deputaten moeten hierin zelf een plek krijgen. Een aanzet zou kunnen zijn om rondetafelgesprekken te organiseren met 1 afgevaardigde per deputaatschap. Zo'n gesprek dient om elkaar te informeren over hun werk en om met elkaar af te stemmen over communicatie. Zo'n gesprek kan ook dienen om de deputaten te wijzen op de mogelijkheden die er zijn wat betreft communicatie en eventuele samenwerking daarin. Vervolgens kunnen we bepalen welke deputaatschappen gebaat zijn bij een continue vorm van communicatie en welke deputaatschappen toekunnen met enkele communicatie uitingen.

Op grond daarvan kunnen we specifieke communicatieplannen opstellen. Deze plannen kunnen onderdeel worden van het grotere geheel.

Vervolgens richten we ons hiermee op de kerkleden. Aan de hand van thema's die spelen communiceren we over het werk van de deputaatschappen die aansluiten op dat thema (zie ook hierboven).

Het werk van de deputaatschappen is ook een onderdeel van wat we als GKv willen zijn. Het leent zich dan ook goed voor externe communicatie: de communicatie richting andere kerkgenootschappen en de maatschappij.

Huidige communicatiemiddelen om de doelgroep te bereiken:

- Direct mailing (mail naar de deputaatschappen)
- GKv-nieuwsbrief
- GKv-website
- Websites van deputaatschappen
- Contactpersonen

Externe communicatie

Wanneer we de interne communicatie op orde hebben, kunnen we deze inzetten voor de communicatie naar buiten toe. Dit heeft ook alles te maken met het profileren van de GKv als kerkverband. Als we kijken naar de visie 'mijn kerk, jouw kerk' is het onderdeel 'jouw kerk' gericht op de ander. We moeten ons dus afvragen hoe we als GKv aantrekkelijk en vindbaar kunnen zijn voor de ander. De ander bevindt zich vaak buiten de kerkmuren. Van belang is dus dat wij als GKv ook op die plekken aanwezig zijn. Dat kan door onze stem te laten horen bij actuele maatschappelijke thema's, door ons plaatselijk in te zetten voor de ander, door ons mondiaal in te zetten voor de ander.

Externe doelgroepen

Buiten de kerken kunnen we de volgende doelgroepen onderscheiden:

1. Zoekenden in de omgeving van de plaatselijke kerken
2. (Leden van) verwante kerkgenootschappen in Nederland
3. (Leden van) verwante kerkgenootschappen in het buitenland
4. (Leden van) maatschappelijke organisaties die zich inzetten voor de ander
5. De Nederlandse maatschappij

1. Beschrijving van de doelgroep

'Zoekenden in de omgeving van plaatselijke kerken'

De plaatselijke kerken van ons kerkverband liggen verspreid over heel Nederland. Met zoekenden bedoelen we de mensen die op zoek zijn naar of er meer te ontdekken is tussen hemel en aarde. De motivatie voor die zoektocht varieert. Soms gaat het over mensen die ooit in hun leven lid waren van een kerk of christelijk zijn opgevoed. Het geloof is een tijd lang op de achtergrond geweest in hun leven, maar heeft hen nooit helemaal losgelaten. De kerk in hun omgeving kan een aantrekkingskracht uitoefenen op deze mensen.

Er zijn ook mensen die zoekende zijn vanuit een bepaald gemis. Zij ervaren een leegte in hun leven en hebben al van alles geprobeerd om deze leegte op te vullen. De oplossing hebben ze echter nog niet gevonden.

Onder zoekers verstaan we dus mensen die open staan voor het geloof. Ze zijn ontvankelijk voor iets nieuws. Deze mensen hebben gevarieerde achtergronden, qua geloof, sociale status, werkverleden etc.

Doelstellingen geformuleerd vanuit de visie:

- We willen bekend zijn bij de mensen uit onze directe omgeving
- We willen vindbaar zijn voor mensen die op zoek zijn naar meer
- We willen bereikbaar zijn voor mensen die vragen hebben
- We willen gastvrij zijn voor mensen die aansluiting zoeken

Boodschap

- Je bent niet alleen in je zoektocht naar meer in het leven.
- Wij willen graag met je meegaan in je zoektocht.

