

Rapportage

PR en Communicatie

Protestantse Gemeente

Dokkum – Aalsum - Wetsens



Werkgroep PR & Communicatie
November 2019

Sijtse van Dellen
Anita Hanemaaijer
Wytze Pyt de Jager
Henk Kuindersma
Maarten Keijzer
Ad Plante



1. Samenvatting

De Protestantse Gemeente Dokkum – Aalsum – Wetsens (PG DAW) is in proces van drie Wijkgemeenten met een Algemene Kerkenraad naar één Gemeente met één Kerkenraad. Dat op basis van het rapport 'We gaan opnieuw beginnen'. Werkgroepen, aangestuurd door een daartoe ingestelde Regiegroep, bestuderen verschillende taakvelden en doen daarvoor voorstellen. Zo ook de werkgroep die PR & Communicatie (PR en Comm.) tot opdracht kreeg. Deze werkgroep presenteert zijn bevindingen en voorstellen in deze rapportage.

1.1 Doel Rapportage

Het doel van deze rapportage is:

- a. De actuele vormen van communicatie in PG DAW weergeven en daaruit conclusies trekken voor beleid en beleidsuitvoering communicatie voor één PG DAW (streefdatum 1-1-2020).
- b. Verslag doen van een onderzoek naar welke vormen van communicatie geschikt zijn voor de ene gemeente PG DAW en hoe deze op een eenvoudige manier gebruikt kunnen worden.
- c. Het formuleren van een aantal spelregels die door iedereen die communiceert binnen de ene PG DAW gemakkelijk gevolgd kunnen worden.

1.2 Aanpak

- a. Er is kort gekeken naar de huidige situatie: hoe gaat de communicatie nu in PG DAW. Wie doet wat? Hoe steekt de organisatie in elkaar?
- b. De doelgroepen zijn in de actuele en in de huidige PG DAW geïnventariseerd.
- c. Er is een basisvisie op communicatie geformuleerd gericht op de betrokkenen in nabije, ene PG DAW en gericht op mensen in breder verband rondom PG DAW.
- d. Er worden voorstellen gedaan voor de organisatie en uitvoering van communicatie in praktische zin.

1.3 Belangrijkste voorstellen

Maak gebruik van communicatiemiddelen afgestemd op de doelgroepen in PG DAW: klassieke middelen als het kerkblad 'Geandewei' en hedendaagse digitale middelen.

Stel een taakgroep communicatie in en benoem daaruit een coördinator – eindredacteur communicatie.



2. Inhoudsopgave

1. Samenvatting	3
1.1 Doel Rapportage	3
1.2 Aanpak	3
1.3 Belangrijkste voorstellen	3
2. Inhoudsopgave	4
3. Inleiding	5
4. Situatieschets	5
5. Doelgroepen	6
6. Opdracht 1 Regiegroep	7
7. Opdracht 2 Regiegroep	9
7.1. Communicatievoorstel voor PG DAW (per 1-1-2020).....	9
(tevens bouwstenen voor een Communicatieplan)	9
7.2 Doelstellingen	9
7.3 Boodschap	9
7.4 Doelgroepen	9
7.5 Strategie	10
7.6 Communicatiemiddelen	10
8. Eindvoorstellen	12
9. Bijlagen	13
Bijlage 1: Geandewei	13
Bijlage 2: Website	15
Bijlage 3: Scipio en beheer	17
Bijlage 4: Overige, belangrijke communicatiemiddelen	19



3. Inleiding

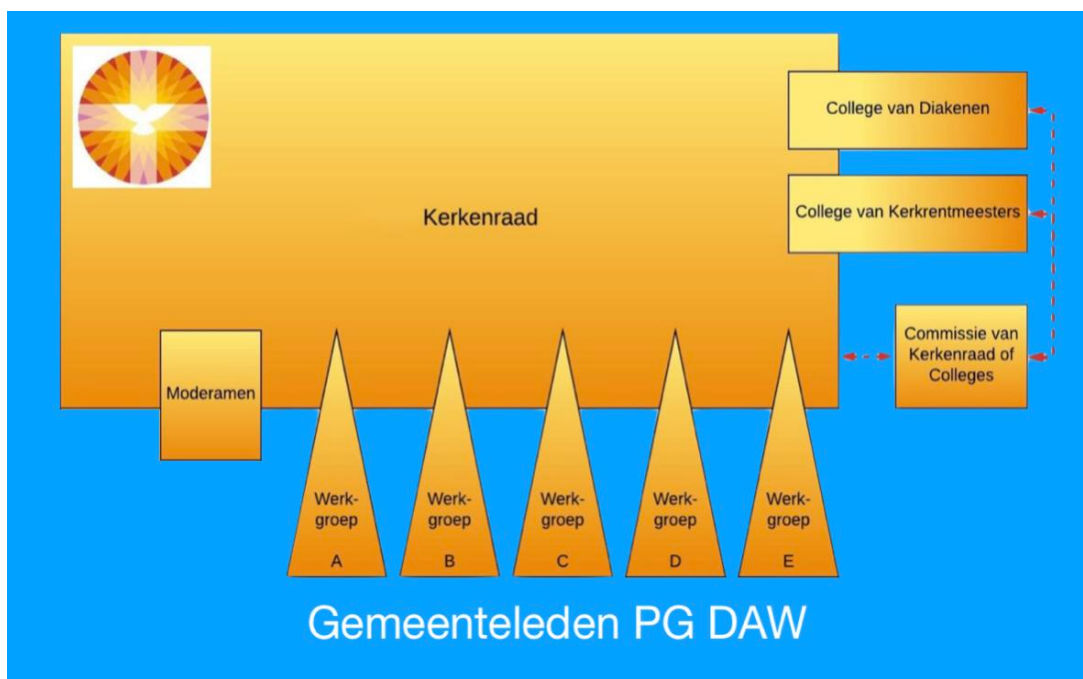
De taakgroep communicatie is door de Regiegroep gevraagd om de bestaande structuur van drie wijkgemeenten met een overkoepelende Algemene Kerkenraad en de structuur van de toekomstige één gemeente PG DAW als uitgangspunt te nemen. En aan de hand van vier concrete opdrachten met voorstellen te komen voor het nieuwe perspectief: communicatie in één PG DAW.

