

Kwartaalblad van de Beroepsgroep VPW, onderdeel van **CNV Kerk & Ideëel**

Postadres: Postbus 2510, 3500 GM Utrecht | Bezoekadres: Tiberdreef 4, 3561 GG Utrecht

T 06 48 15 12 89 | E [j.franken@cnv.nl](mailto:j.franken@cnv.nl) | I [www.vpwinfo.nl](http://www.vpwinfo.nl)

## PR: een uitnodiging



## Nabijheid op afstand

Stap voor stap proberen we in onze samenleving uit de lockdown van de coronacrisis te komen. Vandaag mogen horeca en theaters weer open – weliswaar met de nodige beperkingen en voorzorgsmaatregelen. Ook voor de kerken is versoepeling in aantocht. Uitgebreide protocollen moeten de herstart van vieringen met kerkgangers mogelijk maken. Protocollen zijn onvermijdelijk, maar ook vervreemdend: vooraf een plaats reserveren, niet mogen zingen, en de Communie uitreiken of ontvangen “lijkt wel een groter waagstuk dan het demonteren van een op scherp staande landmijn” (Jan-Willem Wits in zijn column in het *Nederlands Dagblad* van 29 mei jl.).

Het doet je nogmaals beseffen uit welk dal we aan het klimmen zijn en hoeveel onzekerheid er nog is. Ik vraag me af hoe het jullie, collega's in het veld, gaat? Wie van jullie in een van de brandhaarden werkt, heeft ongetwijfeld veel gezien en meegemaakt. Maar ook daarbuiten kunnen collega's over ongedacht heftige situaties meepraten. Lukt het dan om staande te blijven? Met wie kun je je pastorale “frontberichten” delen? Wie of wat helpt jou er door heen?

Voor ons allen geldt: social distancing is eigenlijk in tegenspraak met wie we als pastor zijn en hoe we pastor willen zijn. We zijn er om naast mensen te staan, ze in de ogen te zien en een hand te reiken. Toen de kerken dicht gingen en de activiteiten en bijeenkomsten in de parochie stilvielen, waren we even totaal onthand. Maar al snel werden livestreamvieringen in veel parochies het nieuwe normaal. En roeren collega's zich op sociale media met vlogs, meditaties en gebed. Met inventiviteit en creativiteit worden nieuwe wegen gezocht om verbinding met mensen te zoeken en te versterken.

De anderhalvemeterkerk is voorlopig een blijvertje. Het blijft in ons pastoraal werk een uitdaging om op afstand mensen nabij te komen en samen op te trekken. Ook als straks na de zomer een nieuw seizoen begint. Op deze mooie Pinksterdag trek ik me op aan Gods goede Geest die ons is aangezegd en in ons komt. Zij houdt nooit afstand, zij is dichtbij, geeft kracht, inspireert en vernieuwt ons. Haar Adem zal uiteindelijk langer zijn dan die van deze crisis.

*Marianne van Tricht*

Voorzitter beroepsgroep VPW



Gods goede Geest  
houdt nooit afstand  
Zij is dichtbij,  
geeft kracht,  
inspireert en  
vernieuwt ons

# INHOUD

PR, je zaak aan de man brengen, is een onderdeel van het werk in parochies dat pastores veelal niet automatisch aangaat. Hoe brengen we zaken van de parochie onder de aandacht? En van wie dan? Hoe breng je jezelf in beeld? Hoe maak je anderen het belang van een parochie duidelijk? Wat is je rol als pastor daarin? Vier auteurs nemen ons mee in de praktijk van alledag. Henk Bakker, eigenaar van een mediaproductiebedrijf, raakte betrokken bij zijn parochie, werd lid van het parochiebestuur en bekommerde zich om het parochieblad. Matheu Bemelmans staat vanuit het bisdom Roermond de parochies bij in het ontwikkelen van hun communicatie. Marion Korenromp vond het erg frustrerend om te merken dat zoveel aanbod in haar parochie geen reactie kreeg. Zou het ook op een andere manier kunnen? Tot slot geeft Antoinette Bottenberg inzicht wat er gebeurt als de gewone communicatie in een parochie door de uitbraak van een virus ineens niet meer gaat. Maria van Mierlo geeft na lezing van de vier praktijkverhalen richting om over communicatie in de parochie na te denken. Het gaat niet zozeer om verkopen, merkt ze op. Het gaat om het wakken van verlangen.

---

## DE PRAKTIJK

- 4 **Mensen bereiken in het hiernaastmaals**  
*Matheu Bemelmans*
- 7 **Hoe breng je de parochie onder de aandacht?**  
*Henk Bakker*
- 9 **Bruggen bouwen in coronatijd**  
*Antoinette Bottenberg*
- 12 **Het gaat toch niet om mij?**  
*Marion Korenromp*

---

## DE REFLECTIE

- 14 **Goede PR: Weerklank van verlangen**  
*Maria van Mierlo*
- 17 **Enquête over het blad VPWinfo.nl**  
Graag nodigen we onze leden uit de enquête over ons blad op onze site [www.vpwinfo.nl](http://www.vpwinfo.nl) in te vullen. Zo krijgen we een helder beeld over hoe onze leden het blad waarderen. Zie de toelichting op pagina 17.

---

## DE RUBRIEKEN

- 19 **Gelezen**  
**Leidinggeven aan wat komt**  
Een contemplatieve benadering van leiderschap  
*Jos van Genugten*



- 20 **Begeesterd**  
**Het leven in mijn tuin**  
*Hennie van Hattum*
- 22 **Nieuws uit de VPW-en**  
*Jan Franken*
- 24 **Column**  
**Een toekomst zonder datum!**  
*Rob Lijesen*

## Rectificatie

In het artikel 'Overleg LKR ICORA Update maart 2020' van het blad *VPWinfo.nl* 2020 nummer 1 wordt op pagina 20 ten onrechte de naam van de SRKK genoemd. Dat moet zijn het Aartsbisdom Utrecht. Onze excuses daarvoor.  
*Redactie VPWinfo.*

# Mensen bereiken in het hiernaastmaals

We hebben als kerk niets te verbergen. We hebben een boodschap te verkondigen, zelfs een Blijde Boodschap. Hoe meer mensen we daarmee bereiken, hoe beter het is. Met dat motto in zijn binnenzak trekt Matheu Bemelmans al zo'n 20 jaar rond door het bisdom Roermond om pastores, kerkbestuursleden en vrijwilligers duidelijk te maken dat wij als Kerk leven van communicatie en dat PR niet vies is, maar heel nuttig kan zijn.

Als de apostelen in Jeruzalem waren gebleven, had het evangelie ons nooit bereikt. Juist omdat ze erop uittrokken en niet bang waren om hun eigenzinnige boodschap aan de man te brengen, heeft het christendom zoveel mensen kunnen inspireren. Wat in die eerste eeuw kon, kan nu nog. Daarom moeten wij als Kerk in de 21e eeuw op onze beurt niet bang zijn om van ons te laten horen, gebruikmakend van alle communicatiemiddelen die ons daarbij van dienst kunnen zijn.

**Communicatie** De Kerk leeft van communicatie. Of het nu een enthousiast joelende menigte tijdens de Wereldjongerendagen is, een goede preek of de serene stilte van een kloostergang: het zijn vormen van communicatie met daartussen alle denkbare varianten. Ik communiceer dus ik ben, zou het motto van elke gelovige christen moeten zijn. Dat wil niet zeggen dat elke vorm van kerkelijke communicatie onmiddellijk succesvol is, maar het tegenovergestelde is helaas wel waar: een kerk die op geen enkele wijze van zich laat horen, zal ineenschrompelen. Het is de beroemde theorie van de spiraal van het zwijgen: wie niet van zich laat horen, wordt niet gehoord, raakt uit beeld en zal uiteindelijk geen enkele rol van betekenis meer spelen.

Dus is het beleid van de Dienst Pers & Communicatie van het bisdom Roermond erop gericht om veel naar buiten te treden, het kerkelijk geluid op gepaste wijze en op liefst goed gekozen momenten te laten horen en in beeld te brengen. Ondanks beperkte middelen (zowel financieel als menskracht) lukt het aardig om online, op 'old-school' papier, in de (regionale) media en in de Limburgse samenleving als Kerk aanwezig te zijn. Wat geen reden is voor vergenoegdheid, want het kan altijd beter. Alertheid blijft geboden.

Vanuit deze achtergrond proberen we als bisdom de parochies in Limburg te ondersteunen. Dit gebeurt op diverse manieren. Regelmatig mag ik in parochies, dekenaten of op kerkelijke studiedagen workshops over communicatie verzorgen. Soms liggen daar concrete vragen aan ten grondslag: hoe kunnen we een goed parochieblad maken? Hoe zetten we een website op? Wat kunnen we met social media? Soms is het ook meer algemeen: hoe kunnen we ons beter presenteren?



**Matheu Bemelmans**

Voorzitter van het College van Perscheffs van de Nederlandse bisdommen en sinds 1998 werkzaam voor het Bisdom Roermond

DE PRAKTIJK

**Laat je horen** Wat me daarbij steeds opvalt, is hoe bescheiden kerkmensen zijn. Dat mag in algemene zin als een christelijke deugd worden gezien, om je boodschap aan de man te brengen is het helaas vaak een sta-in-de-weg. In parochies gebeuren zoveel mooie dingen, maar als we er niet over vertellen komt niemand dat te weten. Hoewel het voor gelovigen soms tegennaatuurlijk aanvoelt, adviseer ik parochies altijd om het goede te doen en daar vooral veel over te vertellen.

