

BELEIDSPLAN REMONSTRANTEN

ALGEMENE VERGADERING

VAN BESTUUR

2014

INHOUD

	VOORZITTER	5
	IDENTITEIT	6
1	INLEIDING	9
2	INTERN ADVIES	14
	A MEELEZERS	14
	B BRAINSTORM DECISION ROOM	16
3	SAMENVATTING ONDERZOEK MOTIVATION	18
4	THEMA'S EN VERDERE AANBEVELINGEN	33
	DOELGROEP	33
	PLEK & NESTGEUR	35
	DE KERKDIENT	37
	ORGANISATIE	39
	TOEKOMSTIG PROFIEL THEOLOOG PREDIKANT	41

*“Alles Wissen und alle Vermehrung unseres Wissens
endet nicht mit einem Schlusspunkt,
sondern mit Fragezeichen.”*

Herman Hesse

VOORZITTER

Toen Tom Mikkers mij de vraag voorlegde of ik een commissie van de Remonstrantse Broederschap wilde voorzitten over de toekomst van de Remonstranten, was ik eerst verrast. Ik ben immers opgevoed in de Nederlands Hervormde traditie en kende de Remonstranten vooral uit de boeken. Waarom kwam hij bij mij aan?

Maar al snel vond ik het een enorme uitdaging. Ik had immers zelf na mijn studie theologie besloten dat de kerk geen plaats voor mij was omdat de buitenwereld soms zo ver af leek te staan van waar men in de kerk mee bezig was. Over de Remonstranten was dat beeld genuanceerder.

De laatste jaren had ik gezien - onder andere door mijn betrokkenheid bij de stichting Kerk en Wereld - dat de Remonstranten zochten naar nieuwe vormen en discours. Nu kreeg ik de kans mee te denken over hoe een kerkgenootschap, dat qua inhoud al zo aan leek te sluiten bij de tijdsgeest meer congruent in vorm zou kunnen worden daarmee. Ik besloot het voorstel op te pakken, waarvan nu het eindresultaat voor u ligt.

Het is een boeiende tijd geweest, waarbij beelden en zekerheden bij ons als commissie maar ook bij alle betrokkenen ter discussie zijn gesteld. Wat is onopgeefbaar voor ons, wat kan als vorm, wat is inhoud? Het leverde boeiende en confronterende gesprekken op, ook tijdens de AV in juni 2013 en bij de bijeenkomst in de Arminiuskerk in Rotterdam in maart 2014. Steeds vaker versprak ik me en zei in plaats van 'jullie' veelzeggend 'wij'. Het rapport is ook daarmee echt deel van mij geworden.

Het is dan wel het eindresultaat van een proces waar ik mede leiding aan heb gegeven, maar veel meer misschien nog wel een tussenstation op weg naar een toekomst waar de Remonstranten hopelijk meer aansluiting zullen vinden met nieuwe groepen 'zinzoekers' of wellicht wel 'zelfspirituelen', zoals het meest recente SCP-rapport ze noemt. Wij doen met het rapport aanzetten en aanbevelingen. We wijzen richtingen aan. Niet met een uitroepteken, maar met een vraagteken. Want zekerheden zijn er niet. Het echte werk gaat nu beginnen. Ik heb daar vertrouwen in. Het is nu aan u...

Mirjam Sterk, voorzitter

IDENTITEIT

Kerken kunnen gezien worden als instituties die aansluiten bij de behoeften van oudere generaties. Dit stelde hoogleraar godsdienstsociologie Joep de Hart aan de orde tijdens de Algemene Vergadering in juni vorig jaar. Remonstranten bogen zich toen over de vraag wat hun rol in een veranderde samenleving zou kunnen zijn. Joep de Hart beschreef de teloorgang van het vrijzinnige protestantisme. Hij constateerde een generatiebreuk tussen de generaties 65 plus en de generaties daaronder. Daarnaast constateerde hij een kloof tussen kerkelijken en seculieren. Kerken die groeien in onze tijd weten geen kerkverlaters aan te trekken, maar groeien omdat mensen van kerk veranderen. Valt het tij te keren? We zijn inmiddels bijna een jaar verder. Voor u ligt de tekst van een beleidsplan waarin een werkrichting aan u wordt voorgelegd.

