



## Communicatie Advies

Auteurs:

Diny Verwer-Hesselink  
Ad Oostlander  
Hans van Embden

### 1. Vraagstuk c.q. opdracht

Vanuit de kerkenraad is aangegeven, als onderdeel van het vernieuwingsproces, in 2023 prioriteit te willen geven aan de verbetering / verandering van in- en externe communicatiestructuur.

De opdracht van de Werkgroep Implementatie van het vernieuwingsproces aan de (ad hoc) projectgroep PR en Communicatie is om de huidige media en werkwijzen tegen het licht te houden met de vraag wat goed is en wat beter en/of anders kan. Het te adviseren communicatie plan zal tevens de bases en tool moeten worden waarmee alle nog komende veranderingen gecommuniceerd gaan worden om zo tot een succesvolle implementatie van het “Verhaal van de Toekomst” te komen.

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?

**NB Er is in kader van dit document geen onderzoek gedaan naar de interne ICT structuur, werking daarvan, en /of advisering daarover.**

### 2. De gebruikte informatie voor het advies

#### 2.1. Doelgroepen

*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.

De werkgroep heeft gekozen voor betrokkenheid als doelgroep indeling. Er zijn meerdere indelingen mogelijk, bijvoorbeeld naar leeftijd categorieën. Het is waar dat jongere generaties vaker werken met moderne technologie en digitale apparaten. Het is niet zo dat leeftijd automatisch bepaalt hoe digitaal vaardig iemand is.

Het hoeft ook geen vaste indeling te zijn. Houd hem flexibel. Evalueer regelmatig of de indeling aan de behoeften van de gemeenschap beantwoordt, zodat die kan worden aangepast aan die behoeften.

## **2.2 Inventarisatie van bestaande communicatiemiddelen.**

Huidige communicatiemiddelen. De PGHB is zowel digitaal als niet digitaal te vinden.

### Digitaal

- Kerkomroep en YouTube
- Website (kerk en diaconaal maatschappelijk werk)
- E-mail
- WhatsApp

### Niet digitaal

- Kerkblad
- Nieuwsbrief
- Gemeenteavond
- Informatie brochure
- Flyers
- Afkondigingen
- Kerkbalans en folder
- Papieren verslagen (kerkenraad, jaarrekening en begroting)
- Artikelen in Rondom Haaksbergen
- Ontmoetingsmomenten (soos, leerhuis, koffieochtend)
- Sociaal netwerk dat min of onderdeel is van het kerkelijk leven
- Activiteitengids i.s.m. RK parochie (spiritualiteit) is gestopt

Per communicatiemiddel dat momenteel wordt gebruikt is onderzocht in hoeverre dit middel bijdraagt aan het doel.

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

Zie hiervoor bijlage 11- Overzicht communicatiemiddelen PGHB

### **2.3 Bestaande en nieuwe communicatiemiddelen nader bekeken.**

Er is gekeken naar wat er is aan communicatiemiddelen, wat moet blijven, wat kan veranderen en wat is overbodig. In bijlage 1 worden de communicatiemiddelen genoemd.

Enkele onderdelen lichten wij hier uit:

- ***Mondelinge afkondigingen tijdens de Kerkdiensten / Welkom***  
Afkondigingen worden gedaan bij het welkomstwoord door de ambtsdrager van dienst. Het welkom heten past bij een protestantse gemeente om open en gastvrij te zijn. Per week heeft de kerkenraad gelegenheid om snel en actueel informatie te delen met de kerkgangers.  
De presentatie wisselt met de persoon (saai, langdradig versus vlot en aandacht kerkgangers).  
De inhoud van het bericht heeft niet altijd nieuwsaarde.  
Wij stellen voor om een korte presentatie cursus te geven aan (nieuwe ambtsdragers van dienst).
- ***Kerkblad***  
De papieren publicatie heeft op dit moment twee functies. Enerzijds is het een “clubblad” van de PGHB, waarin zakelijke informatie word gedeeld met de abonnees als begroting en kerkenraadsverslaglegging, een agenda met kerkdiensten, verjaardagen & huwelijks jubilea overzichten, etc.  
Anderzijds heeft het kerkblad een bezinnend doel met rubrieken als “van de voorganger”. Dat maakt het blad lastig in eenduidige communicatie naar alle doelgroepen. Die allen hun eigen verwachtingen van informatievoorziening hebben.

Het kerkblad heeft een oplage van 380 stuks. Die oplage gaat voornamelijk naar leden van de PGHB. Slechts een klein deel van de oplage is geen lid (38).

De oplage van 380 stuks is kleiner dan het aantal leden van de PGHB. Die is veel hoger (1100). Van het ledenbestand zijn er 300 adressen zonder abonnement.

Het kerkblad wordt in eigen beheer gedrukt door vrijwilligers. De beschikbaarheid van bemensing wisselt.

Het kerkblad kent 10 edities per jaar. Voor de abonnees. Waarvan 2 edities (september en december) per jaar naar alle leden. De edities bevatten meer ledeninformatie; het winteractiviteiten programma (september) en kerkbalans (december)

Een blad wat 10 keer per jaar uitkomt maakt het geschikt voor bezinning maar minder geschikt voor snelle actuele informatie.

Vorm en inhoud van het kerkblad is afgelopen jaren veranderd, in positieve zin. Lezers waarderen het blad. Het blad kent een redactiestatuut uit 2017. En een jaarplan met een globale duiding van de content.

Het blad heeft een hoge herkenbaarheid; van de gemeente en door de gemeente.

Het kerkblad kent een vaste indeling met rubrieken variërend van informatief naar bezinnend. De content van het blad varieert per editie afhankelijk van het aanbod van kopij. En is in de zin van voldoende aanbod kwetsbaar.

De navolgende punten zijn door de werkgroep onderzocht / tegen het licht gehouden:

1. De zakelijke informatie in het kerkblad dient zo mogelijk (gratis) bezorgd te worden aan alle leden, met iets minder aandacht voor bezinning. Daarmee worden de mensen bereikt die nog maar een dun lijntje met de PGHB hebben.
2. Verruim het redactiemateriaal aan rechtsvrije artikelen en afbeeldingen bij een drukkerij. Bijvoorbeeld de Zalige Zalm. Hier kan de redactie naar eigen inzicht gebruik van maken.
3. Editoo heeft zich gespecialiseerd als drukker maar er ontbreekt een eigen (religieuze) kopij database.
4. Overweeg om alleen het drukken (niet de opmaak en redactie) uit te besteden aan een drukkerij. Op een moment waarop over contractverlening van de kopieermachine besloten moet worden. De beschikbaarheid van voldoende eigen vrijwilligers voor in de toekomst is kwetsbaar.
5. Sommige kerken overwegen een opsplitsing van het kerkblad in twee delen: voor de 'ouderen' die dat wensen een papieren versie of door een e-mail voor leden die digitaal willen lezen. Dat doen ze om twee verschillende redenen: digitaal lijkt milieuvriendelijker én goedkoper dan drukwerk. Maar is dat ook echt het geval? De Zalige Zalm deed daar onderzoek naar. En wat blijkt? 80 % van de mensen die de online versie krijgt aangeboden leest het blad helemaal niet meer. En van de overgebleven 20% klikt meer dan de helft het blad maar één keer aan, terwijl de looptijd van het blad minstens een maand is. Zie bijlage 10. voor het onderzoek.
6. Het kerkblad heet "Kerkblad van de Protestantse gemeente te Haaksbergen-Buurse". Dit lijkt geen specifieke naam te zijn. Maar eerder een beschrijving van de publicatie. Het kan ook betekenen dat het een officiële naam is, die wordt gebruikt om het kerkblad van andere gemeenten te onderscheiden.
7. Het werken van de redactie kan gepaard gaan met problemen. Af en toe ontstaat discussie over het te laat inleveren en kwaliteit van de kopij. Dan is het goed om het statuut te raadplegen en daarnaar te handelen. En tenminste een keer per jaar een overleg te hebben met de verantwoordelijke kerkrentmeester.

Bijlage 6 – Presentatie De-Zalige-Zalm, kerkblad maken workshop kerkenbeurs 2022

Bijlage 8 – Redactiestatuut van Kerkblad. 15 december 2016

Bijlage 10 – Digitale versie kerkblad: goedkoop of duurkoop?, mei 2023

- **Website**

'www.pkn-haaksbergen.nl' wordt actueel gehouden door de webmaster.

De website is geanalyseerd door extern bureau (ISI-media) op de volgende onderdelen:

- vindbaarheid (via Google)
- vormgeving
- techniek (snelheid, veiligheid, cms)
- gebruik(ers)gemak
- inhoud

De algemene conclusie is:

- technisch is de site veilig en snel
- vormgeving kan verbeterd worden t.a.v. afbeeldingen ('beeldstijl' en afmetingen) en lettertype (vooral menu)
- lay-out artikelen en inhoud artikelen andere volgorde
- 'less is more'
- denk van buiten naar binnen, en meer vanuit wat mensen willen en minder vanuit de kerkelijke organisatie

Veel informatie moet actief worden opgehaald uit de kerkorganisatie.

Inmiddels zijn de aanbevelingen voor een belangrijk deel doorgevoerd. Periodieke beoordeling van de website helpt om continue te verbeteren vanuit gebruikerservaringen.

De kerkwebsite is nu nog gericht op de eigen kerkleden. Dat is niet verkeerd, maar zal mensen van buiten niet snel aanspreken. Laat zien welke meerwaarde je hebt voor mensen op zoek naar een gemeenschap, borging of invulling van hun levensvragen. En wees daarin niet bescheiden om de relevantie van de PGHB te laten zien.

'www.dmw.haaksbergen.nl' is de website van het diaconaal maatschappelijk werk.

Die staat los (functioneel en technisch) van 'www.pkn-haaksbergen.nl'.

Het is een site met veel informatie en tekst. De achterliggende vraag:

- voldoet de site van DMW?
- voor welke doelgroep wil de diaconie de site in de lucht houden?

Maak op basis van statistiek over het website bezoek een keuze tussen actuele, dynamische informatie, of statische informatie voor een buitenstaander of een vereenvoudiging voor de doelgroep die de diaconie wil bereiken.

Advies is om deze website ook door het geconsulteerde externe bureau te onderzoeken.

