

**De Nieuwe
Parochie**
Zenden en ontvangen

Map showing the new parishes (P.) in the Eindhoven region, including P. Centrum, P. Veldhoven, P. Stratum/Waalre, P. Woensel-O/Nuenen, and P. Geldrop. The map also shows the names of various villages and towns, including Eindhoven, Veldhoven, Stratum, Waalre, Geldrop, and Woensel.

Middelen

Ieder mens communiceert. Je kunt niet niet-communiseren. In een tijd waarin iedereen beschikt over communicatiemiddelen en het informatielandschap exponentieel groeit, neemt ook de behoefte toe om effectief te communiceren. De Nieuwe Parochies zijn daarvan doordrongen. Bij de veranderingen die fusies teweegbrengen wordt communicatie niet louter als 'ondersteunend' gezien. Communicatie met een heilig doel voor ogen, is een essentieel onderdeel van het beleidsplan, waarmee de geloofsgemeenschap verantwoorde stappen zet naar de toekomst. "Wie zegt wat tegen wie op welke manier met welk effect?" Deze aloude communicatievraag is actueel in het huidige tijdsgewricht waarop de Nieuwe Parochies aansluiten.

communicatie in Nieuwe Parochie

**Groeien in geloof,
geloven in groei.**

Communicatie in Nieuwe Parochie Moeder van de Kerk

"De basis van communicatie is het persoonlijk contact"

Parochie Maria, Moeder van de kerk is geografisch gezien de omvangrijkste fusieparochie van het bisdom. Met twaalf voormalige dorpsparochies is efficiënte inzet van communicatiemiddelen een vereiste. Met evenveel dorpsculturen kunnen deze zogenaamde communicatiedoelgroepen niet op een hoop worden gegoooid.

PERSOONLIJK CONTACT

“De basis van communicatie is het persoonlijke contact,” vertelt deken Roland Kerssemakers. Als ‘nieuwkomer’ in de twaalf afzonderlijke dorpen, kon hij niet meteen alle namen en gezichten onthouden. Om de parochianen beter te leren kennen, voerde hij samen met zijn pastorale team twee soorten ontmoetingsmomenten in. Een daarvan is het begroeten van mensen bij de deur na afloop van de heilige mis: “Het is een eenvoudige vorm en lukt niet altijd, maar het is een waardevol moment waarna men ook gemakkelijker op je afstapt,” aldus Kerssemakers. “Een ander moment van persoonlijke ontmoeting is het koffiedrinken na de Mis die door de week plaatsvindt. Samen koffiedrinken past goed bij de dorpscultuur. Op zondag hebben de parochianen daar niet altijd tijd voor omdat de kinderen op visite komen. Een andere mogelijkheid voor persoonlijk contact zijn de vertrouwde huisbezoeken. Als de parochianen daar prijs op stellen dan komen ook wij graag op bezoek.”

PAPIEREN NIEUWS

In de parochie bestaan zowel parochiebladen als dorpsbladen. Kerssemakers: “Het voordeel van een eigen parochieblad is dat je zelf de regie voert, terwijl je met het dorpsblad meer mensen bereikt.” Samenvoeging tot één groot parochieblad zit er voorlopig niet in. Wel startte het pastorale team onlangs de maandelijkse nieuwsbrief voor de Nieuwe Parochie met daarin een geloofsthema om over na te denken of te mediteren en nieuws vanuit het pastoraal team. Het effect van een nieuwsbrief heeft volgens deken Kerssemakers dezelfde invloed op de beeldvorming als een parochieblad: “Het gaat daarbij niet alleen over praktische zaken als mistijden of dingen die je in de krant leest, maar over hoe de pastores er zelf instaan. Het is nieuws uit eigen hand.”

BEELDVORMING

Kerssemakers is zich ervan bewust dat externe factoren sterk de beeldvorming bepalen. “En dat bepaalt voor een groot deel de mogelijkheden om met de mensen in contact te komen”, licht hij toe. “Als je eenmaal een slechte naam hebt, duurt het lang om daarvan af te komen: “U bent toch die pastoor waar niets bij mag?” Het eerste con-

tact met mensen verloopt vaker met dit soort vooroordelen en misverstanden die je eerst recht moet zetten. Zelfs in de media is die bevooroordeelde zichtbaar. Dan worden er mensen voor een interview gezocht die het vooringenomen standpunt bevestigen.”

PAROCHIEWEBSITE

Met een schuin oog kijkt hij naar de tijdelijke website parochieindesteigers.nl. “Eigenlijk kun je de communicatie via een website pas goed starten, als je een definitieve domeinnaam kunt registreren. Bezoekers verwachten namelijk dat de communicatie met de parochie centraal via die website loopt en dat het aanbod op de website actueel en compleet is. Nu zijn we bezig met het ontwikkelen van de definitieve website.” Met het oog op de huidige systemen moet de website van de Nieuwe Parochie interactief gaan functioneren: “De bedoeling is dat de website aansluit bij deze tijd waarin alles snel te regelen is. Mensen willen bijvoorbeeld snel een misintentie kunnen opgeven. Via een website zijn we met één klik bereikbaar.”

