



Kerkennacht 2017 - 'Meer dan een dak...'

Communicatieplan

Dit document bevat een globale opzet voor de planmatige aanpak van de landelijke communicatie rond de Kerkennacht 2017. Deze communicatie wordt verzorgd door de stuurgroep, die opereert onder de vlag van de Raad van Kerken. Dit plan is geschreven voor de stuurgroep en is besproken op de bijeenkomst van 5 september a.s. Nadat er nog enkele wijzigingen zijn aangebracht, is de stuurgroep aan de slag gegaan om de ideeën voor Kerkennacht 2017 uit te werken en landelijk uit te rollen.

Aanleiding

Op maandag 4 juli is de stuurgroep in een nieuwe formatie voor het eerst bij elkaar geweest. Marina Kapteyn is een van de nieuwe leden. De roep om landelijke coördinatie van de communicatie en om een centrale aanpak klinkt. Marina zal het communicatieplan schrijven en wil zorgdragen voor het coördineren van de inzet van social media. Over dat laatste zijn nog geen definitieve afspraken gemaakt.

Thema 2017

Uit de voorstellen in het overleg hadden onderstaande opties de sterkste voorkeur:

1. Zo maar een dak
2. Deze wereld omgekeerd

Kort daarna werd echter bekend dat het thema van de diaconale dag (DD) in november 2016 wordt 'Meer dan een dak boven het hoofd..'. Het is de vraag of optie 1 niet gaat 'wringen' met dit thema. Hoe verhouden beide thema's (optie 1 versus thema DD) zich tot elkaar? De stuurgroep is er nog niet 100% van overtuigd dat optie 1 het gaat worden. Op FB is optie 1 echter al gecommuniceerd.

Op 5 september heeft de stuurgroep gekozen voor het thema: 'Meer dan een dak..'

Plan

Doelstellingen Kerkennacht 2017

Mensen op een laagdrempelige manier verleiden om eens een kerk binnen te lopen.

Betrokkenheid tussen geloofsgenoten en de buurt versterken door nieuwe vormen van samenwerking op te zetten.

Vooroordelen over de kerk wegnemen door een ander beeld neer te zetten.



Deze doelstellingen laten zich vertalen in de volgende communicatiedoelstellingen:

Landelijk:

1. De Kerkennacht 2017 landelijk bekend maken als oecumenisch initiatief en zodanig promoten onder plaatselijke kerken en partners dat ze enthousiast worden om mee te doen of bij te dragen aan dit project.

Plaatselijk:

1. De Kerkennacht 2017 onder de aandacht van stede- en dorpelingen brengen, zodat ze nieuwsgierig worden naar hoe een kerk bij hen in de buurt er van binnen uitziet en/of naar wat deze te bieden heeft
2. De Kerkennacht 2017 zodanig onder de aandacht brengen van geloofsgenoten, buurtorganisaties en partners dat ze willen participeren in Kerkennacht 2017.

Deze laatste doelstelling kan uiteraard ook worden meegenomen in de landelijke communicatie van de stuurgroep. Het is als het ware het 'doel achter het eerste doel'. Dit plan focust op beide, met iets meer de nadruk op de landelijke communicatie.

Doelgroepen

Landelijke communicatie:

1. Kerken, geloofsgemeenschappen en groepen van diverse kleur; protestants, rooms-katholiek, luthers, joods, die actief zijn op het gebied van pr en communicatie of die een relatie hebben met (massa)media.
2. Partners die door de aard van hun activiteiten hun medewerking aan deze Kerkennacht kunnen verlenen, in de vorm van sponsoring via financiële middelen of in natura. Denk bijvoorbeeld aan ondernemers in de (kerk)bouw- en restauratiesector, dakbedekkers, architecten en hun netwerk.

Plaatselijke communicatie:

1. Mensen die niet tot een geloofsgemeenschap behoren (seculieren) maar wel in de omgeving van een kerk wonen, werken, regelmatig verblijven (stede- en dorpelingen).
2. Geloofsgenoten.
3. Buurtorganisaties; met het oog op het samenwerken om het programma vorm te geven.
4. Partners die interesse hebben om hun medewerking aan deze Kerkennacht te verlenen in de vorm van sponsoring via financiële middelen of in natura.



Boodschap

Landelijk:

1. Doe mee met de organisatie van de Kerkennacht 2017, want dit oecumenisch initiatief maakt het mogelijk om uw kerk bekend te maken bij mensen die minder vertrouwd zijn met uw geloofstraditie.
2. Verleen uw medewerking aan Kerkennacht 2017, want dit biedt u de mogelijkheid om mee te werken aan een plaatselijk goed doel en om uw naam bekender te maken.

Plaatselijk:

1. Kom eens binnen in onze kerk; dit gebouw is meer dan een dak; de mensen van deze gemeenschap hebben een eigen verhaal te vertellen.
2. Help om te laten zien dat uw kerk meer is dan een dak; deel uw ervaringen en laat zien wat de meerwaarde is van de kerk voor uw buurt.
3. Verleen uw medewerking aan Kerkennacht 2017, want dit biedt u de mogelijkheid om nieuwe vormen van samenwerking aan te gaan.
4. Verleen uw medewerking aan Kerkennacht 2017, want dit biedt u de mogelijkheid om uw naam bekender te maken.

Strategie

Landelijk:

Ambassadeurs met een grote achterban, invloed en reikwijdte inzetten die het initiatief een warm hart toe dragen en de boodschap kunnen helpen uitdragen. Mediapartners kunnen ook als ambassadeur optreden.

