

Communicatieplan Protestantse Kerk Assen 2025 – 2029

Inhoudsopgave

<i>De Protestantse Kerk Assen: situatie en communicatiedoelen</i>	3
Verminderd vertrouwen in kerken	5
Zelfbewuster profileren	5
Missie en visie	5
In dit plan	6
<i>Protestantse Kerk Assen: omgeving</i>	7
SWOT analyse omgeving PKA	7
Trends en ontwikkelingen	8
<i>Voor wie zijn we er?</i>	9
Doelgroepen	9
De kerk door de bril van de niet-kerkganger	10
<i>Identiteit</i>	11
Secularisatie & drempels	11
Open en inclusief	11
<i>Functies van de kerk en functie-uitbreiding</i>	12
<i>Lidmaatschap</i>	13
Lid of vriend	13
<i>Communicatiekanalen</i>	14
Website	16
Nieuwsbrieven	16
Social media	16
Scipio App	16
Kerkblad	16
<i>Tone of voice</i>	177
Vormgeving en online omgeving	18
<i>Tot slot</i>	19

De Protestantse Kerk Assen: situatie en communicatiedoelen

De Protestantse Kerk in Nederland kent een rijke en bijzondere geschiedenis van tradities, verhalen en vieringen. Door de eeuwen heen hebben deze tradities een belangrijke rol gespeeld in de Nederlandse samenleving en vormden ze voor velen een bron van inspiratie en verbinding. In het hart van Assen en in de nu nog verschillende wijkgemeentes biedt de Protestantse Kerk Assen (PKA) sinds 2005 plek voor verbinding en verdieping.

Helaas hebben we ook binnen de PKA te maken met dezelfde problemen die in veel kerken in Nederland zijn ontstaan. Vergrijzing en een tekort aan nieuwe leden voeren de boventoon bij het merendeel van de kerkgemeenschappen.

Hoewel het aantal kerkgangers in heel Nederland afneemt, is er juist een toename in interesse voor onderwerpen als verbinding, zingeving en gemeenschap. Onze rol als dynamische, flexibele en betrokken gemeenschap willen wij ook in de toekomst blijven vervullen. Daarvoor is het bewustzijn van maatschappelijke veranderingen en veranderende behoeften op het gebied van religie en spiritualiteit van groot belang. In dit communicatieplan brengen we een aantal van deze veranderingen in kaart. Vervolgens bekijken we hoe we hier als kerk op kunnen inspelen en hoe we deze hernieuwde relevantie kunnen overbrengen in onze communicatie. Het verbinden van eeuwenoude wijsheid en tradities met actuele maatschappelijke ontwikkelingen vormt hierin een belangrijke rode draad.

Ook willen we in de toekomst meer eenheid uitstralen in ons beleid en onze communicatie. Om zowel in ons beleid, onze diensten en activiteiten en in onze communicatie vanuit een heldere boodschap te handelen, stellen we onze missie en visie hierbij centraal.

Op naar één kerk

Waar er binnen de PKA nu nog een focus ligt op verschillende wijkgemeentes, vormen deze per 1 januari 2025 één Protestantse Kerk Assen, met als centraal gebouw de Jozefkerk in de binnenstad van Assen. Deze veranderingen zijn aanleiding om na te denken over de profilering van de Protestantse Kerk Assen en de manier waarop we willen communiceren.

Veranderende rol van religie & kerk

De veranderende rol van religie en kerken vormt een belangrijk aandachtspunt binnen het communicatieplan van de Protestantse kerk. In de hedendaagse samenleving is er sprake van een verschuiving in de manier waarop mensen religie ervaren en beleven. Traditionele religieuze instituten worden vaak kritisch bekeken en er is een groeiende behoefte aan persoonlijke betekenisgeving en spirituele beleving buiten de traditionele kaders.

