



Communicatie Advies

Samenvatting

Auteurs:

Diny Verwer-Hesselink
Ad Oostlander
Hans van Embden

Dit document is een samenvatting van het uitgebreide Communicatie Advies wat door de adhoc projectgroep PR en Communicatie is opgesteld in opdracht van de Werkgroep Implementatie Vernieuwingsproces van de PG Haaksbergen Buurse

1. Vraagstuk c.q. opdracht

De werkgroep implementatie geeft de projectgroep de volgende sub vragen mee:

- 1.1. Wie wil je bereiken? Doelgroepen?
- 1.2. Is het Kerkblad (langzame informatie) voor abonnees of voor alle leden en/of ook extern?
- 1.3. Is de website onderdeel van de externe oriëntatie en is de inrichting daarop gericht?
- 1.4. Welke rol spelen aanvullende media als E-mail, WhatsApp?
- 1.5. Kan een nieuwsbrief (bulkmail naar alle leden) een rol spelen in de informatievoorziening?
- 1.6. Welke informatie gaat *wanneer*, en op welke *wijze*, naar *wie*?
- 1.7. Is het wenselijk om middels een onder de KR vallende redactiegroep geïntegreerd te gaan werken?

2. De gebruikte informatie voor het advies

2.1. Doelgroepen

De doelgroepen zijn ingedeeld naar mate van betrokkenheid die de leden van die doelgroep hebben tot de gemeente activiteiten.

De binnenkring

- de vrijwilligers en kerkgangers die lid zijn; zij vormen de kern van de gemeente en zien het als onderdeel van hun leven. Zij willen bijdragen in woord en daad. Naar schatting zijn er gemiddeld 60 bezoekers van kerkdiensten.
- de leden die af en toe gebruik maken van de faciliteiten van de gemeente. Zij zijn betrokken – en maken hun eigen afwegingen om wel of niet deel te nemen. Naar schatting gaat hierbij om ongeveer 300 mensen. Denk hierbij als voorbeeld aan activiteiten als zoals rommelmarkt, tuingroep, bezoekers van soos en andere bijeenkomsten

De buitenkring

- de leden die ingeschreven staan maar in de praktijk, het dagelijks leven, op afstand staan van de PGHB (Protestantse Gemeente Haaksbergen – Buurse). Denk aan een vorm van betrokkenheid als gift en bijdrage kerkbalans.
- De leden van andere religieuze gemeenschappen binnen Haaksbergen; waarmee we samen ons geloof en inspiratie willen delen.
- Onze overige dorpsgenoten van Haaksbergen en Buurse. Maar ook provinciaal, landelijk en globaal.

Indeling naar leeftijd en/of digitale vaardigheden zijn overwogen. Afhankelijk van de informatie die men wil overbrengen kan hiermee wel rekening worden gehouden.

2.2 Inventarisatie van bestaande communicatiemiddelen.

De projectgroep heeft de huidige communicatie middelen geïnventariseerd. En een nadere beschouwing gewijd aan het Kerkblad, website, kerkomroep/You-Tube, Sociale media en Gemeente App, Nieuwsbrief, Kerkbalansfolder, Gemeenteavond, en het Kerkgebouw. In deze samenvatting laat de Projectgroep het bij de opsomming. Voor een uitgebreidere beschrijving verwijzen de auteurs naar de uitgebreide versie van het Communicatie advies met zijn bijlagen.

3 Advies

- ***Organiseer de communicatie.***

Externe communicatie naar en met de media (kranten, radio en TV etc.) dient altijd via de voorzitter van de Kerkenraad te lopen. De voorzitter kan in voorkomende gevallen dit eventueel wel delegeren naar één van de leden van de communicatiewerkgroep of eigenaar van de boodschap mits de voorzitter op de hoogte is van inhoud en doel.

Stel onder voorzitterschap van de voorzitter van de Kerkenraad een centrale werkgroep communicatie / redactie (team) in voor alle communicatiekanalen, zoals het kerkblad, website, en Gemeente App etc.. Alle info die naar de gemeenteleden / c.q. doelgroepen gaat passeert eerst deze werkgroep.

Deze werkgroep wordt dan ook verantwoordelijk om de besluiten die de kerkenraad op basis van dit advies heeft genomen, verder uit te werken tot operationele plannen en de implementatie daarvan. Bij de opzet van een dergelijke werkgroep kan ondersteuning worden ingeroepen van een expert / communicatie deskundige / bureau.

- ***Kerkblad***

Doelgroep: Alle leden, binnen- en buitenkring en daarnaast externe organisaties.

De huidige vorm kan op korte termijn gehandhaafd blijven (geniet veel waardering)
Ga over op een online opmaak programma waarmee de vormgeving van het blad nog mooier wordt.