Social media kunnen helpen het initiatief landelijke bekendheid te geven. Regelmatig nieuwe berichten posten is belangrijk om de aandacht voor het project vast te houden.

Plaatselijk:

De initiatieven voor Kerkennacht 2017 bekendmaken door in te spelen op betrokkenheid en samenwerking tussen kerken en buurtorganisaties. De kerk heeft meer te bieden dan een dak.

Social media kunnen helpen het initiatief regionaal en plaatselijk meer bekendheid te geven. Regelmatig nieuwe berichten posten is belangrijk om de aandacht voor het project vast te houden.

Landelijk/plaatselijk:

Appelleren aan de groeiende belangstelling voor spiritualiteit. Welke rol speelt de kerk in het ontdekken van je eigen spiritualiteit?

Aansluiten bij de aandacht in de media voor items als het Lutherjaar, het belang van religieus erfgoed etc.



Organisatie

De stuurgroep verzorgt de landelijke communicatie naar de deelnemende kerken, de sponsors en de pers. Deze uitingen zullen deels ook het grote publiek bereiken. De deelnemende kerken verzorgen echter primair de communicatie naar de betrokken partners (bezoekers, organisatoren, sponsors en buurtorganisaties).



Middelen

Doelgroepen-/middelenmatrix

Doelgroep /Middelen	Persbericht, artikel	Nieuws- brief, bulletin	Folders, leaflet	Overleg	Kerkblad	Website	Facebook	Twitter	(Youtube) Filmpje
Landelijke communicatie door stuurgroep									
Organisatoren deelnemende kerken	X	x	x	x		x	x	x	x
Sponsoren, landelijke organisatie	X	x	x	x		x	x	x	x
Bezoekers	X					x	x	x	x
Plaatselijke communicatie door kerk. gemeenten *									
Bezoekers	X		x			x	x	x	x
Geloofsgenoten (leden kerkgenootschappen)			x	x	X	x	x	x	x
Sponsoren, buurt- organisaties	x		x	x	x	x	x	x	x



Toelichting bij matrix

In de matrix staat aangegeven welke doelgroepen met welke middelen bereikt kunnen worden. Let op, de landelijke en plaatselijke middelen hebben soms dezelfde duiding, maar zijn feitelijk andere middelen (bijv. website Raad van Kerken versus website plaatselijke kerk).

De plaatselijke sponsors kunnen met veel middelen bereikt worden, zo blijkt. De folders kunnen vooral op plaatselijk niveau nuttig zijn.

* De deelnemende gemeenten hebben de vrijheid om te bepalen hoe ze de communicatie aanpakken; met vragen of voor ondersteuning kunnen ze altijd bij de stuurgroep terecht.

De stuurgroep kan ook standaardteksten aanleveren, bijvoorbeeld voor berichten in de media.

Planning van de communicatieactiviteiten

Landelijk, globaal:

Start berichten (persbericht of nieuwsbrief) naar plaatselijke kerken: september 2016

Aanmelding plaatselijke kerken: vanaf najaar 2016

Overleg voor vragen en afstemming: voorjaar 2017

Regelmatig iets posten op website en social media, en laten delen op social media houdt het fenomeen onder de aandacht

Wat nog volgt: een concreet actieplan met tijdspad op middelenniveau. Wat communiceren we wanneer? En welke middelen zetten we daarvoor in?

Facebook biedt mogelijkheden

Probeer een community op te bouwen rond de Facebookpagina van het landelijke evenement. Communiceer dit adres landelijk en in de plaatselijke kerken. Motiveer deelnemende kerken om te laten zien wat ze doen. Dit kan anderen weer op ideeën brengen.

Op de pagina kun je een evenement voor de Kerkennacht aanmaken. Dit evenement kunnen plaatselijke kerken dan weer delen. En men kan FB-leden uitnodigen voor dit evenement.

Als kerken zelf een evenement hebben aangemaakt, kunnen ze dat weer delen via de landelijke pagina.

Zet op de website een kaart of een lijst met deelnemende kerken en activiteiten.

Timing: we kunnen al starten met de kerken waar al iets bekend is van het programma.

Plaatselijk

Ter invulling door de deelnemende gemeenten.



Taakverdeling

Duidelijke afspraken binnen de stuurgroep over wie wat doet (welke acties, media) zijn belangrijk. Dit voorkomt dat werk dubbel gebeurt of niet gebeurt. Ter invulling op de vergadering.

Kosten / werving sponsoren

De ervaring uit andere jaren leert dat het lastig is om via fondsen geld te krijgen, gezien het karakter van een zich herhalend evenement. Daarom zal de stuurgroep zich inspannen om de kosten te beperken door sponsoren te zoeken die bijdragen in natura kunnen leveren. Een goede communicatie richting sponsoren wordt daarmee dus extra belangrijk. Hoe deze vorm krijgt kan later preciezer worden ingevuld. Wat in dit geval landelijk geldt, geldt ook voor de plaatselijke activiteiten.

Evaluatie

Door bezoekers: ter plaatse, via een online enquête; verzamel e-mailadressen!

Door organisatoren: via online-enquête (via google, etc.)

Door stuurgroep: in bijeenkomst, als uitkomsten van online-enquête binnen zijn.

13 september 2016

Namens Stuurgroep Kerkennacht 2017

Marina Kapteyn

www.alphatekst.nl

