

## Rapport van deputaten landelijk kerkelijk bureau

### 1. Inleiding

De generale synode van 2016 benoemde de volgende deputaten: H.R. Hakvoort-Koelewijn (penningmeester), D.J. van Zoelen (secretaris) en B. van Amerongen (voorzitter). Namens deputaten buitenlandse zending werd R. Hoogendoorn benoemd als deputaat, namens deputaten diaconaat H. Carlier en namens deputaten evangelisatie J. Nutma. Tijdens de verslagperiode was J.G. van den Berg manager van het Dienstenbureau. Voorzitter en manager hebben regelmatig overleg.

Deputaten hebben jaarlijks drie of vier keer in goede saamhorigheid vergaderd. Naast deze deputatenvergaderingen is er enige malen overleg geweest met enkele andere deputaatschappen.

### 2. De organisatie

#### 2.1 Organisatie-inrichting

Het Dienstenbureau wordt ruwweg opgedeeld in twee te onderscheiden werkgebieden: enerzijds de bureauhoudende deputaatschappen met hun eigen beleidsmedewerkers die allen werkzaam zijn op hun eigen beleidsterrein, anderzijds de ondersteunende administratieve, secretariële organisatie.

De taken van het Dienstenbureau zijn de laatste jaren toegenomen. Steeds meer functioneert het kantoor als vraagbaak voor kerken en gemeenten. Met name door veranderende wetgeving op het gebied van ANBI, VOG, privacy en dergelijke, vragen kerken aan het Dienstenbureau vaker om advies.

#### 2.2 Personeelsbezetting

In het volgende overzicht is de huidige samenstelling van het personeelsbestand van het Dienstenbureau weergegeven. Per 1 januari 2019 werken in totaal 20 personen op het Dienstenbureau.

| Personeelsbestand | omvang in uren/wk<br>vorig rapport | omvang in uren/wk<br>per 01-01-2019 |
|-------------------|------------------------------------|-------------------------------------|
| Diaconaat         | 63                                 | 60                                  |
| Evangelisatie     | 58                                 | 72                                  |
| Zending           | 45                                 | 36                                  |
| Algemene zaken    | 253                                | 279                                 |
|                   | <u>419</u>                         | <u>447</u>                          |

De stijging in uren laat zich als volgt verklaren:

Ten tijde van het vorige rapport was er een vacature m.b.t. communicatie i.v.m. vervanging van een langdurige zieke werknemer. Hiervoor is een medewerker voor 20 uur per week aangetrokken. Ook bij evangelisatie is uitbreiding gerealiseerd door de komst van een teamondersteuner voor 18 uur per week.

Op algemene zaken zijn enkele medewerkers, waaronder de manager, minder gaan werken. In combinatie met een nieuwe opdracht vanuit emeritikas, was er ruimte een beleidsmedewerker aan te trekken voor 32 uur per week.

#### 2.3 Overige bureau aangelegenheden

##### a. Huisvesting

Sinds 2008 is het Dienstenbureau gehuisvest in het gebouw van de Pniëlkerk in Veenendaal. De centrale ligging en de mogelijkheid om gebruik te kunnen maken van zalen bij de kerk, zorgen ervoor dat het kantoor ook een prima vergaderplek is voor verschillende deputaatschappen. Door de recente personeelsuitbreidingen lopen we qua ruimte ondertussen tegen de grenzen aan.

b. *Automatisering*

Op het Dienstenbureau wordt gebruikgemaakt van een relatiemanagementsysteem, waardoor eenvoudig de financiële stroom van opdrachten uit de kerken te koppelen is aan de gemeenten die de betalingen verrichten. Periodiek krijgen alle gemeenten een overzicht van de status van de financiële opdrachten. In 2017 zijn we overgegaan op glasvezel. Inzake de AVG is er nog eens goed naar alle beveiligingsinstellingen gekeken en zijn enkele wijzigingen doorgevoerd.

c. *Innen van bijdragen*

Gedurende de afgelopen synodes hebben deputaten meermalen de vraag gesteld hoe de bijdragen aan de diverse kashoudende deputaatschappen meer verspreid over het jaar geïnd kunnen worden. In veel gevallen is het zo dat de bijdragen vanuit de kerken pas in de loop van het jaar op gang komen, terwijl de kosten gelijk over het jaar verdeeld zijn. Het is wenselijk als de inkomsten bij de diverse deputaatschappen gelijk over het jaar verdeeld binnen zouden komen. Gelukkig kunnen we constateren dat de laatste jaren de opdrachten vlotter en meer gelijkmatig over het jaar worden voldaan.

Wel blijkt dat een deel van de kerken het laatste deel van de opdracht pas na het verstrijken van het kalenderjaar overmaakt. Dit is een punt wat onze aandacht blijft houden. Mede daarom blijven we de voorjaarsclasses informeren over de nakoming door de kerken van de verplichtingen aan de generale kassen in het voorgaande kalenderjaar.

d. *Bureauleiding*

Voor iedere vergadering van deputaten LKB stelt de manager een managementletter op over het reilen en zeilen van het bureau, zodat deputaten LKB goed inzicht hebben in de werkzaamheden, het personeel en het functioneren van het bureau als geheel. Een afvaardiging van deputaten LKB bespreekt regelmatig het functioneren van de manager van het bureau. Met dankbaarheid mag geconstateerd worden dat op het bureau en daarbuiten waardering is voor de wijze waarop de werkzaamheden uitgevoerd worden.

e. *Samenwerking TUA*

Sinds 2009 verzorgt het Dienstenbureau diverse financiële diensten aan de Theologische Universiteit Apeldoorn, zoals salarisadministratie, personeelsadministratie, financiële administratie en aanvullende administratieve diensten.

Centraal in de samenwerking staat wekelijks overleg tussen de manager van het Dienstenbureau en de algemeen bestuurder van de universiteit. De samenwerking wordt van beide zijden als prettig en constructief ervaren.

f. *Communicatie*

Van de website van onze kerken [www.cgk.nl](http://www.cgk.nl) wordt iedere dag gebruikgemaakt. De website wordt daarom dagelijks door de redactie geactualiseerd. In 2018 werden online nieuwsbrieven gelanceerd voor diaconaat, evangelisatie en zending. Deze blijken elk een trouwe lezersschare te bedienen. In het communicatieplan (2019) wordt overwogen

om regelmatig ook meer algemene nieuwsbrieven te verzenden. Deze kunnen bijdragen aan de onderlinge band tussen leden en kerkverband.

De websitecommissie bestaat uit de bureaumedewerkers H. Bal, M. Blankenstijn en L. van Grootheest. Zij komen meermalen per jaar bij elkaar om praktische of

5

beleidsmatige zaken te bespreken.

Op social media is het Dienstenbureau alleen via Twitter actief. De teams van diaconaat en evangelisatie onderhouden ook een eigen Facebookkanaal. Overwogen wordt om actiever te worden op meer social media en daarvoor ook (animatie)filmpjes te laten maken die geschikt zijn als kennismaking met onze kerken (voor catechisanten en mensen die overwogen lid te worden).

10

Enkele malen per jaar wordt een informatiebrief opgesteld en verzonden ten behoeve van commissies van beheer en penningmeesters van de plaatselijke kerken. Deze verslagperiode zijn kerken geïnformeerd over o.a. kerk en veiligheid en een nieuw vragenformulier van de banken. De meeste informatie had echter betrekking op de Algemene Verordening Persoonsgegevens (AVG) en de informatieplicht voor het behoud van de ANBI-status.

15

Kerken (en andere organisaties) dienen zorgvuldiger om te gaan met het gebruik van persoonlijke gegevens en beeldmateriaal.

20

Het Dienstenbureau is in gesprek met deputaten kerk en media over het gebruik van website en social media. Vanwege de AVG (2018) moesten veel foto's van personen verwijderd worden van de website. Daardoor kwamen de stenen kerkgebouwen tijdelijk weer terug aan de bovenzijde van de homepage.

25

Inmiddels opent de website met nieuwsberichten, die zorgen voor meer diversiteit in het beeld. In de nieuwsberichten wordt gestreefd naar een goede mix van feitelijke en 'warme' berichten. Een nieuwe bron voor feitelijk nieuws zijn de classisverslagen die de verslagleggers doorsturen naar het Dienstenbureau. Voor 'warme' berichten wordt geput uit de verhalen die beschikbaar zijn bij de verschillende teams binnen het Dienstenbureau.

30

In het communicatieplan (zie § 3.4) stellen wij voor een redactiecommissie in te stellen voor het verwerven van overige 'warme' verhalen. De wens van deputaten kerk en media om de 'webredactie uit te breiden met 1 of 2 personen die betrokken zijn op het bredere kerkelijke leven en journalistieke vaardigheden bezitten' komt dus op een andere manier terug in het communicatieplan. Wij bepleiten niet een uitbreiding van de webredactie, maar een redactiecommissie voor de nieuw op te zetten CGK-nieuwsbrief, in combinatie met CGK-social media.