In lijn met deze wens en de vier opdrachten van de regiegroep worden in deze rapportage de bevindingen en voorstellen van de werkgroep PR & Comm. beschreven. Dit op basis van informatie over communiceren in algemene zin en over communiceren in en door kerkverbanden; kennis van PG DAW; en het eigen werkgroep overleg.

4. Situatieschets

Per 1 januari 2020 krijgt PG DAW een nieuwe organisatiestructuur. De werkgroep 'Kerkbestuur en Organisatie' geeft in zijn rapport op blz. 6 daartoe het volgende Organogram.

<https://pgdaw.protestantsekerk.net/uploads/klant371/files/Rapport%20KERKBESTUUR%20definitief.pdf>



Organogram

In het organogram moeten worden genoemd: Kerkenraad, Moderamen, College van Kerkrentmeesters, College van Diakenen, Commissies, Werkgroepen (Taakgroepen) en Gemeenteleden.

Vanuit deze organisatiestructuur moet gecommuniceerd worden naar de doelgroepen in PG DAW en de doelgroepen buiten PG DAW.

Deze structuur is, naar wens van de regiegroep, uitgangspunt voor het ontwikkelen van een Communicatieplan.

5. Doelgroepen

Op welke doelgroepen zijn de organen (zie Organogram) van PG DAW met hun communicatie (berichtgeving) gericht?

Vanuit kennisname van de huidige media – Geandewei, website, flyers, affiches – kunnen we de volgende doelgroepen onderscheiden:

- Overleg- en uitvoeringsorganen:
 - Moderamen
 - Beroepskrachten
 - College van kerkrentmeesters
 - College van diakenen
 - Pastorale teams
 - Taakgroepen/werkgroepen
- Vrijwilligers
- Gemeenteleden
 - Kinderen (tot 12 jaar)
 - Jongeren (12 tot 18 jaar)
 - Volwassenen:
 - Onderscheiden in:
 - Volwassenen algemeen
 - Jongvolwassenen (tot 40 jaar)
 - Volwassenen 40 jaar en ouder
- Doelgroepen in breder verband:
 - Inwoners van Dokkum en omgeving
 - Toeristen

Deze reeds bestaande doelgroepen van de huidige PG DAW worden in de voorstellen voor een Communicatieplan voor de ene PG DAW (streven 1-1-2020) aangehouden.

6. Opdracht 1 Regiegroep

1. 1) Inventariseer het actuele Communicatiebeleid en de uitvoering daarvan via de genoemde media door alle huidige PGDAW-geledingen. Maak een overzicht van de hierbij betrokken en uitvoerende (contact)personen

Realisatie opdracht:

1. Algemeen

Geandewei: Berichtgeving wordt verzameld (geen redactie) door het kerkelijk bureau: kerkelijkbureau@pgdaw.nl
Website: pr.algemeen@pgdaw.nl. Berichten worden door Ad Plante geplaatst op de website: <https://pgdaw.protestantsekerk.net>
Er is geen redactieadres / eindredacteur (eindverantwoordelijke).

2. Wijkgemeente 1

Geandewei: Ds. Herman de Vries (redactie en aanleveren kopij): hermanf.devies07@gmail.com
Website: deze kent (nog) geen beleid. Hier wordt nu aan gewerkt door het moderamen van wijk 1. (Ad Plante, werkgroep lid wordt hierbij betrokken).
Beamerberichten wijk 1 kunnen worden gezonden aan de scriba: pkdeherberg@gmail.com

3. Wijkgemeente 2

Geandewei: pr.grotekerk@pgdaw.nl (redactie: samenwerking pastores en Pr-cie; aanleveren kopij: Pr-cie). Eindredactie: Maarten Keijzer en Henk Kuindersma.
Mededelingenblad: Ds. Hans Oosterhoff (redactie): j.oosterhoff6@kpnplanet.nl
Website: Maarten Keijzer en Henk Kuindersma (redactie). Dolf Wissmann en Petra de Vries (techniek).
Persberichten: Maarten Keijzer, Thea van der Schaaf en Henk Kuindersma (redactie); Petra de Vries (verzending).
Flyers en uitgaven: Thea van der Schaaf en Maarten Keijzer (redactie en productie).

4. Wijkgemeente 3

Geandewei: Redactie: onbekend; aanleveren kopij: Folkert van der Kooi: f.vanderkooi@knid.nl
Website: Beamerberichten wijk 2 kunnen worden gezonden aan de scriba: scriba.defontein@pgdaw.nl. Jan van Zalk plaatst berichten op de website. Maaïke Holwerda plaatst berichten op facebook. Andries van Weeren verzorgt de techniek.
Aandachtspunt: Website Fontein is qua techniek afwijkend van PG DAW Algemeen en wijk 1 en 2).

De PG DAW moet zich met haar vele geledingen en personen richten op praktische, direct toepasbare communicatie en communicatiemiddelen.

Technische Commissie Website

Deze is:

1. Adviesorgaan betreffende IT. websites, modules, de keuze van providers enz.
2. Adviesorgaan naar de AK betreffende de indeling van rubrieken op de website: PG DAW Algemeen en afstemming tussen de wijken.

Leden: Ad Plante (Vz), Harke Doede Douma, Andries van Weeren, Jan Willem Geertsma.

Lid Harke Doede Douma functioneert als technisch beheerder IT. en Helpdesk voor de totale site PG DAW.



Contactpersoon van de Technische Commissie is Ad Plante, die op basis van expertise en contacten met providers van sociale media actueel de adviesfunctie in de werkgroep PR en Communicatie vervult.