In onze externe communicatie willen we uitstralen dat de Protestantse Kerk Assen ruimte biedt voor nieuwe vormen van ontmoeting, inspiratie en zingeving. Hierbij ligt de nadruk op een authentieke geloofsbeleving en maatschappelijke verbinding. We streven hierbij naar het behouden van de essentiële waarden en tradities van het protestantse geloof, terwijl er tegelijkertijd ruimte wordt geboden voor vernieuwing en relevantie. Zo blijven we in verbinding met een snel veranderende wereld.

We geven de ruimte voor een individuele en gedeelde ervaring van zingeving, we moedigen een open dialoog en kritisch denken aan en verdiepen ons in relevante maatschappelijke vraagstukken.

Verminderd vertrouwen in kerken

Een belangrijke ontwikkeling is dat het vertrouwen in kerken drastisch is afgenomen. Volgens het CBS geeft in 2022 70,4% van de Nederlandse bevolking aan niet veel of helemaal geen vertrouwen in het instituut kerken te hebben. Geen enkel ander instituut krijgt zo weinig vertrouwen van de bevolking.¹ Maar binnen de groep Protestanten die religieus betrokken is, heeft wel duidelijk de meerderheid vertrouwen in kerken (78%). Intern gaat het dus best goed. Helaas zitten velen van deze religieus betrokken wel in de ‘vergrijsde’ groep. We moeten dus weer een verbinding zien te vinden met de groep die nu geen vertrouwen in de kerk heeft en ‘hoge muren’ ervaart.

Zelfbewuster profileren

Het probleem om nieuwe leden/betrokkenen aan te trekken, zit hem vooral in de communicatie naar buiten toe. Dat gaat niet alleen op voor de communicatie die uit de kerken zelf plaatsvindt, maar ook over beeldvorming van religie en kerken in de media. Een onderzoek van onderzoeksbureau Motivaction concludeerde in 2011 dat de ‘PKN leden verliest door haar stijl’. De kerk zou zich zelfbewuster moeten profileren.² Niet-kerkleden ervaren de kerk vaak als een geheimzinnig instituut achter gesloten muren: er is weinig informatie beschikbaar, of deze informatie spreekt niet aan. Daarnaast wordt een keertje meedoen of komen kijken zonder lid te zijn vaak niet als een optie gezien.

Hoewel de afgelopen jaren al in het teken van verandering hebben gestaan, is er nog heel veel ruimte voor vernieuwing. De Protestantse Kerk Assen telt in juni 2023 4590 actieve leden. Samen willen we richting een Protestantse Kerk die een thuis blijft voor deze leden, maar die ook nieuwe paden opent voor nieuwe geïnteresseerden.

Missie en visie

Eén protestantse kerk Assen, met een eigentijdse presentie en aantrekkelijke uitstraling, waarin volop ruimte is voor experimenten en nieuwe vormen voor ontmoeting, inspiratie en zingeving, met inzet en inbreng van vele vrijwilligers en in samenwerking met andere partners, die het verlangen delen om van heilzame betekenis te zijn voor de stad en haar bewoners.

Uitwerking van onze missie voor communicatie

- De Protestantse Kerk Assen is een verbindende en betekenisvolle kerk voor iedereen in het hart van Assen, waarin volop ruimte is voor experimenten en nieuwe vormen van ontmoeting, inspiratie en zingeving.
- Een brede opvatting van kerk-zijn staat daarbij centraal: er is ruimte voor verdieping, muziek, (maatschappelijke) actualiteit, persoonlijke vraagstukken, vieringen, rituelen, elkaar helpen, cultuur en nog meer.

¹ <https://www.cbs.nl/nl-nl/longread/statistische-trends/2023/religieuze-betrokkenheid-in-nederland?onepage=true>

Uitwerking van onze visie voor communicatie

- In de kerk van de toekomst streven we ernaar een bron van ontmoeting, inspiratie en zingeving te zijn voor mensen met verschillende achtergronden. Dit realiseren we met inzet en inbreng van vele vrijwilligers en in samenwerking met andere partners die het verlangen delen om van heilzame betekenis te zijn voor de stad en haar bewoners.