Het tweede dat opvalt en daarmee samenhangt, is dat parochies zich vaak niet bewust zijn van de vele bijzondere dingen die ze doen. Iets wordt al heel gauw als ‘normaal’ of ‘vanzelfsprekend’ beschouwd of weggezet in de categorie: “Dat weten de mensen toch wel”. Het is iedere keer zaak om duidelijk te maken dat ‘de mensen’ het niet weten, dat veel dingen helemaal niet zo vanzelfsprekend zijn en dat kennis over kerk en geloof bij het grote publiek heel ver buiten beeld is geraakt. Goede communicatie en PR kunnen helpen om onze boodschap bij een breder publiek op het netvlies te krijgen. Daarbij geldt: hoe eenvoudiger hoe beter. Simpele gebaren of pakkende foto’s zeggen meer dan dure woorden. Met een gemiddeld kerkbezoek van vijf procent kunnen we niet anders dan concluderen dat 95 procent van onze doelgroep zich buiten de kerk bevindt. Dit is ooit door iemand gekscherend het ‘hieraastmaals’ genoemd. In die kerk buiten de kerk, dáár moeten wij ons presenteren.

**Wegwijs en ondersteuning** Dit is ook steeds de teneur van de presentaties die ik her en der in ons bisdom mag verzorgen. Daarnaast proberen we vanuit de communicatieafdeling de parochies ook praktisch te ondersteunen. Zo kunnen ze altijd advies vragen over de omgang met media. Journalisten worden in kerkelijke kring regelmatig met enige argwaan bekeken. Over de vraag hoe terecht of onterecht dat is, kun je uren discussiëren. Feit is dat media bestaan en een breed bereik hebben en dus een belangrijk communicatiekanaal zijn om

die 95 procent te bereiken. Maar media hebben hun eigen wetmatigheden en als je die niet kent of niet respecteert, kan het fout gaan.

Juist op dat punt proberen wij parochies wegwijs te maken door ze te wijzen op de kansen en ze te behoeven voor de valkuilen. Zo adviseren we parochies altijd om activiteiten niet alleen aan te kondigen in het parochieblad, maar ook eens een persbericht naar de lokale krant of de lokale/regionale omroep te sturen. Lever er ook een goede foto bij, want dan is de kans groter dat het geplaatst wordt. Bij de meeste regionale media hebben journalisten een bepaalde regio of gemeente in portefeuille. Ga eens kennis maken met de betreffende

Bij goede communicatie en PR geldt:

hoe eenvoudiger

hoe beter

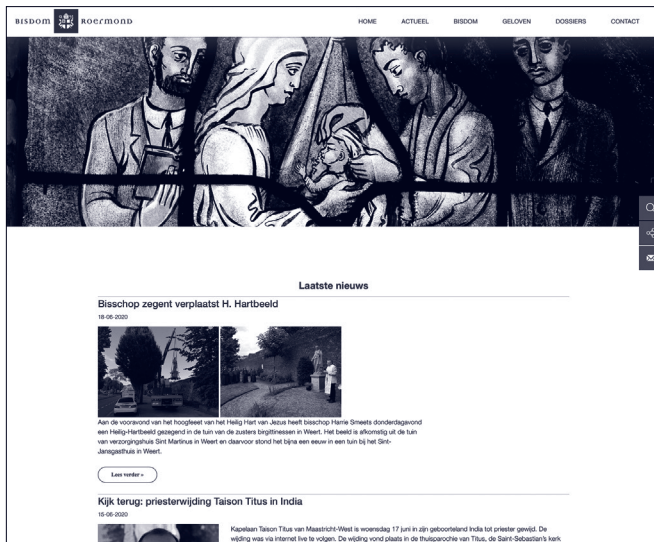
journalist van jouw regio. Als hij of zij je kent, zal het ook makkelijker zijn om een keer een onderwerp aan te dragen. Het klinkt allemaal logisch en voor de hand liggend, maar veel kerkmensen staan er niet bij stil. Parochies die dit om een of andere reden niet zelf geregeld krijgen, mogen altijd bij ons aankloppen voor concrete hulp. Als het nodig is, redigeren we het persbericht voor ze, begeleiden we ze bij een interview of regelen we een mediatraining. Van collega’s in andere bisdommen weet ik dat zij hun parochies op soortgelijke wijze proberen te ondersteunen.

Veel grote organisaties maken in hun communicatie tegenwoordig gebruik van het ‘newsroom-model’. Dat wil zeggen dat de communicatieafdeling werkt vanuit dezelfde uitgangspunten als een journalistieke redactie. In ons geval betekent dit dat de website van het bis-



dom ([www.bisdrom-roermond.nl](http://www.bisdrom-roermond.nl)) het centrale communicatiemiddel in het bisdom is, waarop alle relevante informatie als eerste gepubliceerd wordt (online first) en dat we van daaruit andere kanalen voeden. Tegelijkertijd nemen we ook interessante berichten van anderen (parochies, kloosters, religieuze events, etc.) over op onze eigen kanalen. Op die manier werken we mee aan een bredere verspreiding van de boodschap. Omgekeerd staat het parochies – maar ook media – altijd vrij om berichten van het bisdom over te nemen in hun eigen publicaties. We zijn vrij makkelijk in het rechten-vrij beschikbaar stellen van illustraties (voor zover die rechten bij ons liggen).

Een heel concreet instrument in dit kader is de Parochiebladenservice: kant en klare berichtjes die we met enige regelmaat naar parochies toesturen en die ze in hun parochieblad of op hun website kunnen overnemen. Een soort kerkelijk persbureau op regionale schaal. Op dit moment bestaat deze service alleen uit teksten, we hopen er ooit een variant met afbeeldingen



Een pagina van de site van het Bisdom Roermond

aan toe te kunnen voegen. In de beeldcultuur waarin we leven, zou dat geen overbodige luxe zijn. Social media als Facebook en Twitter lenen zich ook goed om vanuit dit model berichten van anderen te delen, waardoor ze uiteindelijk de vrienden van de vrienden bereiken en je doelgroep groter wordt. In zekere zin doen we dus niets anders dan Paulus met zijn brieven deed, maar dan met moderne middelen.

**Word zichtbaar** PR is méér dan berichten publiceren. Het is jezelf zichtbaar maken, zorgen dat je (boodschap) gezien wordt. Dat kan op tal van manieren. Als de recente coronacrisis één positieve kant heeft gehad, dan is het vooral dat parochies – noodgedwongen – creatief zijn geworden in het onderhouden van contacten met hun parochianen. Een pastoor in ons bisdom die niet meer in een verpleeghuis terecht kon om de ouderen te bezoeken, ging met een draaiorgel langs, lokte daarmee iedereen naar het balkon en kon zo een paar woorden spreken en met de bewoners enkele liedjes zingen. Diezelfde pastoor daagde parochianen uit om vanuit hun huiskamer een korte videoboodschap in te sturen, waarin ze vertelden wat Pasen voor hen betekent. Een andere priester maakte een aquarel van Simon van Cyrene in verplegersoutfit, die een zieke helpt zijn kruis te dragen. Heel wat pastores zijn inmiddels aan het vloggen geslagen. Prachtige voorbeelden van hoe op lokale schaal van de nood een deugd gemaakt kan worden. Laten we hopen dat die creativiteit in het post-coronatijdperk niet verloren gaat. Want één ding is zeker: in de kerken bereiken we nog maar weinig mensen en degenen die daar komen, zijn al gelovig. Het gaat om het bereiken van de mensen in het hiernaastmaals.

# Hoe breng je de parochie onder de aandacht?

Beleid is een groot woord, als het gaat om de PR van onze parochie, vindt Henk Bakker. Er zijn geen uitgewerkte beleidsplannen met visie, missie en strategie. Wel is er al werkend en ervarend de laatste jaren vanuit de praktijk de PR ontwikkeld. Vanuit zijn eigen expertise, aangevuld met de beschikbare capaciteit, is hij vooral innoverend bezig geweest met Parochieblad en website.

Eigenlijk ben ik een 'zij-instromer' van de parochie van de Heilige Familie in Breda. Ik 'rolde' de fusieparochie binnen, toen ik gevraagd werd om als contactpersoon te fungeren tussen de KRO, 17 man/vrouw tv-personeel en de parochie. De KRO wilde op zondag een reeks rechtstreekse tv-uitzendingen verzorgen vanuit de St. Laurentiuskerk in het Ginneken in Breda. Omdat ik vanuit mijn mediaproductiebedrijf ervaring had met media, waaronder de tv, werd ik benaderd. Het leek me

interessant en boeiend om achter de schermen mee te kijken bij de productie van zo'n tv-uitzending. Ik had verder weinig binding met de parochie, die uit een fusie van verschillende parochies was ontstaan. Toen het nog afzonderlijke parochies waren, was ik wel actief in één van de parochies, als kerkbestuurslid en lector.

**Parochieblad** Toch kwam ik op een gegeven moment terecht in het parochiebestuur van de Heilige Familie. De pastoor had mij daarvoor gevraagd en na twee vergaderingen te hebben bijgewoond ging ik overstag. Ik houd niet zo van vergaderen en besturen. Ik ben een echte doener, een creatieve productieman.

