



Communicatieplan

Auteurs:

ds. Jan Struijk
Leander Grooten

m.m.v.:

Helma te Grotenhuis,
Ans ter Horst,
Henk Korenberg,
Wil Mulder,
Sjaak Stans,
Jan Wilterdink
Gerike Terwel,
Angelique Zweerink,

onder begeleiding van:

De Zalige Zalm,
Sipke Draaisma

Inleiding

'Wij zijn aangesproken door het Woord van God, geraakt door zijn liefde en geïnspireerd door Jezus Christus' ¹.

De PGW gelooft in de veelkleurigheid van geloven; op vele manieren beleven mensen hun geloof in God.

Wij zien deze visie terug in lied 970, Vlammen zijn er vele, één is het licht"

Vlammen zijn er vele, één is het licht, licht van Jezus Christus,
vlammen zijn er vele, één is het licht, wij zijn één in Christus.

Ranken zijn er vele, één is de stam, wijnstok van het leven,
ranken zijn er vele, één is de stam, wij zijn één in Christus.

Gaven schonk Hij vele, één is de Geest, Geest van Jezus Christus,
gaven schonk Hij vele, één is de Geest, wij zijn één in Christus.

Velen mogen dienen als onze Heer, Hij wast onze voeten,
velen mogen dienen als onze Heer, wij zijn één in Christus.

Leden zijn er vele, één is zijn kerk, wij zijn Christus' lichaam,
leden zijn er vele, één is zijn kerk, wij zijn één in Christus.

In dit document beschrijven wij vanuit deze inspiratie

- wat de PGW wil vertellen;
- aan wie wij dat willen vertellen;
- hoe wij dat gaan doen.

Winterswijk,
1 augustus 2019

¹ Beleidsplan PGW 2013-2018

Inhoudsopgave

Inleiding	2
Inhoudsopgave	3
1 Uitgangspunten	4
1.1 Wat willen wij vertellen?.....	4
1.2 Aan wie vertellen wij dit?	4
1.3 Hoe gaan wij dat doen?.....	4
1.4 Communicatiestrategie	4
1.5 Organisatie en bemensing.....	4
2 Overzicht en afspraken	5
2.1 Huidige communicatiemiddelen.....	5
2.2 Nieuwe / toekomstige communicatiemiddelen, vernieuwing kerkblad, website	5
2.3 Algemene Verordening Gegevensbescherming	6
3 Huisstijl	7
4 Prioritering	8
5 Bijlagen	9
5.1 Bijlage 1 - Overzicht communicatiemiddelen PGW	9

1 Uitgangspunten

1.1 Wat willen wij vertellen?

Onze **missie** is om ons geloof in de God van de Bijbel en Jezus Christus, als bron van ons handelen, te delen.

Dit doen wij binnen onze kerkelijke gemeenschap, maar ook binnen de lokale Winterswijkse samenleving

1.2 Aan wie vertellen wij dit?

De **binnenkring**:

- de vrijwilligers en kerkgangers die lid zijn; zij vormen de kern van de gemeente en zien het als onderdeel van hun eigen leven. Zij willen bijdragen in woord en daad;
- 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.

De **buitenkring**

- de leden die ingeschreven staan maar in de praktijk, het dagelijks leven, op afstand staan van de PGW;
- de leden van andere religieuze gemeenschappen binnen Winterswijk; samen willen we ons geloof delen met elkaar en anderen. Samen willen we als gelovigen onze inspiratie delen;
- onze overige dorpsgenoten van Winterswijk.

1.3 Hoe gaan wij dat doen?

Binnen de PGW beleven mensen hun geloof op verschillende wijzen. Daarnaast wil de PGW verschillende doelgroepen bereiken. Deze beide uitgangspunten vragen om een verscheidenheid aan communicatiemiddelen: van kansel tot krant, van zondagsbrief tot Facebook. Verderop besteden wij aandacht aan deze middelen.