Met deze missie en visie als leidraad zetten we ons in om de boodschap en waarden van de Protestantse Kerk Assen effectief te communiceren, zodat we onszelf op vernieuwende wijze kunnen presenteren en mensen kunnen inspireren en verbinden.

In dit plan

Leggen we de basis voor:

- Een nieuwe profilering van de Protestantse Kerk Assen: ‘Muren verlagen’
- Een nieuwe invulling van verschillende externe communicatiemiddelen
- Interne basisstructuur voor de communicatie naar leden en vrienden

Protestantse Kerk Assen: omgeving

Om goed aan te sluiten op maatschappelijk relevante thema's is omgevingsbewustzijn cruciaal. In onderstaande SWOT analyse worden de belangrijkste thema's benoemd.

SWOT-analyse omgeving PKA

<p>STERKTEN PGA intern</p> <ul style="list-style-type: none"> • Open gemeenschap • Groot aantal zeer betrokken leden • Groot aantal vrijwilligers • Sociale betrokkenheid/verbondenheid • Aandacht jeugd • Goede informatievoorziening via moderne media • Gedreven beroepskrachten • Stijlvolle kerkgebouwen • Sterke diaconie met maatschappelijke functie • Fusie wijkgemeenten/nieuw elan • Verbeterde samenwerking/communicatie • Stedelijke/gezamenlijke uitstraling • Experiment/vernieuwing in stadspredikant 	<p>ZWAKTEN PGA intern</p> <ul style="list-style-type: none"> • Te veel intern gericht • Te weinig flexibele samenwerkingsmentaliteit • Teruglopend ledental/kerkgangers • Te kleine middengroep qua leeftijd • Doorstroming/vasthouden jeugd moeilijk • Leden té gemakkelijk laten gaan • Zoeken en binden nieuwe leden/geïnteresseerden zwak • Verdeling bijdragen/inkomsten naar leeftijdscategorieën ongunstig • "Eigengereidheid" beroepskrachten • Eenzijdige leeftijdsopbouw beroepskrachten • Te weinig zelfbewustzijn • Matige externe profilering • Onvoldoende gebruik social media • Vergadercultuur • Onduidelijke organisatiestructuur
<p>KANSEN Uit de omgeving</p> <ul style="list-style-type: none"> • Benutten digitalisering en moderne media • Hele generaties voelen zich niet meer verbonden met gemeenschap en natuur • Er ontstaat een hernieuwd verlangen naar zingeving en verbondenheid • Individualisering en post-corona een gebrek aan saamhorigheid • Participatiemaatschappij • Inspelen op uitbreiding en wijziging van gemeentelijke en lokale taken • Meer aandacht voor zingeving en spiritualiteit in de maatschappij • Ruimte voor nieuwe invullingen van rouw- en trouwgelegenheden en rituelen • Christelijke-, moslim- en vluchtelingen vanuit andere religies 	<p>BEDREIGINGEN Uit de omgeving</p> <ul style="list-style-type: none"> • Secularisering • Traditionele beelden over kerk en geloof in de samenleving • Negatief stigma rondom kerk en idee dat de kerk een rigide instituut is • Negatieve media en beeldvorming over de kerk en religie • Concurrentie andere kerkgenootschappen en religies • Atheïsme dat sterk leunt op wetenschap • Grote diversiteit in (ander) aanbod (sport, media, cultuur, vakanties, etc.) • Krimp en vergrijzing (CPB-onderzoek)

Bovengenoemde punten hebben invloed op de invulling van het kerk-zijn. Veel van deze punten worden dan ook meegenomen in het toekomstige beleid van de PKA.

Voor de profilering van de PKA en de manier van communiceren, zijn er vijf hoofdrends die we uitlichten:

Trends en ontwikkelingen

1. Toenemende individualisering

In een samenleving waarin het individu steeds meer autonomie en vrijheid nastreeft, zien we een afname van traditionele religieuze betrokkenheid en kerklidmaatschap. Zelfontplooiing en persoonlijke identiteit worden steeds belangrijker, zeker bij jongere generaties. Dit maakt dat mensen minder geneigd zijn zich te conformeren aan collectieve religieuze structuren en dogma's. De behoefte aan verbinding en saamhorigheid blijft bestaan: echter veranderen de voorwaarden waarop deze ervaren wordt.