## Laat vooral ook de stem van de parochianen horen

Gezien mijn ervaring en expertise kreeg ik de portefeuille Communicatie. Daar lag heel wat achterstallig werk te wachten. Het parochieblad had zowel inhoudelijk als qua vormgeving een opfrisbeurt nodig. Omdat ik vanuit mijn bedrijf veel bladen had gemaakt en daarbij de redactie, de fotografie en de vormgeving verzorgde, zette ik een parochieblad op samen met een redactie bestaande uit: de pastoor, een pastoraal werker, de teamassistente en ikzelf. Mij stond een blad voor ogen, waarin de parochianen zich herkennen en de parochie in zijn volle breedte weerspiegelt. Niet alleen artikelen vanuit het pastoraal team, maar ook van de parochia-



**Henk Bakker**

Mediaproductent/bestuurslid van de parochie van de Heilige Familie, Breda

DE PRAKTIJK

nen zelf. Vooral voor dat laatste maakte ik mij sterk door interviews met parochianen te maken met een bijpassend beeld.

Als achtergrond is het belangrijk te weten dat de parochie van de Heilige Familie een groot werkgebied omvat met Breda-Zuid en de omliggende dorpen Bavel, Ulvenhout en Galder-Strijbeek. De kunst is dus om niet alleen vanuit de stad verslag te doen, maar ook de dorpen aan het woord te laten. Aanvankelijk was het idee om met correspondenten te werken, maar daar kwamen geen reacties op.

Naar buiten toe maken we gebruik van de lokale huis-aan-huisbladen die onze persberichten en artikelen plaatsen. Zo blijven we onder de aandacht

**Al doende** Terugkijkend op de start van het Parochieblad was het niet zozeer een uitgekiend beleid, maar bleken we veel meer al werkend en ervarend dit contactblad inhoud en vorm te geven. Parochianen waarden het blad. Ze raadplegen het ook voor bereikbaarheid van mensen en de vieringen in het vieringenrooster. In het omslagverhaal komen vaak parochianen aan het woord: vrijwilligers die hun kerk grotendeels kwijt-raken of een parochiaan die de beperkte openstelling van de kerk tijdens de Coronatijd als een verademing ervaart.

Naast het parochieblad verschijnt wekelijks een nieuwsbrief. Deze ligt achter in de kerk, maar wordt ook digitaal uitgegeven wanneer parochianen zich daarop abonneren.

**Digitaal** Op het gebied van de digitalisering wilde de parochie ook niet achterblijven. De website was verouderd. Een nieuwe, meer eigentijdse versie was hard nodig. Verschillende bureaus beten hun tanden stuk op een nieuwe vormgeving. Uiteindelijk won het bureau de opdracht die ook de website van het bisdom Breda verzorgt. De komst van een nieuwe jonge pastoraal werker versnelde het voortdurend actualiseren van de nieuwe website compleet met eigen opgenomen filmpjes. Het coronavirus deed daar nog een schepje bovenop. Omdat er geen vieringen meer mogelijk waren, maakten we wekelijks videoproducties. Die waren zowel te zien op de website als op het eigen YouTube kanaal. Ook hier was een kleine redactie samengesteld bestaande uit de pastoor, de kapelaan, de pastoraal werker en ikzelf. Daarnaast werd ook een facebookpagina aangemaakt.

Naar buiten toe maken we gebruik van de lokale huis-aan-huisbladen die onze persberichten en artikelen al of niet vergezeld van een foto plaatsten. Zo blijven we onder de aandacht.

#### Tips

- Stel een multimediale redactie samen die alle kanalen bedienen
- Laat vooral ook de stem van de parochianen horen
- Stem diverse media op elkaar af: parochieblad, nieuwsbrief, website, YouTube kanaal
- Benut van elke medium zijn specifieke mogelijkheden

Meer informatie: [www.parochieheiligefamilie.nl](http://www.parochieheiligefamilie.nl)



# Bruggen bouwen in coronatijd

**Wat betekent het om te werken in een parochie in Coronatijd? Wat komt er dan op je af en hoe onderhoudt je de contacten? Antoinette Bottenberg neemt ons in dagboekvorm mee in haar werk.**

Geen handen schudden bij de vredeswens, lege wijwaterbakjes en alleen de voorganger reikt de communie uit. Het zijn de eerste maatregelen van de bisschoppen in coronatijd. Op 8 maart ga ik voor in twee kerken. Er ontstaat voor de viering discussie bij oudere parochianen, die dit maar overtrokken vinden. Wie had kunnen denken dat dit voorlopig de laatste 'fysieke' viering zou zijn?

Voordat de rijksoverheid met nieuwe maatregelen komt rond thuisblijven en sociale contacten vermijden, blazen we veiligheidshalve de lieddag van onze koren af. Op 13 maart komt de kardinaal met aangescherpte maatregelen. We schrijven die dag een brief aan onze parochianen: tijdelijk geen bijeenkomsten, de Maria-kerken blijven open. De inhoud van deze en volgende (pastorale) brieven stemmen we af met de vicevoorzitters van de twee parochiebesturen. Alle communicatie per mail



**Antoinette Bottenberg**

Pastoraal werker in de St. Lucasparochie (Leusden en Veluwevallei) en de St. Maartenparochie (Zeist, Utrechtse Heuvelrug en Woudenberg). Het pastoraal team is gefuseerd, de parochies niet.

DE PRAKTIJK

loopt via de centrale secretariaten van Leusden en Zeist naar de 14 locatiesecretariaten, pastoraatsgroepen en locatieraden die zelf zorgen voor verspreiding via eigen kanalen. De St. Maartenparochie gebruikt een digitale nieuwsbrief en beide parochies hun parochieblad, website en Facebook. Een fysieke brief ligt in de Mariakapellen.

Het pastoresoverleg gaat via beeldbellen: hoe kunnen we in coronatijd pastorale nabijheid vormgeven, bruggen slaan naar mensen thuis? Vanaf nu streamen we elke avond live via Facebook een avondgebed vanuit huis. Mijn collega's voor volwassenen, ik voor gezinnen.

## We streamen elke avond live via Facebook een avondgebed vanuit huis

Via onze kanalen komen gebedsintenties en tekeningen van kinderen binnen, ook positieve reacties. Op zaterdagavond zenden we een eucharistieviering uit via YouTube, kopen hiervoor een goede camera en streamen tegelijkertijd via een geluidsverbinding van de Kerkomroep. Een rooster, een eenvoudige instructie hoe je mee kunt vieren en de liturgie verspreiden we. Een collega die niet graag online viert schrijft week-meditaties voor parochianen.

In de groepsapp van regionale pastoraal werkers houden we voeling met elkaar en delen we ideeën die we inbrengen in onze teams.

Met ingang van de intelligente lockdown gaan we tijdelijk zelf alle uitvaarten in de kerk doen, om parochiële uitvaartvoorgangers (en emeriti) niet in kwetsbare posi-

ties te brengen. We schrijven hen aan. Eén parochiële uitvaartvoorganger voelt zich aan de kant gezet. Hebben we té top-down gehandeld in de bescherming van onze vrijwilligers?

We schrijven een (koster)protocol voor uitvaarten en in het team maken we afspraken over ziekenzalving – en zegen. Ik geef een coronapatiënt voor haar sterven de ziekenzegen via beeldbellen, een bizarre en indrukwekkende ervaring. Waar het kan, bidden we aan bed met de stervenden.

Op 20 maart schrijven we aan alle parochianen een bemoedigingsbrief. Omdat we ons zorgen maken om onze ouderen schrijven we hen een fysieke brief, mede ondertekend door de lokale pastoraatsgroep. Vrijwilligers bezorgen ze. In dit schrijven bieden we aan dat ze ons mogen bellen. Dat wordt nauwelijks gedaan. Wij beginnen zelf met bellen, wat erg op prijs wordt gesteld: “zo hoor ik er weer helemaal bij!”

We werken als parochie mee aan de website Geloven Thuis, die wekelijks een online mini-viering voor thuis lanceert, en delen dit. In de aanloop naar Pasen sturen we een paasgroet en een online-vieringenrooster.

In april verschijnt in de groepsapp van de Kring van Pastoraatsgroepen St. Lucasparochie foto's van lokale acties, zoals een bloemenactie voor zieken en ouderen. Het werkt aanstekelijk, anderen volgen. De grootste geloofsgemeenschap met honderden ouderen en zieken verontschuldigt zich, want vrijwilligers ontbreken hiervoor.

De beide parochies starten na elkaar een online dankbaarheidsboom: waar ben je dankbaar voor in deze coronatijd? We publiceren de reacties op de websites en in de parochiebladen. Aan de kerk betrokken scholen sturen we een handgeschreven hart-onder-de-riemkaart en krijgen leuke reacties terug. Enkele gemeen-

schappen bouwen online bruggen: een Zoom-Kinderwoorddienst, een video-vergadering, al was het maar om elkaar even te zien.

Op 14 april sturen we een pastorale groet naar parochievrijwilligers in de zorgcentra en vragen hen te bellen met de bewoners, om nabij te zijn. Een paar groepen sturen ansichtkaarten. Ook vragen we hen advies hoe we in verbinding kunnen blijven.