35

De huisstijl die in 2016 werd ontwikkeld wordt ook door gebruikers buiten het Dienstenbureau, bijvoorbeeld deputaatschappen, steeds meer toegepast.

40

In de verslagperiode is het Dienstenbureau regelmatig gevraagd informatie door te zenden aan de kerken. Wanneer dit gaat om fondsenwervende of commerciële activiteiten, wordt hieraan niet meegewerkt. Eigen organisaties (deputaatschappen of landelijke commissies) krijgen natuurlijk wel alle medewerking. In alle overige gevallen vindt toetsing plaats door twee personen van het bureau, waarbij allereerst gekeken wordt of de informatie dienstbaar is aan de kerken.

45

50

g. *Centraal rekeningen beheer*

Deputaten hebben in 2011 centraal rekeningbeheer doorgevoerd. Vanuit het oogpunt van goed rentmeesterschap zijn deputaten sterk voorstander van gemeenschappelijk rekeningenbeheer. Daarbij zijn er voordelen te behalen met betrekking tot de te ontvangen rente. Veruit de meeste deputaatschappen hebben hun geldmiddelen ondergebracht bij het LKB. Door de gelden centraal te beheren, is een kleinere vaste kern aan liquiditeiten benodigd, waardoor een groter deel van de gelden van de kerken tegen een hogere rente is vast te zetten. Daarnaast zijn er voordelen op het gebied van bankkosten en treasury. In de verslagperiode hebben deputaten kerk en Israël de geldmiddelen en betalingsverkeer ondergebracht bij het Dienstenbureau.

h. *ANBI-regelgeving*

De Christelijke Gereformeerde Kerken in Nederland (CGK) zijn door de Belastingdienst erkend als een Algemeen Nut Beogende Instelling (ANBI). Wie aan zo'n instelling een gift geeft, mag dat bedrag aftrekken van de inkomstenbelasting. Bovendien is de ontvangende instelling vrijgesteld van schenk- en erfbelasting. De CGK heeft van de belastingdienst een groepsbeschikking ontvangen. Deze is van toepassing op alle tot de kerk behorende rechtspersonen (de plaatselijke gemeenten, bredere vergaderingen en deputaatschappen).

In de afgelopen jaren is de ANBI-regelgeving sterk gewijzigd. Kerkgenootschappen en hun zelfstandige onderdelen moesten uiterlijk per 1 januari 2016 aan de nieuwe ANBI-regelgeving voldoen.

Elk kerkelijk onderdeel dat gebruik wil maken van de ANBI-status wordt verplicht om op digitale wijze (dus: online) transparant te zijn over bestuur, beloning, doel en beleidsplan, over jaarrekening en jaarverslag. Zij kunnen deze gegevens op hun eigen website publiceren, maar het is ook mogelijk deze te publiceren op bijvoorbeeld een publicatieportaal of op de landelijke CGK-website. Deze publicatie dient op 30 juni van ieder jaar te zijn bijgewerkt.

Het Dienstenbureau bewaakt dat de verplichte ANBI-informatie van de plaatselijke kerken wordt geplaatst op een door de Belastingdienst vindbare plek. Met name de tijdigheid van de publicatie is voor verbetering vatbaar.

In verband met het afgesloten convenant heeft het CIO met de Belastingdienst afgesproken *vanaf 2018* de publicatieplicht van de ANBI-instellingen te controleren. In 2018 vond dat plaats in november, maar het is te verwachten dat volgende jaren zo'n controle eerder zal plaatsvinden. Wij willen de aangesloten kerken nogmaals wijzen op de noodzaak van tijdige publicatie.

In het overleg tussen CIO en de Belastingdienst is aandacht gevraagd voor interne controle op de ANBI-vereisten. De kerkgenootschappen dienen ieder - in hun eigen kring en met inachtneming van hun inrichtingsvrijheid - toe te zien op de nakoming van de ANBI-voorwaarden bij de tot hun kerkgenootschap behorende, dan wel in de invloedssfeer aanwezige rechtspersonen die onder de groepsbeschikking ANBI van het kerkgenootschap vallen.

Als kerkverband hebben we hiervoor waarborgen ingericht door middel van vragen bij de kerkvisitatie. Daarnaast heeft iedere plaatselijke kerk als het goed is de jaarcijfers

laten controleren door een kascontrolecommissie of een accountant die verslag uitbrengt aan de kerkenraad.

Om te kunnen constateren dat er intern toezicht heeft plaatsgevonden zullen we in het voorgeschreven ANBI-format een invultekst opnemen waarin de kerken aan kunnen  
5 geven wanneer het toezicht heeft plaatsgevonden.

Wij stellen voor dat het Dienstenbureau naast de taak om jaarlijks na te gaan of de vereiste ANBI-informatie door de lokale kerken daadwerkelijk (en tijdig) wordt verstrekt, ook de taak krijgt om na te gaan of de kerken de interne controle voldoende  
10 hebben ingericht.

*i. AVG / privacy*

Vanaf 25 mei 2018 moet iedere organisatie binnen de Europese Unie voldoen aan de nieuwe privacywetgeving, die is opgenomen in de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). In Nederland is de Autoriteit Persoonsgegevens belast met de handhaving van de wet.  
15

Ook kerkgenootschappen vallen onder de AVG. De Christelijke Gereformeerde Kerken in Nederland willen bewust en zorgvuldig omgaan met persoonsgegevens en de privacy van de leden en bezoekers. Daarom is het belangrijk dat ieder die binnen de kerk met persoonsgegevens te maken heeft, zorgt dat hij of zij zich aan de geldende regelgeving houdt.  
20

Vanaf december 2017 hebben wij middels informatiebrieven de kerken uitgebreid geïnformeerd over de invoering van de AVG. Het CIO (overlegorgaan kerken inzake overheidszaken) is nog in gesprek met de Autoriteit Persoonsgegevens. Het CIO benadrukt dat de AVG kerken respecteert in de eigen inrichting. Wij volgen de gesprekken tussen CIO en de autoriteit persoonsgegevens nauwlettend.  
25

*j. Werkzaamheden t.b.v. emeritikas*

De laatste synode heeft deputaten emeritikas opgedragen contact op te nemen met het Dienstenbureau om na te gaan of de administratie inzake het uitbetalen van uitkeringen overgedragen kan worden aan het Dienstenbureau. Hierover hebben gesprekken plaatsgevonden. Vanaf het 4<sup>e</sup> kwartaal 2018 verzorgt het Dienstenbureau nu de administratie van de uitkeringen aan emeriti. Ook de administratie m.b.t. het uitbetalen van compensatiebedragen aan de plaatselijke kerken heeft het Dienstenbureau overgenomen.  
30  
35

*3. Opdrachten van generale synode 2016*

*3.1 Centraal rekeningbeheer*

De synode besloot deputaten op te dragen om die deputaatschappen die nog niet deelnemen in het centraal rekeningbeheer, zodanig te overtuigen van de voordelen hiervan dat ze zich hierbij willen aansluiten.  
40

Voor veel deputaatschappen geldt dat het als ontzorging wordt ervaren wanneer zij geen eigen bankrekeningen meer hebben en wanneer het betalingsverkeer op het Dienstenbureau wordt uitgevoerd. Voor deputaatschappen met beleggingen en/of abonnementen is het echter handig om daarvoor een eigen rekening aan te houden. Ook voor de TUA geldt een uitzondering; gezien hun eigenstandige positie dienen zij over eigen rekeningen te beschikken.  
45

Ultimo 2016 hadden alleen de volgende deputaatschappen hun bankrekeningen en betalingsverkeer nog niet ondergebracht bij het Dienstenbureau: OBenA en De Wekker.

5 Met OBenA is in deze periode nogmaals overleg gevoerd om te bespreken of de andere bankrekeningen en het normale betalingsverkeer overgedragen kunnen worden naar het Dienstenbureau. Daarbij heeft OBenA aangegeven dat bij wisseling van penningmeester een natuurlijk moment ontstaat om over te stappen naar het Dienstenbureau.

10 Ook met de redactie van De Wekker is overleg gevoerd. De redactie heeft besloten niet over te gaan op centraal rekening beheer.

15 Doordat de diverse deputaatschappen geen bankrekeningen meer aanhouden en de gelden overgedragen zijn aan het LKB, beschikte het LKB ultimo 2018 over circa 6 miljoen euro aan liquiditeiten. Over de rekeningcourant verhouding tussen de deputaatschappen en LKB kan het LKB een gunstige rente vergoeden, die jaarlijks vooraf wordt vastgesteld.

### *3.2 Bewaking ANBI-informatieplicht plaatselijke gemeentes*

De synode van 2016 gaf het Dienstenbureau de opdracht om jaarlijks na te gaan of de vereiste ANBI-informatie door de lokale kerken daadwerkelijk wordt verstrekt.