Vernieuw de site van verbale uitingen naar meer beeld en korte teksten en pictogrammen

Bijlage 5 - Bevindingen website PKN Haaksbergen – Buurse, Eric van den Berg, ISI-media, 28 maart 2023

Bijlage 9 – Webstatuut. 15 december 2016

- **Kerkomroep en YouTube**

Met Kerkomroep biedt PGHB live (of gearchiveerde) audio- en videostreaming aan van kerkdiensten of andere gerelateerde bijeenkomsten.

Er is geen inhoudelijke analyse uitgevoerd. De audiovisuele kwaliteit van de opnames heeft continue aandacht van het media team. De liturgie van de viering volgt een min of meer vast patroon of dienst.

Wel geven we de volgende ideeën mee:

Het kan handig zijn om advies in te winnen bij professionals op het gebied opnemen van kerkdiensten. Denk aan RTV Sternet.

Er zijn enkele aspecten om in gedachten te houden.

- Wat is de optimale Framing en compositie van het beeld bij een dienstonderdeel?
- Overgangen tussen verschillende beeldpunten
- Wat zijn de meeste effectieve weergaves bij een dienstonderdeel

- **Donkey Gemeente-App**

De gemeente-app is een communicatie middel van de leden onderling, de binnenkring. Mensen die niets met de PGHB hebben zullen de gemeente app niet snel downloaden.

Het stelt de kerkenraad van de PGHB in staat om informatie in de vorm aankondigingen, nieuws, evenementen, afspraken, planningen en updates te delen.

Het dient ook als platvorm voor interne communicatie tussen de leden onderling. Leden delen informatie omdat je iets wilt delen met andere leden. Veelal wat je nu ook al deelt via WhatsApp groepjes als Cantorij, media team, koster etc.

Van die groepjes is nu geen centraal overzicht beschikbaar. Niet van de groepen zelf en ook niet wie de deelnemers zijn in die groepjes. En dat is best lastig wanneer je snel informatie wilt delen met de leden.

Een gemeente app heeft geen rol als visite kaartje voor de buitenkring. Daarvoor is de website PKN Haaksbergen bedoeld.

De data in de gemeente app is eigendom van de PGHB. Gebruikers zijn veiliger beschermt tegen commerciële partijen dan persoonlijke data in WhatsApp.

Vrijwilligers hechten een groot belang aan duidelijke communicatie over van alles wat er in de gemeente afspeelt.

Wij zijn van mening dat een gemeente-app daarin onmisbaar is.

Bijlage 1 - Digitale communicatie in de gemeente, Webinar Donkey Mobile, 23 jan. 2023

Bijlage 2 - Gespreksnotitie Gerjo Timmerman, kerkelijk bureau PKN Borne, 28 mrt. 2023

Bijlage 3 - Gespreksnotitie Maarten Bruynes, voorzitter diaconie PKN Delden, 31 mrt. 2023

- ***Wekelijkse (digitale) Nieuwsbrief of Zondagsbrief***

De rol van de nieuwsbrief is binnen de PGHB beperkt. Alleen in situaties waarin mededelingen geen uitstel naar de leden kunnen verdragen. En dat is zeer beperkt, omdat in 'normale' tijden de communicatie bestaat uit de wekelijkse afkondigingen. Over de snelheid van de Nieuwsbrief kun je een kanttekening plaatsen, die gaat nog ouderwets 'per post'. Maar dat zou evengoed per e-mail erbij kunnen.

Er zijn gemeenten die een wekelijkse nieuwsbrief uitgeven. Die bestaat dan als voorbeeld uit informatie van kerkdiensten (OVD) aangevuld met mededelingen en persoonlijke informatie zoals bloemengroet, overledenen, in of uit ziekenhuis etc. Dat laatste kan bijdragen aan het creëren van een gevoel van gemeenschap en verbondenheid.

Het proces van samenstellen van een wekelijkse nieuwsbrief heeft een aanzienlijke impact op de vrijwilligers (3 a 4). De tijdsdruk aan het einde van de week, de correcties, het binnenkrijgen van kopij etc.

Verschuivingen in communicatiemix heeft gevolgen. Hoe aantrekkelijk blijft het kerkblad voor de lezers wanneer het gehalte aan persoonlijke informatie daarin afneemt bij het uitbrengen van een Nieuwsbrief? Ervaringen van andere gemeenten leerden dat het uitbrengen van een wekelijkse nieuwsbrief tot afnemende interesse voor een abonnement op het Kerkblad leidt.

Wij zien geen aanleiding om de rol van de nieuwsbrief te wijzigen. Uitsluitend bij crisis en spoedeisende communicatie.

Bijlage 7 – Rol Nieuwsbrief kerk

- ***Kerkbalansbrief en folder.***

De Kerkbalans actie is van groot belang voor de PGHB, omdat het ons in staat stelt om vieringen te houden door een stabiele financiële basis te behouden.

De Kerkbalans brief wordt meestal in het begin van het jaar, vaak in de maand januari, persoonlijk overhandigd aan het gemeentelid.

In de brief wordt informatie verstrekt over de activiteiten en plannen van de kerk, de financiële behoeften en de manieren waarop gemeenteleden kunnen bijdragen.

De laatste folder is meer persoonlijker geworden. Er is meer aandacht voor activiteiten en groepen en personen van de PGHB. Zodat gemeenteleden zich meer betrokken kunnen voelen en de bereidheid financieel bij te dragen aan de PGHB.

Dat persoonlijke contact vraagt wel om vrijwilligers die langs de adressen gaan. En alleen roept de vraag op of deze vorm van contact in de toekomst nog haalbaar is?

- ***Gemeenteavond***

De gemeenteavond is als het ware de "ledenvergadering" van de PGHB. Hier worden ook begroting en jaarrekening gepresenteerd. 2x per jaar. ( mei en nov ).

De laatste jaren neemt de belangstelling af. Het is niet duidelijk wat de oorzaak daarvan is.

- Communicatie & promotie
- Relevantie en interesse

- Planning en timing
- Participatie en invloed

- **Sociale media**

Voor het inzetten van sociale media is expertise nodig. Enerzijds is het een open source waar een ieder berichten kan achterlaten. Anderzijds wil je als merk (wat de PGHB in deze context is) regie houden op je doelen. Hoe voorkom je dat informatie geplaatst wordt die niet bij je missie passen? En moet je dat wel willen voorkomen? Wil je als PGHB aan zichtbaarheid iets doen dan is het juiste gebruik van sociale media onontbeerlijk. Een (externe) specialist op dit vlak is een partij die je nodig hebt.

Om daar te komen kun je denken aan intensivering van contacten met partijen waar je mee samenwerkt of gaat samenwerken. En wat hun ervaring en expertise hierin is.

- Webhosting partij
- Donkey mobile voor de gemeente app
- De Zalige Zalm voor je kerkblad

- **Lokale nieuws uitingen**

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

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

Huis aan huis bladen hebben een passieve houding over het ontvangen van kopij. Het is niet duidelijk welke nieuwsitems van de website of het kerkblad voor redacties interessant zijn.

Denk na over welk accent en in welke frequentie de PGHB zich aan de buitenkring wil laten zien.

- **Ongestructureerd mondelinge communicatie in de wandelgangen.**

Gesprekken die gemeenteleden voeren met elkaar en met de buitenkring zijn de belangrijkste middelen die we hebben. Voor een gezonde communicatie cultuur is beschikbaarheid van actuele en betrouwbare informatie daarin onmisbaar.

Folders, flyers en informatie brochures zijn actueel en digitaal via de website beschikbaar.

- **Uitstraling kerkgebouw**

Aan de architectuur van een gebouw valt weinig te veranderen.

Het plaatsen van een representatief naambord tegen de gevel van het gebouw kan de voorbijganger helpen om de juiste associatie met het gebouw over te brengen.

Er kan gedacht worden aan het plaatsen van QR-code plaquette" op het hek met aanvullende informatie over het gebouw, het tonen van openingstijden, delen van contactgegevens of het bieden van links naar websites en on line bronnen.

- **E-mail, WhatsApp, en papieren vergaderstukken**

Binnen de gemeente zijn een onbekend aantal WhatsAppgroepen actief. Daarop berichten zij over bijeenkomsten, welke activiteiten er zijn of maken bericht van afwezigheid. Nadeel van deze groepen is dat de groepen gesloten zijn. Anderen zijn niet op de hoogte, kunnen niet deelnemen etc. Redacties van kerkblad en website hebben geen inzage en zijn afhankelijk van kopij uit die groepen.

Kerkenraadsverslagen worden gepubliceerd in het Kerkblad. Papieren vergaderstukken worden onder de deelnemers verspreid via E-mail.



- **Openstellen kerk**  
Hier is sprake van mondelinge communicatie tussen gids en bezoeker. Er is weer groep vrijwilligers opgestart die de kerk in de zomermaanden op de woensdagmorgen openstelt. Het is belangrijk dat de gidsen over de juiste en actuele flyers en brochures beschikken.
- **Informatiegids 2019-2020**  
In dit boekje staan de werkgroepen met hun vertegenwoordigers beschreven. De gids komt eenmaal per twee jaar uit. De laatste versie is van 2020 en verouderd.

### 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 (drukker).  
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 niet digitaal te gaan. (zie bijlage 10)  
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 lay-out 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 (eventuele kosten en/of besparingen in termen van geld en/of menskracht).

Naar kosten en besparingen is beperkt onderzoek gedaan.

Kosten huidige kerkblad zijn afgerond €8500, maar de opbrengsten van abonnement en advertenties bedragen eveneens afgerond €8500,-- Wanneer gekozen wordt om elke uitgave

naar elke pastorale éénheid zonder abonnement, maar wel advertentieopbrengsten zijn de geschatte netto kosten €20.000,--

Uitbesteding van opmaak en druk naar Editoo, Zalige Zalm, doet kosten verder stijgen. Dit levert wel besparing in menskracht voor drukwerk. Maar de redactionele werkzaamheden blijven.

Kosten Gemeente App: die zijn afhankelijk van het aantal deelnemers. Eénmalige opstart kosten €340,-- Tot 200 deelnemers zijn de kosten €75/maand (tarief 2023) =€950 plus €99,-- /j kosten voor Apple-store.