CONTACTPERSONEN IN DE REGIO

Bereikbaarheid is volgens deken Kerssemakers een belangrijk aspect van communicatie. In het uitgestrekte gebied van de Peel vormen de contactpersonen daarom een belangrijke schakel in de communicatie. Kerssemakers: “In de ‘deelparochies’ is de contactpersoon de spin in het web. Deze verzorgt de berichtgeving over en weer naar de werkgroepen. In sommige plaatsen doet één persoon zo'n beetje alles en in andere plaatsen heeft de contactpersoon een specifieke functie in de communicatie.”

JONGE MENSEN

Met communicatie in de Nieuwe Parochie denkt de deken vooral aan het bereiken van jonge mensen ‘die de hele dag op internet zitten’. De website zal er voor een belangrijk deel in moeten voorzien om met deze groep in contact te treden.



De juiste mensen inschakelen

Bij efficiënt gebruik van communicatiemiddelen, wordt in eerste instantie vaak gedacht aan digitale communicatiemiddelen. Maar daarmee zijn 'oude media' niet afgeschreven. Parochieblad De Damiaan bewijst dat 'papier' nog steeds een goed middel is om je doelgroep te bereiken.

Voor het gehele palet aan nieuwe en bestaande doelgroepen, heeft de nieuwe Parochie Damiaan in Helmond een slimme formule gevonden. ‘Jong en oud’ kunnen zich namelijk herkennen in De Damiaan, het fullcolour parochiekrantje dat nagenoeg kosteloos in een oplage van 15.000 stuks huis aan huis verspreid wordt.

THEMA GEZIN EN DE KERK

“Eind 2009 kwam de pastoor bij me met de vraag hoe we een en ander konden aanpakken,” vertelt Ad Klaasen van communicatiebureau Adcommunicatie. “Daaruit vloeide als eerste de website Damiaanhelmond.nl voort. Die hebben we modern opgezet en opgebouwd rond het thema ‘Gezin en de Kerk’. Dat begint al bij de bij geboorte, het Doopsel en dat gaat verder met de eerste H. Communie, het Vormsel, het huwelijk en het overlijden. Deze onderwerpen staan dicht bij de mensen en sluiten aan bij het dagelijkse leven. Dit concept hebben we doorgepakt in de vorm van een krantje.” De kosten van het blad worden grotendeels gedekt door advertentieverkoop aan serviceverleners op het gebied van de gezinsthema's. Zo zijn er in het blad advertenties te lezen van feestzalen, juweliers, drukkerijen, uitvaartondernemers, natuursteenverkopers, geboortewinkels, horecaondernemers, kapsalons, snoepwinkels, aannemers, enzovoorts. “Communicatiebureaus moeten nadenken over het gehele strategische concept waarbij iets tot stand moet komen.” Daar ligt hun meerwaarde volgens Klaasen. “Maar dat werkt niet door bijvoorbeeld simpelweg 10.000 Euro op tafel te leggen en te zeggen: ‘hier, begin maar.’ De klant heeft een vraag en je gaat met hem samen onderzoeken hoe je daaraan kunt voldoen.”

LOKAAL HOUDEN

Als parochies optimaal de mogelijkheden voor goede communicatie willen benutten, adviseert Klaasen vooral lokale krachten in te schakelen. Dat kunnen bijvoorbeeld parochianen zijn die in het reclamevak zitten of een uitgever die affiniteit met de kerk heeft. Klaasen: “Voor communicatiebureaus geldt hetzelfde. Juist de regionale communicatiebureaus kennen de lokale markt het beste en hebben een netwerk opgebouwd waar de parochie van kan profiteren. Als je de juiste mensen laat meekijken, hoeft je niet zelf het wiel uit te vinden.”