Conclusies:

1. Een visie op communicatie ontbreekt.
2. Er zijn geen doelstellingen voor communicatie geformuleerd.
3. Taakverdeling communicatie is niet toegedeeld.
4. Er is geen consequente toepassing van de huisstijl.
5. Aanwijzingen voor het opstellen van teksten ontbreken.
6. De PG DAW media hebben geen redactie.
7. Functie, taakomschrijving en bevoegdheden Tech. Cie. ontbreken.

7. Opdracht 2 Regiegroep

2) Formuleer een Communicatievoorstel voor de PGDAW per 1-1-2020 gericht op beleid en uitvoering via :
Sociale media (Facebook/WhatsApp/Instagram/Twitter etc) + Website PGDAW
en media als: Geandewei - beamerberichtgevingen – mededelingenbladen – flyers - affiches – etc.

7.1. Communicatievoorstel voor PG DAW (per 1-1-2020) (Tevens bouwstenen voor een Communicatieplan)

Vooraf:

Bij elke vorm van communicatie moeten de volgende vragen worden gesteld:

1. Wat is het doel?
2. Wat willen we communiceren?
3. Met wie willen we communiceren?
4. Wat is het juiste tijdstip? (Kalender; frequentie).
5. Uit welke middelen kan worden gekozen?
6. Aan welke voorwaarden moet worden voldaan?

Antwoorden op deze vragen worden gegeven onder de volgende benamingen:

- Doelstellingen
- Boodschap
- Doelgroepen
- Strategie
- Communicatiemiddelen

7.2 Doelstellingen

De communicatiedoelen van PG DAW zijn:

1. De geloofsgemeenschap als geheel informeren over wat er speelt.
2. Doelgroepen informeren over onderwerpen die deze doelgroepen specifiek betreffen.
3. Via uitnodigende communicatie de betrokkenheid en verbondenheid van de gemeenteleden bevorderen.
4. Via uitnodigende communicatie contacten leggen met mensen van buiten de gemeente: inwoners van Dokkum en omgeving en toeristen.

7.3 Boodschap

De boodschap moet niet alleen informatief zijn maar ook motiverend. Motiverend om te lezen en motiverend om mee te doen aan het gemeentelieven. Waar de geloofstraditie van de PKN voor staat, mag primair motiverend en inspirerend zijn. Deze is dan ook op verschillende plaatsen verwerkt in het rapport 'We gaan opnieuw beginnen' en in de rapportages van de verschillende werkgroepen. Naast deze inhoudelijke motivatie zal ook aansprekende en leesbare taal en 'welkomstaal' in de PG DAW communicatie gebruikt moeten worden om bij te dragen aan de communicatiedoelen.

7.4 Doelgroepen

De huidige doelgroepen (zie Opdracht 1, Regiegroep) worden ook onder het Communicatievoorstel voor PG DAW ingebracht:

- Overleg- en uitvoeringsorganen:
 - Moderamen
 - Beroepskrachten



- College van kerkrentmeesters
- College van diakenen
- Pastorale teams
- Taakgroepen/werkgroepen
- Vrijwilligers
- Gemeenteleden
 - Kinderen (tot 12 jaar)
 - Jongeren (12 tot 18 jaar)
 - Volwassenen:
 - Onderscheiden in:
 - Volwassenen algemeen
 - Jongvolwassenen (tot 40 jaar)
 - Volwassenen (40 jaar en ouder)
- Doelgroepen in breder verband:
 - Inwoners van Dokkum en omgeving
 - Toeristen

7.5 Strategie

Bij ieder bericht moet nagedacht worden over het tijdpad. Het is van groot belang om (bijzondere) erediensten, activiteiten en bijeenkomsten vroegtijdig aan te kondigen in de PG DAW media, in elk geval in Geandewei en op de Website. Herhaling van de berichtgeving is bij langer lopende activiteiten wenselijk. Letterlijke herhalingen werken echter verstorend.

Belangstellenden buiten PG DAW kunnen heel goed via regionale en provinciale media worden bereikt. Deze zijn, zo leert de ervaring, vaak bereid kerkelijke berichtgeving in hun edities op te nemen. Bekendheid met de voorwaarden van deze media en hun deadlines is een vereiste. De vorm, taalgebruik en beeldmateriaal zullen steeds uitnodigend moeten zijn en afgestemd moeten zijn op de verschillende doelgroepen.

Per bericht moet worden afgewogen of affiches en/of flyers dienstbaar zijn om de gewenste doelgroep te bereiken. Creatieve inzet is deel van de strategie. Het inschakelen van gemeenteleden die dat kunnen bieden is dan ook vanzelfsprekend.

7.6 Communicatiemiddelen

Er is een grote keuze in communicatiemiddelen. De werkgroep PR en Communicatie stelt voor de volgende communicatiemiddelen binnen PG DAW te gebruiken. Per doelgroep(en) en per berichtgeving zal steeds de vraag beantwoord moeten worden welke van de middelen moet of moeten worden ingezet.

7.6.1 Bestaande communicatiemiddelen

7.6.1.1 Kerkblad Geandewei

Geandewei verschijnt 23 x per jaar. Het blad verschijnt zowel in gedrukte als in digitale vorm. Voorstellen voor Geandewei per 1-1-2020, één PG DAW: zie Bijlage 1.

7.6.1.2 Website

De website www.pg daw.nl wordt wekelijks bijgewerkt; zo nodig dagelijks. Voorstellen voor de Website per 1-1-2020, één PG DAW: zie Bijlage 2.



7.6.1.3 Activiteitengids

Elk jaar wordt er een Activiteitengids met een jaarthema uitgegeven. Hierin worden activiteiten Vorming en Toerusting, Diaconale activiteiten, Jeugdwerkactiviteiten en 'losse' activiteiten door het jaar heen gecommuniceerd.