## **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

## **Communicatie Advies**

### **Bijlagen**

Bijlage 1 - Digitale communicatie in de gemeente, Webinar Donkey Mobile, 23 januari 2023

Bijlage 2 - Gespreksnotitie Gerjo Timmerman, kerkelijk bureau PKN Borne, 28 maart 2023

Bijlage 3 - Gespreksnotitie Maarten Bruynes, voorzitter diaconie PKN Delden, 31 maart 2023

Bijlage 4 - Presentatie Hendrik Wienen, Donkey Mobile, 22 maart 2023

Bijlage 5 - Bevindingen website PKN Haaksbergen – Buurse, Eric van den Berg, ISI-media, 28 maart 2023

Bijlage 6 – Presentatie De-Zalige-Zalm, kerkblad maken workshop kerkenbeurs 2022

Bijlage 7 – Rol Nieuwsbrief kerk

Bijlage 8 – Redactiestatuut van Kerkblad. 15 december 2016

Bijlage 9 – Webstatuut. 15 december 2016

Bijlage 10 – Digitale versie kerkblad: goedkoop of duurkoop?, mei 2023

Bijlage 11 – Overzicht communicatiemiddelen PGHB, april 2023

**Bijlage 1 - Presentatie Henrik Wienen**

**Digitale communicatie in de gemeente**

**Maandag 23 januari 2023**

**Presentatie Donkey Mobile**

- Digitaal en Fysiek versterken elkaar (sluiten elkaar niet niet!)
- Communicatie middelen
  - Kerkblad (langdurig, achterhaalde informatie, tendens naar meer of alleen benadrukken van de inhoud). Wat is meerwaarde wanneer berichten al op de website hebben gestaan?
  - Kerkapp (interne communicatie, snel)
  - Website (venster op de wereld, etalage van je kerk, digitaal visitekaartje, van buiten naar binnenkijken, sneller aan te passen, actueel)
- Digitaal alleen voor jongeren? Nee. Meest betrokkenen van digitaal in kerk zijn de ouderen.
  - Meer tijd
  - Kunnen er mee overweg
  - Wel 1<sup>e</sup> drempel wegnemen
- Strakke digitale visie ontwikkelen. Is basis voor succes. Integrale benadering. Digitaal aanwezig zijn heeft toegevoegde waarde. Wie heeft er tegenwoordig nog collecte geld op zak. (Geven) Groei vanuit de visie naar meer digitaal.
  - Welk communicatiemiddel (kerkblad, preek, website, kerkbalans, nieuwsbrief, inspiratie etc.) heb je voor welk doel?
    - Vaste kern (binnenwereld). Gebruik app om info met elkaar te delen.
    - Randgroep (geen lid, wel geïnteresseerd naar zingeving) kansrijk. Inzet App.
    - Buitenwereld. Geen behoefte aan app. Komt via Website bij je kerk terecht.
- Kerkapps zijn aanjagers voor een digitale communicatie strategie
  - Waar vind de tegenwoordig nog een brievenbus? Om je acceptgiro voor kerkbalans in de bus te doen. Geven is belangrijk voor een kerk
  - Huidige generatie is steeds meer gewend om digitaal te geven.
- Wat is rol van de website kerk? Is voor buiten wereld. Leg patroon aan om van buiten naar binnen te werken. (Vinden->indruk->contact)
  - **Vindbaarheid kerk.** Zoekmachines werken op steekwoorden. Kerk. PKN . Haaksbergen-Buurse. Zingeving. Ondersteuning. Nood. Hulp. Eenzaamheid. Etc. Als je zoekt op zingeving kom je dan bij de kerk uit of bij Yoga? Tip: Blijf zoektermen herhalen in berichten zodat je boven komt drijven naar je website kerk.
  - **Indruk.** Wat is 1<sup>e</sup> indruk? Visite kaartje. Pagina met tekst. Of aandachtstrekker met afbeelding. Actueel of gedateerd. Missie, wat geloof je?

- **Contact.** Indruk omzetten een actie. Een knop. Hoe kom je snel in gesprek met iemand voor hulp, zingeving etc. Formulier, telefoon
- Onderscheid openbaar deel en afgesloten (web)kanaal (via log in) afbeeldingen, adressen. Dat blijft voor mensen lastig. Veel mensen weten log in niet te vinden. Of te gebruiken.
- Maar ook opschonen van oude meuk. Liturgieën van 10 jaar oud in de krochten van het internet.
  
- Social Media
  - Gebruik het om de conversatie aan te gaan.
  - Met randkerkelijken die geen lid zijn maar die je best wel willen volgen. Voor conversatie naar buiten. In de actualiteit. Geen interesse in bloemengroet. Maar wel in zingeving avond aankondiging.
  - Kerkapp. Is geen visite kaartje voor buiten. Dat is de website.
    - Kanaal voor loyaliteit met je leden van de gemeenschap. Je deelt iets omdat je iets wilt delen. Heb je niets met de kerk dan download je de Kerkapp ook niet. Op je eigen telefoon in je broekzak zitten die apps waar je iets mee hebt.(krant, bank, QR scanner, route planners, voetbal, netflix, potcast etc).
    - Verschil in kwaliteit van apps. Instagram was in 2017 de grootste. En nu? Achterhaald in techniek. Kerkapps moeten doorontwikkeld worden en de kerk app moet daaraan voldoen. Geen eendagsvliegen.
    - Kerkapp is een combinatie van
      - Gemeenschap (betrokkenheid) Wat is personalisatie? Wat je op je telefoon hebt staan. Persoonsgegevens. Die je niet met iedereen deelt. Wel met elkaar. Onderlinge verbondenheid. Bv. de predikant doet bericht van een vooraankondiging van een preek. Of een koster die hulp zoekt voor afbreken kerstboom.
      - Dynamische content. Korte berichten. Gemeenteliden.
      - Veiligheid. Afgesloten. AVG
      - Kan de Kerkapp WhatsApp vervangen? Ja, met groepsstructuren. De inhoud van de groepen verschilt. Binnen 1 kerkapp.
        - Bijbel club
        - Kerkenraad
        - Kids club
        - Kerkrentmeester
        - Koster
        - Scriba

## Bijlage 2 - Gespreksnotitie Gerjo Timmerman

**PKN Borne/kerkelijk bureau**

**28 maart 2023**

**Onderwerp: kerkblad Onderweg en zondag brief**

Kerkblad

- Jaargang 38, 8 edities per jaar, niet gratis
- Uitbesteed aan lokale drukkerij (opmaak en drukken)
- Kopij via vaste kaders/blad formule. Moeilijk te meten wat lees aantrekkelijkheid van de artikelen is.
- Abonneebestand neemt af na beslissing (2 jaar geleden in tijd van corona) om geen persoonlijke informatie meer in kerkblad af te drukken. En in kerkbrief te plaatsen. Weg terug is lastig. Het overhevelen van een deel van de informatie (persoonlijk) uit het kerkblad naar zondag brief heeft negatief op abonnee bestand uitgepakt.
- Wel nog in memoriam informatie
- Overblijvende info in kerkblad is voor de een wel en voor de ander niet meer aantrekkelijk. Om abonnement op te zeggen. Mensen zijn kritischer (bezuinigen)
- Mensen die opzeggen krijg je niet meer terug.
- Het is was met name de persoonlijke informatie (artikelen) in het kerkblad die aan de verwachtingen voldeden!
- Met versterken van de zondag brief is de kerkblad aantrekkelijkheid afgenomen.
- 80+ is gehecht aan het kerkblad. Jongere generatie vind het prettiger om digitaal geïnformeerd te worden (zoals ze gewend zijn uit school, werk, hobby)
- Wees je er van bewust dat introductie van een nieuw informatiekanaal (zondag brief) effect (abonnees) heeft op het bestaande kanaal (kerkblad)

Zondag brief

- Per week, 400 stuks digitaal per email, 80 stuks gedrukt (voor mensen minder leesvaardig zijn)
- In digitalisering verder geoptimaliseerd (opmaak, distributie)
- Meer actuele gegevens beschikbaar (effectmetingen) over of het gelezen wordt, wat er gelezen wordt (belangstelling). Met digitalisering is belangstelling verder uitgediept. Kostenplaatje is met digitalisering veel rooskleuriger geworden.
- Verjaardagen met postcode erbij voor mensen die kaartje willen sturen
- Gedrukte versie en distributie best wel kostbaar.
- Controleerbare, consistente, evenwichtige info voorziening naar leden.
- ¼ van de leden krijgt envelop, rest gaat per email. Veel minder logistiek (enveloppen doen, tasjes vullen, lopers zoeken etc.)

## Kerkapp

- Kerkenraad wil regie houden over de informatie voorziening naar de leden. Geen kerkapp. Wel nieuwsbrief.
- Onderkent risico's van oncontroleerbare vrije berichtgeving in groepen. Met negatieve effecten. Voorbeeld een verjaardag felicitatie; de één krijgt overweldigende aantal felicitaties en de ander niet. Met als gevolg scheven gezichten.
- Taal gebruik: jij/je/u/het door elkaar. Informeel taalgebruik.
- Emoties die oncontroleerbaar binnen de gemeente in groepen kunnen plaatsvinden zonder dat je het ziet. De content moderatie vindt decentraal per groep plaats en niet centraal.
- Hoe krijg je er consistente informatie uit voor je kerkbestuur? Apart/los systeem(eiland) hoe werkt dit samen met andere systemen (LRP)

LRP is al onhandig om er wat uit te krijgen. Naar doelgroep bv.



**Bijlage 3 - Gespreksnotitie Maarten Bruynes, voorzitter diaconie PKN Delden, 31 maart 2023****PKN Delden****31 maart 2023****Maarten Bruynes (voorzitter diaconie)**

## Donkey Mobile

- 1 ½ jaar in gebruik
- 110/120 gebruikers (leden en niet-leden) op 1200 leden
- Hoe weten niet-leden van het bestaan van een kerk app?  
Er wordt gepraat. De kerk(toren) is overdag open voor sociale dingen (voedselpakketten). Er zijn flyers

Zou je terug willen/afschaffen/valt het tegen/pakt anders uit dan gedacht?

- Nee, zeker niet
- Gebruik voorheen is whatsapp. Die is onveiliger dan de kerkapp. Data in de app is van de kerk. Niet van Google. Geen reden tot angst om te gebruiken.
- Laatste nieuws staat er op! Dat is wel een belangrijke. Je zit dicht op de actualiteit. Bijvoorbeeld om een zingevend thema aan slingeren, en wat de reacties daarop zijn. Bv Een bijbels principe. Het werk drempel verlagend om mee te denken, te reageren etc. In plaats van een oproep in het kerkblad en dan verbind je je weer in een denkgroep met een krappe agenda.
- Belangrijke informatie, agenda
- Er zijn groepen (jongeren, kindernevendienst etc.) die er niet op willen, die hebben Facebook of Tic Tok. Daar heb je geen zicht
- Geven digitaal collecteren gaat nog via GFT?.
- Kerkbalans gaat via kerkrentmeester. Die zijn nog niet zover om de app in te schakelen. Giften saldo's uit de app komen 1 keer per week binnen.