1.4 Communicatiestrategie

Het is van belang om zo te communiceren dat wij bijdragen aan de missie van de gemeente. Bovendien moet het middel de gewenste doelgroep bereiken. Immers, een webpagina wordt door andere bezoekers bekeken dan een krant, een smartphone applicatie kent andere doelgroepen dan een kerkdienst.

Vanuit de visie dat er vele vlammen zijn, dient de PGW een breed scala in te zetten aan communicatiemiddelen, telkens andere middelen per groep.

Zie voor een gedetailleerde uitwerking per doelgroep Bijlage 1.

1.5 Organisatie en bemensing

Op dit moment is er een groep mensen, zowel betaald als vrijwillig, die zich inzet voor verschillende communicatiedoelinden.

Het is wenselijk dat zij vertegenwoordigd zijn in een taakgroep. Er is een taakgroep communicatie i.o.

2 Overzicht en afspraken

2.1 Huidige communicatiemiddelen

Preek
Kerkenwerk
Informatiebrochure

Afkondigingen
Facebook
Folders evenementen

Zondagsbrief
PKN-app
Flyers evenementen

Artikelen in huis-aan-huis krant
Ontmoetingsmomenten
Sociaal netwerk dat min of meer onderdeel is van het kerkelijk leven

Per communicatiemiddel dat momenteel wordt gebruikt, onderzoeken wij in hoeverre dit middel zijn doel haalt. Om daarna te onderzoeken wat er zou kunnen veranderen.

Draagt het middel bij aan onze missie, welke doelgroepen bereikt de PGW ermee en wat vraagt dat van vormgeving en taalgebruik, wat kost het, wat is de frequentie en is er een alternatief middel om toe te passen?

Zie hiervoor Bijlage 1.

2.2 Nieuwe / toekomstige communicatiemiddelen, vernieuwing kerkblad, website

Wij hebben gekeken naar wat er is aan communicatiemiddelen, wat moet blijven, wat kan veranderen en wat is overbodig. In de bijlage worden deze communicatiemiddelen genoemd.

Enkele onderdelen lichten wij hier uit:

- **Afkondigingen / Welkom**

De afkondigingen zijn wekelijks te vinden op de zondagsbrief. Eventuele aanvullende afkondigingen worden bij het welkomstwoord door de ambtsdrager van dienst gedaan. Voorafgaand aan de dienst worden deze ook gepresenteerd middels de beamer.

Het welkom heten van de kerkgangers past bij onze missie om gastvrij te zijn. Dit behoeft aandacht.

Wij stellen voor een korte presentatiecursus te geven aan de (nieuwe) ambtsdragers van dienst. Het aanstellen van een welkomsteam behoort tot de opties. De vraag is of hier vrijwilligers genoeg voor zijn.

- **Kerkblad**

De papieren publicatie heeft op dit moment twee functies. Enerzijds is het een 'clubblad' van de PGW, waarin zakelijkheden als begroting en verslaglegging van vergaderingen staan. Anderzijds heeft het kerkblad een missionair en bezinnend doel.

Dit maakt het blad niet eenduidig in communicatie.

Bedenk een manier hoe de 'clubblad-functie' tot uiting kan komen en bedenk een manier hoe de verdieping gevonden kan worden.

Wij geven de volgende ideeën mee:

1. De zakelijke informatie (kerkblad) dient altijd bezorgd te worden aan alle leden, met iets meer aandacht voor bezinning.

2. Wij versturen het Kerkblad aan alle leden en en daarnaast een missionair magazine dat driemaal per jaar uitkomt: rond Advent/Kerst, 40-dagentijd/Pasen en rond de zomerperiode. De optie om dit samen te stellen met andere lokale christelijke kerkgenootschappen is te overwegen. Dit magazine kan binnen Winterswijk verspreid worden.

- **Website**

'www.pgwwinterswijk.nl' is sterk aan vervanging toe.

Het is een site met veel informatie in tekst en weinig in beeld. De opbouw is die van een inhoudsopgave van een boek.

De achterliggende vraag is:

- wat is het doel van de PGW met het hebben van de website;
- voor welke doelgroep wil de PGW de website hebben.