7.6.1.4 Brieven

Periodiek ontvangen de gemeenteleden brieven; als regel over belangrijke onderwerpen. Deze brieven moeten aan dezelfde leesbaarheidscriteria voldoen als andere teksten die naar de doelgroepen van PG DAW worden verspreid.

7.6.1.5. Scipio

Scipio Online is een moderne applicatie voor kerken en wordt binnen de PG DAW gebruikt voor de Actie Kerkbalans (AKB). Deze applicatie is op meer fronten in te zetten. Voor meer informatie en voorstellen: zie Bijlage 3.

De Scipio kerk App is een communicatieplatform voor kerken met haar leden en is gekoppeld aan Scipio Online. Voor meer informatie en voorstellen: zie Bijlage 3.

7.6.1.6 Beamerberichten/ Mededelingenblad

Via beamerberichten of een mededelingenblad voorafgaande aan de zondagse erediensten worden de gemeenteleden op de hoogte gebracht van lopende collectiedoelen, bestemming bloemengroet en activiteiten die binnenkort plaatsvinden.

7.6.2 Nieuwe (eigentijdse) communicatiemiddelen

Geadviseerd wordt om binnen afzienbare termijn (eerste half jaar 2020) studie te doen naar de inzet van sociale media als Facebook, Twitter, Instagram en YouTube. Daarbij is het van belang om te kijken naar de aanpak en de ervaringen van vergelijkbare gemeenten als PG DAW. Vooralsnog ligt de prioriteit echter bij de bestaande PG DAW Communicatiemiddelen. Met de bedoeling dat deze per 1-1-2020 up to date beschikbaar zijn. Indien dat niet mogelijk blijkt zo spoedig daarna.

7.6.3 Overige, belangrijke communicatiemiddelen

Te denken valt:

- Persberichten lokale kranten: het insturen en laten plaatsen van persberichten voor individuele activiteiten en/of activiteiten.
- Post / Brieven
- Flyers
- Affiches

Zie voor een uitwerking Bijlage 4.

8. Eindvoorstellen

- De PG DAW moet zich met haar vele geledingen en personen richten op praktische, direct toepasbare communicatie en communicatiemiddelen.
- Deze communicatie moet uniform en helder zijn, zowel naar de vorm (huisstijl) als naar de informatie (boodschap) zelf. Daartoe moeten aanwijzingen worden geformuleerd.
- De communicatie moet zich meebewegen met de ontwikkelingen in PG DAW en daarbuiten.
- Een taakgroep Communicatie dient te worden ingesteld om de communicatievoorstellen die worden aanvaard met de geledingen van PG DAW uit te voeren en te coördineren. Naast redacteurs zouden 2 leden van de Technische Commissie plaats moeten nemen in de taakgroep Communicatie om de techniek optimaal in te kunnen zetten.
- Een woordvoerder voor de PG DAW moet worden benoemd en (professioneel) worden geïnstrueerd voor het behartigen van (mondeline) mediacontacten.
- Een communicatieplan moet worden geformuleerd als handreiking om communicatielijnen, doelgroepen, communicatiemiddelen en communicatieadviezen optimaal toe te passen.

9. AVG als belangrijk aandachtspunt

De Algemene Verordening Gegevensbescherming (**AVG**) is in bij alle communicatie van belang. Nadere aanwijzingen hoe binnen PG DAW om te gaan met persoonsgegevens zullen dan ook volgen.

9. Bijlagen

Bijlage 1: Geandewei

Voorstellen Geandewei (concept)
Context, rubrieken en redactie

Context

Geandewei is het gezamenlijke kerkblad voor Friese gemeenten van de Protestantse Kerk in Nederland. Het verschijnt in drie edities: voor de classis Leeuwarden, de classis Dokkum en de Protestantse Gemeente te Drachten. Het blad bestaat sinds 1994 en was destijds een samensmelting van *De Friese Kerkbode* (sinds 1946), het orgaan van de Gereformeerde Kerken in Fryslân en enkele kleinere, lokale kerkbladen van hervormde huize.

Ieder nummer bestaat uit een algemeen deel (6 pagina's) met nieuws, achtergronden en opinies over kerk en samenleving en een (per editie verschillend) deel waarin de aangesloten gemeenten hun mededelingen doen over diensten, pastoraat, bestuur en activiteiten.

Zo ook de PG DAW met een rubriek Algemeen kerkelijk nieuws (met service info over contactadressen, bankrekeningnummers, etc.) en berichten van de drie bestaande wijkgemeenten: a. Wijkgemeente 1: Rondon De Herberg en de Catharinakerk; Wijkgemeente 2: Rondon de Grote- of Sint Martinuskerk; Wijkgemeente 3: Rondon De Fontein.

Inventarisatie van het actuele Communicatiebeleid en de uitvoering daarvan leert dat er van eenheid in beleid geen sprake is. Redactionele structuur en coördinatie ontbreken geheel. (Zie de info onder Opdracht 1 van de Regiegroep; blz. 4 en 5 van deze rapportage).

In het perspectief van de éénwording van PG DAW is eenheid van beleid en uitvoering voor de hand liggend. We doen daartoe voorstellen voor rubrieken en redactie.

Rubrieken

- Infopagina: contactgegevens pastores, kerkenraad, etc. Specifiek diaconie, kerkrentmeesters, kerkelijk bureau, taakgroep communicatie, etc.
- Bezinning/Verdieping: reflectie op een thema dat speelt binnen PG DAW; om de beurt verzorgd door één van de beroepskrachten.
- Kerkdiensten (verzorgd door de voorgangers)
- Pastoraat (verzorgd door de voorgangers; inclusief In memoriam; Lief en Leed; Dankbetuigingen).
- Diaconaat
- Vorming
- Jeugdwerk
- Bijeenkomsten (agenda; korte aankondigingen).
- Speciale activiteiten: langere aankondigingen
- Berichten van de kerkenraad en taakgroepen
- (Korte) Verslagen van bijeenkomsten
- Dankbetuigingen

Redactie

Uit de (geadviseerde) taakgroep Communicatie wordt een kleine redactie samengesteld van drie personen.