De noodzaak om uit het verborgene te treden wordt groter. Tenminste, wanneer we iets willen doen aan het dalende ledental en we de evangelische opdracht om niet alleen met onszelf te communiceren serieus nemen. Onder leiding van oud - Tweede Kamerlid en theologe Mirjam Sterk ging in 2013 een beleidscommissie van start en deed Motivaction onderzoek naar mogelijke doelgroepen van Remonstranten. En nu ligt er een plan klaar om de boodschap verder uit te dragen.

Eigenlijk gaat het werk dan pas beginnen. Laat het duidelijk zijn: de identiteit of boodschap van de Remonstranten verandert niet. Het fundament van het nieuwe beleidsplan is het Evangelie. Remonstranten weten zich geraakt door Jezus van Nazareth die er niet op uit was om een kerk te stichten of om religieuze regels in steen te beitelen. Het ging Jezus om de nabijheid van God en de naaste. Die boodschap is nog altijd relevant om uit te dragen en mensen daarnaar toe te leiden. Maar we zullen de wijze waarop we dat doen op sommige punten wel aan moeten passen aan de behoeften van nieuwe generaties. Dat is de strekking van het nieuwe beleid.

Gelukkig geeft het Evangelie van Jezus Christus ook alle ruimte om nieuwe wegen te bewandelen. Nog belangrijker: Jezus daagt ons voortdurend uit om het gesprek aan te gaan met anderen. In een tijd en een samenleving waarin de christelijke religie door veel mensen wordt gewantrouwd of terzijde wordt geschoven, is dat een niet-geringe opdracht. Dit plan behelst in eerste instantie een werkrichting. Het gaat over de vragen als: hoe stem-

men we onze werkzaamheden op elkaar af? Wat doen we samen? Wat gebeurt landelijk? Waarbij kan de landelijke organisatie gemeenten van dienst zijn?

Hoe worden we in gezamenlijkheid dienstbaar aan de gedachte dat we willen laten zien dat het Evangelie van Jezus Christus een vooruitstrevende boodschap bevat waar ook toekomstige generaties zich aan kunnen laven.

Dit beleidsplan is dan ook niet het resultaat van een discussie over een identiteitsprobleem. De identiteit van Remonstrantse Broederschap is verankerd in haar beginselverklaring. Daaraan willen we niet tornen. In dit verband noemen we de geloofsbelijdenis van 2006. Deze geeft een belangrijke verruiming aan het christelijk geloof, die niet in alle christelijke kerken even vanzelfsprekend is. “Wij vinden onze zekerheid namelijk niet in wat wij belijden [...] maar in wakkerheid en verbondenheid met al wat leeft”. Deze notie rechtvaardigt de brede blik op cultuur, samenleving en andere religies die veel remonstranten dierbaar is. De commissie plan 2013 Plus heeft zich laten leiden door deze gedachten. Niet binnen lijntjes kleuren van het eigen, door mensen geformuleerde gelijk, maar zoeken naar nieuwe wegen van inspiratie en bezieling steeds verwijzend naar ruimte, liefde en verbondenheid. Blijvend geïnspireerd door Jezus van Nazareth “een van Geest vervulde mens, het gelaat van God dat ons aanziet en verontrust”. In het boek Over religie, moraal en politiek somt oud-voorzitter van de Remonstranten, Wibren van der Burg, zeven kenmerken op van vrijzinnig Christendom. Deze uitgangspunten zijn nog altijd het overwegen waard voor degenen die de remonstrantse identiteit van verdere inhoud willen voorzien. Wibren van der Burg komt tot zeven dragende principes: Vrijheid en verantwoordelijkheid, een persoonlijk doorleefd geloof, openheid voor kritiek en voorlopigheid van (geloofs)uitspraken. En daarnaast: praktische spiritualiteit, openheid voor cultuur, wetenschap en samenleving, de gelijkheid (of liever: gelijkwaardigheid) van alle mensen. En ook: staand in de christelijke traditie, maar open voor andere tradities. Daarbij is ook de notie van belang dat geloof voor remonstranten geen statisch gegeven is. Remonstranten veranderen actief mee met de cultuur van hun tijd. Voortschrijdend inzicht is ons lief.