20 Doordat nog veel kerken niet beseffen dat ze het plaatsen van de ANBI-informatie bij het Dienstenbureau moeten melden, is het veel werk om te controleren of alle kerken aan de publicatieverplichting voldoen. Eind augustus 2018 voldeed pas 75 procent van de kerken aan de publicatieplicht. Ten tijde van onze terugkoppeling aan de belastingdienst op 7 november 2018 ontbraken er nog 2.

25 De controle op het nakomen van de publicatieverplichting en opvolging daarna heeft in 2018 140 uren gekost. Andere kerkverbanden zijn geconfronteerd met de situatie dat de Belastingdienst de ANBI-status van een aantal kerken intrekt in verband met het niet nakomen van de publicatieverplichting. *Tot dusverre heeft dit bij onze kerken niet plaatsgevonden.*

30

### *3.3 Bevordering gebruik digitalisering particuliere synodes en classes*

De generale synode 2016 gaf het Dienstenbureau de opdracht te bevorderen dat classes en particuliere synodes gebruikmaken van de digitale mogelijkheden voor het aanbieden van vergaderstukken die het Dienstenbureau in huis heeft.

35 In het voorjaar van 2017 vroeg de PS van het Zuiden om een pilot en hebben de afgevaardigden de stukken zowel digitaal als per post ontvangen. De scribe van de roepende kerk liet achteraf weten dat e.e.a. goed was bevallen en dat de PS heeft besloten het digitaal aanbieden tot norm te maken. Toezending op papier gebeurt alleen op verzoek.

40 Begin januari 2018 heeft het Dienstenbureau alle roepende kerken van classes en particuliere synodes via e-mail de digitale mogelijkheid aangeboden. Inmiddels maken zeven classes en alle PS'en hiervan gebruik. Daarvan bieden twee classes de vergaderstukken alleen digitaal aan, de PS'en en de vijf andere classes geven de afgevaardigden de mogelijkheid om daarnaast prints aan te vragen. Daarvan wordt op

45

kleine schaal gebruikgemaakt. Vier classes verzenden de stukken zelf via e-mail en laten de comitéstukken op papier verzenden door het Dienstenbureau. Twee classes maken geen gebruik van de digitale mogelijkheden en bieden op dit moment de stukken alleen op papier aan.

50 Elke nieuwe vergaderronde brengt het Dienstenbureau de digitale optie onder de aandacht van de roepende kerken.

### 3.4 Communicatieplan

De synode besloot deputaten LKB de opdracht te geven om een communicatieplan op te stellen waarin beschreven wordt hoe op de meest efficiënte manier door deputaatschappen en andere kerkelijke organen met de kerken en leden van de kerken gecommuniceerd kan worden. Daarbij moest het taalgebruik van de communicatie, in het bijzonder met het oog op jongeren, nadrukkelijk meegenomen worden.

Het bleek niet eenvoudig om te begrijpen wat de synode precies beoogde, mede in combinatie met de rapportage van de commissie zichtbaarheid. Kennelijk bestaat er behoefte om het werk van de deputaatschappen en de kerk in het algemeen meer onder de aandacht te brengen bij de leden van onze kerken. Achter deze opdracht ligt de vraag: wat wéten de leden nog van de CGK? En de wens om de verbinding tussen leden en kerkverband te verstevigen.

In de bijlage treft u het communicatieplan inclusief de concrete uitwerking.

### 3.5 Opstellen één gezamenlijk beleggingsstatuut

De synode besloot deputaten op te dragen om op basis van consensus te komen tot een beleggingsstatuut tezamen met deputaten financiële zaken, emeritikas, OBEnA en zending.

Het overleg heeft plaatsgevonden in goede harmonie en heeft geresulteerd in een gezamenlijk beleggingsstatuut.

### 3.6 Opstellen flyer met info over het werk van de deputaatschappen

De synode besloot deputaten op te dragen om opnieuw een flyer te verzorgen waarin het werk van de verschillende deputaatschappen wordt uitgelegd aan de leden van onze kerken.

Het Dienstenbureau heeft dit opnieuw uitgevoerd. In het kader van het eerder genoemde communicatieplan stellen wij voor dit in het vervolg na afronding van iedere synode te laten plaatsvinden.

### 3.7. Aanpassen huishoudelijk reglement en instructies voor de roepende en ontvangende kerk

Het Dienstenbureau heeft in nauwe samenspraak met deputaten vertegenwoordiging het huishoudelijk reglement en de instructies voor de roepende en ontvangende kerk aangepast aan de in de loop van de tijd ontstane gewoonten en werkwijzen. De hierop betrekking hebbende bijlagen worden door deputaten vertegenwoordigd aan de synode voorgelegd.

### 3.8. Publicatie acta

Het Dienstenbureau heeft begin 2017 samen met Buijten en Schipperheijn (B&S) gekeken naar de mogelijkheid om voor de publicatie van de acta gebruik te maken van printing on demand (PoD).

Vanwege de dikte van het boek (850 pagina's) en de benodigde oplage (200 exemplaren) was B&S meteen terughoudend. PoD is namelijk geen drukwerk maar printwerk en wordt niet genaaid maar gelijmd (paperback). Het gevaar is aanwezig dat het boek binnen korte tijd uit elkaar ligt. PoD is goed toepasbaar bij het produceren van boeken in een kleine oplage. De boeken worden namelijk één voor één geprint.

Uit de offertes van B&S bleek dat vormgeving de grootste kostenpost is. Dat bedrag is (uiteraard) voor PoD en conventioneel gedrukt en genaaid precies hetzelfde. De verdere uitvoering per boek is bij PoD iets goedkoper.

Na dit alles te hebben overwogen, is in overleg met het moderamen besloten geen gebruik te maken van PoD voor de publicatie van de acta.

- 5 De huidige gang van zaken is dat afgevaardigden, kerkenraden en andere belanghebbenden van tevoren wordt gevraagd of men een gedrukt exemplaar van de acta wil ontvangen of dat een download via de cgk-website volstaat. De aannahme is dat het digitale gebruik steeds meer toeneemt. Daarnaast neemt de belangstelling voor de cd-rom sterk af omdat de download op de website volstaat. Ons advies is bij de uitgave van de volgende acta geen cd-roms meer te laten maken.

#### 10 4. Financiën

##### 4.1 Jaarrekeningen 2016 - 2018

##### Staat van baten en lasten 2016-2018

|                       | Werkelijk<br>2016 | Werkelijk<br>2017 | Werkelijk<br>2018 | Begroting<br>2019 |
|-----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Baten</b>          |                   |                   |                   |                   |
| Doorbelasting         | 297.617           | 286.439           | 306.778           | 304.000           |
| Bijdrage GS           | 92.500            | 79.000            | 79.000            | 94.000            |
| Renteopbrengst        | 4.239             | 4.064             | 5.858             | 3.000             |
| Totaal baten          | 394.356           | 369.503           | 391.636           | 401.000           |
| <b>Lasten</b>         |                   |                   |                   |                   |
| Personeelskosten      | 253.230           | 239.774           | 272.273           | 266.000           |
| Huisvestingskosten    | 19.874            | 19.087            | 18.773            | 20.000            |
| Kosten adressenbeheer | 18.750            | 18.000            | 19.566            | 16.000            |
| Kosten website        | 8.631             | 1.041             | 2.172             | 2.000             |
| Algemene kosten       | 75.738            | 78.400            | 77.035            | 88.000            |
| Afschrijvingen        | 8.502             | 7.991             | 1.659             | 9.000             |
| Totaal lasten         | 384.725           | 364.293           | 391.478           | 401.000           |
| Batig/nadelig saldo   | 9.631             | 5.210             | 158               | 0                 |

##### 15 Toelichting op de cijfers 2016 -2018

De kosten- en baten ontwikkeling in de jaren 2016-2018 laten een stabiel beeld zien.

- 20 Opvallend is dat de huisvestingskosten jaarlijks dalen. Dit wordt veroorzaakt door een gunstige overeenkomst met de Pniëlkerk. Door de invoering van centraal rekeningbeheer is het Dienstenbureau verantwoordelijk voor het rendement op uitgezette gelden. Dit heeft tot nu toe steeds geresulteerd in positieve rendementen boven de begroting.

- 25 Met name de personeelskosten vragen om een toelichting. Door cao-verhogingen stijgen de personeelskosten jaarlijks. Alhoewel er ook sprake is van een kleine fte-uitbreiding heeft dat nauwelijks effect op de stijging van de personeelskosten, omdat een deel daarvan wordt doorbelast aan kantoorhoudende deputaatschappen. De eenmalige daling in de personeelskosten in 2017 wordt veroorzaakt door ontvangen ziekengelduitkeringen.



#### 4.2 Begroting 2020-2022

De opzet van de begroting is al een aantal jaren zodanig dat wordt uitgegaan van één administratieve eenheid. Dit betekent dat alle facilitaire kosten die in verband staan met de deputaatschappen die vertegenwoordigd zijn op het Dienstenbureau in deze begroting zijn opgenomen.