2. Veranderende rol van religie

In de hedendaagse samenleving is er sprake van een verschuiving in de manier waarop mensen religie ervaren en beleven. Traditionele religieuze instituten worden vaak kritisch bekeken en er is een groeiende behoefte aan authentieke betekenisgeving, open en kritische dialoog en spirituele beleving buiten de traditionele kaders. Geloof is niet verdwenen, maar een optie geworden, vaak tussen vele andere opties. In het erkennen van deze verschuiving ligt een kans voor een hernieuwde maatschappelijke relevantie.

3. Digitalisering en technologie

Digitale kanalen functioneren steeds meer als een manier om mensen te verbinden. Tijdens de corona-lockdowns is het gebruik van digitale media binnen de PKA enorm gestegen. Na de lockdowns blijft het gebruik hiervan hoog. Kerkdiensten kunnen ook online worden gevolgd en niet iedereen woont de kerkdienst meer fysiek bij. De uitdaging ligt in het uitvoeren van een beleid dat mensen zowel digitaal op de hoogte houdt, als hen aanmoedigt om fysiek bijeen te komen.

4. Inclusiviteit en diversiteit

Verschillende factoren dragen bij aan het steeds diverser worden van de samenleving, waaronder de toestroom van vluchtelingen met diversie religieuze achtergronden. Inclusieve en gastvrije religieuze organisaties kunnen een belangrijke rol spelen in het verbinden van verschillende maatschappelijke groepen.

5. Maatschappelijke duurzaamheid

In maatschappelijk ondernemen staat het langetermijndenken steeds centraler. Sociale, economische en maatschappelijke duurzaamheid spelen een belangrijke rol in maatschappelijke organisaties. Het meebewegen met deze ontwikkelingen en het meebouwen aan de toekomst van de generaties na ons is een doelstelling die prachtig aansluit op de visie en missie van de PKA.

Voor wie zijn we er?

Kerken staan letterlijk en figuurlijk midden in de samenleving. Simpel opgevat is onze doelgroep:

- Alle inwoners in Assen en omstreken die aansluiting vinden in de visie en missie van de Protestantse Kerk Assen.

De huidige leden bevinden zich voor een groot deel in de doelgroep 45-90 jaar. In de interne communicatie zullen we geen onderscheid maken tussen verschillende leeftijdsgroepen: de communicatie wordt eenduidig, helder en toegankelijk voor iedereen.

Om wat meer richting te kunnen geven aan de externe communicatie, focussen we hierin op de volgende doelgroepen:

Doelgroepen

- Jongvolwassenen: mensen die de overgang maken van studie naar werk en op zoek zijn naar zingeving en een sociaal netwerk.
- Gezinnen: ouders met jonge kinderen die behoefte hebben aan enige vorm van tradities voor hun gezin en gemeenschap voor zichzelf en hun kinderen.
- Werkende personen en/of gezinnen die geloof en/of zingeving een plek in het dagelijks leven willen geven.
- Mensen zonder Nederlandse achtergrond die verbinding en maatschappelijke aansluiting zoeken.
- Personen die openstaan voor nieuwe soorten verdieping en cultuur.
- Ouderen: Senioren die op zoek zijn naar verdieping na hun actieve loopbaan.

Het profiel van personen die aansluiten bij onze doelgroep is als volgt:

- **Zingeving**
Deze doelgroep zoekt antwoorden op existentiële vragen en streeft naar verdieping, persoonlijke groei en verbinding.
- **Sociale betrokkenheid**
Ze zijn geïnteresseerd in maatschappelijke betrokkenheid en willen bijdragen aan de samenleving.
- **Gemeenschapsvorming**
Er is een behoefte aan het opbouwen van sterke relaties en het deel uitmaken van een gemeenschap.
- **Flexibiliteit**
Ze zoeken naar flexibele manieren om betrokken te zijn bij kerkelijke activiteiten.