Op 29 april viert onze pastoor zijn 25-jarig priesterjubiläum. Geen groots parochiefeest maar online felicitatie-filmpjes van parochianen, die veel indruk maken.

Midden mei overwegen we in elke parochie één kerk toe te rusten met een vaste camera voor uitvaarten en huwelijken. We brainstormen over nieuwe bruggen zoals online ‘frontlinieberichten’ door parochianen en pastores. Doel: verbinden, bemoedigen, inspireren. Instagram verkennen we (jongere doelgroep). We wachten met smart op de berichtgeving van de bisschoppen, hoe verder ná 1 juni?

We brainstormen over nieuwe bruggen zoals online ‘frontlinieberichten’ door parochianen en pastores. Doel: verbinden, bemoedigen, inspireren

## Voorzichtige conclusies?

- Onze crisiscommunicatie was reactief. We waren afwachtend (berichtgeving overheid, bisdom). Het lange wachten op de bisschoppen brengt ons nu bij de vraag: welke koers willen we zélf varen na 1 juni? Welke waarden vinden wij belangrijk bij de opstart?
- We hebben catechese stilgelegd en online kansen (nog) niet benut, diaconie nauwelijks geagendeerd.
- Het online vergaderen gaat efficiënt, geen reistijd, maar het heeft ook een keerzijde: moeilijke besluiten zijn opgeschort. Ik mis de lichaamstaal bij de ander. Tevens zie ik mezelf, voel me deelnemer én toeschouwer.
- Onze communicatie wordt gewaardeerd, we houden zorgen over wie we niet bereiken. De twee parochie-bladen (tweemaandelijks 8000 ex.) bieden inspiratie én verbinding maar helpen niet bij snelle communicatie.
- Youtube-eucharistievieringen trekken vooral senioren, 85% is 65+. We verlangen naar fysieke vieringen en ontmoetingen. Het streamen continueren we in de overgangsfase naar grote samenkomsten.
- Het Facebook-avondgebed trekt een jonger publiek, wordt soms gedeeld in videoparty's en bereikt ook randkerkelijken. In lagere frequentie gaan we waarschijnlijk door, met inzet van parochianen.
- Online vieren geeft het pastoraal team over beide parochies heen een gezicht. We doen nu voor het eerst uitvaarten in elkaars parochie. Parochianen zeggen: "ik ken u van Facebook!"



- Het volgen van elkaars avondgebed versterkt de teamband. We zijn meer team dan we dachten.
- De crisis heeft ons stil gezet. Nauwelijks vergaderen, vooral eerstelijns (telefonisch) pastoraat. Het brengt ons bij de kernvraag: wat is het hart van pastoraat?

# Het gaat toch niet om mij?

Had ik een mooi programma, kwamen de mensen niet. Ze hadden de aankondiging niet gelezen. Ze waren vergeten zich op te geven. Ze wilden niet naar een kerkelijk gebouw of ze wilden dingen die een beetje hipper klonken. Bij Marion Korenromp groeide de frustratie met de jaren.

**Frustratie** We organiseerden daarom activiteiten in een theehuis, een winkel en een bibliotheek. We maakten van ‘de bijbelgroep’ een ‘bijbelmaaltijd’ en van de ‘cursus inleiding in het r.k. geloof’ een ‘cursus levensvragen’. Maar ook daarna verliep de aanmelding nog altijd moeizaam. We vulden de berichtgeving via de parochie-site en het parochieblad aan met een facebookpagina en berichtjes in nieuwsbrieven. Tenslotte hielden we zelfs een enquête om achter nieuwe thema’s te komen. Op nummer één stond ‘een kloosterweekend’. Maar die boden we al twee keer per jaar aan. De meeste respondenten hadden die teksten nog nooit onder ogen gehad, terwijl ze hem in ieder geval vier keer hadden kunnen zien.



**Marion Korenromp**  
Pastoraal werkster in de  
parochie van de Heilige  
Drie-eenheid in Nieuwegein

DE PRAKTIJK

**In de leer** Ongeveer drie jaar geleden kwam ik Dolly Heuveling-van Beek en Simone Levie tegen. Deze jonge zakenvrouwen hebben een groot bereik op internet en zijn actief bezig met de spirituele kant van het zaken-doen. Hun motto: je succes wordt bepaald door de kwaliteit van jouw aanwezigheid. Wil je klanten kunnen aantrekken, dan moet je jezelf niet alleen als persoon goed kennen, maar je moet ook diep durven gaan. Je moet bijvoorbeeld je bezinnen op wat je op aarde te doen hebt. In hun taal gaat het vaak over roeping, missie, intentie, innerlijke groei en dienstbaarheid. Bovendien gaan ze uit van overvloed en niet van schaarste. Daarom ben je ruimhartig in je aanbod. Je geeft eerst iets weg, voordat je ‘klanten’ binnen haalt. Je laat eerst je waarde voelen en als een potentiële klant dan meer wil hebben, bied je hem iets aan waarvoor hij moet betalen. Dolly biedt bijvoorbeeld elke zondagmorgen een vrij toegankelijke, nieuwe meditatie aan. Maar er zijn ook webinars en challenges waarin inzichten en methodieken gratis worden gedeeld. Die overvloed maakt het ook niet erg dat ik mijn klanten heb en jij de jouwe. We zijn geen concurrenten van elkaar. In de ‘spirituele wereld’ hebben we allemaal een eigen plek en vullen we elkaar aan.

Naast spiritueel zijn ze ook praktisch. Zo laten ze je heel precies nadenken over je klant. Welk probleem heeft hij in de betreffende thematiek? Hoe zal hij zich voelen wanneer alles is opgelost (dankzij jouw aanbod)? In je PR vertel je allereerst een verhaal over je typische klant en hoe hij erop is vooruitgegaan door jouw aanbod. Daarna herhaalt je dat nog een keer of zes in allerlei toonaarden. Daarin verschuift het accent van de ervaring van de klant steeds meer naar jouw aanbod. En dat aanbod wordt dringend en schaars gemaakt. Bijvoorbeeld ‘ik geef dit webinar voor de laatste keer en

er komt geen opname van' en 'speciaal voor twintig bijzondere klanten die een stap in hun leven willen maken'.

**Weerstand** Alhoewel ik me aangetrokken voel door hun spirituele thema's, verzette ik mij tegen het idee hun boodschap te gaan vertalen naar mijn werk in het pastoraat. Het grootste tegenargument was dit: het gaat niet om mij, maar om het evangelie of de kerk, of, nog concreter, om deze aangeboden activiteit. Je wilt dat mensen komen vanwege de inhoud. Waarom zou ik mezelf zo centraal stellen? Bij Dolly en Simone leerde ik: "Omdat het niet anders kan! Precies de manier waarop jij het aanpakt of in een groep aanwezig bent, is dat wat je onderscheidt." Op voorwaarde dat je je eigen innerlijk werk doet en je laat leiden door je roeping mag je je eigen publiek vinden. Dat is geen fanclub die onvoorwaardelijk voor je klapt. Het zijn mensen die jij nu kan dienen in hun verlangen naar geluk, wijsheid, geloof of innerlijke groei. Of dat voor deze ene keer is of jarenlang is niet aan jou.

Ook de PR-trucjes stuitten me tegen de borst. Zeven keer vragen of iemand naar de bijbelmaaltijd wil komen? Mensen kunnen toch zelf wel iets opzoeken én iets onthouden! De tijd leerde me dat dat een generatiedingetje is. Zo is het voor onze jongerengroep volkomen vanzelfsprekend dat ze voor een activiteit een uitnodiging, een herinnering, een appje op de ochtend en een appje een uur van te voren krijgen. Vijftigplussers zouden die hoeveelheid als dwingend ervaren en van de weeromstuit niet komen.

**Praktijkoefening** In het begin van dit jaar waagde ik het er toch een keer op om met deze PR-boodschappen te werken. Ik wilde in de veertigdagentijd van 2020 elke dag ergens in de regio van de parochie een stiltemoment met een *lectio divina* houden. Veertig keer dus. Ik besloot het project de wereld in te laten gaan als een persoonlijke droom en vroeg vertegenwoordigers van

de eigen geloofsgemeenschappen en de naastgelegen protestante kerken of zij wilden helpen mijn droom te realiseren. De reactie kwam onmiddellijk en was hartverwarmend. Op de informatie-avonden kwamen vertegenwoordigers van twintig kerken. Het rooster was in een vloek en een zucht geregeld. Op sommige dagen waren er wel drie gelegenheden. Er stonden nieuwe meditatiebegeleiders op. De droom vond weerklank in een veel groter aantal bezoekers dan ik had kunnen dromen. Regelmatig waren het er meer dan dertig. En velen kwamen vanwege 'jouw mooie droom'. Het viel niet mee om hierin 'ik' te zeggen en toch waren er weinig momenten waarop ik me dichter bij mijn roeping voelde dan in deze bijeenkomsten. Helaas moesten we door de coronacrisis eerder stoppen. Ik vond het moeilijk 'mijn' droom weer los te laten, totdat één van de medebegeleiders zei: "Maar je droom is toch al in vervulling gegaan?" Het antwoord was "Ja". Toen ik dat zei, voelde ik enorme dankbaarheid.