De deputaatschappen behoeven nu niet meer afzonderlijk hun facilitaire kosten te begroten die in verband staan met het aanhouden van hun bureau en de kosten van hun medewerkers. De begroting voorziet erin dat de betreffende penningmeester in één oogopslag zijn facilitaire kosten kan aflezen. Voor deze methode is gekozen om meer vat te krijgen op de totale kosten van het Dienstenbureau als geheel. De formatie en de daarmee gemoeide kosten komen hierdoor beter in zicht, met als gevolg dat de onderlinge afstemming van de werkzaamheden en de doorbelasting van de kosten beter tot hun recht kunnen komen. Daarnaast wordt bereikt dat efficiënter met de verbruiksartikelen omgegaan wordt.

#### Staat van baten en lasten, begroting

|                       | Begroting<br>2019 | Begroting<br>2020 | Begroting<br>2021 | Begroting<br>2022 |
|-----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Baten</b>          |                   |                   |                   |                   |
| Doorbelasting         | 304.000           | 366.000           | 376.500           | 381.500           |
| Bijdrage GS           | 94.000            | <b>69.500</b>     | <b>69.500</b>     | <b>84.000</b>     |
| Renteopbrengst        | 3.000             | 3.000             | 3.000             | 3.000             |
| <b>Totaal baten</b>   | <b>401.000</b>    | <b>438.500</b>    | <b>449.000</b>    | <b>468.500</b>    |
|                       |                   |                   |                   |                   |
|                       | Begroting<br>2019 | Begroting<br>2020 | Begroting<br>2021 | Begroting<br>2022 |
| <b>Lasten</b>         |                   |                   |                   |                   |
| Personeelskosten      | 266.000           | 310.000           | 320.000           | 331.000           |
| Huisvestingskosten    | 20.000            | 18.500            | 18.000            | 17.500            |
| Kosten adressenbeheer | 16.000            | 19.000            | 19.000            | 19.000            |
| Kosten website        | 2.000             | 10.000            | 10.000            | 10.000            |
| Algemene kosten       | 88.000            | 76.000            | 77.000            | 86.000            |
| Afschrijvingen        | 9.000             | <b>5.000</b>      | <b>5.000</b>      | <b>5.000</b>      |
| <b>Totaal lasten</b>  | <b>401.000</b>    | <b>438.500</b>    | <b>449.000</b>    | <b>468.500</b>    |
|                       |                   |                   |                   |                   |
| Batig/nadelig saldo   | 0                 | 0                 | 0                 | 0                 |

#### Toelichting op de begroting:

Bij de begroting van 2020 en volgende jaren is de (GS)begroting 2019 als vergelijking opgenomen.

Opvallende zaken zijn :

1. De personeelskosten zijn fors gestegen. Een en ander wordt veroorzaakt door een aantal cao-verhogingen die de laatste jaren zijn doorgevoerd. Daarnaast is een kleine fte-uitbreiding nodig geweest, met name door extra werkzaamheden rond de ondersteuning van kerken op het gebied van ANBI, AVG en dergelijke.

2. De kosten van de website zijn hoger opgenomen in verband met een groeiende behoefte om digitaal zichtbaar te zijn.

Bij het samenstellen van de begroting is rekening gehouden met de volgende uitgangspunten:

1. de prijsontwikkeling zoals is voorgesteld door deputaten financiële zaken;
2. dat in de kalenderjaren 2019 en 2022 de generale synode vergadert;
3. dat de hoedanigheid van het bureau geen wijziging ondergaat.

#### 10 4.3 Omvang eigen vermogen

In de jaarrekening 2018 is het 'Benodigd eigen vermogen' als volgt becijferd:

|                         |   |         |
|-------------------------|---|---------|
| Personeelskosten        | € | 235.000 |
| Huisvestingskosten      | € | 20.000  |
| Overige algemene kosten | € | 28.000  |
| Totale kosten           | € | 283.000 |

15 Het eigen vermogen dient als buffer voor het geval van stagnatie in de inkomsten. Anders gezegd: het eigen vermogen dient als dekking voor een deel van de directe personeels-, huisvesting- en algemene kosten. Er wordt geen vermogen aangehouden voor kosten die krachtens huidige afspraken een op een worden doorbelast aan andere deputaatschappen, omdat voor deze kosten reeds vermogen dient te worden aangehouden bij die andere deputaatschappen. Sinds 2001 werken deputaten LKB met deze norm.

20 Per 31 december 2018 bedroeg de algemene reserve €252.371. Door deputaten LKB wordt het eigen vermogen per 31 december 2018 toereikend geacht.

25 Gegeven onze raming voor 2019 verwachten wij dat het eigen vermogen per 31 december 2019 op het niveau zal liggen van 2018.

#### 4.4 Huidig beleid/nieuw beleid

30 Het huidige beleid van het Dienstenbureau zal naar verwachting in de komende jaren geen wijziging ondergaan wat betreft de werkwijze. Wel zien wij dat het Dienstenbureau meer actief is op het gebied van ondersteuning van lokale kerken (ANBI, AVG, e.d.) en dat de werkzaamheden voor de website toenemen. Ook de taken die door opdrachten van de GS moeten worden uitgevoerd, vragen om extra werkzaamheden.

#### 5. Benoemingen

35 Een voorstel voor de benoeming van nieuwe en eventueel her te benoemen deputaten wordt in een separate brief voorgelegd.

#### 6. Voorstellen

Deputaten LKB stellen u voor het volgende te besluiten:

- 40 1. de handelingen van deputaten goed te keuren en opnieuw deputaten te benoemen;
2. de deputaatschappen op te dragen hun betalingsverkeer onder te brengen bij het LKB;
3. het Dienstenbureau op te dragen om jaarlijks na te gaan of de plaatselijke kerken in de vereiste ANBI-informatie aangeven hoe en wanneer intern toezicht heeft plaatsgevonden.
- 45 4. De invulling van de opdracht inzake het communicatieplan goed te keuren.

*7. Ondertekening*

Deputaten LKB wensen u Gods zegen toe bij het werk dat u als synode mag doen.  
Namens deputaten landelijk kerkelijk bureau,

- 5 B. van Amerongen, voorzitter  
D.J. van Zoelen, secretaris

**Bijlage: Communicatieplan**

|    |                                    | pag. |
|----|------------------------------------|------|
|    | 1.1 inleiding                      | 12   |
|    | 1.2 rapportage opdracht            | 12   |
| 5  | 1.3 aanpak                         | 12   |
|    | 2 onderzoek                        | 13   |
|    | 2.1 deputaatschappen en commissies | 13   |
|    | 2.2 leden                          | 14   |
|    | 2.3 jeugdbonden                    | 15   |
| 10 | 2.4 bespreking                     | 15   |
|    | 3 conclusies                       | 17   |
|    | 4 uitwerking                       | 18   |
|    | 5 planning                         | 21   |
|    | 6 budget                           | 22   |
| 15 | 7 evaluatie                        | 23   |

**1.1 inleiding**

De commissie zichtbaarheid rapporteerde op de synode van 2016, waarna het  
 20 Dienstenbureau de opdracht kreeg 'een communicatieplan op te stellen waarin beschreven  
 wordt hoe op de meest efficiënte manier door deputaatschappen en andere kerkelijke  
 organen met de kerken en leden van de kerken gecommuniceerd kan worden. Daarbij zal  
 het taalgebruik van deze communicatie, in het bijzonder met het oog op de jongeren,  
 nadrukkelijk meegenomen worden. Daarbij zal ook gebruik gemaakt worden van de  
 expertise van deputaten kerkjeugd en onderwijs, en de jeugdbonden CGJO en LCJ.'

25

**1.2 begrip van rapportage en opdracht**

Het blijkt niet eenvoudig om te begrijpen wat de synode precies op het oog heeft met deze  
 opdracht, in combinatie met de rapportage van de commissie zichtbaarheid. Na overleg  
 met twee leden van de (inmiddels opgeheven) commissie zichtbaarheid, de voormalig  
 30 voorzitter van deputaten kerkjeugd en onderwijs, de manager van het Dienstenbureau en de  
 voorzitter van de synodecommissie 2016, besluiten we de verbinding met de rapportage los  
 te laten en uit te gaan van een op zichzelf staande opdracht. Kennelijk bestaat er behoefte  
 om het werk van de deputaatschappen en de kerk in het algemeen meer onder de aandacht  
 te brengen bij de leden van onze kerken. Achter deze opdracht ligt de vraag: wat wéten de  
 35 leden nog van de CGK? En de wens om de verbinding tussen leden en kerkverband te  
 verstevigen.

**1.3 aanpak**

Hoewel het verleidelijk is om direct aan de slag te gaan, is dat toch geen goede insteek.  
 40 Want van beide zijden (de informatieverstrekkers en de informatieontvangers) dienen we  
 meer te weten, zodat we ons communicatieplan niet alleen op veronderstellingen baseren  
 (die mogelijk tot verkeerde of minder goede resultaten leiden), maar deze voorzien van  
 onderbouwing. De synode sprak duidelijk uit dat we niet opnieuw drie jaar tijd in  
 onderzoek moeten steken, maar zo snel mogelijk tot daden moeten overgaan. Aan dat  
 45 verzoek voldoen wij met twee bescheiden inventarisaties, die - ook al zijn zij beknopt en  
 met slagen om de arm te interpreteren - toch helpen bij het maken van keuzes in het  
 communicatieplan.