- Bij ons ben je welkom met je vragen. We kunnen ze misschien niet allemaal beantwoorden, maar we kunnen onze vragen wel met elkaar delen.
- Bij ons ben je welkom als je op zoek bent naar een warme gemeenschap, een luisterend oor, of gewoon een groep waar je bij kunt horen.
- Ons kerkgebouw is misschien alleen zondag open, maar de andere dagen van de week zijn wij ook bereikbaar.
- Wij willen de grootheid van God zichtbaar maken in je leven. Zodat je mag ervaren dat God ook jouw vader is.
- Jij bent misschien op zoek naar meer, maar God is al heel lang op zoek naar jou.
- Laat je vinden.

Betrokkenen

- Plaatselijke kerken
- Missionaire deputaatschappen (DVN, Evangelie&Moslims, etc.)
- Landelijke website

Communicatieaanzet

Voor deze doelgroep willen we de website op een aantrekkelijke en aansprekende manier inrichten. De GKV is tot vorig jaar sterk betrokken geweest bij het maken en onderhouden van de 'zoekerswebsite', een gezamenlijk initiatief van de CGK en IZB. In 2015 verlieten CGK en IZB het project, omdat zij het niet langer binnen hun doelen en taken vonden passen. De GKV bleef als enige 'erfgenaar' over. Er is toen besloten de content van de website niet verloren te laten gaan, maar zo om te bouwen en schrijven dat het gebruikt kan worden om invulling te geven aan de doelstellingen van de GKV voor wat betreft de communicatie. Daarom willen we de bestaande zoekerswebsite integreren in de landelijke GKV-website. Mensen die op zoek zijn naar verbinding en naar meer, kunnen zo via de GKV-website meer te weten komen over wie God is en wat hij in hun leven kan en wil betekenen.

Verder wordt de landelijke website zo ingericht dat hij als format kan dienen voor de plaatselijke kerken. Op een eenvoudige manier kunnen zij zich zo profileren richting de mensen uit hun omgeving. Door de missionaire acties die vaak elke plaatselijke kerk zelf ontplooit, kunnen de mensen persoonlijk bereikt worden. De site kan dienen als visitekaartje, maar ook als achtergrondmateriaal voor als mensen meer willen weten over het geloof.

De plaatselijke initiatieven willen we graag met elkaar delen. Zo worden andere plaatselijke kerken gemotiveerd en bemoedigd om door te gaan met hun missionaire werk.

We zouden eens per jaar een acties kunnen bedenken die we in als communicatiepakket aan de plaatselijke kerken aanbieden. Zo bieden we ze handvatten om invulling te geven aan hun missionaire roeping waarbij de kerk als vindplaats centraal staat. Ook willen we daarbij de samenwerking met Verre Naasten zoeken op dit gebied, zodat we hierin gezamenlijk kunnen optrekken.

Huidige communicatiemiddelen om de doelgroep te bereiken

- Bij het bereiken van deze groep moeten we het nu nog vooral hebben van de acties die plaatselijke kerken ondernemen
- De zoekerswebsite > deze is nog in de lucht, maar moet verder aangepast en geïntegreerd worden in de GKV-website. (<http://vragenovergeloven.nl/>)

2. Beschrijving van de doelgroep

‘(Leden van) verwante kerkgenootschappen in Nederland’

In Nederland kennen we tal van denominaties. Een aantal van deze kerkgezindten lijken in leer en dogmatiek veel op ons eigen kerkverband. Denk aan de Nederlands Gereformeerde Kerk (NGK) en de Christelijk Gereformeerde Kerk (CGK). Met deze twee kerken is nauw contact. In veel kerkelijke zaken proberen we zo veel mogelijke gezamenlijk op te trekken.

Naast de CGK en NGK zijn er nog andere gereformeerde kerken die vallen onder deze doelgroep. Over het algemeen gesproken kunnen we onder verwante kerkgenootschappen, kerkgezindten verstaan die vanuit een gereformeerde traditie zijn ontstaan en de traditie nog steeds terug laten komen in hun dagelijkse geloofsbeoefening.

Doelstellingen geformuleerd vanuit de visie:

- Wij willen een open kerk zijn die op zoek is naar verbinding
- Wij willen met andere kerkgenootschappen delen wat ons bezighoudt
- We willen leren van andere kerkgenootschappen
- Wij willen met andere kerkgenootschappen optrekken, zodat kerkmuren verdwijnen en we ons allemaal lid weten van de kerk van Christus

Boodschap

- Wij hebben elkaar nodig om kerk te zijn in deze tijd
- Wij vertellen graag over wat er speelt binnen onze kerken, maar zijn ook geïnteresseerd in jullie verhaal

Betrokkenen

- Deputaatschap Kerkelijke eenheid
- Leden/vertegenwoordigers van de andere kerkgenootschappen
- Voorzitter synode
- Regiegroep GTU