## Groepen

- Een ieder vrij om groep aan te maken (Theekransje)
- Centrale groepen beheerder (die mag alles inzien)
- Er zijn tot nog toe geen ontsporingen geweest n.a.v. informatie in de groepen. Er is niet veel censuur. Er zijn wel afspraken in gebruik. Er is geen ingreep geweest van de centrale beheerder.
- Overlijden berichten van predikant?? staan er direct op. Na toestemming van familie. Daar wel met respect in de berichtgeving zijn.
- Je biedt de leden meer middelen om initiatieven te genereren.
- Je kunt andere zingevende groepen integreren in je app. Bv Raad van Kerken.

## Techniek

- Hoe synchroniseer je de data? Tussen website en LRP? Tussen kerk app (preekrooster) en Website is een koppeling. Mutatie in de een is een mutatie in de ander.
- Halen jullie er data uit voor je kerkenraad? Nee geen gebruik van.

#### Communicatiekanalen

- Kerkblad. Voor leden gratis. Gedrukt 6 keer per jaar. Ook via app te lezen. Niet leden € 25,- We hebben geen abonnement opzeggingen met introductie app.
- Website
- App
- Geen zondag brief. We hebben een OVD dat is een soort zondag brief.
- Er worden minder OVD gedrukt . Omdat de OVD op de app te lezen is.

**Bijlage 4 - Presentatie Henrik Wienen, Donkey Mobile, 22 maart 2023****Henrik Wienen, directeur eigenaar Donkey Mobile, Lid van Jacobi kerk Utrecht**

## Kerkapp

- wat het is
  - Versterkt de gemeenschap van mensen, vervangt de kerk niet
  - Personificatie: Je kunt een eigen naam (bv kerk Haaksbergen) aan de app toekennen
  - Ondersteund universele behoeftes: waar iedereen behoefte aan heeft, van een kerk. Zoals een gemeentegids, wie is wie en hoe gaat het daarmee en hoe ziet die eruit.
  
- overeenkomst
  - Diensten/verwerkings-overeenkomst: Donkey mobile onderhoud het platform (techniek) waarop de app draait. Data is van de gemeente.
  - Data die je deelt met bv Whatsapp en Google is van hen. En hebben commerciële waarde.
  
- voor wie
  - Vaste kern en randgroep: leden, vrijwilligers, betrokkenen van de gemeente
  - Wie niet: de buitenwereld. Die zoekt niet naar de Kerkapp om te downloaden.
  
- Ondersteuning van: **organisatie**
  - Organisatie; groepen die berichten delen onder deelnemers op een tijdlijn.
  - Groepen kennen 1 beheerder die moderatie op content doet.
  - Open: Iedereen kan een groep aanmaken.
  - 1 account als Centrale super beheerder die alles mag zien (ook financieel).
  - Leden hebben toegang tot historie van de groep. Bij Whatsapp niet.
  
- Ondersteuning van: **gemeentegids**
  - Contactgegevens leden (email adres, adres)
  - Opties voor vullen van de gids.
    - Leeg starten (de praktijk meestal)
    - Van te voren vullen (uit Ledenadministratie)
    - Tussen situaties)
  
- Ondersteuning van: **agenda's**
  - Per groep
  - Toevoegen van informatie (OVD)
  - Synchronisatie met eigen agenda

- Ondersteuning van: **collecteren**
  - Voor loyale/vaste kerkgangers
  - Vergelijk met aankoop collectebonnen: eenmalig saldo storten en vandaaruit geven. (24 eurocent per transactie)
  - Kerk heeft saldo. Per week vinden de afschrijvingen plaats naar kerk.
  - Transactiekomsten bij gebruiker leggen; stimuleert het saldo gebruik.
  
- Website (voor wie)
  - Voor de buitenwereld; een uithangbord (visitekaartje).
  - Hoe: Zoek algoritmes sturen surfers (buitenwereld) op zoekwoorden naar de kerk website (SEO). Bijvoorbeeld “kerken Haaksbergen”, “concerten Haaksbergen”, “Pasen”

### Vragen

1. Hoe wordt app gecommuniceerd naar leden? Begin voorzichtig. Biedt de mogelijkheid aan. Met demo's aan groepen van de kerk. Een soort tour langs de vrijwilligers/leden: rommelmarkt, ouderensoos etc.
2. Wat is de ervaring in andere gemeentes? Ouderen hebben meer tijd dan jongeren. Maar wel over een initiële drempel helpen. Voorwaarde een smartphone/tablet.
3. Is app geschikt als archief functie? Nee. Gebruik daarvoor Dropbox o.i.d.
4. Wat zijn de voorwaarden voor succes?
  - Richt een taakgroep in met 3 personen die 2 uur per week enkele maanden investeert.
  - Benader sleutel figuren
  - Communiceer via al je kanalen
5. Wat onderscheid je van je concurrent? 75.000 unieke gebruikers waarvan 80% minimaal 1 per week de app gebruikt.
6. Wat is voordeel van collecte functie? Toename van bedragen. Gemiddeld 5 euro/pp. Effect van coronacrisis waarbij gezinshoofd voor hele gezin 1 donatie doet. En voorheen bv 5 personen 1 euro in collectezak doen.
7. Wat zijn de ervaringscijfers in gebruik? Je bereikt 80 a 90 % van je actieve kern. Van de 1000 zielen heb je een actieve kern van 200 a 300 vrijwilligers en een kerkbezoek van 80 personen.
8. Is er een gelaagdheid wat je deelt? Nee
9. Hoe toegang geregeld? De persoon is leidend niet de functie. De persoon kan een groep aanmaken niet de functie

## Bijlage 5 - Bevindingen website PKN Haaksbergen – Buurse, Eric van den Berg, ISI-media, 28 maart 2023

Eric van den Berg

28 februari 2023

### Vindbaarheid Google

- Nodig kerkleden (of mensen die langs komen) uit (in bv kerkblad of nieuwsbrief) om reviews (oprechte mening, wat ze er aan hebben, vinden of ervaren niet alleen dat het gezellig was) te geven over een kerkdienst of een bezoek aan onze kerk. Doe dit via Google. Dit geeft een positieve werking op vindbaarheid (hogere positie of ranking van zoekresultaten in Google) van de kerk. Actief worden in recensies. Dat helpt in vindbaarheid in Google.

### Webmaster

Wanneer je een lokale zoekterm in Google invoert (zoals 'kapper'), dan zijn drie belangrijke factoren van invloed op de positie van een website:

- Relevantie
- Afstand
- Bekendheid

Relevantie en afstand zijn feitelijk; Google zal proberen kappers te tonen die zich in jouw omgeving bevinden. Recensies vallen in de categorie van bekendheid. Een kapper met honderden positieve recensies kan een (op andere punten betere) lokale concurrent overtreffen als ze minder positieve recensies hebben.

Grote aantallen positieve beoordelingen (hoeveelheid) en recensies (kwaliteit en actualiteit) krijgen van Google (waarschijnlijk) meer aandacht. Een beoordeling van 4,5+ geeft het vertrouwen van de bezoeker en Google (h)erkent dat. Het betekent niet dat een enkele negatieve beoordeling de ranking doet dalen.

### Testresultaten vindbaarheid

- 1<sup>e</sup> zoekterm = pkn Haaksbergen
  - **Resultaat = 1e positie.**
- 2<sup>e</sup> zoekterm = kerk Haaksbergen ( een bredere zoekterm)
  - **Resultaat = 2e positie**
- 3<sup>e</sup> zoekterm = kerkdienst Haaksbergen
  - **Resultaat = 1e positie**
- 4<sup>e</sup> zoekterm = protestants Haaksbergen
  - **Resultaat = 1e positie**
- 5<sup>e</sup> zoekterm = Pasen Haaksbergen
  - **Resultaat = 2<sup>e</sup> pagina** (duurt vrij lang). Stilte vieringen op weg naar Pasen 2023. Mogen wat meer naar boven in de lijst komen te staan.
- 6<sup>e</sup> zoekterm = geloof Haaksbergen

- **Resultaat = 1e positie** met verwijzing naar kunst en geloof. Die pagina kent ik niet. Hoe krijg ik die eruit?
- 7<sup>e</sup> zoekterm = zingeving Haaksbergen
  - **Resultaat = 2e pagina.** <https://www.pkn-haaksbergen.nl/diaconie>. Die bestaat niet meer! Hoe krijg ik die eruit?
- 8<sup>e</sup> zoekterm = Noaberschap.
  - **Resultaat = 2<sup>e</sup> pagina.** Komen we niet in lijsten voor.

Bedenk waar mensen op zoeken. Doe daarvoor een zoekwoorden onderzoek. Waar (op welke woorden) willen we op gevonden worden? Hoe vertaal je dat (die zoekwoorden) vervolgens naar woordgebruik binnen je artikelen en teksten binnen je website. Door die woorden te gebruiken verbeter je je vindbaarheid van je website.

Webmaster: Google Trends geeft inzicht in de zoek trends. Filteropties toepassen; denk bijvoorbeeld aan periode (afgelopen 24 uur, maand of jaar). zoektermen van het kerkelijk jaar. Witte Donderdag, Goede vrijdag en stille zaterdag zijn gerelateerd aan maand maart. Kerstdagen weer meer in december.

Daarnaast geeft Google Trends inzicht in zoek trends per sector bekijken. Kerk? Zingeving?

Waar in het artikel het zoekwoord plaatsen? Plaats het in de kop of titel van het artikel. Hoe zichtbaarder die woorden zijn, hoe meer waarde die woorden krijgen. Kortom: plaats ze, als het kan, aan het begin van de zin. Geef koppen een mooie bijvoeglijk naamwoord.

Je hebt links nodig naar andere sites voor een woord waarin je gevonden wilt worden. Als je die niet heb, dan moet je ze krijgen. Link vaker naar gerelateerde pagina's binnen de website en naar aanvullende content op websites van anderen (ja, ook naar andere kerken). Dat is wel een dingetje. Spreekbuis van een andere kerk?