Wij inventariseerden:

50 - Wat willen de deputaatschappen aan de leden van de kerken laten weten? Hoe doen ze  
 op dit moment aan informatievoorziening? Welke inhoud en via welke media? Zijn ze

tevreden over de resultaten? Hebben ze behoefte aan ondersteuning vanuit het Dienstenbureau? Aan deputaten kerkjeugd en onderwijs vragen we welke expertise zij kunnen inbrengen voor deze synodeopdracht.

- Willen de leden, en dan met name de jongere leden, informatie ontvangen van onze kerken, en zo ja, wat voor informatie en via welke media?

Na bovenstaande inventarisaties stelden we dit communicatieplan op, wat wij in december 2018 voor advies aan de jeugdbonden hebben voorgelegd.

Inmiddels, tijdens de behandeling van deze rapportage, is het Dienstenbureau - conform de opdracht van de generale synode 2016 - begonnen met de uitvoering van het communicatieplan.

## 2 *onderzoek*

In juni/juli 2018 hielden we een telefonische inventarisatieronde onder deputaatschappen en commissies. In september/oktober 2018 gevolgd door een online enquête onder CGK-leden.

### 2.1 *deputaatschappen en commissies*

In de telefonische inventarisatie onder deputaatschappen en commissies hebben we de deputaatschappen die vertegenwoordigd zijn in het Dienstenbureau - te weten: diaconaat, evangelisatie en zending - niet meegenomen: voor hen is voldoende ondersteuning bij de communicatie aanwezig.

Een deel van de overige deputaatschappen (11) heeft niet de behoefte om te communiceren over hun werkzaamheden met leden van de kerken. De redenen daarvoor zijn: hun opdracht heeft een tijdelijk of een (zeer) vertrouwelijk karakter, of men is alleen gericht op de synode of op specifieke doelgroepen als 'studenten aan de TUA'.

Een klein deel (2) van de respondenten wil op dit moment niet, maar mogelijk wél in de toekomst met leden communiceren (deputaatschap eredienst: 'nu nog niet zoveel'; commissie kleine kerken: 'ná de generale synode van 2019').

Een ander deel van de deputaatschappen en commissies (13) communiceert wel of zou meer willen communiceren met leden. Hun communicatiewensen zijn vooral gericht op het bereiken van meer leden (grotere zichtbaarheid van hun aanbod of meer betrokkenheid of activiteit van de leden).

Voor een eenvoudig overzicht groeperen we de wensen in de categorieën *vraag* en *aanbod* (*vraag* = wij willen dat de ander iets dóet; *aanbod* = wij hebben iets moois of goeds waar geen verplichting tegenover staat):

*vraag*

- steun voor zendingsgemeenten
- meer financiële bijdragen in verband met de offervaardigheid
- bezoek de kerkendag
- abonneewerving De Wekker
- belangstelling voor buitenlandse kerken en eventueel een bezoek daaraan
- bewustmaken van relatie met Israël
- uitnodigen voor een vakantiereis voor gehandicapten (of tip doorgeven)

*aanbod*

- je kunt/mag praten over seksueel misbruik
- wat werkt en wat werkt niet op het gebied van online communiceren
- toerustingsavonden voor werkers in de gezondheidszorg
- kennis over de jeugdbonden
- statistieken van het kerkelijk leven

- advies voor een goed gebruik van de kerkorde
- financieel en bouwkundig advies en financiële steun

## 2.2 *de leden*

5 Bij ons communicatieadvies betrekken we ook wat de leden interesseert en bezighoudt. We gaan niet in het wilde weg een boodschap ‘zenden’, want als de ontvangers daar niet voor open staan, is de effectiviteit van de communicatie gering en de inspanning vergeefs. Daarom onderzochten we via een online enquête de kennis over het landelijk kerkverband en de bijbehorende informatiebehoefte. Een dergelijke enquête is niet erg arbeidsintensief, 10 daarmee voldoen we aan het verzoek van de generale synode om ons vooral te richten op snelle actie.

Omdat we met een enquête via CGK-media vooral de leden bereiken die zich al op de een of andere manier betrokken voelen bij het kerkverband, kunnen we de resultaten niet extrapoleren naar het hele kerkverband. Toch bieden de uitkomsten wel enig inzicht in hoe 15 de leden denken, wat hen interesseert en welke media zij gebruiken.

We ontvingen 352 ingevulde enquêtes.

Veel respondenten kennen de feiten van de kerk (ontstaan, omvang kerkverband, organisatiestructuur) en zijn geïnteresseerd in de ethische kwesties rond de synode en daarbuiten. Weinigen noemen spontaan een deputaatschap met bijbehorend taakveld.

20 Eveneens weinig respondenten omschrijven de 'identiteit' van onze kerken, in termen van ‘wie we zijn’ of ‘deel van de Kerk in Christus’.

27% van de respondenten zegt meer communicatie op prijs te stellen, maar weinigen van hen geven aan waarover. Van de resterende groep respondenten (73%) meldt ruim 11% in het geheel geen behoefte te hebben aan communicatie over het kerkverband en 41% van 25 deze restgroep is tevreden, méér communicatie is voor hen niet nodig.

### *jong en oud*

De reacties van de jongeren tot 35 jaar hebben we, conform de synode-opdracht, nader tegen het licht gehouden. De grens van 35 lijkt voor het begrip 'jongere' mogelijk aan de 30 hoge kant, maar past bij het intergeneratieve werk van de jeugdbonden, het LCJ biedt bijvoorbeeld 30+-conferenties aan. 133 respondenten zijn 35 jaar of jonger. Zij zijn - net als in het geheel van het onderzoek - betrokken leden. 72% verneemt wel eens iets van het kerkverband, 62% heeft er interesse voor. Zouden we die cijfers doorvertalen naar alle jongeren in ons kerkverband, dan zou dat een buitengewoon hoopvol beeld geven, maar 35 dat is, vermoeden wij, niet realistisch.

Het is overigens goed om te lezen dat communicatie over ons kerkverband een groot deel van de jongeren die zich betrokken voelen, bereikt.

40 Wat hun communicatiewensen zijn? Bijvoorbeeld: horen of lezen wat de kerk doet om jongeren aan te spreken, iets over samenwerking, wat we van elkaar kunnen leren en transparant communiceren.

Opvallend is dat zowel de jongeren t/m 35 jaar als de respondenten die ouder zijn dan 35 jaar ongeveer even vaak (circa 30%) social media noemen. Van deze categorieën loopt de mediakeuze wel enigszins uiteen: jongeren noemen vaker *Instagram* en *YouTube* en 45 ouderen vaker *Facebook*, hetgeen past bij de leeftijdsgebonden verdeling van social media die algemeen gebruikelijk is.

Een kwart van de deelnemers in alle leeftijdscategorieën ziet het eigen *kerkblad* als een geschikt medium voor informatie over het kerkverband (te weten: 23% in de categorie van 50 35 jaar of jonger en 26% in de groep van 36 jaar of ouder).

Ook ziet zo'n 16% van de jongeren en 17% van de ouderen de *kerkenraad* als doorgevers van dergelijke informatie.

- 5 Als geschikt nieuw medium noemt 16% van de 35-plussers een *nieuwsbrief*. Deze optie werd door jongeren beneden de 21 jaar niet aangevinkt. Maar 12% van de deelnemers tussen 21 en 35 jaar zou een nieuwsbrief waarderen.

### 2.3 *contact jeugdbonden en deputaten kerkjeugd en -onderwijs*

- 10 We hebben dit communicatieplan voorgelegd aan de jeugdbonden, specifiek voor 'het taalgebruik' van jongeren. De CGJO adviseert: 'gebruik heldere taal, niet wollig en geen jargon. Duidelijk en kort.' Datzelfde zeggen deputaten kerkjeugd en onderwijs: 'hip en kort'. En het LCJ voegt toe: 'hedendaags Nederlands en voorbeelden uit het nú (niet alleen uit de reformatie)'.

- 15 De CGJO wijst erop dat jongeren 'zich over het algemeen niet verbonden voelen met het landelijke kerkverband, maar in eerste instantie met Christus en daarna met de lokale uiting van dit lichaam van Christus'.

Over de communicatie geeft de CGJO aan dat jongeren geïnteresseerd zijn in 'inspirerende verhalen van echte personen', en minder in 'van welke kerk die personen zijn'. Het LCJ sluit hierbij aan: 'graag eerlijke verhalen'.

- 20 Wij zijn dankbaar dat de bonden willen meedenken over het delen van persoonlijke verhalen via social media (paragraaf 4.3) en het ontwikkelen van (animatie)filmpjes (paragraaf 4.1). CGJO geeft aan dat deze filmpjes 'kort (2 minuten) dienen te zijn en in een hoog tempo informatie moeten geven, vanaf de eerste seconden'.