Communicatieaanzet

In de communicatie richting deze doelgroep zullen we veel moeten optrekken met het deputaatschap Kerkelijke eenheid. Zij onderhouden de contacten met de verschillende denominaties. Over de contacten over er weer zouden we richting de kerken meer kunnen vertellen. Er zijn regelmatig kerken uit een plaats die samen verder gaan als een kerk. Hoe werkt dat? Juist de persoonlijke verhalen hierover kunnen een mooi beeld geven. Ook de communicatie over de synodes van andere kerken zouden we een plek kunnen geven binnen onze eigen communicatie. We zijn geïnteresseerd in wat er in andere kerken wordt besproken en besloten.

In de communicatie kunnen we in beeld brengen hoeveel kerken er al samen zijn gegaan. Waarin vullen ze elkaar aan? Wat is typisch voor de een en wat is typisch voor de ander?

Communicatiemiddelen

- Website
- Gericht contact vanuit het deputaatschap
- Persoonlijke mailing

3. Beschrijving van de doelgroep

‘(Leden van) verwante kerkgenootschappen in het buitenland’

Vanuit ons kerkverband onderhouden we tal van relaties met kerken over de gehele wereld. Met de meesten hebben we een zusterkerkrelatie. Dit betekent dat we met elkaar meedenken in kerkelijke aangelegenheden en dat we elkaar scherp willen houden in het naleven van Gods woord.

Vertegenwoordigers van deze kerken worden elke keer wanneer de synode vergadert, uitgenodigd om de synode bij te wonen. Ze zijn dan een aantal dagen te gast. De diversiteit van deze groep is groot. Niet alleen komen ze van verschillende continenten met elk hun eigen cultuur, ook hebben ze vaak een andere kerkelijke geschiedenis.

De zogenaamde migrantenkerken in o.a. Canada, Amerika en Australië zijn gesticht door (voornamelijk) vrijgemaakte Nederlanders die daar hun kerk wilden voortzetten. Deze kerken zijn zeer geïnteresseerd in de ontwikkelingen binnen de kerk in het moederland. Zij maken zich zorgen over in hun ogen vooruitstrevende of vrijzinnige ontwikkelingen. Deze zorg uiten ze in brieven die zij naar de synode sturen.

Doelstellingen geformuleerd vanuit de visie:

- We willen de banden die we door Jezus met onze broeders en zusters in het buitenland hebben, koesteren en goed onderhouden
- We willen een open en transparante houding hebben richting de buitenlandse kerken, ook over zaken waarover van mening verschillen
- We willen de relaties die we hebben versterken en waar kan zoeken naar het aangaan van nieuwe relaties

Boodschap

- Wij ervaren de onderlinge contacten als waardevol
- Wij stellen jullie meedenken (en/of zorgen) op prijs
- We zijn geïnteresseerd in hoe het met jullie gaat en in wat jullie doen

Betrokkenen

- Buitenlandse (zuster)kerken met wie we een relatie hebben
- Deputaatschap BBK
- Deputaatschap DAO (tijdens synode)
- Verre Naasten (DVN)

Communicatieaanzet

De communicatie richting deze doelgroep loopt voornamelijk via BBK. Als communicatieafdeling kunnen wij hen daarin ondersteunen. Over de relaties met de buitenlandse kerken kunnen we communiceren naar de kerkleden.

Tijdens de vergadering van de synode brengen we de mooie en diverse relaties die we hebben met deze kerken in beeld in de vorm van een film. Daarin komen de buitenlandse vertegenwoordigers aan het woord en vertellen ze iets over hun eigen kerk en hun relatie met de GKv.

Communicatiemiddelen

- communicatielijnen vanuit BBK
- communicatielijnen vanuit andere deputaatschappen
- website BBK/GKv
- documentaire van de ‘buitenlanddagen’ tijdens de synode

4. Beschrijving van de doelgroep

'(Leden van) maatschappelijke organisaties die zich inzetten voor de ander'

Vanuit de GKv opereren sinds jaar en dag verschillende organisaties die zich richten op de (maatschappelijke) nood van de ander. Nu zijn er ook organisaties die soortgelijk werk doen als onze 'G-organisaties', maar die dat vanuit een humanitaire motivatie doen, of vanuit een andere kerkelijke achtergrond. Als GKv willen we graag ook bekend zijn bij deze organisaties en waar mogelijk samenwerken.