Hoe maak je een titel begeerlijk? Voor Google. Gebruik een sterk bijvoeglijk naamwoord en/of een 'trigger'-woord (zoals wie, wat, waar, wanneer, waar of hoe).

Maak korte en simpele url. Duidelijk voor de lezer en de zoekmachine.

Geef afbeeldingen bij artikelen duidelijke namen ( voor het zoeken)

- Helpen van google
- Spaties achter term
- Zoekwoorden vanuit google zelf
- Imu.nl uitleg

## Weergave content

- Mobiel
  - Iconen te klein
  - Veel scrollen door veel artikelen op home page
  - Afbeeldingen niet uitgelijnd, video te breed. Wees eenduidig in formaat. Dan wordt website rustiger.
  - Volgorde tekst bij afbeeldingen:
    - Kop tekst

- daarna subkop
  - afbeelding
  - intro tekst (soms veel te lang)
  - dan evt. lees meer (en dan direct met de deur in huis vallen)
- Tablet
  - Wit langs afbeeldingen krijgt extra nadruk
  - Verschil in Tablet portret en landscape gebruik.
  - Veel wit in portret gebruik. Wat kan je hier aan doen?
- Desktop
  - Kerkdiensten komen op de meeste websites als eerste (meest belangrijke) Kerkdienst thuis komt uit corona tijd en hoort daar niet bij.
  - Gebruik **lees meer** knop overal. En niet afwisselend met Klik hier. Houd consequente vormgeving aan.
    - Kan achter lees meer knop een pdf??
    - Of het artikel herhalen en daarbinnen de pdf aanbieden.
- Menu Home
  - Het is wat veel allemaal op de homepage; zoom in op de belangrijkste onderwerpen max 5 stuks. Maak een algemene nieuws pagina. Waar de overige artikelen van de home page verhuizen.
- Menu vaste rechterkolom is prima.
  - Afbeeldingen in rechterkolom aan de kleine klant.
  - Wel saaie agenda pagina met veel wit.
- Lettertype hoofdmenu aan de kleine kant
  - Afbeeldingen rommelig qua stijl. Soms wel slider dan weer niet.
- Menu Praktische info is onduidelijk voor een buitenstaander. Die wil weten wat is er te doen.
  - En geen autodienst.
  - **Geld zaken** interactief maken; doe een gift via de website. Of bestel collecte bonnen direct.
  - Archief naam onjuist, Is geen verwijzing naar oudere berichten.
- De naamgeving in url is soms onduidelijk
- Menu Verhuur pagina.
  - Tarieven direct op pagina. Niet verstoppen.
  - Vermijd “maar” in teksten dit geeft twijfel. De kerk is te huren in bepaalde omstandigheden zoals voor welke zalen, tarieven en momenten.
  - Verhuur van begraafplaatsen kan niet.

## Gebruiksgemak

- Inloggen. Uitleg hier kan je meer info, contact of verslagen vinden. Vertel van te voren wat ze kunnen verwachten. En het inloggen is beschikbaar voor gemeenteleden.

- Pastoraat en over ons wat dubbel. Omdraaien , wat mensen zoeken staat centraal. En hoe je het organiseert is een achterliggende pagina. Dus wijkindeling is secundair aan bezoek.
- Ik ben nieuw; zoek je niet onder pastoraat. Eerder op home zetten. Informatie daarachter klopt niet. Welkomst woord tot bezoeker. Wie je bent, wat mensen kunnen doen, hoe ze kunnen bijdragen geestelijk of activiteit. Of mensen op bezoek. Financieel niet direct over beginnen
- Lid worden. Op home page is prima. Maar informatie daarachter klopt niet.
- Nieuw wat ze kunnen doen, niet financieel, mensen op bezoek. Ook verstopt. Te veel op de website.

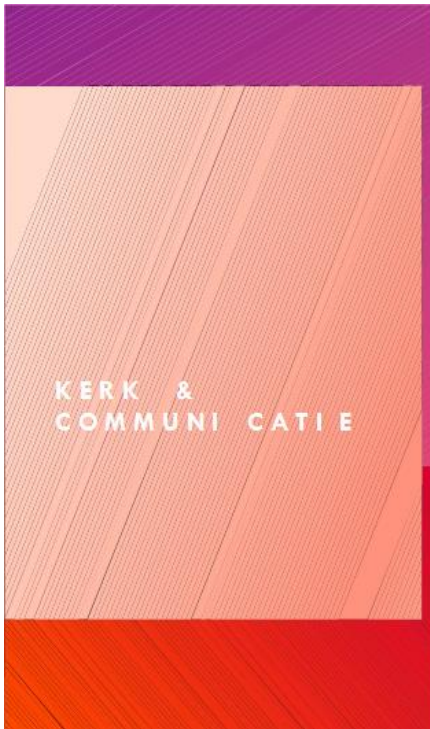
Niet open voor nieuwelingen. Onbekend met buitengroep.

Denk vanuit doelgroep en wanneer ze iets willen.

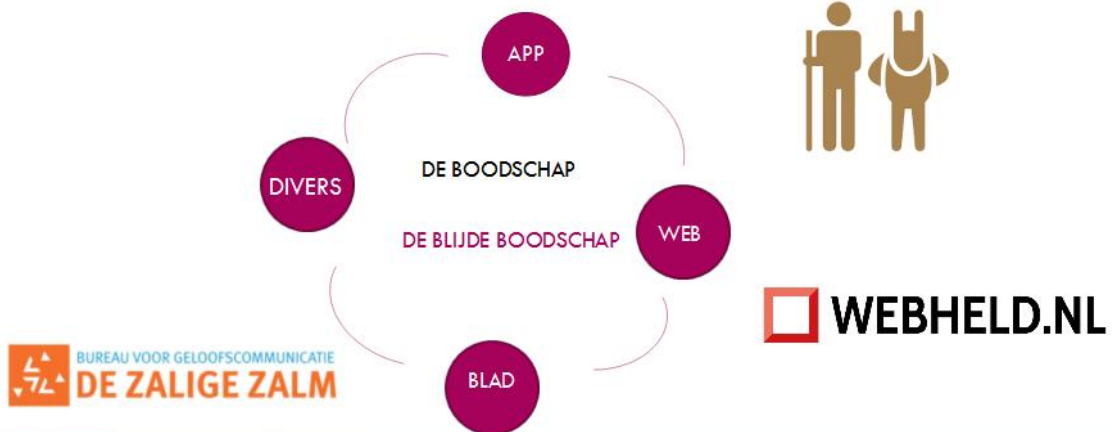
- Hoger in de hiërarchie.
- Downloads
- Minder in organisatie denken.
- Kerktelefoon waarom onder kerkrentmeesters?
- Waarom niet direct bij kerkdiensten?
  - Doelgroep wanneer willen ze iets?



Bijlage 6 – Presentatie De-Zalige-Zalm, kerkblad maken workshop kerkenbeurs 2022



COMMUNICATIE SAMENHANG





De Zalige Zalm

bureau voor  
geloofscommunicatie

- Voor kerken die hun communicatie willen verbeteren
- Communicatietrainingen en advies
- Kerblad Compleet
- Nieuwbrieffservice
- Redactieservice
- Diverse printproducten



## Kerkbladen maken met De Zalige Zalm

- Ondersteunt redacties
- U maakt online uw eigen blad
- Centraal drukwerk inkoop -> lage prijzen
- Vrije keuze uit redactie-aanbod
- Kwaliteitsimpuls: vorm en inhoud



De Zalige Zalm - bureau voor geloofscommunicatie

BUREAU VOOR GELOOFSCOMMUNICATIE  
**DE ZALIGE ZALM**

## MISSIE

Mensen in aanraking brengen met  
Jezus Christus

Met de religieuze bronnen zoals  
de Bijbelverhalen en de Traditie

Mensen betrekken bij de  
gemeenschap omdat daar het  
geloof gevoed, gevierd en beleefd  
wordt.

De Zalige Zalm - bureau voor geloofscommunicatie

## DOELGROEP

Alle leden -> 101 %

Van sterk tot  
zijdelings betrokken

Alle generaties

De Zalige Zalm - bureau voor geloofscommunicatie



Met een aantrekkelijk kerkblad,  
een brug slaan tussen de binnenkring  
en buitenkring van de gemeente

De Zalige Zalm - bureau voor geloofscommunicatie

# redactiemateriaal



De Zalige Zalm - bureau voor geloofscommunicatie

# redactiemateriaal

**Kant-en-klaar**

**Bewerkbaar**



De Zalige Zalm - bureau voor geloofscommunicatie





# redactiemateriaal

De Zalige Zalm - bureau voor geloofscommunicatie



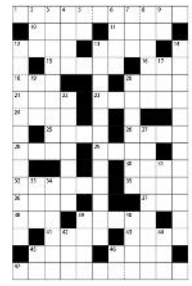
# redactiemateriaal

De Zalige Zalm - bureau voor geloofscommunicatie



Werkwoord

1 In hoer mate... 10 Land... 11 Overal... 12 Rijk... 13 Wereld... 14... 15... 16... 17... 18... 19... 20... 21... 22... 23... 24... 25... 26... 27... 28... 29... 30... 31... 32... 33... 34... 35... 36... 37... 38... 39... 40... 41... 42... 43... 44... 45... 46... 47... 48... 49... 50...



Vertaal

2... 3... 4... 5... 6... 7... 8... 9... 10... 11... 12... 13... 14... 15... 16... 17... 18... 19... 20... 21... 22... 23... 24... 25... 26... 27... 28... 29... 30... 31... 32... 33... 34... 35... 36... 37... 38... 39... 40... 41... 42... 43... 44... 45... 46... 47... 48... 49... 50...