### 25 **2.4 *bespreking***

Lezen we de onderzoeken in het licht van de opdracht, dan komen we tot de volgende punten van aandacht.

#### 30 **2.4.1 *identiteit***

- Voor de respondenten in de ledenenquête is 'wie we zijn' mogelijk zo vanzelfsprekend dat zij dit nauwelijks noemen. Of dat ook voor de andere leden geldt, weten we niet. Het samen beleven van de identiteit werkt samenbindend. Geldt dat voor organisaties in het algemeen, als kerkgemeenschap geldt dat in het bijzonder voor onze identiteit in Christus. Op de vorige website van de CGK stond een verklaring over wie wij als kerken zijn. De inhoud ervan kunnen we als basis gebruiken voor de communicatie via verschillende kanalen – overigens niet als 'statement' - ook in de vorm van modernere media. De CGJO tekent hierbij aan dat de wens om een 'wij zijn CGK-gevoel' te stimuleren niet ten koste mag gaan van onze roeping om over kerkmuren heen te kijken. Zie ook paragraaf 2.4.3.

#### 40 **2.4.2 *deputaatschappen en kerkenraden***

- De synode van 2016 ziet graag een betere communicatie vanuit deputaatschappen en andere kerkelijke organen. Het lijkt een terechte veronderstelling dat deze organen niet erg bekend zijn bij de gemiddelde CGK'er, aangezien weinig mensen spontaan iets zeggen over (een taakveld van) een deputaatschap. Hoe erg is dat? Een behoorlijk aantal deputaatschappen ziet die communicatie ook niet als eigen taak. Wèl heeft een aantal van hen de wens meer te communiceren over wat zij aanbieden of om leden te verleiden in beweging te komen (lees: geld te geven, een evenement te bezoeken). De grotere deputaatschappen die vertegenwoordigd zijn via het Dienstenbureau hebben duidelijke communicatiekanalen, zoals het blad Doorgeven, website, eigen nieuwsbrieven en diverse social mediakanalen.

De overige zien vooral de kerkenraden als geschikte intermediairs om hun boodschap bij de leden te krijgen. Ook redelijk wat leden noemen in de online enquête de kerkenraden als passende bron van informatie over het landelijk kerkverband, in de groep jongeren tot 35 jaar komt de optie ‘via kerkenraad’ eveneens bovendrijven.

- 5 Kerkenraden fungeren in deze intermediaire rol wel als filter: wat geven zij door en wat geven zij niet door. Kerkenraden hebben ook nog eens veel op hun bordje. Als zij deze doorgeeftaak serieus willen nemen, moeten ze daarin ondersteund worden. Bovendien hebben de deputaatschappen ieder zo hun eigen communicatiedoelen om na te streven, waarvoor eveneens ondersteuning gewenst is. Deputaatschappen en commissies  
10 verschillen onderling sterk. Voor een communicatieadvies-op-maat kunnen zij terecht bij het Dienstenbureau.

### 2.4.3 *samen verschillend*

- 15 Relatief veel deelnemers aan het onderzoek dragen spontaan het thema ‘verschillen’ aan en velen lijken dat met pijn te doen, gezien de omschrijvingen: verdeeldheid, gebrokenheid, elkaar slecht aanvoelen, geen eenheid, etc. Men draagt elders in de enquête oplossingen aan in de vorm van het verlangen naar inspirerende voorbeelden en verhalen hoe je samenwerkt en samen leert, hoe je kerk kunt zijn in een veranderende samenleving. Zulke  
20 wensen komen zowel van jongeren als ouderen. Een dergelijke communicatie draagt bij aan een beter begrip van elkaar binnen de kerk en helpt ook om de blik verder te richten, niet alleen op het eigen kerkverband, maar op het geheel van de kerk van Christus, die immers ook één in verscheidenheid is.

- 25 Wat in de periode tussen de twee synodes níet bijdroeg aan een beter begrip van elkaar waren de nieuwsberichten over onze kerken, met name rond ‘vrouwen in het ambt’ en de ‘Nashville Verklaring’. Maar liefst 2,4 miljoen mensen bleken de term ‘Nashville Verklaring’ samen met de naam ‘CGK’ onder ogen te hebben gehad (*bron: Clipit monitoringsdienst*). Deputaten vertegenwoordiging traden verschillend naar buiten: van commentaar en advies gevend tot geen reactie. Ook andere vertegenwoordigers van onze  
30 kerken roerden zich, vooral op social media. Hun soms felle stellingname bevestigt de hierboven genoemde pijn bij deze thema’s onder de respondenten. Het lijkt erop dat predikanten die op persoonlijke titel reageren niet altijd in de gaten hebben dat hun uitspraken door de ontvangers direct gekoppeld worden aan ons kerkverband.

### 35 2.4.4 *thema’s*

- Bij het laten zien wie we als kerk zijn passen de verschillende thema’s die bovenkwamen in het onderzoek onder leden: geschiedenis en organisatiestructuur, de identiteit (wie zijn wij samen) en open (transparant) berichten over actuele en ethische kwesties. Het meest samenbindend werken echter de voorbeelden van samenleven binnen de kerk en/of met  
40 andere gelovigen. Dat is ook waar enkele respondenten naar zeggen te verlangen.

### 2.4.5 *jonge en nieuwe leden*

- Voor jongeren en mensen die van buiten de CGK lid worden van ons kerkverband is om te beginnen feitelijke informatie nodig. Deze is voor een deel beschikbaar op [www.cgk.nl](http://www.cgk.nl).  
45 Jongeren krijgen tijdens catechisatie al onderwijs in wat we geloven en hoe onze kerken zijn ontstaan en georganiseerd. Deze veronderstelling deelt men overigens niet bij de jeugdbonden. Volgens het LCJ tellen catechiesgroepen van 17 jaar en ouder vaak minder dan 50% van het potentieel. En de CGJO constateert dat jongeren (en volwassenen) nauwelijks of niet worden geïnformeerd over het ontstaan en de organisatie van het  
50 kerkverband. Toch zien wij hier een taak voor catecheten en lokale kerken. Het



Dienstenbureau kan hooguit middelen aanreiken ter ondersteuning, maar uiteindelijk zijn het de catecheten met hun kerkenraden die zorgen voor de daadwerkelijke communicatie over onze kerken. Voor die ondersteuning ligt het voor de hand om met social media (denk aan filmpjes) meer aan te sluiten bij de leefwereld van de jongeren, met aandacht voor  
 5 'gevoel, dichtbij en beleven' (LCJ). Wij verwachten dat dit een bruikbare manier is om hen te bereiken, naast de vele voorzieningen die er al zijn in lokale kerken voor contact met jongeren (catechisaties, jeugdverenigingen, jeugdouders, mentoren enz.). Mogelijk kan bij het ontwikkelen van materiaal ook worden samengewerkt met de jeugdbonden, zij zijn ervaren in het bereiken van de jongeren in onze kerken. Zo meldt LCJ dat men in een  
 10 nieuwe catechesemethode ook werkt met filmmateriaal.

Voor oudere jongeren die geen catechisatie bezoeken en voor nieuwe leden is meer nodig, zowel om hen te informeren als om hen te betrekken bij de kerk (het kerkverband). Daarvoor kunnen we niet alleen gebruik maken van 'zendende communicatie'. Want je  
 15 weet dan niet of de ontvanger informatie op prijs stelt, het ermee eens is en er iets mee wil doen. Echte betrokkenheid komt alleen tot stand in persoonlijke communicatie, in een onderlinge uitwisseling, dus 'meerzijdig'. Dit vraagt naast een (landelijke) social mediastrategie vooral om maatwerk op lokaal niveau, en eventuele ondersteuning daarbij.

#### 20 **2.4.6 kerkblad**

Veel leden zien het eigen kerkblad als een geschikt medium om informatie over het kerkverband te lezen. Dat biedt kansen voor de verschillende deputaatschappen en commissies om hun boodschap uit te dragen. Laten we het effect van deze bladen overigens niet overschatten, in hoeverre de informatie hierin echt door onze (jongere) leden gelezen wordt  
 25 blijft een vraag. Het Dienstenbureau beschikt over een mailinglist met de adressen van kerkbladen en kan eenvoudig dienen als doorgeefluik voor wat groepen in de kerk landelijk onder de aandacht willen brengen.

### 3 **conclusies**

30 Het blijft best ingewikkeld om aandacht te vragen voor landelijke zaken op lokaal niveau. Het lijkt per kerkenraad te verschillen in hoeverre men het nodig vindt om zelf te communiceren over het bovenplaatselijk verband van kerken. En zoals in de belronde onder deputaatschappen genoemd werd: 'we moeten opboksen tegen tijd en prioriteit van de leden'; het onder de aandacht brengen van landelijke initiatieven is soms te veel een ver-  
 35 van-ons-bedshow en heeft een te onpersoonlijk karakter.