Taken (in verdeling)

1. Beheer infopagina
2. Verzamelen geschreven kopij
3. Fotoredactie
4. Bepaling volgorde van publicatie (inclusief weging van plaatsing)
5. Ondersteuning van de geledingen bij het schrijven van teksten, verbetering van teksten, eventueel zelf schrijven van teksten.
6. Eindredactie: er zorg voor dragen dat publicaties conform PG DAW afspraken zijn; voorkomen van overlap; contacten onderhouden. Een eventuele eindredacteur moet naast betrokken, onafhankelijk zijn. Dit om de veelkleurigheid van de ene PG DAW gemeente te waarborgen.



Bijlage 2: Website

Voorstellen Website PG DAW (concept)

Context, indeling en rubrieken, redactie

Context

De website PG DAW is de gezamenlijke website van de Algemene Kerkenraad en de drie wijkgemeenten: a. Wijkgemeente 1: Rondon De Herberg en de Catharinakerk; Wijkgemeente 2: Rondon de Grote- of Sint Martinuskerk; Wijkgemeente 3: Rondon De Fontein.

De Algemene Kerkenraad en de wijkgemeenten 1, Rondon De Herberg en de Catharinakerk; Wijkgemeente 2: Rondon de Grote- of Sint Martinuskerk maken gebruik van het aanbod van provider 'protestantsekerk.net':

<https://www.protestantsekerk.net/GeneralInfo.aspx?IntEntityId=5>

Wijkgemeente rondon De Fontein heeft is via een link deel van deze internetomgeving en heeft een eigen provider.

Ons voorstel is om de relatie met protestantsekerk.net als provider te continueren dus die te kiezen voor de ene PG DAW. Deze (eventuele) keuze moet periodiek worden geëvalueerd.

De huidige website verdeeld in afzonderlijke sites voor PG DAW (wijk overstijgend) en de wijkgemeente kent geen gezamenlijk beleid en derhalve ook geen afgestemde redactionele uitvoering en coördinatie. (Zie de info onder Opdracht 1 van de Regiegroep; blz. 4 en 5 van deze rapportage).

Wel hebben de wijkgemeenten 1 en 2 op voorstel (beleid) van de AK bij de aanvang van de website(s) overeenkomstige rubrieken. Dit onder coördinatie destijds van een Technische Commissie aangaande digitalisering PG DAW; contactpersoon: Ad Plante; uitvoering Harke Doede Douma.

In het perspectief van de éénwording van PG DAW is eenheid van beleid en uitvoering voor de hand liggend. We doen daartoe voorstellen voor rubrieken en redactie.

Hoofdindeling

Geïnspireerd door de huidige rubrieken van PG DAW Algemeen en de wijkgemeenten stellen we de volgende indeling voor:

1. Balk met hoofdrubrieken
2. Linker kolom: per hoofdrubriek deelrubrieken
3. Home voor actuele berichtgeving
4. Rechterkolom 'agendaberichten'.

NB: Indeling zoveel mogelijk overeenkomstig de huidige indeling op PG DAW Algemeen en de wijkgemeenten 1 en 2.

Rubrieken

1. Balk: Algemene Info PGDAW, Kerkdiensten, Kalender, Grote Kerkenraad, College van Kerkrentmeesters, College van Diakenen, Taakgroepen, Jeugdwerk, Contacten
2. Linker kolom: per hoofdrubriek deelrubrieken.
De betrokkene geleding doet daartoe voorstellen. Bijvoorbeeld: De predikanten stellen deelrubrieken voor onder de hoofdrubriek Kerkdiensten; Kerkenraad stelt deelrubrieken voor onder de hoofdrubriek Kerkenraad.
3. Home voor actuele berichtgeving.
De invulling wordt bepaald door de kalender van PG DAW.
4. Rechter kolom
Automatische plaatsing en verwijdering via de kalender.

NB: Nadat de huidige site geheel is aangepast aan de nieuwe situatie is de (technische) transfer naar Sjabloon 7 onontkoombaar. Dit Sjabloon is responsive met een top menu. Responsive betekent te lezen op PC, laptop, iPad, tablet, smartphone en iPhone.