# redactiemateriaal

De Zalige Zalm - bureau voor geloofscommunicatie



## Een kijkje in de portal

<https://portal.dezaligezalm.nl/magazine>

De Zalige Zalm - bureau voor geloofscommunicatie

# TARIEVEN

## Abonnement + prijs per exemplaar

De Zalige Zalm - bureau voor geloofscommunicatie

### ABONNEMENT

- € 75\* per maand voor totaalpakket:
  - Toegang tot het online opmaakstelsysteem
  - Ongelimiteerd aantal accounts voor redacteurs
  - Opmaaksjablonen
  - Gebruik van keuzepagina's
  - Bezorging bij één centraal adres
  - Knoppentraining en redactiemap
  - Week van het Kerkblad
  - Helpdesk
  - \* inclusief btw

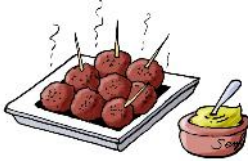
De Zalige Zalm - bureau voor geloofscommunicatie



Oplage: 400  
Omvang: 16 pagina's  
Frequentie: 6 x per jaar  
Formaat: 17 x 24



Oplage: 1000  
Omvang: 24 pagina's  
Frequentie: 10 x per jaar  
Formaat: 17 x 24



Oplage: 10.000  
Omvang: 32 pagina's  
Frequentie: 10 x per jaar  
Formaat: A4



De Zalige Zalm - bureau voor geloofscommunicatie

## PRIJS PER EXEMPLAAR

- Afhankelijk van:
- formaat -> 17 x 24 of A4
- oplage -> aantal bladen per keer en aantal pagina's
  
- Kom langs in de stand voor meer toelichting!

De Zalige Zalm - bureau voor geloofscommunicatie

Met persoonlijke  
begeleiding

BUREAU VOOR GELOOFSCOMMUNICATIE  
**DE ZALIGE ZALM**

Sipke Draisma  
Sipke@dezaligezalm.nl  
[www.dezaligezalm.nl](http://www.dezaligezalm.nl)  
0570-617419  
[www.dezaligezalm.nl](http://www.dezaligezalm.nl)



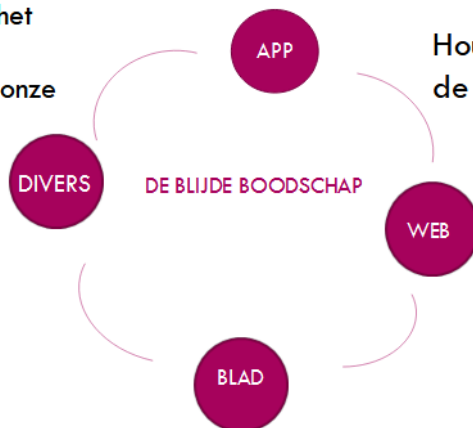
De Zalige Zalm - bureau voor geloofscommunicatie

## KERK 3.0 DRIE GOUDEN TIPS

Maak gebruik van het  
aanbod en de  
deskundigheid van onze  
bedrijven

 **WEBHELD.NL**

 BUREAU VOOR GELOOFSCOMMUNICATIE  
**DE ZALIGE ZALM**



Hou altijd de boodschap van  
de kerk voor ogen

Versterk de samenhang



## Bijlage 7 – Rol Nieuwsbrief kerk

### Ad Oostlander

#### Onderzoekje

- Doel:
  - Gemeenteleden die niet naar de kerk kunnen? En kerkomroep dan?
  - Actuele berichten, belangrijke gebeurtenissen binnen de gemeente?
  - Relevantie? Naast website en kerkblad? Verschuiving naar minder kerkblad en meer actualiteit?
  - Wat zoeken lezers en wat verwachten ze?
  - Afkondigingen verkorten van 1<sup>e</sup> ouderling?
  - Toelichting collecte verkorten van diaken?
  - Informatie over de dienst geven? OVD?
- Distributie
  - Email
- Inhoud
  - kerkdiensten met Liturgie, collectes, tijdstip, preekrooster, gebouw
  - mededelingen van de kerkenraad/kerk
  - bloemengroet
  - overledenen
  - mensen in ziekenhuis/instelling of weer thuis
  - activiteiten van groepen
  - geen opinie/geen blog/formaat 1 A4?
  - actualiteit
- Frequentie
  - per week/ 2 weken/maand?
- Proces
  - tijdsdruk/ correcte info/ vrijwilliger?
  - alleen brengen van nieuws / geen halen (zoals kopij kerkblad)

## **Bijlage 8 - Redactiestatuut van Kerkblad (Haaksbergen – Buurse)**

### **Naam**

#### **Artikel 1**

Kerkblad -van de Protestantse gemeente te Haaksbergen-Buurse- is het regelmatig verschijnende kerkblad van de Protestantse gemeente te Haaksbergen-Buurse.

#### **Artikel 2**

De missie van het blad is om **alle** gemeenteleden en in algemene zin ieder die zich betrokken voelt bij de Protestantse gemeente te Haaksbergen-Buurse te informeren over en te betrekken bij de ontwikkelingen en activiteiten van de geloofsgemeenschap als plek waar dit geloof gevierd, gevoed en geleefd wordt.

### **De doelstelling**

Het blad heeft ten doel

- te informeren over actuele ontwikkelingen op het gebied van eredienst, beleid, pastoraat, diaconaat, catechese, jeugdwerk, ZWO en andere zaken binnen de Protestantse gemeente te Haaksbergen - Buurse;
- te informeren over ontwikkelingen binnen het geheel van de Protestantse kerken classicaal, provinciaal en landelijk, alsmede de ontwikkelingen weer te geven binnen de oecumene;
- mensen te bemoedigen, te troosten en te stimuleren vanuit de bijbel;
- het gesprek te bevorderen over samenlevingsvraagstukken vanuit Bijbelse optiek.

### **De doelgroep**

Tot de doelgroep van Kerkblad behoren alle leden van de gemeente, zowel de betrokken leden als de leden die op wat grotere afstand staan. Het kerkblad wordt dusdanig samengesteld en geschreven dat het voor iedereen een aantrekkelijk en leesbaar blad is.

### **De redactie**

#### **Artikel 3**

De redactie bestaat uit minstens drie personen, van wie tenminste één persoon lid is van de Kerkenraad van de Protestantse gemeente te Haaksbergen-Buurse, hierna te noemen “de Kerkenraad”.

De Kerkenraad benoemt nieuwe redactieleden, nadat de zittende redactie in de gelegenheid is gesteld om een voordracht te doen. Dit laatste geldt niet voor het redactielid dat lid is van de Kerkenraad. Een benoeming geldt voor een periode van vier jaar. Redactieleden kunnen worden herbenoemd.

De redactie verdeelt onderling de taken, waarbij er een persoon wordt aangewezen als hoofdredacteur.

Het is de verantwoordelijkheid van de redactie om:

- Aangeleverde tekst te corrigeren, in te korten en anderszins geschikt te maken voor publicatie in het kerkblad;
- Teksten te zoeken en aan te passen uit bestaande media die een aanvulling bieden op de door de eigen gemeenteleden geleverde teksten;
- Te zoeken naar passende illustraties bij aangeleverde tekst voor zover bij aanlevering daarin onvoldoende is voorzien;
- Vrijwilligers te zoeken om teksten over relevante onderwerpen te leveren;
- Zelf materiaal te schrijven indien dat vanuit kerk en samenleving gewenst is;

**Artikel 4**

Alle aangeboden berichten en het beeldmateriaal moeten voldoen aan de normen van de auteurswet en het Privacyreglement. De redactie is eindverantwoordelijk voor de inhoud van Kerkblad. Zij is bevoegd om de lay-out van het kerkblad te wijzigen.

Indien de Kerkenraad, naast de gewone kopij vanuit de Kerkenraad, die onderhevig is aan het redactionele oordeel van de redactie, behoefte voelt om officiële mededelingen te doen aan de lezers van het kerkblad bestaat daartoe de mogelijkheid. Deze mededelingen worden weergegeven als: 'officiële mededeling van de Kerkenraad'. De Kerkenraad beslist over vorm en inhoud, eventueel na overleg te hebben gevoerd met de redactie.

De redactie leest en corrigeert voorafgaand aan publicatie alle ingeleverde teksten.

Het is voor ieder gemeentelid echter ook mogelijk om ingezonden mededelingen buiten verantwoording van de redactie te plaatsen.

De hoofdredacteur roept de redactie met regelmaat bijeen voor overleg in voorkomende aangelegenheden. Tussentijds overleg kan worden uitgeschreven op verzoek van een redactielid. De redactie beslist bij meerderheid van stemmen.

De hoofdredacteur behandelt eventuele klachten die binnenkomen over het kerkblad.

Iedere taakgroep wijst in beginsel een persoon aan die verantwoordelijk is voor het schrijven van kopij voor het Kerkblad en voor overige publicitaire zaken. Concept-artikelen worden ingeleverd bij (de daarvoor aangewezenen van) de redactie.

De redactie maakt per jaar een overzicht van de deadlines van het kerkblad. Alleen die artikelen worden geplaatst die voorafgaand aan een deadline zijn ingeleverd bij de redactie.

**Artikel 5**

De redactie mag bij de planning van de inhoud van elk blad rekenen op de specifieke bijdragen van de leden van het pastoraal team, bijdragen die in overeenstemming zijn met de missie en doelstelling zoals verwoord in artikel 2.

**Artikel 6**

De redactie heeft de vrijheid om ingezonden artikelen in te korten, te redigeren of niet te plaatsen. Inhoudelijke wijzigingen of een besluit om niet te plaatsen worden vooraf met de inzender overlegd.

**Artikel 7**

De Kerkenraad agendeert een keer per jaar een gesprek met de redactie, waarbij de hoofdlijnen van redactioneel beleid ter sprake komen en waarbij de publicitaire uitingen in het achterliggende jaar worden geëvalueerd.

De Kerkenraad vertegenwoordigt de redactie in en buiten rechten.

**De kosten van het blad****Artikel 8**

Het kerkblad Kerkblad wordt tegen betaling onder de leden van de Protestantse gemeente Haaksbergen - Buurse verspreid. Jaarlijks worden de kosten die in rekening gebracht worden aan de leden vastgesteld door de het college van Kerkrentmeesters. De begroting van het Kerkblad is een onderdeel van jaarlijkse begroting van de kerkrentmeesters.

De administrateur van het kerkelijk bureau van de Protestantse gemeente te Haaksbergen-Buurse voert de financiële administratie.

De redactie is bevoegd advertenties op te nemen in het blad Kerkblad, mits de advertenties niet strijdig zijn met norm en goede smaak zoals die in de kerk leven. De inkomsten van de advertenties komen ten goede aan het budget voor het kerkblad.

De distributie wordt geregeld door het kerkelijk bureau, die de werkzaamheden uitvoert in overleg met de redactie onder verantwoordelijkheid van de kerkenraad.

#### **Artikel 9**

De redactie kan achteraf ter verantwoording worden geroepen door de Kerkenraad, waarbij toetsing plaats vindt op basis van dit redactiestatuut.