Het accent bij de overdracht van kennis over de kerk ligt bij de lokale *kerkenraden*. Dat vinden de deputaatschappen en dat verwachten de leden. Dat deputaatschappen de lokale kerkenraden inschakelen is dus een logische gedachte. Maar de informatie die deputaatschappen naar kerkenraden sturen, bereikt lang niet altijd de leden van onze kerken. Dat is overigens in een aantal gevallen ook niet de bedoeling. Wij stellen voor dat de generale synode voortaan expliciet in de opdracht aan een deputaatschap meldt als dat wél de bedoeling is. Voor ondersteuning bij de keuze van communicatiekanalen en -middelen kunnen deputaatschappen te rade gaan bij het Dienstenbureau.  
 40

45 Maar dan nog moeten we niet verwachten dat leden, die niet geïnteresseerd zijn in wat er landelijk in onze kerken gebeurt, dat wél worden als we hen méér aanbieden. We kunnen wel proberen die belangstelling te stimuleren, bijvoorbeeld door die communicatie persoonlijker te maken. Per deelthema, bijvoorbeeld het onderdeel waar een deputaatschap  
 50 zich mee bezighoudt.

Ook onder de leden die wél meeleven met het kerkverband zijn er die meer geïnformeerd of betrokken willen worden. Bovendien kunnen zij in hun eigen gemeente helpen om die betrokkenheid weer met andere leden te delen.

- 5 Kerkenraden worden ondersteund met informatie via een centraal kanaal: het Dienstenbureau, om te bespreken en door te geven aan hun eigen gemeente. Of een kerkenraad die rol op zich neemt, kunnen we overigens niet afdwingen. Men maakt lokaal eigen afwegingen of men dingen doorgeeft aan de leden of niet.
- 10 Bij de kennisoverdracht over de kerk hoort ook de rol van de *catecheten*. Als de veronderstelling van de CGJO juist is, dat zij niet of nauwelijks iets vertellen over ons kerkverband, missen we een belangrijke ingang om onze jongeren te bereiken. De filmpjes (paragraaf 4.1) die we gaan ontwikkelen moeten dan op een andere, minder vanzelfsprekende manier bij de jongeren terechtkomen.
- 15 *Jongeren* bereiken we op lokaal niveau op meerdere manieren, zowel via persoonlijke contacten (bijvoorbeeld catechisatie) als in online media. Daarbij zijn ook de jeugdbonden van belang. Meer is nodig voor *nieuwe leden* die wat ouder zijn als zij lid worden. Zij hebben niet van huis uit bij catechisatie of mentoraat iets meegekregen over de thema's in onze kerken, maar we kunnen wel andere wegen vinden om hen in te wijden in ons
- 20 kerkverband.

Leden zien het lokale *kerkblad* als een geschikte bron. Dat is dus een concrete ingang voor onze communicatie, hoewel we niet moeten overschatten hoe goed de informatie in deze bladen gelezen wordt en beklijft bij de lezers.

- 25 Daarnaast lijken ook de *social media* passend om veel leden te bereiken. Deze zijn bovendien een goede aanvulling, omdat zij de mogelijkheid bieden dingen met elkaar te delen en de onderlinge band te versterken, ze heten niet voor niets 'social'.
- 30 Overigens is het goed hier een kanttekening bij te plaatsen. De toon in publieke discussies in de afgelopen jaren beschadigde, mogelijk zonder dat men het wilde, het beeld van de CGK, van christenen in het algemeen en van de God van de Kerk. Het samenbindende effect wat dit plan beoogt te bereiken via social media kan door dergelijke communicatie eenvoudig teniet gedaan worden.

- 35 *Inspirerende* voorbeelden helpen bij de onderlinge verbinding en begrip voor elkaar, en zijn een passende reactie op het thema 'verschillen' dat relatief vaak genoemd werd in de enquête onder leden.

- 40 De keuze voor een bepaalde communicatiestrategie hangt verder per onderwerp en zender af van wie we willen bereiken. Zie de uitwerking in paragraaf 4.

#### **4 uitwerking**

- 45 In deze paragraaf doen we een aantal aanbevelingen voor de communicatie. We houden daarvoor dezelfde indeling aan als in paragraaf 2 en noemen zoveel mogelijk welke inhoud, welke media, wie en 'via wie'.

##### **4.1 identiteit**

###### *(animatie)films*

- 50 We geven catecheten een extra *tool* in handen met enkele korte (animatie)films, die multi-inzetbaar zijn. Ze passen op de (CGK-)website, kunnen gedeeld worden via social media

en zijn geschikt om te laten zien aan mensen die overwegen lid te worden van een lokale CGK.

- inhoud: wij geloven, van plaatselijke kerk tot synode, waarom CGK, deputaatschappen, e.d.
- 5 - welke media: enkele korte (animatie)films, in te zetten op YouTube, Facebook, websites
- wie neemt initiatief: CGK Dienstenbureau
- via welke intermediair(s): catecheten, kerkbladen, De Wekker, lokale kerkwebsites, jeugdverenigingen, jeugdbonden

10

#### *introductiekring*

Voor lokale gemeenten bevelen wij voor nieuwe leden een introductiekring aan, naar eigen wens per gemeente vorm te geven. In de CGK van Zwolle bijvoorbeeld heeft men zo'n kring voor nieuwe leden, die deze voorziening ontvangen als een warme kennismaking

15

zowel met de kerk zelf als met de mensen die al langer lid zijn. In Zwolle ligt overigens de nadruk op kennismaking met de lokale gemeente, maar een dergelijke voorziening is

eenvoudig uit te breiden met een onderdeel over het landelijk kerkverband. Het

Dienstenbureau ziet voor het organiseren van zulke kringen geen centrale rol voor zichzelf.

20

- inhoud: bepaald door de lokale gemeente. Onderdeel kunnen zijn: wij geloven, van plaatselijke kerk tot synode, waarom CGK, deputaatschappen, e.d., aangevuld met: zo is onze lokale gemeente, dit verwachten wij van onze leden, dit hebben wij te bieden e.d.

- welke media: introductiekring

- wie neemt initiatief: lokale kerk

25

- via welke intermediair(s): met (kerkenraads)leden die al langer lid zijn van de gemeente en kijk hebben op zowel de eigen als de landelijke kerk.

#### **4.2 deputaatschappen en kerkenraden**

We zagen al dat als deputaatschappen communiceren, zij dat vooral richting kerkenraden doen. Toch is het voor een aantal van hen van belang dat leden van ons kerkverband meer

30

op de hoogte zijn van de activiteiten en het aanbod van de deputaatschappen. Daarvoor ontwikkelen we mogelijkheden om die communicatie praktisch te ondersteunen. Omdat de wensen om dingen over het voetlicht te brengen nogal uiteenlopen, beperken we ons hier tot enkele algemene aanbevelingen.

35

#### *synode-opdracht aan deputaatschappen*

Het is voor deputaatschappen niet vanzelfsprekend om rechtstreeks te communiceren met de leden van de CGK, het is ook niet in alle gevallen gewenst dat dat gebeurt. Daarom stellen wij voor dat de generale synode voortaan expliciet in de opdracht aan een

40

deputaatschap meldt als die rechtstreekse communicatie wél de bedoeling is.

#### *flyer over werk van deputaatschappen*

Het Dienstenbureau heeft net als in eerdere jaren in opdracht van de synode van 2016 een flyer uitgebracht waarin alle deputaatschappen zich kort presenteren. Wij stellen voor dat

45

de synode het Dienstenbureau de doorlopende opdracht verstrekt om na iedere synode een dergelijk overzicht te maken. Dit kan dan rechtstreeks worden gestuurd aan de leden, bijvoorbeeld via één van onze bladen (Doorgeven of De Wekker) en verder worden verspreid via websites en social media.

50

*communicatieadvies-op-maat aan deputaatschappen (na besluit generale synode)*

- inhoud: varieert per deputaatschap
- welke media: varieert per onderwerp
- wie neemt initiatief: deputaatschap, met ondersteuning van Dienstenbureau

5

*nieuwsbrief*

Het Dienstenbureau brengt al met regelmaat nieuwsbrieven uit voor financieel beheerders en stak in 2018 drie nieuwsbrieven in een nieuw jasje, voor mensen met interesse in de deelterreinen van diaconaat, evangelisatie en zending. Deze blijken goed gelezen te worden door een groeiende groep abonnees. Daarom bouwt het Dienstenbureau deze nieuwsvoorziening uit met de ontwikkeling van een algemene CGK-nieuwsbrief met kortere, algemene onderwerpen, actualiteiten minder zakelijk gebracht, dus inclusief sfeerbepalende en inspirerende voorbeelden, zoals de wens is van een aantal respondenten. De inhoud laat zien dat we met elkaar in Christus verbonden zijn. Het karakter van de nieuwsbrief is anders dan van het tweewekelijkse orgaan De Wekker, dat een verdiepend medium is voor betalende abonnees. Wij verwachten daarom dat de nieuwsbrief geen concurrent zal zijn van De Wekker, en zelfs dat beide media elkaar kunnen versterken. Deze nieuwsbrief wordt toegezonden aan onder meer kerkenraden en kerkbladen. Verder kan ieder die dat wil zich er gratis op abonneren.