Doelstellingen geformuleerd vanuit de visie:

- De verschillende maatschappelijke organisaties inventariseren
- Onderzoeken in hoeverre en welke GKv-organisaties al samen werken met dergelijke organisaties
- Onze motivatie vanuit het geloof om dit werk te doen kenbaar maken aan deze organisaties en aan de mensen die gebruik maken van deze organisaties
- We willen ons beschikbaar opstellen, zodat we kunnen helpen wanneer nodig

Boodschap

- Als GKv zijn we al jaren actief op maatschappelijk gebied
- Wij kunnen snel mensen mobiliseren om mee te helpen
- Onze drijfveer is Jezus
- Wij gaan voor een betere en liefdevollere maatschappij

Betrokkenen

- G-organisaties
- Diaconaal Steunpunt (DS)

Communicatieaanzet

In de communicatie moeten we vooral inzetten op het laten zien wat we als kerkverband al doen. Dit zal met name in samenwerking met het DS gebeuren. Dit steunpunt heeft inzicht in wat er plaatselijk zoal loopt qua initiatieven. Vervolgens is het aan ons om hier wat meer over te vertellen. Dit kan door hiervoor bepaalde actiedagen te organiseren. Een dag waarop een bepaald thema in de hulpverlening wordt uitgelicht. Hieromheen vinden dan allerlei activiteiten plaats.

Communicatiemiddelen

- Website GKv
- Website Diaconaal Steunpunt
- GKv-nieuwsbrief
- Facebookpagina GKv

5. Beschrijving van de doelgroep

'De Nederlandse maatschappij'

De Nederlandse maatschappij als doelgroep is natuurlijk een groep die moeilijk te omschrijven is, omdat deze groep niet echt een groep is, maar een bonte verzameling van landgenoten. Maar toch menen we dat we onze landgenoten als dusdanig kunnen aanspreken. We zijn zelf onderdeel van de maatschappij en hebben daarin ook een specifieke plek. Wanneer we ons richten op deze doelgroep, zal het met name zijn wanneer er zich iets voordoet in de maatschappij waarbij veel mensen zich (emotioneel) betrokken voelen.

De Nederlandse maatschappij als doelgroep zijn alle mensen en instanties waarmee je in het dagelijks leven te maken kunt krijgen.

Doelstellingen geformuleerd vanuit de visie:

- Profileren van GKv als sterk merk
- Aanwezig zijn/reageren als kerk bij actuele thema's
- De kerk een gezicht geven/persoonlijker maken
- Een aantrekkelijke kerk zijn, zodat mensen zich aangetrokken kunnen voelen tot het evangelie
- Als kerk hulp verlenen daar waar het nodig is

Boodschap

- Wij zijn een kerk met een grote maatschappelijke betrokkenheid
- Het leed van de wereld doet ons ook pijn
- Christenen zitten niet in een ivoren toren, maar staan met hun voeten in de modder
- De kerk staat open voor iedereen, je hoeft alleen maar te komen
- Wij durven onze armen uit de mouwen te steken, wanneer er hulp geboden moet worden

Betrokkenen

- Deputaatschap Relatie kerk en overheid (RKO)
- Voorzitter RKO als 'gezicht' van de kerk
- Deputaatschap Evangelie&Moslims
- Deputaatschap Diaconale zaken
-

Communicatieaanzet

Om de GKv sterker te profileren, willen we onderzoeken hoe we de kerk kunnen neerzetten als merk. Vanuit de TU-Kampen wordt een PEP-cursus aangeboden over dit thema. Deze cursus kan materiaal bieden om verder uit te werken.

Een ander onderdeel in de profilering is de GKv-website. Deze website moet gaan fungeren als de etalage van ons kerkgenootschap en als drager van onze visie. Dit vraagt om een nieuwe inrichting die gericht is op de buitenwereld, maar waar iedere GKv-er zich ook prima mee kan identificeren. Aan de website willen we een praktische functie meegeven, zodat het profiel gemakkelijk in te zetten is door de plaatselijke kerken. Zo kunnen we landelijk dezelfde visie en huisstijl uitstralen.

Tot slot willen we de (oud)voorzitter van de synode een meer prominente rol en functie geven. Hij is het gezicht van de kerk en kan als dusdanig ook reageren namens ons kerkverband. Dit kan versterkend werken in de profilering. Met name wanneer er op landelijk niveau gebeurtenissen zich

voordoen (rampen, vluchtelingenopvang, etc.) is het goed om hier als kerkgenootschap op te reageren bij monde van de 'woordvoerder'.