#### **Artikel 10**

Bij verschil van mening tussen redactie en derden beslist de Kerkenraad.

### **Kerkenraad**

#### **Artikel 11**

De taken van de Kerkenraad zijn:

1. Het goedkeuren van dit statuut.
2. Overleg met redactie en toetsing van haar werkzaamheden
3. Verstrekking van de middelen die nodig zijn om het blad te laten verschijnen en distribueren.
4. Benoeming en ontslag van de hoofdredacteur.
5. Het vaststellen van het aantal pagina's en de verhouding tussen redactionele en advertentieruimte.
6. Het vaststellen van de oplage.

### **Redactie- en bladformule**

#### **Artikel 12**

De indeling van het blad wordt beschreven in de bijlage "Reglement communicatie". *(Dit is de uitwerking van de bladformule, de opzet van het blad. Dit stelt de gemeente (redactie, taakgroep communicatie) zelf op).* Het Reglement communicatie vormt een integraal onderdeel van dit statuut.

#### **Artikel 13**

De frequentie van verschijnen en de oplage worden jaarlijks aan het eind van het jaar voor het volgende jaar bepaald.

### **Wijzigingen in het redactiestatuut**

#### **Artikel 14**

De Kerkenraad stelt het redactiestatuut vast en voert wijzigingen door in het redactiestatuut, gehoord de redactie. De redactie kan ook op eigen initiatief voorstellen indienen bij de Kerkenraad tot aanpassing van het redactiestatuut.

**Vaststelling redactie statuut**

Dit redactiestatuut is vastgesteld door de Kerkenraad op 15 december 2016.

## Bijlage 9 – Webstatuut

### Redactiestatuut voor de website van de Protestantse Gemeente te Haaksbergen-Buurse

Dit redactiestatuut is bedoeld om de Kerkenraden, gebruikers en toekomstige leveranciers informatie, inzicht en duidelijkheid te verschaffen over het doel van de website en de daarmee samenhangende afspraken.

#### 1. Doel en karakter van de website

1.1 Het webteam van de website onderhoudt een website bereikbaar onder [www.pkn-haaksbergen.nl](http://www.pkn-haaksbergen.nl). Onder deze website vallen alle pagina's die onderdeel zijn van het domein [www.pkn-haaksbergen.nl](http://www.pkn-haaksbergen.nl).

1.2 Het doel van website [www.pkn-haaksbergen.nl](http://www.pkn-haaksbergen.nl) is: a. gemeenteleden en andere bezoekers informeren over algemene en overkoepelende informatie die met Protestants gemeente-zijn te maken heeft en een bindend element te vormen tussen de gemeenteleden onderling en de interkerkelijke organisaties; b. niet-gemeenteleden informeren over hoe de Protestantse gemeente invulling geeft aan haar identiteit en hen iets laten proeven van de sfeer van de gemeenten; c. gemeenteleden en kerkelijk werkers ondersteunen bij de uitoefening van hun taken;

1.3 De website bevat algemene informatie over aangelegenheden en activiteiten die de wijkgemeenten betreffen of van instanties waarmee de wijkgemeenten samenwerken;

1.4 De website is niet bedoeld voor opiniestukken of als discussieplatform;

1.5 Via deze website zijn de websites van de wijkgemeenten te bereiken.

#### 2. Verantwoordelijkheden

2.1 De Kerkenraad van de Protestantse Gemeente te Haaksbergen-Buurse, hierna te noemen: 'de Kerkenraad', is algemeen eindverantwoordelijk voor alles wat te maken heeft met de inhoud van de website. De Kerkenraad heeft het mandaat voor de uitvoering van het verzorgen van de inhoud van de website overgedragen aan de redactiecommissie. Het beheer van de website heeft de Kerkenraad onder gebracht bij de technisch beheerder/webmaster.

2.2 De site is eigendom van de Kerkenraad; dientengevolge berust de financiële en juridische verantwoordelijkheid bij de Kerkenraad in deze vertegenwoordigd door het College van Kerkrentmeesters.

#### 3. Redactiecommissie

3.1 De redactiecommissie bestaat uit minimaal drie en maximaal vijf leden, inclusief een eindredacteur. De redactieleden zijn niet noodzakelijkerwijs lid van de kerkenraden. De eindredacteur heeft de eindverantwoordelijkheid voor de teksten op de website.

3.2 De Kerkenraad benoemt de leden van de redactiecommissie voor een periode van twee jaar met een mogelijkheid van verlenging. De redactiecommissie kan nieuwe leden voordragen aan de Kerkenraad.

3.3 De redactiecommissie draagt de zorg voor:

- a. het plaatsen van informatie die in overeenstemming is met de doelstellingen van de website;
- b. het verzorgen van informatie van algemene en overkoepelende aard, d.w.z. de informatie over de organisatie van de Protestantse Gemeente te Haaksbergen-Buurse.
- c. de juiste plaatsing van informatie op de website;
- d. het borgen van de kwaliteit en actualiteit van de informatie;
- e. het jaarlijks rapporteren aan de Kerkenraad over het gebruik van de website en de daarbij opgedane ervaringen



- f. het bewaken van de gebruikersvriendelijkheid;
- g. het borgen van de privacy van groepen en individuen door de hantering van een privacyreglement (zie bijlage).

3.4 De redactiecommissie regelt zelf haar werkwijze.

3.5 Een lid van de redactiecommissie dat wil stoppen geeft dit zo mogelijk vier maanden van te voren aan zodat de redactiecommissie binnen deze periode kan zoeken naar een opvolger.

#### **4. Aanleveren van informatie**

4.1 De geledingen van de Protestantse kerk en relevante interkerkelijke organisaties kunnen bij de redactiecommissie via het e-mailadres informatie voor de website aanleveren. De aan te leveren informatie moet voldoen aan de doelstellingen van de website.

4.2 De aanbieder van de informatie is gebonden aan de opmaak en stijl voor deze website. De aangeboden Protestantse gemeente te Haaksbergen-Buurse berichten en het beeldmateriaal moeten voldoen aan de normen van de auteurswet en het privacyreglement.

4.3 De website mag niet gebruikt worden voor doeleinden die niet stroken met de doelstellingen van de website. Tevens is het gebruiken van de site voor commerciële of politieke doeleinden niet toegestaan, evenals banners en logo's van commerciële of politieke instanties.

4.4 De redactiecommissie heeft het recht om, na overleg met betrokkene(n), informatie te weigeren indien deze niet in overeenstemming is met de doelstellingen van de website.

4.5 De redactiecommissie overlegt bij twijfel met de scribe van de Kerkenraad.

4.6 De kopijrechten op alle te plaatsen of geplaatste informatie vallen onder de bescherming van de Auteurswet en het privacyreglement (bijlage bij dit redactiestatuut).

4.7 De redactiecommissie verstrekt geen persoonlijke gegevens zonder goedkeuring van de desbetreffende persoon.

#### **5. Technisch beheer**

5.1 Voor het beheer van de website benoemt de Kerkenraad een technisch beheerder/webmaster, eventueel twee beheerders/webmasters.

5.2 De technisch beheerder kan lid zijn van de redactiecommissie.

5.3 De technisch beheerder draagt zorg voor de technische inrichting en het technische onderhoud van de site.

5.4 De beheerder plaatst alleen informatie die is goedgekeurd door de redactiecommissie.

5.5 Nieuwe functionaliteiten worden pas na goedkeuring van de redactiecommissie in gebruik genomen.

#### **6. Overige bepalingen**

6.1 Over wijzigingen van dit redactiestatuut beslist de Kerkenraad. De redactiecommissie kan hiertoe voorstellen doen. Webstatuut is vastgesteld door de Kerkenraad van de Protestantse gemeente te Haaksbergen-Buurse.

**Bijlage 10****Digitale versie kerkblad: goedkoop of duurkoop?**

22 mei 2023

Soms zien we dat kerken ervoor kiezen om minder papieren kerkbladen te verspreiden en de digitale versie van het kerkblad per mail te versturen naar kerkleden. Dat doen ze om twee verschillende redenen: digitaal lijkt milieuvriendelijker én goedkoper dan drukwerk. Maar is dat ook echt het geval?

**MILIEU**

Op het eerste gezicht lijkt het versturen van een bericht per e-mail misschien minder belastend voor het milieu dan het produceren van papieren bladen, maar wie zich erin verdiept heeft al gauw in de gaten dat dat niet klopt. Zo heeft de papierindustrie in de afgelopen jaren een enorme verduurzamingslag gemaakt, en alle elektriciteit en apparaten die nodig zijn voor digitale berichten zijn bijzonder schadelijk voor het milieu. Wil je hierover meer weten? Lees dan [de uitkomsten van deze onderzoeken](#).

**FINANCIËN**

Er is geen speld tussen te krijgen: als je besluit om minder kerkbladen te laten drukken ben je goedkoper uit dan voorheen. Maar let op: het vervangen van het papieren kerkblad door een digitale versie heeft veel méér gevolgen. Dat heeft alles te maken met de verschillen tussen digitale en papieren communicatie.

**DIGITAAL**

Een sterke kant van digitale communicatie is de snelheid waarmee berichten kunnen worden verspreid. Bijvoorbeeld: één druk op de knop en je digitale nieuwsbrief is binnen een paar tellen binnen bij je doelgroep. Social media, website of nieuwsbrief bieden als geen ander middel de mogelijkheid om actueel te zijn in berichtgeving. Tegelijk zijn deze digitale middelen vluchtig. Dat wil zeggen: als lezer op een beeldscherm zijn we snel afgeleid en we lezen snel door teksten heen. Teksten moeten dus kort zijn. Daar komt bij dat een mail tussen veel andere mails, of een digitaal nieuwsbericht tussen andere digitale nieuwsberichten, gemakkelijk over het hoofd gezien of weggeklikt wordt.

## PAPIER

Een papieren medium zoals een kerkblad kan vanwege zijn doorlooptijd – de tijd tussen het samenstellen en verschijnen ervan – nooit zo actueel zijn als berichten langs de digitale snelweg. Het leent zich daarom meer voor achtergrondverhalen, voor interviews en verdieping. De gedrukte vorm, het feit dat je het blad kunt vastpakken en doorbladeren, helpt bij de concentratie bij het lezen. Het is daardoor geschikt voor wat langere artikelen. Bovendien wordt het papieren kerkblad dat gedurende een langere periode op tafel ligt over het algemeen meer dan eens opengeslagen.