Op voorwaarde dat je je eigen innerlijk werk doet en je laat leiden door je roeping mag je je eigen publiek vinden.

Het zijn mensen die jij nu kan dienen in hun verlangen naar geluk, wijsheid, geloof of innerlijke groei



Goede PR:

# Weerklank van verlangen

Zodra Maria van Mierlo ergens terecht komt waar mensen zich afvragen hoe geloof en kerk in de markt gezet moeten worden, gaat het altijd ergens wringen in haar: "Onze God verhoudt zich slecht tot marketing, Hij is niet te koop. Natuurlijk is communicatie nodig; we moeten onszelf laten zien. Maar als het fundament onder onze uitingen niet klopt, blijft het gewenste effect uit, ook al is het aanbod goed en de folder schitterend." Ze stelt daarom voor het eens niet te hebben over hoe een goede website eruitziet, maar uit te zoomen en te kijken naar een wijder perspectief op effectvol communiceren voor kerken.

We lezen hoe 'communicatie' verloopt in het katholieke Nederland van vandaag. We leren dat het belangrijk is van je te laten horen, omdat wie niet van zich laat horen, uiteindelijk geen rol meer speelt. Je zult geluid moeten maken, vooral ook om de mensen in het hiernaastmaals te bereiken (Matheu Bemelmans). We ontdekken hoe PR in de vakmatige zin van het woord van toepassing kan zijn op het onder de aandacht brengen van de kerk en het parochieleven. Hoe dingen als vanzelf gaan lopen als iedereen gewoon doet



## **Maria van Mierlo**

Cisterciënzer leek. Zij heeft een communicatiebureau en begeleidt retraites op basis van de Regel van Benedictus. Zij is onder andere eindredacteur van het magazine *Klooster!* van uitgeverij Adveniat.  
[www.marianvanmierlo.nl](http://www.marianvanmierlo.nl)  
[www.hebhethart.nu](http://www.hebhethart.nu)

waar hij goed in is en als de jongere generatie erbij betrokken raakt (Henk Bakker). Maar soms is het zwoegen, hard werken. Bijvoorbeeld als er een pandemie uitbreekt en de gewone manier van kerk zijn instort. Wat doe je dan, wat laat je doorgaan en wat niet? Wat blijft er over van de sacramenten als je ze via een scherm moet toedienen? Na alle digitale inspanningen, succesvol of niet, klinkt als indringende slotvraag, die terecht de kernvraag genoemd wordt: ‘Wat is het hart van pastoraat?’ (Antoinette Bottenberg).

Het antwoord op deze laatste vraag gaat richting onzegbaarheden die aan het grote mysterie raken. Het hart van pastoraat is fundamenteel verbonden met God, met wat men over hem in de wereld wil brengen. Bij waarachtig uiting geven aan je roeping geef je uiting aan jezelf, aan wat God neerlegde in jou. Je stroomt over en deelt wat jou raakt met de mensen. In plaats van ze toe te spreken, spreek je vanuit je hart en daarmee toon je waar jij vol van bent en zo wordt God zichtbaar. Dat is wezenlijk anders dan verwoorden wat mensen nodig hebben naar jouw idee, of verkondigen wat je tijdens je opleiding geleerd hebt. En wat voor pastores geldt, geldt voor PR en communicatie in een gelovige context eveneens, tenminste als je wilt dat de PR het gewenste effect heeft.

### **De geraakte mens**

Het artikel van Marion Korenrump laat dit heel mooi zien. De schrijver kent de

frustraties van een goed programma zonder aanmeldingen. Dan besluit ze haar persoonlijke verlangens te delen met de mensen door in het diepe te springen en hardop te zeggen: ‘Ik heb een droom’ – een zinnetje waarmee ze in goed gezelschap verkeert als je het in het Engels uitspreekt. Zij zegt eenvoudigweg waar ze naar verlangt. ‘Veertig keer bidden wil ik’, zegt ze, ‘wie bidt er met me mee.’ En zie, alles ging stromen en de mensen kwamen op haar af.

In plaats van de mensen  
toe te spreken, spreek  
je *vanuit je hart* en  
daarmee toon je waar jij  
vol van bent en zo wordt  
God zichtbaar

Nu was dit precies waar ze zich van tevoren zorgen over had gemaakt. ‘Waarom zou ik mezelf zo centraal stellen’, had ze zich afgevraagd. Gelukkig kreeg ze het goede antwoord van een coach: ‘Omdat het niet anders kan.’ Als je de mensen wilt raken, is dit inderdaad de enige manier. Legt niet elke theologisch doortimmerde preek het uiteindelijk af tegen één moment van bewogenheid? Het is de kunst, nee de opdracht om mensen de weg te wijzen naar die bewogenheid, teneinde ze zo ‘te dienen in hun

verlangen naar geluk, wijsheid, geloof of innerlijke groei’, in de woorden van Korenrump. Wat haar bezorgde vraag betreft; ze kan gerust zijn, de deelnemers kwamen niet op haar persoonlijk af, men kwam omdat men zich herkende in haar verlangen naar stilte en bidden. Tegelijkertijd kwamen ze wel degelijk omdat zij de moed had om daar hardop van te getuigen. Zo werd ze werkelijk pastor, herder; iemand die voorbeeld durfde te zijn en de weg te wijzen. Niet in een sturend: ‘dáár moet je zijn’, maar in een open: ‘dit raakt mij, hier droom ik van’ – wat van een grote uitnodigende kracht is en waar geen PR-beleid tegenop kan.

Dit is wat ‘de weg wijzen’ ten diepste behelst; mensen de weg naar hun ziel wijzen door je eigen ziel te durven tonen. Het gaat daarbij niet om jou, maar het hangt wel van je af. Het idee dat we slechts naar Jezus mogen verwijzen en vooral niet zelf in het licht mogen gaan staan, kan dodelijke zwijgzaamheid en angst veroorzaken. ‘Het gaat niet om mij, dus laat ik mijn mond maar houden’, is daar een gevolg van en leidt onbedoeld tot de fatale onzichtbaarheid waar Bemelmans het over heeft. Als de pastores zwijgen, zelfs al is het uit bescheidenheid, zal ook het volk uiteindelijk geen woorden meer hebben.

Het tegenovergestelde is trouwens ook waar. Als Korenrump een vervelende betweter was geweest die altijd ruzie maakte met vrijwilligers, dan was haar

*Veertigdagenlectio* waarschijnlijk geen succes geworden. ‘Zoek het maar uit met je lectio’ – je hoort het de mensen al denken. Hier wordt duidelijk dat het er voor succesvolle kerkelijke communicatie van afhangt of de bezieling die eraan ten grondslag ligt bij de zender authentiek is en gevoeld kan worden door de ontvanger. De persoonlijke bevlogenheid van priesters, diakens, pastoraal werkers en geestelijk verzorgers, maar ook die van vrijwilligers en al dan niet ingehuurde beroepskrachten in de communicatiesector, is naar mijn idee direct gerelateerd aan het effect van de PR-activiteiten.

### De R van relatie

Wat moeten we nu met deze wijsheid op de werkvloer van de parochie, die weerbarstige omgeving waar het ineens gaat over gebrek aan kopij voor de nieuwsbrief en het actueel houden

blad, persberichten. Natuurlijk is het nodig om de wereld op de hoogte te houden van wat je doet, waar je te vinden bent en wat je aanbiedt. Maar probeer daarbij de valkuil te vermijden die Bakker verwoordt boven zijn stuk: ‘Hoe breng je de parochie onder de aandacht?’ Het is een begrijpelijke en herkenbare vraag, maar hij kan je naar een gevaarlijke plek leiden, want voor je het weet, ben je bezig met het zichtbaar maken van je parochie omwille van de bekendheid an sich, zonder je nog af te vragen wat jou nou eigenlijk drijft, zonder Godsbesef, zonder echt over je medemensen na te denken – terwijl die R in PR toch voor *relatie* staat.

Daarom hier de tweede tip: draai het eens om. Laat het probleem van de veronderstelde onzichtbaarheid gewoon eens los. Wees niet bang, de

dan allemaal opborrelt kun je aan de slag. Waarschijnlijk laat de oogst van zo’n bijeenkomst zich als vanzelf vertalen naar iets waar mensen bij betrokken kunnen worden. Tip drie: het hoeft niet, maar je kunt je bij zo’n proces laten begeleiden.

### Een levend verhaal

Het brengt me bij de kern van mijn overtuiging: we moeten eerst zelf verlangen naar de dingen waar we reclame voor maken, waar we over schrijven, die we in de wereld willen zetten. Zonder dat aspect zal het verhaal de mensen moeilijker of niet raken, worden we niet gehoord. Elke communicatieve uiting loopt dan het gevaar te blijven steken op het niveau van folders maken. Het wordt geen levend verhaal. Mijn belangrijkste aanbeveling bij het nadenken over PR en communicatie is daarom: ‘Laat de liefde, je eigen verlangen en vervuldheid altijd ten grondslag liggen aan wat je doet en zegt’. De pastoor met het draaiorgel, uit het stuk van Bemelmans, heeft in dit opzicht mijn hart gestolen. Over vervuldheid gesproken! Hoe logisch dat iedereen naar het balkon kwam en meezong; het kan niet anders of de mensen lachten en zwaaiden en waren blij, gewoon omdat daar een mens stond die hen graag wilde zien. En ik wil wedden dat er geen communicatieplan aan te pas kwam.