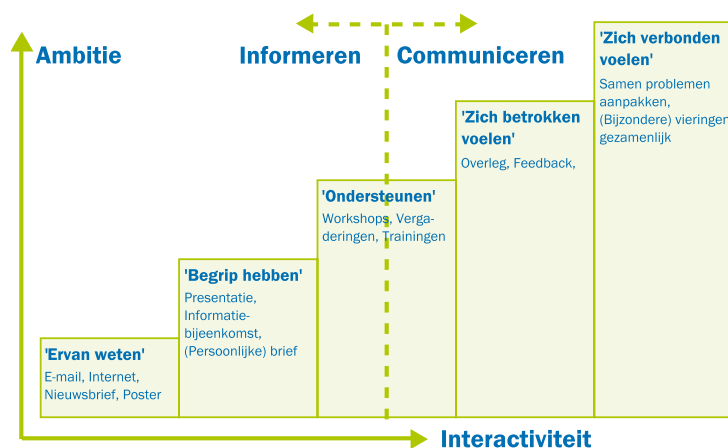
Boekel bij de besten

De Boekelse St. Agathaparochie mag zich met haar succesvolle website een jaar lang rekenen tot de drie beste parochies van 2011. De parochie deed mee aan de landelijke RKK-wedstrijd ‘De beste parochie van 2011’ en werd onder andere geprezen om de overzichtelijkheid en actualiteit van de website. “De website is rustig en je kunt direct vinden wat je zoekt. Er staat niet meer op dan nodig is voor de parochie en hij wordt goed bijgehouden,” aldus pastoor René Aarden. De parochiewebsite is www.parochieboekel.nl. Op de eerste plaats eindigde de Joomla website van parochie St. Jacobus in Den Haag. “Het enige dat ik kan bieden is de inzet om het te leren en de toewijding om het te blijven doen,” vertelt webmaster Kees Nusteling van www.stjacobus.nl. Op www.katholiekederland.nl/parochiedag-2011 kunnen interviews en presentaties worden teruggekeken.

Een handreiking voor de praktijk

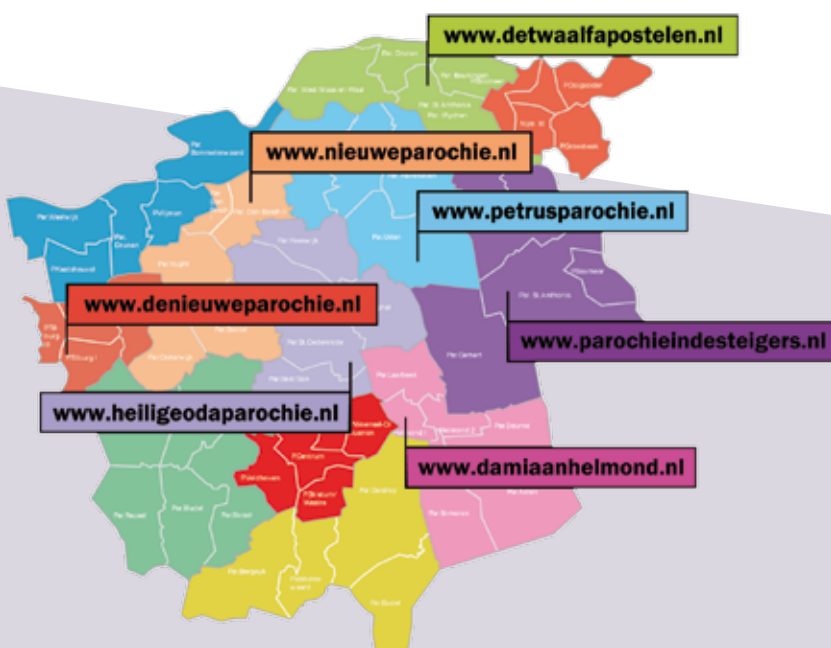
Communicatiemiddelen 'goed gebruiken' is efficiënt, 'goede communicatiemiddelen' gebruiken effectief. Voor parochies die worden samengevoegd zijn deze benaderingen voorwaarden om de communicatiemachine gesmeerd te laten lopen. Mensen hebben van nature weerstand tegen veranderingen en zeker bij fusies. Daarom moet goed worden overwogen welke vorm men kiest om de parochianen te bereiken.

Communicatie in de Nieuwe Parochie vrij naar de Trap van Quirke



Een paar voorbeelden: Een brief kan efficiënt lijken, maar onrust zal eerder worden weggenomen door een persoonlijk gesprek. Werkgroepen met vergelijkbare taken zijn goed via een groepsbijeenkomst te benaderen. Wie bijdraagt aan Kerkbalans, wordt via het parochieblad of met een mailing bereikt. Feitelijke en actuele informatie, zoals het liturgisch rooster, taakverdeling pastoraal team, e.d. kan op papier, per e-mail of op internet.

Het interne communicatiemodel van Quirke kan bij de keuze van communicatiemiddelen behulpzaam zijn: naarmate de ambities omtrent informeren of communiceren hoger worden (van 'ervan weten' naar 'begrip hebben', naar 'ondersteunen', 'zich betrokken voelen' en 'zich verbonden voelen') zal de interactiviteit van het te kiezen communicatiemiddel ook hoger moeten worden. De gereedheidskist die voor de vorming van de Nieuwe Parochies is samengesteld, voorziet in tal van aanbevelingen rondom de inzet van communicatiemiddelen.



Websites Nieuwe Parochies

Zeven van de twaalf gevormde Nieuwe Parochies hebben een nieuwe website opgezet. Zij hebben daarmee gekozen de parochiewebsite in het geheel te vernieuwen of door middel van een aparte website hun doelgroepen op de hoogte te houden van ontwikkelingen rond het fusieproces.