## ONDERZOEK

We deden zelf onderzoek bij twee kerkbladen, die uit financiële overweging de oplage van hun gedrukte blad onlangs fors terugschroefden en daarvoor in de plaats de online versie van datzelfde blad aan de lezers aanboden. We waren heel benieuwd naar de gevolgen van die verandering. De uitkomsten ervan zijn glashelder.

## RESULTATEN

De cijfers van beide kerken liggen heel dicht bij elkaar. Men bracht de oplage van het papieren blad terug van 2.000 naar 350 stuks en bood in plaats daarvan een online versie van het blad aan. *Resultaat: 80 % van de mensen die de online versie krijgt aangeboden leest het blad helemaal niet meer. En van de overgebleven 20% klikt meer dan de helft het blad maar één keer aan, terwijl de looptijd van het blad minstens een maand is.*

## GEVOLGEN

Waar dit op neerkomt: de meeste mensen die het kerkblad in digitale vorm krijgen aangeboden zijn niet of nauwelijks meer op de hoogte van wat er speelt in de kerk. En voor veel mensen is het kerkblad het laatste lijntje dat ze met de kerk hebben. Als ook dat verwatert is hun band met de kerk definitief verbroken. Op die manier snijden we ons als kerken op verschillende manieren in de vingers. Allereerst falen we dan als kerk in de opdracht die we hebben om het Goede Nieuws breed te verspreiden. In de tweede plaats: als we uit de aandacht raken, zullen ook minder mensen financieel bijdragen via bijvoorbeeld Kerkbalans. Zo komen we in een neerwaartse spiraal terecht die we zelf gecreëerd hebben. En dan is goedkoop duurkoop geworden voor de kerk.

## SLIMME MIX



Ons advies luidt: vervang de papieren versie van het kerkblad **niet** door een digitale versie. Zoek als kerk naar een slimme communicatiemix waarin papier en digitaal hun eigen plek hebben. Als het noodzakelijk is om te bezuinigen op de kosten van het kerkblad, denk dan bijvoorbeeld aan het uitbrengen van wat minder edities per jaar, met behoud van kwaliteit. En combineer dat met regelmatige digitale en papieren nieuwsbrieven, zodat iedereen op de hoogte blijft van de actuele informatie. Je kunt altijd bij de Zalige Zalm aankloppen als je hierover advies op maat wilt hebben.

**Bijlage 11 – Overzicht communicatiemiddelen PGHB**

<b>Middelen</b>	<b>Missie gericht</b>	<b>Doelgroep</b>	<b>Vormgeving/taal/ materiaal</b>	<b>Frequentie</b>	<b>Wie</b>
Welkom en mededelingen	Vanuit geloof hoop en liefde een welkom uitspreken/organiseren.  Welkom past bij missie om gastvrij te zijn naar iedereen.  Korte presentatiecursus geven aan (nieuwe) ambtsdragers	binnenkring / buitenkring	de mededeling staat centraal, niet de mens (het welkom voelen)	min. 1 x per week	Ouderling kerkelijk bureau
Preek	100%	binnenkring	eenrichting verbaal evt. beamer voorwerpen wandplaten	min. 1 x per week	dominee

Agendapunt 9B e Communicatie advies eindversie003

<p>Kerkblad specials (uitgaves vertrekkende medewerkers)</p>	<p>Meer verdiepend maken. Dan bereik je meer doelgroepen. Iedereen heeft behoefte aan troost, houvast en oriëntatie op levensproblemen. Kerk als moreel en spiritueel baken. Meninge(n), visie, overwegingen. Door de zakelijkheid eruit halen (is meer voor leden). Binnenkring hoort in de preek al genoeg overwegingen, zoekt nieuwtjes en mededelingen.</p> <p>Review op opmaak, inhoud en identiteit (met restylen kun je flink vooruit) balans tussen beschouwingen (predikanten) en meer interviews (laag drempelig, bekende mensen) Enquête op waardering blad (waardering lezers eigen club en drukploeg is alleen maar positief. Maar niet alleen lezers en drukploeg bepalen inhoud ook de kerkenraad is bepalend.) Naam blad drukploeg; kosten laag houden versus visite kaartje, sociaal gebeuren versus doelgroepen aanspreken</p>	<p>Binnenkring. Elk lid krijgt blad gratis.</p>	<p>"-gedrukt/kleur -Twee functies: clubblad en overdenkingen/bezinningen (dilemma) -advertenties - kopij verschil in lezers trekken (verslag bijeenkomst) en bezoekers trekken -buitenkring heeft interesse in maatschappelijk relevante artikelen en inspirerende kerkelijke communicatie (meningsvorming geen drammen) heeft geen interesse in kerkelijke activiteiten (hoeft voor mij helemaal niet meer) heeft interesse in lokale nieuwtjes over kerk is kwaliteit en journalistieke deskundigheid een vereiste</p>	<p>2 keer per jaar Magazine 8 keer maandelijks</p>	<p>vz kerkenraad drukploeg redactie statuut</p>
<p>website www.PKN-Haaksbergen.nl</p>	<p>FrontPage aantrekkelijk houden en wisselend (nieuws, seizoen kerkelijk jaar). Statisch deel (werkgroepen/commissies). Vieringen en activiteiten Etalagekanaal</p>	<p>buitenkring en binnenkring</p>	<p>content uit kerkblad, uit krant, gemeenteleden etc. niet vertrouwelijk</p>	<p>min. Dagelijks tot 1 x per week</p>	<p>vz. kerkenraad redactie statuut webmaster</p>

Agendapunt 9B e Communicatie advies eindversie003

Informatiebijeenkomsten (Kerk of Richtershof)	gemeenteavond; voorstellen nieuw predikant, begrotingen vaststellen, nieuwe ontwikkelingen	binnenkring	beamer verbaal vragen stellen	2 x per jaar	kerkenraad
Activiteitengids "inspiratie"	laatste uitgave was 2021. Nu uitneembare pagina's in kerkblad.	binnenkring	gedrukt	1 X per jaar	predikant ouderlingen
Kerk (naambordje kerkdeur, PKN vlag, toegankelijkheid, spandoek)	identiteit uitstralen (kleur, vorm, symbolen, lettertype) QR code met kerkinformatie naam kerk?	binnen en buitenkring passanten en toevallige voorbijgangers	logo (laat mensen zien ipv gebouwen) Tubantia Rondom Haaksbergen		kerkenraad
Kranten artikelen	o.b.v. verzoeken door de PKN Haaksbergen - Buurse of eigen initiatief correspondent/journalisten wekelijks zakelijk nieuws vermelden Wie, wat , waar, wanneer, hoe laat	Haaksbergenaren, niet religieuzen.	artikel welk imago van de kerk komt naar voren? kerk saai, ouderwets of arrogant. Of is het een maatschappelijk relevante en inspirerende bijdrage.	o.b.v. nieuws o.b.v. afgesproken frequentie	voorzitter kerkenraad
openstellen kerk zomer	uitgave mei 2019  zingeving  gastenfolder?	buitenkring vakantiegangers	flyer, informatieboekjes, gastenfolder nu beschrijving van het interieur vanuit historisch perspectief	enkele dagen per jaar	c.v.k
Informatiegids	versie 2019-2020 vanuit inspiratie en zingeving en ontmoeting (inspiratie blad).  Niet vanuit wie is en waar kan ik terecht. Een telefoonboek. (Gemeentegids). Kan op website.	betrokken kerkleden betrokken Haaksbergenaren	Variatie aan activiteiten, variatie aan taal uitingen	eenmaal per jaar	kerkelijk bureau

Agendapunt 9B e Communicatie advies eindversie003

Kerkomroep.nl, Youtube	100% handboek/protocol hoe viering in beeld brengen (privacy versus aantrekkelijk) review door Sternet	binnenkring/buitenkring	digitaal	min. 1 x per week	cvk mediateam
Crisis communicatie (Corona)	nee	binnenkring	brief protocol handboek dashboard	niet planbaar	vz. kerkenraad CVK webmaster
Pastorale/persoonlijke gesprekken	100% sterven begeleiding diaconaal werk	binnenkring	persoonlijk gesprek	ad hoc	ouderlingen predikanten
Folders en Flyers	ja, rondom kerst en 40 dagen tijd. (Hoogtijdagen) In samenhang met liturgische bloemschikking.  Regie en reguleren?	betrokken kerkleden bezoekers	divers, niet eenduidig, maar dat lijkt me logisch	geen regie	Liturgie commissie
Kerkbalans	deels	binnenkring	brief folder	1 x per jaar	cvk kerkelijk bureau
Orde van Dienst	100%	binnenkring	digitaal	1 per week	predikant kerkelijk bureau
Zondagsbrief	Deels, de mate hangt af van de 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	1 per week	



Agendapunt 9B e Communicatie advies eindversie003

Appostel, Donkey Mobile	meer voor binding, contact, loyaliteit onderling  onderzoeken wat meerwaarde is  nieuwe informatie	binnenkring  richt je op jeugd; de smartphone is het centrum van het universum.	digitaal met groepenindeling	24/7	kerkelijk bureau ad hoc alle leden
Facebook (sociale media)	Regie op de missie voordat het geplaatst wordt Media team erop zetten? Wekelijkse verdieping, als een "achter het nieuws" - achtig (achtergronden bij de preek?).	alle doelgroepen, leeftijdgebonden	aankondigingen verbaal actuele foto's verslagen van kerkelijke activiteiten		
Lokale nieuwsgaring	Aankondigingen en vermeldingen middels posters, flyers, schoolkrant etc. VVV Haaksbergen, Campings	Haaksbergenaren, specifieke doelgroepen	Tekst en beeld	afhankelijk van de nieuwsgaring	kerkenraad
Google advertenties	Google advertenties Google biedt non-profit organisaties en religieuze instellingen een gratis advertentietegoed van 10.000 dollar per maand aan. Dit budget kan gebruikt worden om te adverteren op Google.nl, naast en boven de zoekresultaten. Door dit tegoed aan te vragen en in te zetten, kan de website van de PGA beter vindbaar worden bij relevante zoekopdrachten.				webmaster
webshop	Toegangsbewijzen, collectebonnen, kaarsen, bonnen, giften toezeggingen, cd, boeken etc. (alleen voor leden)	alleen leden	via App		kerkelijk bureau

Agendapunt 9B e Communicatie advies eindversie003