We moeten eerst zelf verlangen naar de dingen waar we reclame voor maken, waar we over schrijven, die we in de wereld willen zetten

van de website. De eerste, praktische tip die ik de lezer hier zou willen geven is: wees je altijd bewust van het verschil tussen ‘effectvolle PR’ en ‘laten zien wat je doet.’ Dit laatste heeft met informeren te maken en dat gaat via de site, nieuwsbrieven, het parochie-

kerk blijft wel bestaan. Ga bij elkaar zitten, bid, eet, drink. Wees broeder en zuster. Ga het gesprek aan over de vraag: waar zijn we ook al weer zo vol van? Waarom zitten we hier? Waar verlangen we naar, wat zouden we graag willen? Waar is God in ons? Met wat er

# Enquête blad VPWinfo.nl

Bij de fusie met het CNV heeft de VPW afspraken gemaakt m.b.t. het blad *VPWinfo.nl*. Afspraak een is dat het blad nog 3 jaar in de huidige vorm kan blijven voortbestaan (d.w.z. tot en met einde 2021). Daarnaast is afgesproken dat er in die drie jaar overleg plaats vindt over nieuwe mogelijkheden voor inhoudelijke/beroepsgerichte communicatie met de leden van de VPW, waarbij er ook een mogelijkheid bestaat om na of binnen deze drie jaar het blad te integreren

met de andere onderdelen van de sectorgroep Kerk en Ideëel. Het bestuur wil nu door een enquête een helder beeld krijgen hoe de leden het blad waarderen om mede op basis daarvan heldere besluiten te kunnen nemen voor de toekomst vanaf 2022.

Je kunt de enquête digitaal invullen door naar de website *www.vpwinfo.nl* te gaan en daar te enquête in te vullen en te versturen. Als digitaal invullen niet tot de mogelijkheden behoort kun je de enquête ook in het blad invullen, dat deel uit het blad scheuren, in een envelop doen en sturen naar: CNV Kerk en Ideëel, t.n.v. Jan Franken, postbus 2510, 3500 GM Utrecht.

## 1 Leest u VPW-info?

- Ja, altijd zo goed als helemaal
- Ja, gedeeltelijk
- Meestal wel
- Slechts een enkele keer
- Ik blader de uitgave even door
- Nee

## 2 Wat leest u in VPW-info

(meerdere antwoorden mogelijk)?

- Het voorwoord van het groepsbestuurslid
- Inhoud en inhoudsopgave
- De thematische artikelen vanuit de praktijk
- De reflectie op het thema en de thematische artikelen
- Rubriek 'Gelezen, een boek van de stapel'
- Rubriek 'Nieuws uit de VPW-en'
- Rubriek 'Op stap naar...'
- Column op de achterzijde

## 3 Bewaart u VPW-info?

- Ja, in mijn eigen archief
- Ja, in het documentatiecentrum van parochie of werkplek
- Nee

## 4 Wat is uw waardering voor het blad in zijn geheel?

- Heel goed
- Goed
- Gaat wel
- Kon beter
- Onvoldoende

## 5 Wat is uw waardering voor de huidige vormgeving van VPW-info?

- Heel goed
- Goed
- Gaat wel
- Kon beter
- Onvoldoende

## 6 Wat is uw waardering voor de thematische artikelen vanuit de praktijk?

- Heel goed
- Goed
- Gaat wel
- Kon beter
- Onvoldoende

## 7 Wat is uw waardering voor de reflectie op het thema?

- Heel goed
- Goed
- Gaat wel
- Kon beter
- Onvoldoende

## 8 Wat is uw waardering voor de rubrieken?

- Heel goed
- Goed
- Gaat wel
- Kon beter
- Onvoldoende

## 9 Mist u rubrieken?

- Ja
- Nee

## Enquête – vervolg

- 10 Wanneer u vraag 9 met ‘ja’ hebt beantwoord, kunt u dan aangeven welke rubrieken u mist of welke suggesties u heeft voor andere rubrieken?**
- 11 Wat is uw waardering voor de column op de achterzijde?**  
o Heel goed      o Goed      o Gaat wel  
o Kon beter      o Onvoldoende
- 12 Hoeveel prijs stelt u op een gedrukte uitgave?**  
o Heel veel      o Redelijk      o Weinig  
o Maakt me niets uit      o Hoeft voor mij niet
- 13 Kunt u toelichten waarom u wel, minder of niet prijs stelt op een gedrukte uitgave van VWP-info?**
- 14 Mist u iets in het huidige opzet van VPW-info (bepaalde informatie of een soort artikel)?**  
o Ja      o Neen
- 15 Wanneer u vraag 14 met ‘ja’ hebt beantwoord, kunt u dan aangeven wat u mist of welke suggesties u heeft voor andere items?**
- 16 Zou u een digitale uitgave in dezelfde mate lezen als de gedrukte uitgave nu?**  
o Ja, zeker wel      o Waarschijnlijk wel  
o Weet niet      o Waarschijnlijk niet  
o Zeker niet
- 17 Zou u bereid zijn om, naast uw CNV-contributie, een extra bijdrage te betalen om VPW-info in GEDRUKTE VORM te kunnen blijven ontvangen?**  
o Ja, zeker wel      o Waarschijnlijk wel      o Weet niet  
o Waarschijnlijk niet      o Zeker niet
- 18 Zou u bereid zijn om, naast uw CNV-contributie, een extra bijdrage te betalen om VPW-info in DIGITALE VORM te ontvangen?**  
o Ja, zeker wel      o Waarschijnlijk wel      o Weet niet  
o Waarschijnlijk niet      o Zeker niet
- 19 In hoeverre acht u een gezamenlijk blad voor meerdere (pastorale) beroepsgroepen binnen CNV Connectief (bij voorbeeld Kerkelijke Werkers van de Protestantse Kerken) wenselijk?**  
o Ja, zeker wel      o Enigszins      o Weet niet  
o Liever niet      o Zeker niet
- 20 Hebt u nog verdere opmerkingen of suggesties die een bijdrage kunnen leveren aan de kwaliteit van VPW-info? Dan kunt u die hieronder noteren.**



## Leidinggeven aan wat komt

Een contemplatieve benadering van leiderschap

Theo van der Zee

Boekscout, Soest, 2019

ISBN 978 94 638 9610 8



Ruimschoots voor de wereldwijde uitbraak van het coronavirus is dit boek verschenen. Toch kunnen we er juist in deze tijd iets van leren. Niemand was voorbereid op Covid-19. Er was geen kennis. Er waren geen maatregelen voor handen. De gevolgen op termijn zijn nog steeds niet te overzien. Allerlei reacties waren er: ontkennen, bagatelliseren, deskundigen raadplegen, lockdowns in varianten, strenge maatregelen,

Het boek van Van der Zee is geschreven vanuit en voor het onderwijs. In het onderwijs gebeuren dagelijks dingen die men niet voorzien heeft. Met leerlingen, met ouders, met leraren, met de leiding van de school of met de aanwijzingen of plichten vanuit de

overheid. *Leidinggeven aan wat komt* gaat dus over de vraag: hoe kun je goed omgaan met wat er op je afkomt? Ik probeer kort samen te vatten wat in de ogen van de auteur – mede op basis van interviews met schoolleiders en onderzoek naar het eigene van de christelijke spiritualiteit – het beste antwoord zou kunnen zijn op deze vraag.

Alles wat er gebeurt, heeft betekenis. In elke gebeurtenis – onverwacht, niet gepland, niet noodzakelijk en vaak ontregelend t.a.v. de routine – kan iets zichtbaar worden van wat in de toekomst mogelijk of wenselijk is. In plaats van snelle oordelen, snelle beslissingen of maatregelen wordt tijd gevraagd om zorgvuldig te onderzoeken wat de diepere betekenis van deze gebeurtenis zou kunnen zijn. Wat breekt hier door in het licht van een ontwikkeling van het goede, het ware en het schone?

Er is ontvankelijkheid nodig, openheid, verwondering, verbondenheid en aandacht. Het ware, het goede en het schone zijn in ieder mens en in iedere organisatie aanwezig. Hier dient



zich toekomst aan, die nog verborgen is. Het vraagt om heroriëntatie van het eigen leven of je nu schoolleider of leraar bent, maar ook om heroriëntatie van de organisatie als geheel. De betekenis van een dergelijke gebeurtenis ontdekken raakt aan alle lagen: ratio-

Er is ontvankelijkheid  
nodig, openheid,  
verwondering,  
verbondenheid en  
aandacht

neel, emotioneel, situationeel, spiritueel. Vanuit dit laatste gezien: spiritualiteit reikt ons de weg aan van transformatie: worden wie we ten diepste zijn. Vandaar de ondertitel van het boek: een contemplatieve benadering van leiderschap.

Zoals gezegd is dit boek gesitueerd in het hedendaagse onderwijs. Het boek bevat vele voorbeelden van onverwachte gebeurtenissen en geeft wegen aan om de betekenis van deze gebeurtenissen te ontdekken. De methode om dit te doen is de onderscheiding der geesten (*diakrisis* of *discretio*) en het goede gesprek.