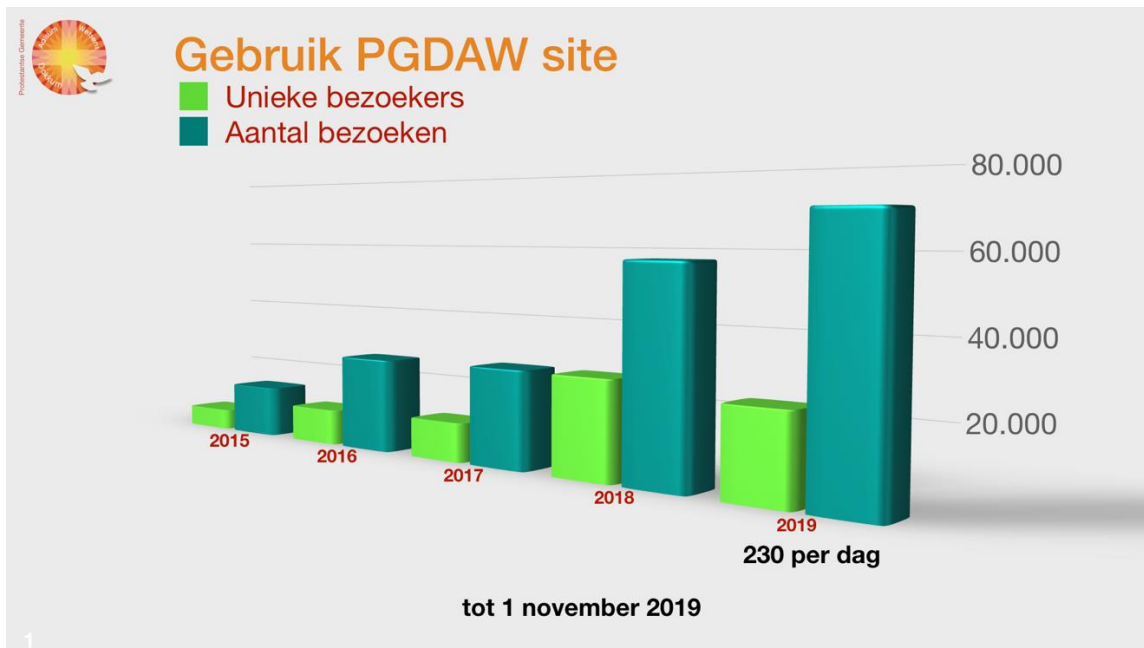
Redactie



Uit de taakgroep Communicatie wordt een kleine werkgroep 'web beheer' samengesteld bestaande uit vijf personen: een redacteur correcties, een beeldredacteur; een (inhoudelijk) eindredacteur en twee webmasters. (Zie voor de eindredactie dezelfde opmerkingen als in de Bijlage van Geandewei: onafhankelijk; veelkleurigheid waarborgen).

Taken (in verdeling)

1. Beheer website
2. Verzamelen van toegezonden teksten en deze na screening doorzenden aan de webmasters
3. Fotoredactie
4. Ondersteuning van de geledingen bij het schrijven van teksten, verbetering van teksten, eventueel zelf schrijven van teksten.
5. Eindredactie: er zorg voor dragen dat de teksten inhoudelijk conform PG DAW afspraken zijn; voorkomen van overlap; contacten onderhouden.



Door de groei kan je zien dat we een meebewegende organisatie zijn, het leeft onder de leden.

Bijlage 3: Scipio en beheer

Scipio Online is een moderne applicatie voor kerken. Het systeem is ontwikkeld vanuit de filosofie dat vooruitstrevende technologie beschikbaar moet zijn voor iedere kerk. Het programma onderscheidt zich van andere software door gebruiksvriendelijkheid en functionaliteit.

Ledenregistratie, financiële bijdragen, giften, notities, contactmomenten, huisbezoek, giften, geefgedrag, herinneringen, documentenbeheer, brieven, e-mailberichten; het kan allemaal binnen Scipio Online worden bijgehouden. Het programma kan door vele personen worden gebruikt; op basis van gebruikersrollen en rechten, worden de bevoegdheden binnen het programma bepaald. Tegelijkertijd met verschillende personen van uw gemeente samenwerken in één gezamenlijke administratie, te denken valt aan o.a. Ledenadministrateur, Pastoraal team en Kringen, Communicatieteam, Penningmeester enz. Volgens de brochure kunnen er ook groepen gemaakt worden, die binnen de groep met elkaar kunnen communiceren via de app maar ook documenten met elkaar delen. Documenten kunnen in een vaste lay-out klaargezet worden, zodat er uniformiteit ontstaat in het uiterlijk van de documenten. Om een idee te krijgen zie organogram onderaan – de beheerder wordt aangestuurd en faciliteert de in het blauw aangegeven groepen.

Ons voorstel is, gezien de uitgebreide mogelijkheden van Scipio, om de Technische Commissie (Tech. cie.) uit te laten zoeken wat de mogelijkheden zijn. en deze voor te leggen aan de nieuwe Kerkenraad, deze kan dan beslissen welke applicaties er geactiveerd gaan worden en zichtbaar zullen zijn in de Scipio App.

Voor uitgebreide informatie over Scipio online kunt u de PDF hieronder openen.

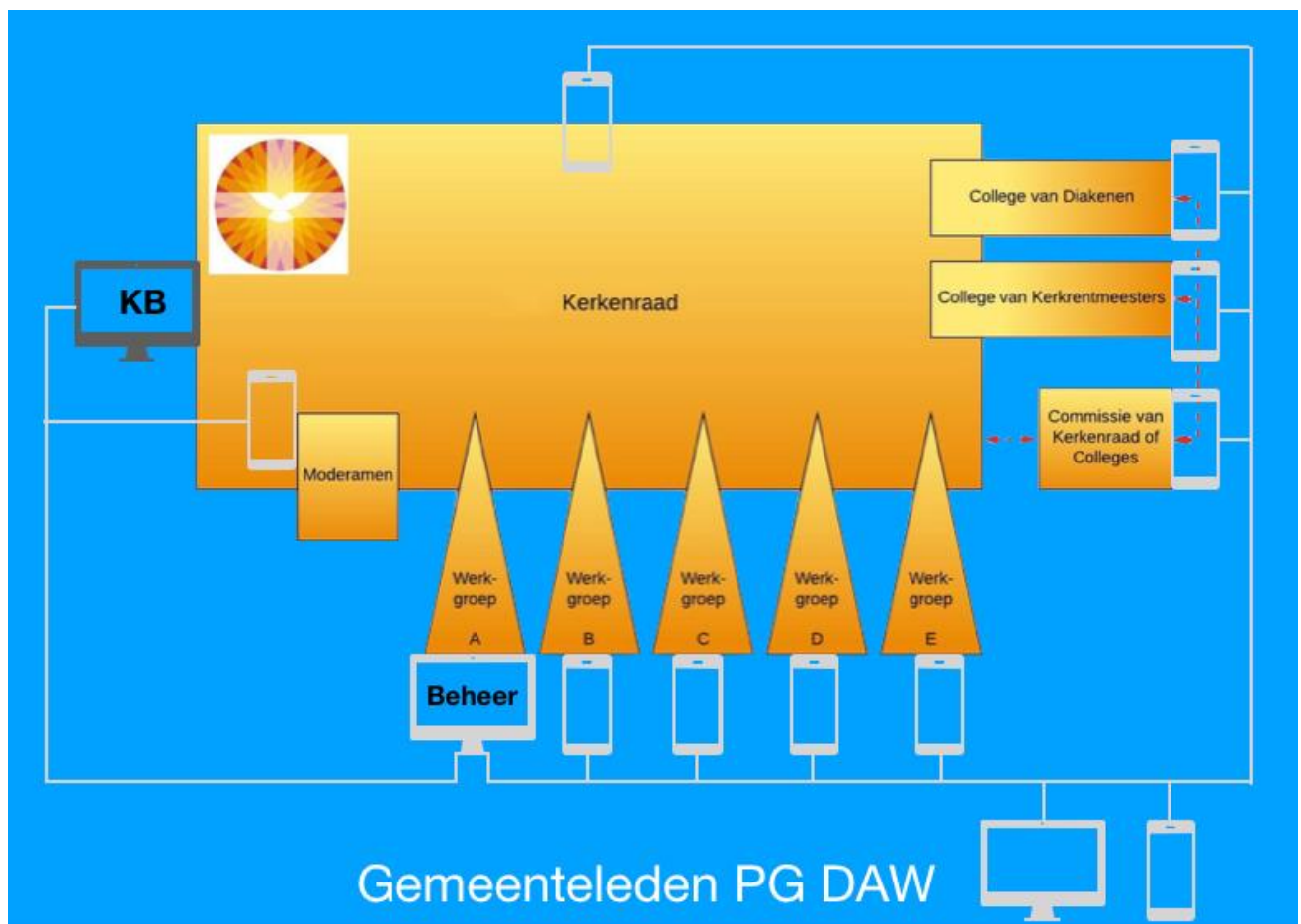
<https://www.hagru.nl/download/brochure-Scipio-Online.pdf>