De kerk door de bril van de niet-kerkganger

Naast het communiceren met bestaande leden van de PKA, zullen we in dit plan ook nieuwe manieren om extern te communiceren uitwerken: hoe trekt de PKA nieuwe leden en geïnteresseerden aan?

Om de Protestantse Kerk Assen doeltreffend en met de juiste toon onder de aandacht te brengen, is het van groot belang dat we kijken naar een aantal onderzoeken over de manier waarop de kerk waargenomen wordt door niet-leden. Zie ook de inleiding.

Het recent gepubliceerde rapport van het Centraal Bureau voor Statistiek over Religieuze betrokkenheid in Nederland (2023)³ verschaft relevante en interessante informatie over de afname van religieuze betrokkenheid en het vertrouwen in kerken.

Zelfbewust profileren

Onderzoeksbureau Motivaction concludeerde al in 2011 dat de Protestantse Kerk Nederland zich meer zelfbewust moet profileren.⁴ Openheid over de eigen identiteit is hierbij belangrijk. Breng informatie over onze beweeg- en bestaansredenen naar buiten. Hiervoor kunnen de missie en visie op de website worden benoemd. Deze worden echter niet benoemd als 'missie en visie' maar kunnen als quote worden aangehaald. Ook historische context kan op de website beschreven worden.

³ Auteur: Hans Schmeets, Marieke Houben, Publicatiedatum: 7-4-2023, Religieuze betrokkenheid in Nederland <https://www.cbs.nl/nl-nl/longread/statistische-trends/2023/religieuze-betrokkenheid-in-nederland?onepage=true>

⁴ <https://www.trouw.nl/nieuws/protestantse-kerk-nederland-verliest-leden-door-haar-stijl~b86b7c41/>

Identiteit

Secularisatie & drempels

De huidige maatschappij wordt gekenmerkt door een groeiende secularisatie. Traditionele religieuze instituties hebben steeds minder invloed hebben op het dagelijks leven van mensen. Deze ontwikkeling heeft ertoe geleid dat de kerk door velen wordt gezien als een gesloten gemeenschap, met haar eigen rituelen, taalgebruik en gewoonten. Mensen voelen zich vaak buitengesloten en ervaren drempels om de kerk te betreden.

Dit beeld staat haaks op de boodschap van liefde en gastvrijheid die de kern vormt van het Protestantse geloof. Kerken staan voor de uitdaging om relevant te blijven en toegankelijk te zijn voor een breed publiek.

Dat betekent dat we onszelf profileren als gastvrije en inclusieve gemeenschap, waarin iedereen zich welkom voelt. Door opener te zijn naar buiten kunnen we onze waarden laten zien en anderen hiermee inspireren. Daarbij zal de drempel om vrijblijvend deel te nemen aan activiteiten ook laag blijven. Dit realiseren we niet alleen maar door onze communicatie anders in te steken, maar ook door het lidmaatschap van de kerk anders op te bouwen.

Open en inclusief

Een belangrijke nieuwe doelgroep voor de kerk is de postmoderne burger (Motivaction⁵). Deze burger wil eerlijkheid en verhalen. Waar sluiten ze zich precies bij aan, wat is de geschiedenis, wat wil deze kerk nu bereiken? Hoe meer je wegstopt, hoe meer wantrouwen er ontstaat.

Gastvrijheid en openheid staan centraal in de profilering van de Protestantse Kerk Assen. We willen laten zien dat iedereen, ongeacht achtergrond, overtuiging of levensstijl, welkom is binnen onze gemeenschap. Dit betekent dat we actief de dialoog aangaan met de samenleving, openstaan voor verschillende perspectieven en luisteren naar de behoeften en vragen van mensen.

Daarnaast streven we naar begrijpelijke en toegankelijke communicatie, die aansluit op maatschappelijk relevante thema's.