> pagina 20

Wat betekent dit voor het pastoraat? Want ook de kerken werden overvallen door de impact van het coronavirus. De routine van weekendvieringen en bijeenkomsten van werkgroepen werden onderbroken. Zelfs uitvaarten konden niet doorgaan op de gebruikelijke wijze. De vraag is nu niet: Welke maatregelen moeten we nemen? Of hoe lossen we dit op? De vraag die gesteld moet worden, is: Wat is de diepere betekenis van dit alles?

De Tsjechische priester en theoloog Tomáš Halík schreef op 8 april in *Trouw*: de lege kerkgebouwen staan symbool voor de leegte in de kerken. Een citaat uit een uitvoerig artikel over deze vragen: *“Maar ik kan het niet helpen om me af te vragen of deze tijd van lege en gesloten kerken, niet een soort waarschuwend visioen is van wat ons in de nabije toekomst te wachten staat: dit is hoe het er over enkele jaren in een groot deel van onze wereld uit zou kunnen zien. Zijn we niet al genoeg gewaarschuwd door de ontwikkelingen in vele landen, waar steeds meer kerken, kloosters en seminaries leeg lopen en sluiten? Waarom hebben we deze ontwikkelingen zo lang toegeschreven aan externe invloeden (de ‘seculiere tsunami’), in plaats van ons te realiseren dat er opnieuw een hoofdstuk uit de geschiedenis van het*

*christendom ten einde aan het komen is, en het tijd is ons voor te bereiden op een nieuwe?”*

Het nieuwe is wellicht te vinden in het begin van het Christendom: een gemeenschap van leerlingen en leraren, een school van wijsheid, waarbinnen de waarheid wordt gezocht middels vrije dialoog en diepgaande contemplatie. Die kunnen helpen om de weg naar innerlijke bekering te vinden, niet van anderen maar van onszelf. Die maken het mogelijk om in de tekenen van de tijd te zien naar wat God ons te zeggen heeft. In welke ontwikkelingen – hier en daar, klein of omvangrijker – breekt wel toekomst aan? Waar gebeurt iets dat het goede, het ware en het schone laat zien? Zijn er – om wederom met Halík te spreken – eilanden van spiritualiteit en dialoog waar een helende kracht vanuit gaat in een zieke wereld?

Laat pastores, parochies en gemeenten en kloosters en bewegingen naar dergelijke plaatsen op zoek gaan.

Terug naar boven: *Leidinggeven aan wat komt* is een zeer bruikbaar boek voor het pastoraat, maar vraagt daartoe wel een vertaling.

# Het leven in mijn tuin

Waardoor raak jij begeesterd? “Het leven in mijn tuin”, is het antwoord van Hennie van Hattum.

Een tuin grenzend aan weilandjes en bosjes, in een onverkaveld Brabants landschap aan de rand van het dorp. Een tuin met bomen, eik, beuk, den, noot, appel en pruim en een enkele exoot. Met klimmende rozen, kruipende maagdenpalm, geurende lelies, pioenen die omvallen, te zwaar voor hun steel. De aarde krioelt van de wormen en kevers, mollen (anarchisten) graven hun gang, muizen scharrelen overall rond. Bloemen, vlinders, bijen, wespen, hommels en muggen. Spreeuwttjes brabbelen en vinken, roodborstjes merels, boomklevers, winterkoninkjes, duiven en Vlaamse gaaien vliegen, zingen en praten door elkaar. Uit het bos klinkt in de avond de roep van een uil. Een blauwe flits is een ijsvogeltje. Hij of zij komt vissen in een vijver vol rietvoorns en goudvissen (Ik denk dat ze ‘het doen met elkaar’, Ik zie ze in elk formaat en alle combinaties van zwart, bruin en goud). Posthoorns lakken en libellen, de rode vuurjuffer en de grote blauw glazenmaker (hij bewaakt zijn terrein, vliegt soms tot vlak voor je

“Wie ben jij? Woon jij ook hier?”), kikkers (honderden) en salamanders die je zelden ziet.

Een tuin, ik mag zeggen: ‘mijn tuin’, een stukje omheinde, bewerkte natuur waarin ik leef. Het is het stukje aarde waar ik thuis ben en dat ik deel met al die andere levende wezens en wezentjes die er wonen en thuis zijn. Ik ken ze lang niet allemaal bij naam. Dat is ook mijn interesse niet. Ik ben geen bioloog, hoezeer ik ook kan genieten van hun observaties en kennis. Ik ben een theoloog, een vrouw die in het verstaan van ons leven God als een onbegrijpelijke aanwezigheid toelaat.

Zeker, ik ben een gelovig mens, maar ook een kind van mijn tijd. Door de jaren heen is mijn geloven los geraakt van het weten en de wetten van theologen en kerken. Afgeleid van de beroemde uitspraak van Joseph Campbell durf ik wel te zeggen dat ik geloof dat we, als we zoeken naar God, op zoek zijn naar de ervaring van spontaan ‘levend zijn’. We gaan zien dat ons leven niet een probleem is dat moet worden opgelost, maar ‘een geheim dat geleefd moet worden.’ Die prachtige woorden zijn dan weer van Thomas Merton.

Hoe meer ik dat besef hoe minder nodig het is om er woorden aan te geven en hoe moeilijker het wordt om dat wel te doen. Daarom schilder ik nu

en al die afbeeldingen krijgen een plek in mijn tuin, dat omheind stukje levend geheim. Daar horen ze in mijn beleving thuis. Aanvankelijk schilderde ik in boeddhistische stijl. Ik kan helemaal niet tekenen en die afbeeldingen laten zich kopiëren en invullen als kleurplaten. Ik schilderde Tara’s, Chen-rezig en Guanyin. De mythe vertelt dat Tara geboren is uit tranen die vloeiden uit compassie met alle levende wezens. Tara (Chenrezig in Tibet en Guanyin in China) is de essentie, de universele bron van alle medeleven en warmte. Ze brengt leven voort, ze voedt het en glimlacht om de levenslust van al die wezens. Ze biedt hulp in nood, wijst de weg, brengt tot rust en troost bedroefden. Sinds een paar jaar (ik heb nu wat meer vertrouwen in mijn schilderwerk) is Tara, Maria geworden. Logisch misschien, maar toch, ik heb het niet bedacht.

Maria. Ik heb altijd van haar gehouden, maar nooit heb ik echt mee kunnen komen in ‘het geloof’ in haar. Als kind stak ik graag een kaarsje bij haar op. Nu merk ik dat ik haar graag schilder. Ongemerkt en onbedoeld is dat jonge Joodse meisje die de moeder van God werd, voor mij ‘de Moeder van alle leven geworden’ bij wie ik graag verwijl. In stilte, zonder gedachten, ploeterend om zonder harde lijnen, alleen met kleur en schaduw haar neus te



schilderen, is mijn ziel op haar gericht. In de stilte groei ik aan haar.

Ze staat er nu al even in de schaduw onder notenbomen in mijn tuin, een uil, als symbool van wijsheid, op haar schouder. Soms groet ik haar, soms loop ik haar gewoon voorbij druk bezig met alles dat gedaan moet worden. Ik hou toch wel van haar, moeder van alle leven, zonder aan haar te denken.

---

**Hennie van Hattum** is theoloog, werkzaam in de Franciscusparochie in Meerijstad.

# Nieuws uit de VPW-en

## ■ VPW Limburg

••• Zoals ongetwijfeld voor veel onderdelen geldt, is sinds medio maart ook voor het Limburgse verband in verband met de Corona-maatregelen veel tot stilstand gekomen dan wel afgelast en tot nader datum verplaatst. De studiemiddag rond de palliatieve zorg op 20 mei onder andere werd inmiddels tot nader datum opgeschoven. Ook de gezamenlijke studiemiddag voor de onderdelen Den Bosch en Limburg op de voorgenomen datum van 10 september, is vooralsnog afgelast en verplaatst. Het overleg van beide onderdelen zal na de zomervakantie een vervolg krijgen.

••• In verband met de versoepelingen van de maatregelen vanaf 1 juni, zit er weer wat meer beweging in het pastoraat en starten hier en daar onder andere diaconale initiatieven op. De Nieuwsbrief die onder de Limburgse leden voor juni-juli rondgaat vestigt bij voorbeeld



de aandacht op een bijzondere theatervoorstelling 'Helse Liefde' over Mgr. Schraven die vlak voor het uitbreken van de tweede wereldoorlog in China het leven van honderden vrouwen redde. Een voorstelling in een modern jasje gegoten die straks in 2021 speciaal bedoeld is om in parochies gespeeld te worden.

••• Daarnaast gaan in verschillende regio's van het diocees weer huiskamers en trefpunten voor bezoekers open en werd in Venlo vanwege het sluiten van de reguliere opvang met behulp van onder andere de Jongerenkerk een servicepunt voor arbeidsmigranten en dakthuislozen ingericht. En ook kerken krijgen, zij het beperkt, weer wat meer mogelijkheden.

| Piet Linders

## ■ VPW Haarlem-Amsterdam

••• Tijdens de zachte bries van Pinksteren jl. heeft Mgr. J. Hendriks 'het stokje overgenomen' van Mgr. J. Punt als bisschop van Haarlem-Amsterdam. Het was te volgen via een live-streamviering vanuit de Bavo Kathedraal in Haarlem. Géén groot feestelijk afscheid vanwege de coronaomstandigheden. De afscheidsreceptie is verplaatst naar de nieuwjaarsreceptie.