In het christelijk geloof geldt: Heb God en uw naaste lief. “Zouden de armen, de gebrekkigen, de zieken niet onze doelgroep moeten zijn?”, was één van de belangrijke vragen die gesteld werd tijdens besprekingen. Hoort een kerk niet allereerst diaconaal te wezen? Het antwoord hierop is volmondig ja. Maar de realiteit leert dat onze draagkracht kleiner wordt. Gemeenten worden kleiner. Remonstranten worden ouder. Onze organisatie is zelf kwetsbaar geworden. Dit beleidsplan is in dit opzicht een pas op de plaats. We willen weer voorwaarden scheppen zodat we ons weer kunnen richten op die mensen die (om in de taal van dit document te spre-

ken) de doelgroep vormen het Evangelie.

In dit verband tot slot een citaat van Christiane Berkvens - Stevelinck die de Remonstranten vertegenwoordigde tijdens de Assemblee van de Wereldraad van Kerken in Busan.

“Tijdens de Wereldraad Assembly in Busan is een rapport aangenomen over de zending: Together towards life. Dat rapport betekent een radicale omwenteling in het denken over evangelisatie. Wij kerken, wordt er gesteld, zijn niet de centrale instantie die weet hoe het moet. Wij dienen vanuit de marge de mens in zijn kwetsbaarheid te benaderen. Om naar hem te luisteren, naast hem te gaan staan, niet om hem iets op te leggen of een vast antwoord op vragen te geven, zoals Jezus de zieken tegemoet trad. Uit deze dialoog komt dan vanzelf de dimensie van de liefde Gods naar voren. Dat betekent dus een ware coperniciaanse revolutie ten opzichte van de eerdere definitie van evangelisatie. Ik ben er zelf heel verrast door geweest. Missionaire opdracht wordt aldus iets heel anders.”

Wat dat “anders” voor de Remonstranten betekent in deze fase van hun geschiedenis is uitgewerkt op de volgende pagina's.

1 INLEIDING

In augustus 2000 gaf de Remonstrantse Broederschap het rapport “Identiteit en Binding” uit. De ondertitel luidde: “Visies en identiteit tot en bedanken voor de Remonstrantse Broederschap - consequenties voor beleid”. In het rapport werd voor het eerst een analyse gegeven van de sterk dalende ledenaantallen van de Remonstrantse Broederschap. Onderzoeker en godsdienstsocioloog Nanne Haspels had in opdracht van de Commissie tot de Zaken van de Remonstrantse Broederschap de cijfers rond het ledenverlies van de tweede helft uit de twintigste eeuw geanalyseerd en in samenspraak met een klankbordcommissie aanbevelingen geformuleerd om het tij te doen keren.

Het beeld is bij de meeste remonstranten bekend. De Remonstrantse Broederschap wordt alsmaar kleiner. In 2000 schetste Nanne Haspels dat het scherp dalende ledental van de RB in vergelijking met andere kerken er in negatieve zin uitspringt. De Remonstrantse Broederschap is in ledental, gemeten over enkele decennia, nog maar een fractie van wat het was: een verlies van meer dan vijfenzeventig procent.

Daarbij dient aangemerkt te worden dat zonder de mogelijkheid om vriend te worden dit aantal nog kleiner zou zijn. Als de trend zich doorzet naderen we binnen tien jaar ook het moment dat de Remonstrantse Broederschap meer vrienden dan leden kent. Het moment waarop het aantal leden en vrienden kleiner dan 5.000 is, komt steeds dichterbij.