Maak op basis daarvan keuzes tussen een actuele, dynamische informatie (arbeidsintensief), of statische informatie voor de buitenstaander. Een optie is om de homepage actueel te houden, de rest niet. Ook kan per kerkelijke feestdag / seizoen de site een herkenbare uitstraling krijgen. Voorstel is om de site te vernieuwen van verbale uitingen (tekstbalkjes) naar pictogrammen.

- **Social media / chrch.org**

Om social media adequaat in te zetten is expertise nodig.

Eenzijds is social media een open source waar een ieder comments kan achterlaten. Anderzijds wil je als merk (wat de PGW in deze is) regie houden op je missie. Hoe voorkom je dat dingen geplaatst worden die niet bij die missie passen. Moet je dat wel willen voorkomen?

Wat moet je doen en laten om een lokale social influencer te worden. Kortom, wil de PGW aan image-building doen, dan is het juiste gebruik van social media onontbeerlijk.

Een (externe) specialist op dit vlak adviseren wij in te schakelen.

De inrichting van website en social media kan een goede stage-/afstudeeropdracht zijn voor bijv. een communicatiestudent, of student journalistiek met de centrale vraag "hoe zet je de PGW als beeld in de markt". Het moet dan wel een kerkbetrokken student zijn.

- **Inzet lokale nieuwsgaring**

Om te voldoen aan de doelgroep: onze dorpsgenoten van Winterswijk.

Om een 'kerk naar buiten gericht' te zijn, is zichtbaarheid van belang. Dit kan door gebruik te maken van lokale huis-aan-huisbladen middels advertenties, interviews, columns, etcetera.

Ga met elkaar in gesprek over welk accent en in welke frequentie de PGW zich wil laten zien.

Gebruik daarnaast Winterswijkse locaties waar bovenstaande doelgroepen samenkomen: bibliotheek, scholen (schookranten?), SPOT Jongerenwerk, sportclubs, etcetera.

2.3 Algemene Verordening Gegevensbescherming

Bij 'Communicatie' zijn de waarborging van de privacy en de bescherming van de persoonsgegevens belangrijke aandachtspunten. De Protestantse Gemeente Winterswijk wil zorgvuldig omgaan met de persoonsgegevens en de privacy van haar leden en bezoekers. Dit geldt voor alle vormen van communicatie.

3 Huisstijl

Ons advies luidt om een eenduidige huisstijl te ontwikkelen.

Het logo van de PGW staat vast en is herkenbaar, maar wordt niet op alle vlakken consequent doorgevoerd.

Bij een huisstijl hoort daarnaast ook het gebruiken van sjablonen voor uitgaven waarbij regelafstand, lettertype en uitlijn-opties eenduidig worden toegepast.

Een persoon met kennis van typografie, design-kwaliteiten e.d. kan ons hierin van advies voorzien.

4 Prioritering

Onderstaande:

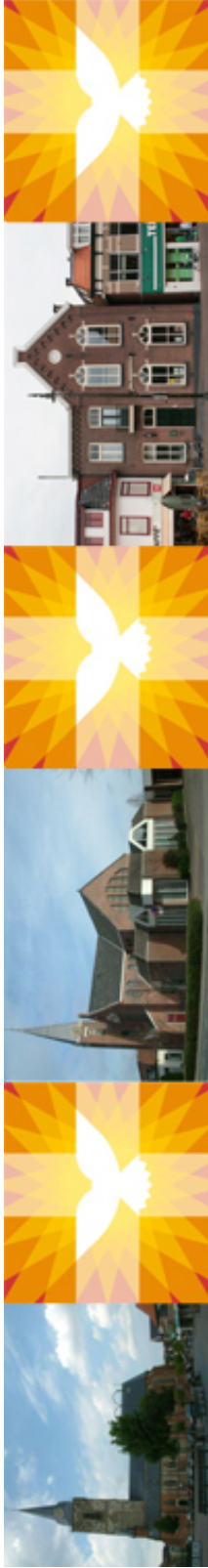
1. Bepalen huisstijl;
2. Keuze in en ontwerp van kerkblad / magazine;
3. Website lay-out en social media toepassingen.