••• In deze 'coronaperiode' is het mooi om te zien hoe creatief collega's omgaan met de moderne media en hun parochianen via catechese, meditatieve vieringen en gewone zondagse vieringen via Youtube, plaatselijke TVstations en de eigen parochiële websites een hart onder de riem steken. Want hoe geef je in deze tijd invulling aan je beroep en roeping?

••• De werkgroep *Inspiratiedag*, welke dag zou plaatsvinden op 31 oktober, heeft helaas deze dag af moeten blazen. We weten niet in hoeverre de maatregelen in kerken dan al aangepast zijn, maar de vereiste anderhalve meter kan niet gewaarborgd worden in bijvoorbeeld de werkwinkels. Ook niet tijdens de gezamenlijke opening en afscheidsviering waar toch altijd ruim honderd mensen aanwezig zijn en er volop wordt gezongen. Heel jammer, maar we hopen uiteraard dat deze altijd goed bezochte en bemoedigende dag in 2021 weer kan plaatsvinden.





• • • De jaarlijkse ontmoetingsdag *Babbelonië* op 10 november aanstaande in Krommenie zal in principe wel doorgaan. Gezien de ruimte en het aantal gebruikelijke deelnemers moet dit mogelijk zijn. We zien hier naar uit omdat veel collega's elkaar veel minder treffen en vergaderingen plaatsvinden via Zoom of anderszins. Het zal goed zijn om op deze *Babbelonië*dag de ervaringen van deze vreemde periode uit te kunnen wisselen.

| Kiki Kint

*De viering van de Heilige Mis in de Sint Bavokerk in Haarlem is via Youtube te volgen*

## COLOFON

VPWinfo.nl is het kwartaalblad van de Beroepsgroep VPW, onderdeel van **CNV Kerk en Ideëel** • ISSN 1574-9916 • Nr. 2, juli 2020.  
 • **Redactie VPWinfo.nl** Jan Franken (hoofdredacteur), Mirjam Dirkx, Manon van den Broek, Peter Derks, Marion Korenromp, Koos Tolboom, Jeroen van Lente  
 • **Redactiesecretaris** Mirjam Dirkx • 't Vaartje 112, 5165 ND Waspik  
 T 0416 - 312385 / 06-444 60 207 • mjjdirkx@gmail.com  
 • **Grafisch ontwerp** Jeroen van Lente Grafisch ontwerper • Tielekeshoeven 32, 5242 KB Rosmalen • T 06 28 15 20 30 • E jeroenvanlente@msn.com  
 • **Druk** Drukkerij DekkersvanGerwen, Den Bosch

Foto's van de auteurs zijn door henzelf aangeleverd. Foto's: Fabian Cevallos [voorkant omslag, p 17], Kleon 3 [p. 23], Jeroen van Lente [p 2, 7], Shutterstock [p 7]. Illustraties: Jeroen van Lente [p 3, 19]

## Ledenbijdrage 2019 – sector Zorg & Welzijn, Kerk en Ideëel

	Bruto	Netto *
<b>Brutosalaris:</b>		
Helft minimumloon of minder	€ 9,35 p/mnd	€ 5,79 p/mnd
Minimumloon of minder en jongeren t/m 23 jaar	€ 12,95 p/mnd	€ 8,02 p/mnd
Meer dan minimumloon	€ 17,50 p/mnd	€ 10,83 p/mnd
Volgtijd studenten MBO of HBO	Gratis	Niet van toepassing (de eerste maand wordt € 0,50 administratiekosten in rekening gebracht.)
Studenten overgangstarief (gedurende een jaar na het einde van het gratis lidmaatschap)	€ 5,00	€ 3,10
(Vroeg)gepensioneerden en uitkeringsgerechtigden (WW/WAO)	€ 9,35 p/mnd	Niet van toepassing

Voor betalingen anders dan per automatische incasso geldt een toeslag van € 1,- per betaling.

\* Let op: De nettobedragen zijn gebaseerd op een contributieruggave van ruim 38%. Als werkend lid kun je een groot deel van je contributie terugverdienen. Het voordeel kan oplopen tot zo'n € 90 per jaar. In het najaar ontvang je hierover automatisch bericht.

### Organisatie CNV Kerk en Ideëel

- **Bestuurder** • Jan Franken, Postadres: Postbus 2510, 3500 GM Utrecht  
 Bezoekadres: Tiberdreef 4, 3561 GG Utrecht  
 M 06-48151289 • E j.franken@cnav.nl • W [www.upwinfo.nl](http://www.upwinfo.nl)
- **Bestuur Beroepsgroep VPW** • H. Berbée, J. Deckers, M. van Tricht, L. Geurts, W. Hacking, T. Halin, G.M.H. Kamsma-Kunst, H.J.M. Kint-van Os, G. Prevoo.
- **Landelijke Commissie Rechtspositie (LKR)** • J. van Beek, M. Bruijns, G. Damen, G. Dieteren, J. Franken, T. Halin (voorzitter), W. Vroom, N. van Waterschoot (FNV).
- **Website** [www.upwinfo.nl](http://www.upwinfo.nl) • P. Gabriël, webmaster.

### Onderdelen van de beroepsgroep VPW in de bisdommen

- **VPW Den Bosch** vacature
- **VPW Breda** • Secretariaat: F.M. Vermeulen, Florahove 24, 4702 EZ Roosendaal, 0165 - 53 45 06, [breda@upwinfo.nl](mailto:breda@upwinfo.nl)
- **VPW Groningen-Leeuwarden** • Secretariaat: N. Bouma, Trambaan 15, 9251 LZ Burgum, 0511 705 336,  [groningen-leeuwarden@upwinfo.nl](mailto: groningen-leeuwarden@upwinfo.nl)
- **VPW Haarlem-Amsterdam** • Secretariaat: H.J.M. Kint-van Os, Triade 45, 1901 GW Castricum, 06-24 60 38 29, [kikikint@xs4all.nl](mailto:kikikint@xs4all.nl)
- **VPW Limburg** • Secretariaat: P. Linders, Stichting Groenewold, Roermond, 077 - 354 66 89,  [limburg@upwinfo.nl](mailto: limburg@upwinfo.nl)
- **VPW Rotterdam** • Secretariaat: H.J.T. Dam, Alblashof 54; 2951 XR Alblasserdam, 06-12 37 40 02,  [rotterdam@upwinfo.nl](mailto: rotterdam@upwinfo.nl)
- **VPW Utrecht** • Secretariaat: Chr. Kantoci-Janssen, Bussloselaan 17-A, 7383 AG Bussloo-Voorst, 0571-261914,  [utrecht@upwinfo.nl](mailto: utrecht@upwinfo.nl)

### Verzoek aan onze leden!

Als er iets verandert in uw gegevens wilt u dan zo vriendelijk zijn dit door te geven aan ons secretariaat: bel met CNVinfo telefoon 030-7511003.  
 Denk daarbij aan • Adresgegevens • Verandering van werkkring of werksort  
 • Arbeidsduurverandering (bijvoorbeeld van full-time naar half-time)  
 • Het overgaan van studentlid naar werkend lid • Het met emeritaat gaan  
 • Verandering van werkgever



# Een toekomst zonder datum!

Ik heb nog een papieren agenda en dat bevalt me prima. Al dat digitale gevogel is aan mij niet besteed. Eigenlijk is mijn agenda een soort dagboek, alles schrijf ik er in op, zelfs pincodes en wachtwoorden. *Jij* moet dat niet doen, maar mijn handschrift is zo onleesbaar dat een ander er geen chocolade van kan maken.

Alles schrijf ik er in op: sportevenementen, start en finish van de Tour de France, het hele speelschema van de Europese Kampioenschappen, de ontsteking van de Olympische vlam, het zomercarnaval, begin en einde van mijn vakantie...

Met behulp van drie en een halve rol correctietape is mijn zomerse agenda akelig wit geworden terwijl die oranje had moeten kleuren, goud, zilver of brons. Op zondag 19 juli had ik op de Avenue des Champs-Élysées moeten staan omdat na Jan en Joop het de beurt aan Tom zou zijn geweest. Maar mijn agenda is akelig leeg.

Het is *die* leegte waar ik woorden voor zoek als ik door de verstilde stad fiets. Ik zoek woorden als ankers, niet om de leegte op te vullen maar om te duiden. Voor mij zijn dat de volgende woorden: *toekomst zonder datum!* Het zijn niet mijn woorden, maar geleende woorden. Woorden die twijfel, onzekerheid, angst, ongemak wegnemen. Het zijn woorden die zachtjes fluisteren dat er een toekomst is, een verborgen toekomst, dat dan weer wel, maar er is toekomst.



Als vanzelf ging ik neurieën, een lied van lang geleden: *Onze Vader verborgen!* Woorden van Huub Oosterhuis en op muziek gezet door Tom Löwenthal. Flarden tekst kwamen naar boven, om uiteindelijk boven op de Willemsbrug uit volle borst te zingen: *Van U is de toekomst, kome wat komt!* En het klonk ook nog...

Een toekomst zonder datum, een toekomst die al aan het ontkiemen is zoals de graankorrel in de aarde, een toekomst die wenkt zoals de vlam van ons kaarslicht, een toekomst die gedragen wordt door mensen zoals jij, een toekomst die ik toevertrouw aan God.