Leden en vrienden

1950	22.000
1960	22.000
1970	17.000
1980	13.000
1990	10.000
2000	8.000
2010	5.700

Leeftijd

De leeftijdsopbouw van de bestaande leden/vriendenpopulatie is die van een ‘omgekeerde piramide’. Al in 1983 was 3% van de leden jonger dan 30 jaar en 43% ouder dan 65 jaar.

Op dit moment is bij benadering vijf procent van de leden jonger dan 40 jaar. Het aantal leden en vrienden boven de 65 bedraagt inmiddels meer dan tweederde van het totaal. Dit betekent dat de gemiddelde leeftijd van de totale leden/vriendenpopulatie boven de 65 is.

Totaal beeld

Nu is een kerkgenootschap meer dan een optelsom van leden en vrienden en hun gemiddelde leeftijd. Opvallend is dat ondanks deze afkalving van leden en vrienden er op veel plaatsen in het land nog een aanzienlijk aanbod is van kerkdiensten en andere activiteiten. Op veel plaatsen in de Remonstrantse Broederschap wordt hard gewerkt. Ook de maatschappelijke inbreng van remonstrantse theologen, ondanks de geringe omvang van het kerkgenootschap is groot als je bijvoorbeeld kijkt naar presentie in de media of verkoop van boeken van remonstrantse theologen.

Dat neemt niet weg dat de aanwezigheid van leden en vrienden de ruggengraat vormt van de Remonstrantse Broederschap. Het voortbestaan van gemeenten komt uiteindelijk in de gevaarzone wanneer leden en vrienden ontbreken. De landelijke organisatie neemt ook waar dat gemeenten het soms moeilijk hebben om het hoofd boven water te houden. Financiën lopen terug bij kleinere ledenaantallen, de zorg voor het gebouw of het ouder worden van leden en vrienden waardoor het moeilijker wordt om kader te activeren. Het is veelal dankzij vermogen dat is opgebouwd in het verleden dat gemeenten verplichtingen rond gebouw en personeel tot op heden na kunnen komen. Veel is geprobeerd de afgelopen jaren, maar als het ombuigen van krimp naar groei maatgevend is om succes te bepalen, dan dient geconcludeerd te worden dat allerlei initiatieven weinig tot niets hebben uitgehaald.

Nieuw beleidsplan

In het voorjaar van 2012 besloot de Commissie tot de Zaken dat er een nieuw beleidsplan moest komen waarin mogelijkheid van ledengroei nadrukkelijk moest worden gethematiseerd. Het gevoel leefde dat het “nu of nooit” is.

Om het draagvlak voor nieuw beleid zo groot mogelijk te maken besloot de Commissie tot de Zaken tot een langer voortraject waarvan terugkoppeling met zoveel organen in de Remonstrantse Broederschap uitgangspunt zou zijn. Op 1 september 2012 was er als opmaat naar

nieuw beleid een beleidsdag op de Hoorneboeg met voorzitters van gemeenten. Deze dag was bedoeld om wensen en verwachtingen van gemeenten met betrekking tot nieuw beleid te inventariseren. De conclusie van deze dag was om een commissie te vormen, met als opdracht om de uiteenlopende verwachtingen en wensen die leven in gemeenten te vertalen in een realistisch en helder beleidsplan.