- Het openlijk benoemen van je verhaal en identiteit is de basis van een open en transparante uitstraling
- Wat bieden we nu aan activiteiten en diensten en voor wie zijn die bedoeld?
- New narratives (oude wijsheid/verhalen vertalen in actualiteiten)
- Missie en visie

⁵ <https://www.motivaction.nl/mentality>

Funcities van de kerk en functie-uitbreiding

Aan de voet van onze communicatie ligt ons (activiteiten) aanbod. Waar we als kerk veranderen, veranderen ook onze functies. Een aandachtspunt hierbij is lef hebben: dus ook moeilijke actuele thema's aansnijden, zoals inclusie, maatschappelijke vraagstukken, klimaat & duurzaamheid en leven & dood.

Denk bij verschillende functies bijvoorbeeld aan:

- Ruimte voor verdieping
- Muziek
- Diaconaal – in actie komen tegen armoede, oorlog, vluchtelingen en daklozen helpen etc.
- bezig met actuele vraagstukken die leven in de stad
- Gespreksgroepen
- Workshops over psychologische thema's
- Plek voor levensvragen
- Verbinding in de wijk
- Momenten van stilte en bezinning
- Een plek waar je kan werken en studeren
- Een podium om je verhaal te doen
- Een groep waar vriendschap ontstaat
- Samen eten
- Spellen spelen
- Samen op reis
- Helpende hand
- Rouwen en trouwen
- De kracht van rituelen

Lidmaatschap

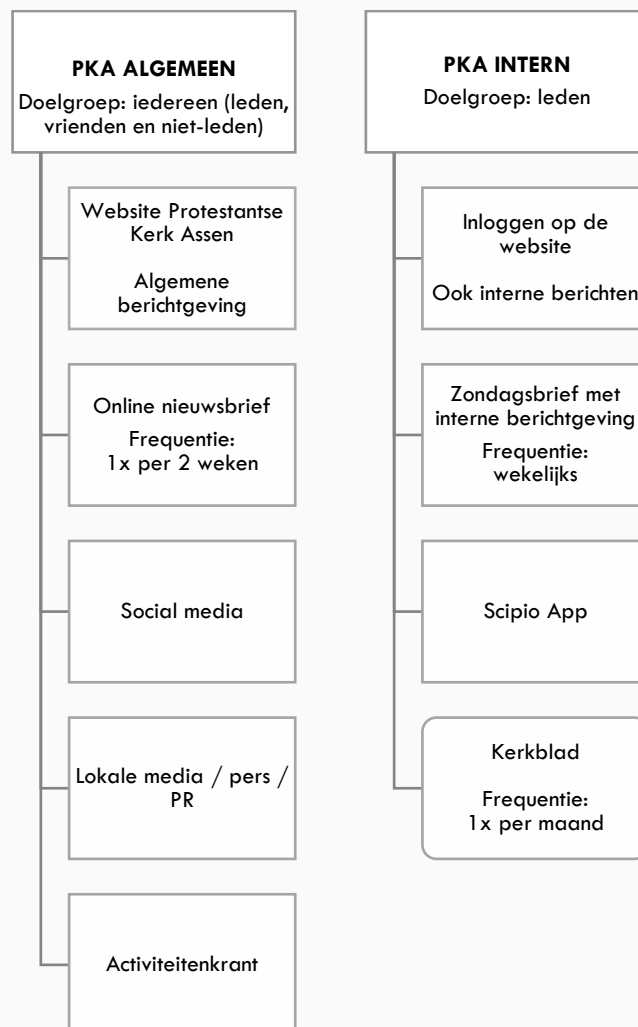
Lid of vriend

Het heersende beeld van een kerk is vaak dat je er lid van moet zijn om deel te kunnen nemen aan activiteiten. Veel (jonge) mensen zijn steeds kritischer over een vast lidmaatschap, maar willen wel graag deelnemen aan verschillende activiteiten. Hiervoor kan het 'vriend' zijn een uitkomst bieden. Je bent dan wel verbonden aan een kerk en ontvangt nieuwsbrieven en uitnodigingen voor activiteiten. Vrienden kunnen alle algemene activiteiten van de PKA bezoeken, maar worden niet op de hoogte gehouden van de interne communicatie. Zie voor de communicatie naar vrienden en leden het communicatieschema hieronder bij communicatiekanalen.