De Scipio kerk App is een bewezen communicatieplatform voor kerken. De app maakt de gemeente hechter, verhoogt de (collecte) inkomsten en is veilig. De app biedt een veilig en besloten communicatieplatform voor ieder gemeentelid. Een laagdrempelige toegang tot alle gemeente-informatie en de ledenlijst, met volledige privacy gegarandeerd! Het is dé oplossing voor uw kerkelijke gemeente om leden ook onderling te bereiken. De App bestaat uit verschillende onderdelen o.a. Digitaal collecte/geven, periodieke toezeggingen, nieuwsbrieven en andere documenten, communiceren in kringen, verjaardagen, Agenda, kerkdiensten, actuele ledenlijst, smoelenboek en koppeling naar de website en deel je moment. Het is mogelijk om Scipio naar eigen inzicht in te richten.

Ons voorstel is om dit gedeelte ook onder te brengen bij de Tech. cie. Bij het delegeren van deze 2 taken aan de Tech. cie, moet duidelijk zijn wat de taken en verantwoordelijkheden zijn met de bijbehorende bevoegdheden.

Voor uitgebreide informatie over de Scipio-App kunt u de PDF hieronder openen.

<https://www.hagru.nl/download/Scipio-App-informatiepakket.pdf>



Kerkelijk bureau, beheer kerkleden, AKB, administratie enz



Faciliteert KB, gebruikersgroepen en gemeenteleden



Gebruikersgroepen en gemeenteleden

Bijlage 4: Overige, belangrijke communicatiemiddelen (externe communicatie)

Externe communicatie is alle communicatie vanuit een bedrijf of organisatie naar buiten toe. Van persvoorlichting tot crisiscommunicatie. Er zijn letterlijk tientallen communicatiemiddelen. U kunt mondeling communiceren in een persoonlijk gesprek, over de telefoon of tijdens een open dag, om maar een paar opties te noemen. Schriftelijke communicatie kan onder meer per brief, folder, relatiemagazine, poster, e-mail of nieuwsbrief. Audiovisueel is natuurlijk ook mogelijk, met een video, animatie, e-zine of weblog. Kortom, de vraag is niet zozeer wat er mogelijk is, maar welke middelen het best bij de situatie passen.

Middelen

Drukwerk (Posters, Brochures, Briefpapier, Folders)

Website

Sociale media (zie: <https://www.svdj.nl/nieuws/facebook-niet-meer-koploper-nederlandse-social-mediagebruikers/>)

Persberichten

Tip: Huisstijlhandboek

Voor professionele communicatiemiddelen is een huisstijlhandboek een absolute aanrader. Hierin staan omschreven welk logo, lettertype, lay-out, tekst- en fotogebruik gehanteerd worden. Op die manier is voor externen ook direct duidelijk van wie de boodschap afkomstig is.

Persberichten

Voor de PG DAW is een goede manier om onder de aandacht te komen van de lokale media het versturen van persberichten. Maak hierbij gebruik van de 10 gouden tips die op de volgende pagina staan vermeld. Het medialandschap verandert ook lokaal voortdurend, maar op dit moment zijn de volgende lokale en regionale media te onderscheiden. De transformatie van mediagebruik van papier naar digitaal is ook in de regio Noardeast Fryslân in volle gang en online media winnen steeds meer terrein.

Online Media

WâldNet (www.waldnet.nl, info@waldnet.nl)

In-Dokkum.nl (www.in-dokkum.nl, redactie@in-dokkum.nl)

Dag- en Weekbladen

Leeuwarder Courant (www.lc.nl, redactie@lc.nl)

Friesch Dagblad (www.frieschdagblad.nl, regio@frieschdagblad.nl)

Actief Media (www.actiefmedia.nl, redactie@actiefmedia.nl)

De Westereender (www.dewestereender.nl, jefanka@planet.nl)

Nieuwe Dockumer Courant (www.nieuwedockumercourant.nl, redactie.kdc@ndcmmediagroep.nl)

Omroepen

RTV Noordoost Friesland (www.rtvnof.nl, nieuws@rtvnof.nl),

Omrop Fryslân (www.omropfryslan.nl, redaksje@omropfryslan.nl)

Perscontacten en woordvoerschap

Bij het contact met de pers is het belangrijk om één woordvoerder te hebben, die goed op de hoogte is van de ontwikkelingen binnen de PG DAW. Een persbericht is niet altijd het beste middel.

