Protestantse Gemeente Burgum

Communicatiebeleid Protestantse Gemeente Burgum

Algemeen

In 2013 is het Beleidsplan van de Protestantse Gemeente Burgum 'Oer grinzen hinne' 2013-2017 tot stand gekomen. Hierin is o.a. de visie* en missie* beschreven, die leidend zijn voor het gemeente-zijn.
De Kerkenraad acht communicatiebeleid nodig waarin de interne en externe communicatie wordt beschreven en dat aansluit bij het Beleidsplan.
Begin 2015 zijn de eerste concrete stappen gezet met het vormen van een communicatieteam. Dit team ontwikkelt beleid en geeft alvast uitvoer aan eenheid in uitingen van onze gemeente in de reeds eerder vastgestelde huisstijl en communicatie passend bij de kernwaarden van onze gemeente.
Communicatie is onderdeel van beleid en strategie van onze gemeente.

** Visie: is het referentiekader, de overtuiging en de opvattingen van een organisatie*
** Missie: is afgeleid van de visie. De missie beschrijft welk doel een organisatie wil bereiken*

Communicatiebeleid

Kernwaarden, kernboodschap en identiteit

In het beleidsplan van de Protestantse Gemeente Burgum 'Oer grinzen hinne' 2013- 2017 zijn de kernwaarden, kernboodschap en identiteit als volgt omschreven:

- De Protestantse gemeente Burgum is een Christelijke gemeenschap die verbonden is door het geloven in en het zoeken naar God. Ons voorbeeld is Jezus en onze wegwijzer is de bijbel.
- De kernwaarden van onze gemeenschap zijn openheid, verantwoordelijkheid en ruimte.
- De kernboodschap is Gods liefde gestalte geven in deze wereld.

Hierbij zijn onze (gewenste) identiteit* en ambities geformuleerd.
Vanuit deze kernwaarden en met deze kernboodschap als identiteit, willen we op een aansprekende en professionele wijze communiceren binnen en buiten onze gemeente. Het communicatiebeleid is gerelateerd aan bovenstaande keuzes en doelen.

***Doelstelling Communicatie**:*

De kerk heeft een boodschap voor de wereld en wil die kenbaar maken. De Protestantse Gemeente Burgum wil transparant, professioneel, actueel en eigentijds communiceren met haar omgeving, zowel intern als extern.
Het doel van de interne en externe communicatie is het bevorderen van gemeenschapszin en verbinding, stimuleren tot onderlinge betrokkenheid, met daarnaast inhoudelijke verdieping.
Om dit doel te bereiken willen we elkaar informeren, interesseren en motiveren. Belangrijke vragen hierbij zijn: 'Hoe willen we gemeente zijn, waar geloven we in, hoe geven we aandacht aan onze speerpunten'.
Om elkaar goed te informeren, maken we gebruik van bestaande en nieuwe communicatiemiddelen.

Plaats van communicatie binnen onze gemeente

Een uitgangspunt van beleid (speerpunt) voor het jaar 2015- 2016, met betrekking tot communicatie, is een heldere afstemming van alle initiatieven en activiteiten.
Intern is het beleid gericht op een vloeiende, kerkelijke organisatie en vlotte communicatie.
Extern willen we een gemeente zijn die zich 'naar buiten richt'.

Bij het communicatiebeleid en de werkwijze van het communicatieteam zijn de kernwaarden leidend en van wezenlijk belang.
Het beleid geeft het kader aan, waarbinnen de communicatie in afspraken is vastgelegd, zodat alle geledingen vanuit dezelfde principes communiceren.

Het communicatieteam valt rechtstreeks onder de verantwoordelijkheid van de Kerkenraad en rapporteert daaraan halfjaarlijks.

** Gewenste identiteit: het eigen idee van hoe een organisatie wil zijn en wat zij wil uitstralen*
** Identiteit: is wat de organisatie is en wat zij uitstraalt, ook door de ogen van de omgeving*

Taakgebied en taken

Het taakgebied van communicatie omvat de gehele kerkelijke organisatie, zowel interne als externe communicatie en focust op identiteit en imago*.

Het communicatieteam heeft op het gebied van communicatie en presentatie een initiërende, coördinerende, adviserende, redigerende en sturende functie. Daarnaast bewaakt zij het gebruik van de huisstijl.

Taken van interne en externe communicatie omvatten: huisstijl, kerkblad, nieuwsbrief, website, facebook, uitgaande briefings, uitnodigingen, informatiemap nieuw-ingekomenen, perscontacten, sponsoring, mediaplaatsingen, etc.

Overleg met professionals, vrijwilligers en geledingen over communicatie en presentatie behoort eveneens tot het taakgebied.

- Aandachtspunt: bij calamiteiten en perscontacten is de voorzitter van de kerkenraad of plaatsvervanger aanspreekpunt. Bij mediaplaatsingen is het communicatieteam, eventueel i.o.m. voorz./scriba verantwoordelijk.

Huisstijl en identiteit

Onze gemeente onderscheidt zich en toont haar identiteit door het gebruik van een eigen huisstijl en symboliek. Op deze manier presenteert zij zich, zowel intern als extern.

Een krachtige huisstijl geeft vorm aan de gewenste identiteit.
Vaste onderdelen van die presentatie zijn: een herkenbare naam, logo en eigen kleuren.
Deze *visuele* identiteit bepaalt voor een groot deel het gezicht van onze gemeente (huisstijl, logo, website, gebouwen, vlaggen, en dergelijke).
Een sterke huisstijl communiceert de kernwaarden, zorgt voor herkenning en creëert onderscheid.

De huisstijl bestaat uit vier huisstijlelementen:
- naam/logo: woord- en beeldmerk
- kleur
- typografie
- beeldgebruik

Onze gemeente heeft de eerste drie elementen al in gebruik. Het laatste element verdient aandacht en uitbreiding.

Alle middelen en objecten waar de huisstijl op wordt toegepast noemen we *huisstijldragers*.
De Protestantse Gemeente Burgum gebruikt de volgende huisstijldragers:

nieuwsbrief, website, facebook, visitekaartjes, organisatie breed pgburgum-mailadres, briefpapier, enveloppen, brief nieuw-ingekomenen, advertenties, posters, flyers, uitnodigingen, beamerscherm, slogans, etc..

De volgende onderdelen vragen nog aandacht als huisstijldragers:
Underweis, folders, doopkaarten, kerstkaarten, gevelsignering, flags, interieur, etc.

De huisstijlregels worden vastgelegd in een nog te ontwikkelen *huisstijlhandboek*.

Uitvoering

In de komende periode gaat het communicatieteam het beleid vormgeven. Zij wil in gesprek gaan met de diverse geledingen om samen na te denken hoe je de verschillende communicatiemiddelen optimaal kunt inzetten en afstemmen.

**Imago: is het beeld dat de publieksgroepen van de kerkelijke organisatie hebben*

Bijlage

Om activiteiten optimaal tot hun recht te laten komen is een *communicatieplan* nodig, dat uit de volgende onderdelen bestaat:

- analyse
- doelstelling
- doelgroep
- boodschap
- strategie
- middelen
- budget
- evaluatie

Maak je bijvoorbeeld een uitnodiging voor een activiteit, dan moet de boodschap de volgende elementen in ieder geval bevatten: de 5 W's

- Waarom is deze activiteit er?
- Voor wie is het?
- Wanneer is het?
- Wat is het?
- Waar is het?

Voor uitleg over het communicatieplan bij een activiteit gaat het communicatieteam graag in gesprek en biedt haar ondersteuning aan.