In het najaar van 2013 werd besloten om een beleidscommissie in te stellen onder leiding van een externe voorzitter. Oud CDA-kamerlid en theologe Mirjam Sterk nam deze taak op zich. In januari 2013 ging de commissie genaamd 'Plan 2013 Plus' van start. De commissie bestond uit Jan Hendriks (CoZa), Jan Berkvens (CoZa), Christa Anbeek (Seminarium), Koen Holtzapfel (Convent), Joost Röselaers (Convent), Raymond Fokkens (RG Den Haag), Willem Hemstede (RG Oosterbeek), Leonie van Staveren (student), Liesbeth Orthel (bureau), Tom Mikkers (bureau). Willem Hemstede kon vanwege onverwachte ernstige ziekte niet deelnemen aan de vergaderingen. Vanwege het vertrek van Joost Röselaers naar Londen nam Anniek Lenselink het werk van Joost over. Tot ons verdriet kwam in het najaar van 2013 Willem Hemstede te overlijden.

Werkwijze

De Commissie kwam tot aan het moment van verspreiding van deze rapportage zes keer bij elkaar. De eerste vergaderingen werden besteed aan het inventariseren van thema's. Er werden meelezers benaderd die hun gedachten en ideeën voor konden leggen aan de commissie. In het CVO¹ van april 2013 vond (na de heidag op de Hoorneboeg in september 2012) een tweede consultatie plaats.

Na enige tijd kregen we als commissie wel het gevoel dat we te zeer werkten vanuit een binnenperspectief. We hadden de indruk dat we onszelf aan het beschrijven waren zonder het beeld van buitenstaanders daarbij te betrekken. Weten we eigenlijk wel bij welke mensen in de samenleving we aansluiting kunnen vinden? Hebben we wel voldoende zicht op welke media we kunnen gebruiken om deze mensen te benaderen? Wat verwachten mogelijke doelgroepen van de Remonstrantse Broederschap eigenlijk van een kerk? Wie heeft er eigenlijk belangstelling voor de remonstranten en wil daar ook tijd, energie en geld aan spenderen? Zijn we überhaupt wel voldoende bekend?

In de commissie leefden ook vragen met betrekking tot de interne organisatie (zowel de structuur als de cultuur): Zijn we wel echt bereid om op een nieuwe wijze te werken en hoe ver willen we daarin gaan? Hoe ver reikt de autonomie van gemeenten of het 'vrije beroep' van predikanten als we in goede harmonie een gemeenschappelijk doel willen realiseren, bijvoorbeeld ledengroei? Durven we gebruik te maken van het internet om leden of vrienden

te werven? Zijn we nog wel in staat om een gemeenschap te vormen waar jong tot oud zich thuis voelt? Of verwachten de oudere leden en vrienden die gebleven zijn dat jongere leden en vrienden zich vooral aanpassen en het bestaande aanbod continueren? Hoe zit het met samenwerking met andere kerken of geestverwanten? Bestaat “de vrijzinnigheid” zoals die een groot deel van de 20^{ste} eeuw functioneerde nog wel in de vorm zoals we die soms veronderstellen? En betekent dat niet voor remonstranten dat we onszelf en onze opdracht voor de 21^{ste} eeuw opnieuw moeten uitvinden? En tegelijkertijd: lopen we niet het risico bestaande leden en vrienden van ons te vervreemden wanneer we ons wellicht anders zouden presenteren of inhoudelijk andere accenten zouden leggen?

De Remonstrantse Broederschap zal moeten onderzoeken op wat voor wijze ze in de 21^{ste} eeuw duurzaam zichtbaar en relevant kan zijn in een samenleving waarin steeds minder mensen bekend zijn met de functie van kerken en de inhoud van de christelijke traditie. Het moge duidelijk zijn dat de opdracht om nieuwe mensen te betrekken bij de Remonstrantse Broederschap zonder de bestaande leden en vrienden van je te vervreemden niet gemakkelijk is.

Wat is er ondernomen?

Om te voorkomen dat de Commissie Plan 2013 Plus louter een gesprek met zichzelf aanging zijn er verschillende partijen (intern en extern) benaderd.

In de Remonstrantse Broederschap nodigden we predikanten en kerkenraden uit om hun gedachten over nieuw beleid met de commissie te delen. Vóór de zomer van 2013 werden de stukken die er tot dan toe waren op verzoek uitgezet bij degenen die zich hadden aangemeld om “mee te lezen” met de vraag aan de meelezers om hierop commentaar te geven.