Ook is het mogelijk om aan te sluiten bij activiteiten als je geen lid en geen vriend bent. Wanneer er kosten aan de activiteiten verbonden zijn, kunnen deze ter plekke worden voldaan. Zo bieden we ook de mogelijkheid om gewoon eens deel te nemen aan een activiteit die je aanspreekt, zonder je te hoeven verbinden.

Communicatiekanalen

De Protestantse Kerk Assen werkt met veel verschillende communicatiekanalen. Het is belangrijk onderscheid te maken in externe communicatie, die bedoeld is voor iedereen (zowel leden, vrienden als niet-leden) en communicatie die bedoeld is voor leden. De externe communicatie is vooral gericht op beeldvorming over de Protestantse Kerk Assen in haar geheel, het aantrekken van nieuwe vrienden en leden en het informeren over (algemeen toegankelijke) activiteiten. Voor leden is het van belang om op de hoogte te worden gehouden van alle interne berichtgeving, denk hierbij aan bepaalde bijeenkomsten en (werk)groepen, nieuws over vrijwilligers et cetera.





Website

Een goede website is een belangrijke basis. Met de nieuwe website zullen er een aantal zaken veranderen:

- Het huidige webadres is www.pkn-assen.nl, overweeg deze aan te passen naar protestantsekerkassen.nl of de (wellicht nieuwe) naam voor de herkenbaarheid en uniciteit in naamgeving.
 - Gebruik ook citaten op de website! Laat mensen de intentie achter de PKA zien. En een stukje persoonlijke ervaring. Juist jongere en maatschappelijk betrokken generaties hebben behoefte aan transparantie.
 - Op de website komt een pagina 'blog' met persoonlijke verhalen en ervaringen.
 - Bij de activiteiten wordt ook een pagina met tips opgenomen, waarin bijvoorbeeld boeken, kunst en cultuur met een religieus of spiritueel thema in kunnen worden besproken.
- **Zondagsbrief**
 - Iedere week verschijnt een zondagsbrief met informatie over de kerkdienst(en) op deze zondag en nieuws (over activiteiten) voor de komende week.
 - Hierin kunnen bedankjes voor de bloemen uit de kerkdienst e.d. worden opgenomen.
 - De zondagsbrief wordt digitaal verspreid op donderdagavond en op de website gezet. Gedrukte exemplaren liggen op zondag in de kerk.

Kerkblad

- Het kerkblad wordt verstrekt aan leden en gaat in frequentie terug naar 1x per maand. Er kan ook gekozen worden om een digitale versie beschikbaar te maken.
- De krant wordt vervangen door een magazine, dat zich vooral zal richten op actualiteiten, diepte-interviews en activiteiten.

Nieuwsbrieven

- De nieuwsbrief vanuit de PKA is extern gericht: iedereen die interesse is in de PKA kan zich inschrijven om deze nieuwsbrief te ontvangen. De activiteiten die openbaar toegankelijk zijn worden hierin genoemd. Deze nieuwsbrief wordt 1x per 2 weken verstuurd.

Social media

- Er komt een pagina voor de PKA op instagram en facebook. Bij de uitingen wordt de huisstijl (sjablonen) aangehouden voor uniciteit. Deze pagina's zijn niet bedoeld voor interne berichtgeving.

Scipio App

- Wordt gebruikt voor de interne communicatie.
- Hier kunnen diensten online worden teruggekeken.
- In de app is ook ruimte voor onderling contact.

Tone of voice

In een geseclariseerde samenleving wordt de kerk steeds vaker als een gesloten gemeenschap gezien. Vele niet-kerkgangers hebben geen idee wat een kerkgemeenschap precies inhoudt en doet.