Communicatiemiddelen

- De GKv-website
- Een profiel van de website dat gemakkelijk te gebruiken is voor de plaatselijke kerken
- Facebook GKv
- LinkedIn GKv Group
- Plaatselijke initiatieven

Communicatieplannen

Hoe nu verder?

In de voorgaande pagina's staan de grote lijnen beschreven van hoe we als kerkverband willen communiceren en met wie of voor wie we willen communiceren. Dit is de strategie voor communicatie. Nu kunnen we niet alles in een keer uitvoeren. Daarom willen we ons de komende periode concentreren op de interne communicatie en op de externe doelgroep met de daarbij behorende communicatie zoals beschreven onder punt 5 (p.21).

Concrete communicatieplannen

Per doelgroep komt er een apart communicatieplan waarin de communicatieaanzet verder uitgewerkt is in concrete acties. Deze acties worden in een tijdpad gezet en voorzien van een begroting. Daarna kan een start gemaakt worden met de uitvoering van de plannen.

Dat betekent dat er voor de onderstaande doelgroepen verder uitgewerkte plannen komen. Bij sommige doelgroepen komen zelfs meerdere plannen. Dit doordat de communicatieaanzet bestaat uit verschillende onderdelen.

1. Kerkleden (waaronder veel verschillen in leeftijd, opleidingsniveau, rol in de kerk en visie)
2. Plaatselijke gemeentes (waaronder veel verschillende stromingen)
3. Deputaatschappen (waaronder veel verschillende werkvelden)
5. De Nederlandse maatschappij (als bonte verzameling landgenoten)

Organisatie

Het werk van de synode en deputaatschappen is veelal vrijwilligerswerk. Dit betekent dat, afhankelijk van de inzet van vrijwilligers, tijd en mogelijkheden beperkt zijn. Toch moet geprobeerd worden om de voorgestelde communicatieplannen in het geheel uit te voeren en de kwaliteit van de ingezette communicatiemiddelen zo hoog mogelijk te laten zijn. Een en ander kost inderdaad tijd en geld, maar het resultaat zal daar ook naar zijn!

Hoe kan dit worden gerealiseerd? Aanbevolen wordt om een communicatieteam met een vaste bemensing aan te stellen. Dit team moet worden ondergebracht in een (bestaand of nieuw op te richten) deputaatschap/werkgroep. Naast bewaking van de voortgang, bewaakt dit team de kwaliteit van de communicatie en zorgt zij waar mogelijk voor efficiency, omdat zij als kruispunt van informatie fungeert. Ook voor communicatieactiviteiten waarvoor een brainstorm nodig is en voor zaken die gedurende langere tijd voorbereid of in gang gehouden moeten worden, is het communicatieteam een goede oplossing. Het communicatieteam bepaalt welke communicatieactiviteiten zij zelf uitvoert en welke zij delegeert en aan wie (mits dit hiervoor gekwalificeerde personen zijn). De communicatieadviseur maakt voor alle communicatieactiviteiten een basisopzet met aandachtspunten.

Evaluatie

Communicatie is geen automatisch proces. Dit betekent dat, na het leveren van de input, de output niet precies voorspeld kan worden. Door de communicatie echter professioneel aan te pakken, wat dit plan beoogt, wordt de kans op succes aanzienlijk verhoogd. Het is beter om communicatie als een lerend proces te benoemen. Door de communicatie steeds planmatig aan te pakken en te evalueren, kun je leren wat goede manieren zijn om de doelstelling te behalen. Omdat doelgroepen echter continu veranderen, is het noodzakelijk om regelmatig te evalueren en daarvan te leren.

Door tussentijdse meetpunten in te stellen, kan gekeken worden of de communicatieactiviteiten voldoende opleveren. Moet een activiteit herhaald worden, moet de uitvoering worden aangepast, of is het beter om de middelen een volgende keer anders te besteden? Eventueel kunnen de plannen worden bijgesteld. Ten aanzien van dit plan kunnen we de volgende vragen meenemen in de evaluatie:

- Welke middelen zijn ingezet volgens planning en welke niet?
- Wat was de reden om de middelen later of (nog) helemaal niet in te zetten?
- Van de middelen die wel zijn uitgevoerd, is de doelstelling gehaald?
- Wat ging er goed? Wat ging er minder?
- Klopt de doelstelling en boodschap per doelgroep, of moeten deze worden aangepast?

Alleen door een goede evaluatie kan ervoor gezorgd worden dat er in de toekomst een (nog) beter communicatieplan ligt.