De Brainstorm Decision Room werd ingeschakeld om het interne beeld helder te krijgen. Wat is de Brainstorm Decision Room? Dit is een methode waarbij de deelnemers via computers laten weten wat hun standpunt is over bepaalde zaken. Het voordeel van deze methode is dat alle deelnemers een evenredige bijdrage kunnen leveren. Het gesprek wordt zo bijvoorbeeld niet gedomineerd door degenen die graag het woord voeren. Er werden in totaal drie bijeenkomsten gehouden. Gemiddeld twaalf deelnemers namen per sessie deel. De eerste sessie bestond uit leden van de Commissie Plan 2013 Plus en de Commissie tot de Zaken. Daarnaast waren predikanten en kerkenraden uitgenodigd om aan te schuiven. Zij namen deel aan de tweede en derde sessie.

Bureau Motivaction kreeg de opdracht om een kansrijke doelgroep voor ledengroei voor de remonstranten te definiëren. Een digitale enquête uitgezet onder predikanten en kerkenraden had tot doel de centrale waarden van de Remonstrantse Broederschap vast te stellen. Het re-

sultaat van dit onderzoek werd besproken in de Commissie tot de Zaken en in de beleidscommissie. Dit onderzoek werd gevolgd door kwalitatief onderzoek. Zowel leden en vrienden van de remonstranten als mogelijke geïnteresseerden werden hierbij betrokken. Bureau Motivaction onderzocht ook de bekendheid van de Remonstrantse Broederschap. De uitslag van dit onderzoek geeft te denken. Slechts 0,9% van de Nederlandse bevolking geeft aan de remonstranten goed te kennen. Iets meer dan 29 % zegt wel eens van de remonstranten gehoord te hebben al zijn de associaties die gelegd worden niet altijd juist; 70 % van de Nederlandse bevolking heeft nog nooit van de remonstranten gehoord.

Godsdienstsocioloog Prof.dr. Joep de Hart werd uitgenodigd om het veranderde beeld van kerken in Nederland te schetsen tijdens Algemene Vergadering. Hij schetste de teloorgang van het vrijzinnige protestantisme en plaatste dit in het kader van een veranderende samenleving. Hij constateerde een generatiebreuk tussen de generaties 65 plus en de generaties daaronder. Kerken kunnen gezien worden als instituties die aansluiten bij de behoeften van oudere generaties. Daarnaast constateerde hij een kloof tussen kerkelijken en seculieren. Kerken die groeien in onze tijd weten geen kerkverlaters aan te trekken, maar groeien omdat mensen van kerk veranderen.

Er werd het gesprek gezocht met media-producenten om te onderzoeken op wat voor wijze de remonstranten de communicatie zouden kunnen verbeteren. De nadruk van onze communicatie ligt op het geschreven woord. Maar boeken en tijdschriften staan ook onder druk. Ze worden beschreven als 'oude media'. Insteek van de gesprekken was om te onderzoeken welke mogelijkheden er zijn om ook nieuwe media te betrekken bij onze uitingen. Wat zijn de kosten hiervan? Welke partijen zijn er om samen te werken?

In het voorjaar van 2014 verscheen er een tussenrapportage. Deze werd besproken in het Convent van Predikant, tijdens drie regionale bijeenkomsten en tijdens het CVO¹. De aanbevelingen uit deze bijeenkomst zijn zoveel mogelijk verwerkt in deze tekst.

De aanbevelingen in dit rapport bevragen ons op een wijze van kerk-zijn, onze visie op een geloofsgemeenschap en de betekenis van geloof voor mensen in hun alledaagse leven. Of het gaat werken? Garantie op succes is er niet. Tegelijkertijd is het wel realistisch om te verwachten dat we het tij van ledenverlies en vergrijzing niet zullen keren als we geen stappen durven zetten. We zullen onze blik moeten afwenden van het verleden; kijken naar organisaties die het wel gelukt is om grote groepen mensen aan te spreken en er alles aan moeten doen om mensen te betrekken bij de Remonstrantse Broederschap. Het is nu of nooit.