Wanneer er wel zichtbaar naar buiten wordt getreden door kerken, is dat vaak op manieren die dwingend kunnen overkomen, men denkt hierbij nog steeds vaak aan het ‘bekeringsgesprek’ of de bijbelcursus. Vormen van naar buiten treden die niet goed aansluiten bij de groeiende behoefte aan (initiële) vrijblijvendheid. Helaas werken dit soort manieren van naar buiten treden vaak het beeld in de hand wat er vaak bij buitenstaanders al bestaat over de kerk: er is een muur, en het is ‘erin’ of ‘eruit’. Vrijblijvend kijken of een keertje meedoen lijkt niet vanzelfsprekend, terwijl dat wel kan!

Als Protestantse Kerk Assen willen we de komende jaren meer naar buiten treden, opener zijn over wat ons drijft en activiteiten voor iedereen organiseren – ook voor niet-leden. Om open te staan voor deze leden, is het belangrijk dat we het taalgebruik open en toegankelijk houden en aangeven dat men gewoon een keertje kan komen kijken.

We maken een splitsing tussen interne en externe communicatie: intern is meer ruimte voor het gebruik van termen en woorden waarvoor enige kennis van het (protestantse) geloof benodigd is.

Extern gebruiken we meer algemene woorden, die een brede doelgroep aanspreken en veel ruimte laten voor eigen interpretatie. Dat zou bijvoorbeeld kunnen klinken als: ‘voor verdieping en zingeving kom je naar de kerk’ in plaats van ‘voor het geloof kom je naar de kerk’.

- Muren lager maken
- Gebruik veel ‘wij’
- Maak gebruik van new narratives (oude verhalen in een nieuwe context)
- In externe communicatie geen ‘exclusief’ taalgebruik

Vormgeving en online omgeving

Een goede vormgeving is essentieel voor goede communicatie. Nu we toewerken naar één centrale kerk is het nodig dat we overstappen naar een huisstijl die in alle uitingen als hoofdlijn wordt aangehouden.

De huisstijl gebruiken we voor:

- Het kerkblad
- De nieuwsbrief
- De zondagsbrief
- De instagram (sjablonen)
- De website
- De app

Daarvoor zijn een aantal zaken van belang:

- Eén Protestantse Kerk Assen: meer uniciteit in de website, één missie.
- Een huisstijl die fris is en jong en oud aanspreekt. Daarnaast is het belangrijk dat de nieuwe huisstijl opvalt en anders is dan wat bijvoorbeeld andere protestantse gemeentes in Nederland hanteren. Het mag ook de blik trekken van de persoon die normaliter niet zo snel om zou kijken naar een folder van de kerk. De PKA maakt een grote verandering door en mag dit uitstralen.
- Er komen standaard social media sjablonen waarin foto's van activiteiten worden verwerkt, zodat het gelijk te herkennen is als een PKA-activiteit.
- Er komt ook een vast nieuwsbriefsjabloon.
- Een website die overzichtelijk en makkelijk te navigeren is.

Tot slot

Overal waar mensen bij elkaar komen kan iets bijzonders tot stand komen. Zonder preek, zonder gebed, zonder liturgie. Nou ja, niet helemaal. Want de behoefte aan vaste regelmaat, tradities en rituelen zie je overal terug waar mensen iets samen vieren en beleven.

Natuurlijk heeft de viering in de kerk iets bijzonders. Daar komt Jezus met naam en toenaam aan bod. Maar waar Jezus naam niet uitdrukkelijk wordt genoemd, maar mensen wel in zijn geest samenkomen en elkaar ontmoeten, daar is hij ook aanwezig. Heeft de kerk zichzelf dan toch overleefd? Heeft de belangeloze liefde, de waarde, de tolerantie, de onvoorwaardelijke vriendschap en ook het 'samen' zich niet voorgoed in de wereld genesteld?

Citaat uit: Verhaal van mensen – Peter Siebesma (2019)