10

15

20

Voor kerkenraden biedt een dergelijke nieuwsbrief meer overzicht in één keer, omdat informatie meer gebundeld wordt aangeboden. De nieuwsbrieven zijn bovendien gemakkelijk te delen, kerkenraden kunnen ze met slechts een paar handelingen doorsturen naar hun leden. En individuele leden kunnen zich eenvoudig inschrijven als abonnee via [www.cgk.nl](http://www.cgk.nl).

- inhoud: kerkelijke actualiteiten, bijdragen van deputaatschappen en jeugdbonden, uitnodigingen, praktijkvoorbeelden van samenleven in de gemeente of met andere gemeenten, inspirerende verhalen
- welke media: nieuwsbrief (alleen digitaal)
- wie neemt initiatief: Dienstenbureau, met een op te richten redactie met vertegenwoordigers uit bijvoorbeeld deputaten vertegenwoordiging of anderen die goed op de hoogte zijn van wat er in de kerken speelt, en met leden die kennis hebben van het gebruik van moderne communicatiemiddelen. Het is belangrijk dat de redactie geen log, formeel apparaat wordt.

35 *kerkbladen*

De lokale kerkbladen worden als geschikte bron gezien voor informatie. Bovenstaande nieuwsbrief versturen we ook naar de kerkbladen. Daarnaast kan het Dienstenbureau ook meer losstaande informatie vanuit de deputaatschappen verzenden naar alle lokale kerkbladen. De ervaring leert dat de aangeleverde kopij meestal goed zijn weg vindt naar deze bladen, en dus naar de lezers van de betreffende gemeenten.

40

**4.3 *samen verschillend***

Hoe overstijgen we de emoties rond de verschillen in opvattingen in onze kerken? Hoe ben je kerk in een veranderende samenleving? Het Dienstenbureau biedt ondersteuning bij het open en transparant berichten over actuele en ethische kwesties (paragraaf 2.4.4). De bestaande communicatiemiddelen (website) en de nieuwsbrief (paragraaf 4.2) worden hiervoor ingezet en daarnaast krijgt het delen van inspiratie en leermomenten in de kerkelijke social media meer aandacht.

45

Vertegenwoordigers van ons kerkverband adviseren wij om bij communicatie over gevoelige onderwerpen vooraf te overleggen met een communicatieadviseur.

50

*website*

Eind 2018 namen we het besluit om op de CGK-website actuele kwesties op te nemen, feitelijk, zonder positie in te nemen. Dat is een nieuwe ontwikkeling, want het Dienstenbureau was tot nu toe terughoudend met berichtgeving over gevoelige onderwerpen. Wij namen dit besluit in het kader van de open communicatie. Het is bijzonder als in allerlei media uitgebreid meningen en analyses gepubliceerd worden, maar dat mensen die de feitelijkheden willen checken bij de CGK, daarvoor niet op de website van onze kerken terecht kunnen. Wij hebben daarom de classes verzocht voortaan hun verslagen en persberichten naar het Dienstenbureau te sturen. Daarnaast werkt het Dienstenbureau aan een betere zichtbaarheid van het nieuws op de CGK-website, de rubriek nieuwsberichten is mede daarom naar de bovenzijde van de website verplaatst.

*social media berichten (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram)*

- inhoud: inspiratie, leermomenten.
  - welke media: CGK Facebook (nu-nog-niet-officieel kanaal), Twitter (nieuw kanaal), LinkedIn (CGK-groep), mogelijk ook Instagram
  - wie neemt initiatief: CGK Dienstenbureau
  - via welke intermediair(s): vrienden op deze media kunnen mede-kerkleden attenderen op deze berichten, evenals kerkenraden e.d.
- Het Dienstenbureau betreft de redactie van de in paragraaf 4.2 genoemde nieuwsbrief bij deze berichten.

**4.4 thema's**

Bij het laten zien wie we als kerk zijn, passen de verschillende thema's in het onderzoek onder leden: geschiedenis en organisatiestructuur, de identiteit (wie zijn wij samen) en open (transparant) berichten over actuele en ethische kwesties. Het meest samenbindend werken echter de voorbeelden van samenleven binnen de kerk en/of met andere gelovigen. Voor deze voorbeelden van samenleven zijn nieuwsbrief, kerkblad (paragraaf 4.2) en website en social media (paragraaf 4.3) geschikt.

**4.5 jonge en nieuwe leden**

Voor de inwijding van jonge en nieuwe leden verwijzen we naar paragraaf 4.1. Zoals in paragraaf 2.3 vermeld, zijn de jeugdbonden bereid om mee te denken.

**5 planning**

De onderstaande activiteiten van het Dienstenbureau worden gedurende 3 jaar uitgevoerd (2019-2020-2021). Het idee van de introductiekring kan een lokale gemeente zelf vormgeven en uitvoeren op de meest geschikte tijd. Kerkbladmailingen worden op verzoek van deputaatschappen en commissies door het Dienstenbureau verzonden. Voor de nieuwsvoorziening in nieuwsbrief en social media neemt het Dienstenbureau initiatief, samen met een nog te vormen redactiecommissie (commissieleden op vrijwillige basis). In deze commissie worden leden benoemd vanuit de breedte van onze kerken, waaronder één lid van deputaten vertegenwoordiging en enkele communicatiedeskundigen.

| wat  | wie initiatief | uren Dienstenbureau                            |
|--|----------------|--|
| (animatie)films voor jonge en nieuwe leden<br>1 à 2 per jaar | Dienstenbureau | begeleiden inhoud en opzet:<br>per film 20 uur |

|  |   |   |
|--|---|---|
| introductiekring maatwerk gemeente zelf organiseren  | lokale gemeente die dat wenst                 | geen (de verantwoordelijkheid ligt op lokaal niveau)  |
| communicatieadvies voor deputaatschappen op maat     | deputaatschap of commissie met Dienstenbureau | 2 à 8 uur per advies, afhankelijk van de omvang van het verzoek   |
| nieuwsbrief (10x per jaar)                           | Dienstenbureau                                | 8 uur per nieuwsbrief: kopij verzamelen, schrijven, redigeren   |
| flyer over deputaatschappen                          | deputaten vertegenwoordiging                  | 4 uur   |
| redactiecommissie t.b.v. nieuwsbrief en social media | Dienstenbureau                                | 20 uur opzet (eenmalig, werven redactieleden, afspraken maken)<br>10 uur per jaar bijeenkomsten/afstemming<br>10 uur per jaar organisatie workshop / training voor commissieleden |
| kerkbladenmailing                                    | deputaatschap of commissie via Dienstenbureau | geen  |
| social media   | Dienstenbureau                                | 1-4 uur per week, afhankelijk van onderwerpen en frequentie van aanleveren  |

## 6 budget

| wat   | wie   | begroting Dienstenbureau   |
|---|---|--|
| (animatie)films voor jongeren en nieuwe leden<br>1 à 2 per jaar | Dienstenbureau en inhuur (animatie)filmmaker(s) | - 20 uur per film salariskosten Dienstenbureau<br>- €3000 à €5000 per jaar inschakelen (animatie) filmmaker(s)<br>Noot: mogelijk kan het Dienstenbureau voor de financiering gebruik maken van een legaat dat enkele jaren geleden beschikbaar kwam. |
| introductiekring maatwerk gemeente zelf organiseren             | lokale gemeente die dat wenst                   | geen   |
| communicatieadvies op maat                                      | deputaatschap of commissie met Dienstenbureau   | - 2 à 8 uur per advies salariskosten Dienstenbureau  |
| flyer over deputaatschappen                                     | Dienstenbureau                                  | - 4 uur salariskosten Dienstenbureau<br>- kosten vormgeving, druk en verzending  |

|                   |   |  |
|-------------------|---|--|
| nieuwsbrief       | Dienstenbureau                                | - 8 uur per nieuwsbrief<br>salariskosten Dienstenbureau  |
| redactiecommissie | Dienstenbureau<br>Workshopleider              | - 20 uur opzet (eenmalig)<br>salariskosten Dienstenbureau<br>- 2 x 10 uur per jaar salariskosten Dienstenbureau<br>- p.m. reiskosten redactieleden.<br>- p.m. catering bijeenkomsten<br>- workshop/trainingskosten per jaar €600 |
| kerkbladenmailing | deputaatschap of commissie via Dienstenbureau | geen extra kosten  |
| social media      | Dienstenbureau                                | - 1-4 uur per week salariskosten Dienstenbureau  |

## 7 *evaluatie*

Minimaal eens per jaar maken we de balans op: hoe is de voortgang, verloopt de uitvoering naar wens en wat zijn de resultaten (respons, volgers, abonnees, tevredenheid deputaatschappen/commissies over communicatieadvies)?

5

Henriëtte Bal  
communicatiemedewerker