Afhankelijk van het onderwerp kan bijvoorbeeld ook gekozen worden voor een persuitnodiging, persgesprek of bij 'zware' onderwerpen een persconferentie.

1. Het nieuws bovenaan

Begin je persbericht met het belangrijkste nieuws samengevat in een korte lead van enkele zinnen. Het gebeurt nog te vaak dat het 'echte' nieuws verstopt zit ergens midden in het persbericht. Zorg dat je geen belangrijke informatie vergeet te vermelden door na te gaan of je antwoord hebt gegeven op het klassieke rijtje vragen: wie? wat? waar? wanneer? waarom? en hoe?

2. Duidelijke onderwerpregel en kop

Begin de onderwerpregel van je mail met 'Persbericht:' gevolgd door een goede kop, zodat het doel meteen duidelijk is. Zet het nieuws in het kort in de titel van je mail. Laat daarbij overbodige woorden zoveel mogelijk weg, want: hoe korter, hoe beter. Nog regelmatig komen er persberichten binnen met als subject slechts 'Bericht voor de redactie' of 'Persbericht'. Ook fout: misleidende of grappig bedoelde koppen voor je persbericht.

3. Persbericht in de tekst van de e-mail

Verstuur nooit een e-mail met het persbericht alleen als attachment. Journalisten hebben daar een gruwelijke hekel aan. Zet dus altijd ook de kale tekst van de persmededeling in de e-mail zelf, ook al doe je daar die prachtig vormgegeven PDF-versie bij. Gekleurde lettertypes of een gekleurde achtergrond in de mail zijn eveneens storend en zijn voor een kleurenblinde journalist (nog altijd 1 op twaalf mannen) niet of moeilijk te lezen. Ook al zegt de 'bedrijfsbrede huisstijl' dat er in de mail een logo en een bepaalde opmaak moet, doe het niet in een persbericht. Journalisten moeten snel veel teksten kunnen doorscannen, zonder hindernissen. Bovendien wordt opgemaakte mail niet in ieder mailprogramma goed weergegeven.

4. Pas de ontvangers aan per onderwerp

Bepaal aan welke journalisten en media je je persbericht het beste kan versturen. Pas de ontvangers per onderwerp aan. Stuur dus geen berichten over een nieuwe kunstexpositie naar Sprout. Journalisten die je al goed kent, kan je ruim van tevoren een persoonlijke mail sturen over het nieuws. Wil je je relatie met hen goed houden, dan willen ze je persbericht graag voor de 'meute' hebben.

5. Geen marketingtaal en jargon

Probeer niet te veel verkooptaal en vaktermen te gebruiken. Niet alle journalisten zijn op de hoogte van het jargon in een bepaald vakgebied. Marketingtaal is helemaal taboe. Als je product of dienst zo 'vernieuwend', 'innovatief' of 'uniek' is, dan moet dat blijken uit de rest van het bericht, en kan je die woorden weglaten. En durf je toch te beweren dat iets innovatief is, toon dat dan ook meteen aan, onderbouw het met argumenten. Bijvoorbeeld door te vertellen wat een product anders maakt of wat er precies nieuw aan is.

6. Wees (mobiel) bereikbaar

Persberichten moeten altijd eindigen met zoveel mogelijk contactgegevens van mensen aan wie journalisten vragen kunnen stellen. Zet daar altijd zowel vaste als mobiele telefoonnummers bij. Let op: op de dag van versturen, moeten die mensen ook echt bereikbaar zijn. Nog vaak gebeurt het dat de contactpersonen onder een persbericht 'toevallig' op vakantie zijn of de hele dag in besprekingen zitten.

7. Spreek journalisten op de juiste toon aan

Gratis publiciteit is een gunst, dus spreek de journalisten altijd vriendelijk aan. Schrijf bijvoorbeeld nooit: 'Voor directe plaatsing in uw tijdschrift'. Geen enkel serieus medium neemt een tekst van een persbericht klakkeloos over. Wie zelf de hele tekst wil bepalen, koopt maar een advertorial.

8. Het moet wel nieuws zijn

Stuur niet bij elk wisselwase een persbericht. Er moet wel nieuws zijn om te melden. De irritatie over een overkill aan persberichten van je bedrijf, kan ertoe leiden dat als je wel een belangrijke mededeling hebt, deze ook niet meer wordt meegenomen. Dus: houd je een beetje in.



9. Maak een archief

Zorg ervoor dat je aan het eind van het persbericht linkt naar een webarchief met eerdere persberichten. Journalisten die door een bericht interesse hebben, willen graag lezen welke mededelingen je recent nog meer hebt verstuurd. Bovendien is Google dol op persberichten, dus loont het sowieso ze allemaal op je bedrijfssite te zetten. Zorg daarnaast voor logo's en ander beeldmateriaal dat direct te downloaden is van de website. Verstuur geen persbericht met een foto van 6 mb.

10. Gebruik het bcc-veld

Zet nooit de e-mailadressen van journalisten en redacties in het cc-veld. Dan kunnen anderen zien wie het bericht nog meer heeft gekregen. Zien journalisten daar heel veel andere media staan, dan denken ze eerder dat zij het niet meer hoeven te brengen, omdat de rest er ook al over gaat schrijven. Bovendien is het vervelend de mailadressen van mensen ongevraagd bekend te maken. Gebruik dus altijd het bcc-veld, zodat de adressen van de ontvangers onzichtbaar blijven. Het klinkt als een open deur, maar zoals bij alle tips geldt, ook deze fout komt nog bijna dagelijks voor.