Breng op termijn het drukwerk over naar een externe partij, bij voorkeur een uitgever die aanvullende interessante artikelen kan aanleveren.

Overweeg om elke uitgave van het Kerkblad naar elke pastorale eenheid te sturen, met uitzondering als men aangeeft geen prijs te stellen op toezending van het Kerkblad.

In fysieke vorm zal dat behoorlijke kostenstijging met zich meebrengen. (Bij (gedeeltelijke) digitale uitgave kan die kostenstijging lager uitvallen). Advies is om niet digitaal te gaan. Zie uitgebreide advies en bijlage 10 daarvan.

De verwachting is dat een beter geïnformeerde gemeente leidt tot hogere betrokkenheid.

- **Gemeente-APP**

Doelgroep: vooral de binnen kring en in tweede instantie alle leden

Introduceer de gemeente-App Donkey Mobile vooral voor de binnen kring in Q4 2023 of Q1 2024. In eerste instantie met name aantrekkelijk voor alle betrokken bestuurders en vrijwilligers en gemeenteleden met een hoge betrokkenheid bij het wel en wee van de Gemeente en haar leden. Verwachting is dat dit de onderlinge communicatie bevordert. Stel een commissie aan die de app gaat introduceren bij werkgroepen, wijkhoofden, etc. Bij een actieve introductie is de verwachting dat steeds meer gemeenteleden van de app gaan gebruik maken. Dan kan het ook een bijdrage leveren in het proces van omzien naar elkaar, en nieuwe vormen van pastoraat.

- **Website**

Doelgroep: met name buitenwereld en in tweede instantie de leden.

Moderniseren volgens advies. Vooral naar buiten gericht en in tweede instantie intern gericht (daar zou de Gemeente App een rol in gaan moeten innemen). Dit advies geldt ook voor de website van de Diaconie.

- **Kerkdiensten online**

Doelgroep: alle leden, maar ook niet leden. Alle geïnteresseerden in Nederland.

Zeker mee doorgaan. Daar waar mogelijk verder upgraden van geluid en beeldtechniek.

- **Gemeenteavond**

Doelgroep: in principe alle leden, maar in de praktijk vaak alleen de binnenkring.

Kerkordelijk verplicht 2x per jaar. Eén voor de presentatie van de begrotingen en tweede voor de presentatie voor de jaarrekeningen. En bij “ingrijpende besluiten” dient de Gemeente ook gehoord te worden. Maak de agenda aantrekkelijk, bijvoorbeeld door aansprekende sprekers, waardoor leden het leuk vinden om te komen.

- **Actie Kerkbalans**

Doelgroep: alle leden, binnen en buitenkring leden.

De jaarlijkse Actie Kerkbalans is een belangrijk moment in de communicatie. Zowel de layout en inhoud van de folder als ook de persoonlijke benadering van de gemeenteleden door de vrijwilligers vormen daar onderdeel van. Het is van belang dat de leden zich herkennen in het gepresenteerde en zich daardoor betrokken voelen om vervolgens ook bereid zijn financieel bij te dragen aan de instandhouding van die Gemeente.

- **Kerk en Gebouwen**

Doelgroep: alle leden, niet leden en buitenkring

“Kleren maken de man/vrouw” is de uitdrukking. Een mooie, netjes verzorgde kerk, kerkelijk erf, met relevante informatiedragers, toegankelijk voor publiek dragen ook bij aan de communicatie als Kerk naar binnen- en buitenkring.

4 Afgeleide doelen en tijdpad

Heldere en gestroomlijnde interne en externe communicatie bevordert het plezier in het doen van vrijwilligerswerk en verhoogt de betrokkenheid van de gemeenteleden.

En last but not least zal goede communicatie een bijdrage leveren aan het wel en wee van de Gemeente en het omzien naar elkaar.

5 Kosten of besparingen materieel en immaterieel

Naar kosten en besparingen is beperkt onderzoek gedaan.

Kerkblad gratis 10x per jaar naar leden zal ongeveer €20.000,-- kosten.

Kosten Gemeente App: €340,-- opstart kosten en daarna €1050,-- per jaar

6 Draagvlak voor vraagstuk en oplossingen.

Voor de reeds bestaande media uitingen is geen grootschalig draagvlak onderzoek gedaan. Wel zijn er wandelgang gesprekken geweest waaruit o.a. gebleken is dat men het huidige fysieke kerkblad erg waardeert. Ondanks dat er wel eens technische problemen zijn bij het drukken en de aanlevering van de stukken, halen de makers en drukkers nog steeds voldoening uit hun werk.

Om draagvlak voor de Gemeente App te creëren is er een demonstratieavond georganiseerd. Dat leverde een gemengd beeld op, maar het positieve was overheersend