5 Bijlagen

5.1 Bijlage 1 - Overzicht communicatiemiddelen PGW

Zie de volgende pagina's.

Gestructureerde weergave van voorgestelde communicatie uitingen



*Onze missie is om ons geloof in Jezus Christus, als bron van ons handelen, te delen.
Dit doen wij binnen onze kerkelijke gemeenschap, maar ook binnen de lokale Winterswijkse samenleving.*

Wat	Missie gericht	Doelgroep	Vormgeving/taal/ materiaal	Frequentie
Preek	100%	binnenkring	eenrichting verbaal evt. beamer	Min. 1 maal per week
Welkom	Vanuit liefde en oprechtheid een welkom organiseren in de kerkdienst	binnenkring	vorm waarin ontmoeting plaatsvindt waarin de mens centraal staat, niet de mededeling	Min. 1 maal per week
Zondagsbrief	Deels, de mate hangt af van inhoud	binnenkring mensen vallend onder de andere doelgroepen, die geabonneerd zijn	geschreven een afbeelding erbij kijktips / luistertips iets om een gesprek te starten per e-mail of uitgereikt in kerkdienst	Eenmaal per week
kerkblad	Verdiepend maken voor alle doelgroepen. De zakelijkheid eruit halen. Magazine.	Elk lid van de kerk krijgt dit gratis	magazine	3 x per jaar magazine, maandelijks kerkblad

Facebook	Regie op de missie voordat het geplaatst wordt? Social influencing worden? Media team erop? Wekelijkse verdieping, als een "achter het nieuws"-achtig (achtergronden bij de verkondiging?). Live stream...	alle doelgroepen, leeftijdsgebonden	aankondigingen verbaal actuele foto's verslagen van kerkelijke activiteiten	o.b.v. nieuws o.b.v. afgesproken frequentie
Kranten-artikelen	o.b.v. verzoeken door de PGW of eigen initiatief correspondenten/Journalisten Wekelijks zakelijk kerknieuws vermelden. Wie, wat, waar, hoe laat.	Winterswijkers Niet-gelovigen	Artikel	o.b.v. nieuws o.b.v. afgesproken frequentie
Lokale nieuwsgaring www.pg.winterswijk.nl (website)	Aankondigingen en vermeldingen middels posters, flyers, schoolkranten, etcetera Keuze om deze statisch te maken, of actueel en dynamisch. Ik denk statisch, met minder hoofdstukken, minder tekst. Frontpage aantrekkelijk(er) maken en wel wisselend (bijv. elk seizoen van het kerkelijk jaar. Achterliggende vraag: wat is je doel met de website?	Winterswijkers Specifieke doelgroepen Buitenkerkelijken PKN-ers (niet lokaal) Beroepingscommissies Mensen die de informatie niet standaard vinden	Tekst en beeld	Afhankelijk van de nieuwsgaring 24/7
Informatie-brochure	Ja, vanuit inspiratie en ontmoeting	Betrokken kerkleden Betrokken Winterswijkers	Variatie aan activiteiten, variatie aan taal uitingen.	Eenmaal per jaar
Folders & Flyers	Bijv. 40-dagen tijd, specifieke aankondigingen vanuit MGO of O&I Reguleren en regisseren?	Betrokken kerkleden Bezoekers	Divers, niet eenduidig, maar dat lijkt me logisch	Niet geregisseerd
PKN-app Church.org	In ontwikkeling, dient nader onderzocht te worden wat meerwaarde is.			24/7

Communicatie is een activiteit waarbij mensen betekenissen uitwisselen door op elkaars signalen te reageren. Het Latijnse woord *communicare* slaat terug op "iets gemeenschappelijk maken". Communicatie is behalve een sociale *activiteit*, ook het *resultaat* van het contact: de optelsom van wederzijdse betekenisgevingen (ook wel communicatie-effect genoemd).

"Wijsgerige communicatie vereist een bezien van alle dingen door het oog van een ander." (Wijsg. Persp.)