2 INTERN ADVIES

Op twee manieren is er intern advies ingewonnen. Remonstranten (predikanten, kerkenraden, Coza) werd gevraagd om gedachten over nieuw beleid aan te leveren. Daarnaast zijn er drie bijeenkomsten gehouden met de Brainstorm Decision Room. Beide consultaties zijn betrokken bij de aanbevelingen die in het laatste deel van dit plan zijn geformuleerd.

Hieronder volgt een samenvatting van deze consultaties.

A MEELEZERS

Samenvatting van de reacties van de meelezers van Plan 2013 Plus.

De oproep in het voorjaar van 2013 onder kerkenraden en predikanten om – in reactie op de teksten die de beleidscommissie voor de zomer van 2013 had opgesteld – hun gedachten over nieuw beleid op papier te zetten voor de beleidscommissie leverde zeven reacties op. Soms per gemeente, soms individueel en soms reageerden mensen namens een groep.

Deze teksten die waren uitgezet bestonden uit de volgende onderdelen:

- notities van leden van de commissie over een aantal deelthema's
- discussievragen en stellingen die aansluiten op deze notities
- het verslag van de discussie over deze teksten en de vragen en stellingen tijdens de bijeenkomst van het CVO in april in Utrecht.

Aan de meelezers werd gevraagd om de teksten te lezen en hun reactie te geven op de bij elk deelthema gestelde vraag. De lengte van de reacties was zeer verschillend. Hieronder volgt het beeld dat deze teksten oplevert.

1. Droom

Wat is je droom voor de Remonstrantse Broederschap? Wat is het ideaal dat je hebt voor de remonstranten en hun rol in de samenleving?

De dromen van verschillende mensen lopen uiteen. Toch is er een lijn aan te geven in de verschillende reacties: remonstranten bieden een tehuis voor ontmoeting en bemoediging en maken het verschil in religieus Nederland

2. Doelgroep en plek

Op wie zouden Remonstranten zich moeten richten en op welke plaatsen moeten ze bij elkaar komen? Hoe dient de verhouding tussen landelijke organisatie en gemeente vorm te krijgen?

De lokale /regionale gemeente moet de plek blijven en zich richten op betrokken, trouwe mensen (maar wel open blijven staan voor anderen). Er moeten goede afspraken komen tussen gemeenten over landelijke en plaatselijke taken. Hierbij dient men wel de mogelijkheid open te laten voor gemeenten met satellietgemeenten of vrijzinnige samenwerkingsverbanden.

3. Leden en vrienden

Hoe moet de wijze van binding aan de Remonstranten eruit zien?

Over dit thema wordt heel verschillend gedacht. De meeste meelezers willen geen onderscheid maken tussen leden en vrienden. Binding wordt wel heel belangrijk gevonden. Men heeft moeite met de status van (vage) belangstellenden.

4. Organisatiestructuur

Wat is uw visie op de (landelijke) organisatie? Wat zou er veranderd moeten worden?

De meeste meelezers vinden de gemeentelijke autonomie zeer belangrijk. De betrokkenheid bij de Remonstranten wordt bepaald door inzet en betrokkenheid bij de lokale gemeente. Landelijke organisatie is vooral voor facilitering en eventuele hulp aan kleine gemeenten.

5. Opleiding predikanten

Waarom dienen predikanten opgeleid te worden? Welke accenten moet de opleiding leggen?

De opleiding moet breed zijn. Naast de theologische kennis zijn veel praktische vaardigheden nodig om te kunnen communiceren met de nieuwe doelgroepen.

6. Nieuwe maatschappelijke functies

Welke rol ziet u voor kerken in de samenleving?

We moeten blijven aansluiten bij ons eigen gedachtegoed (beginselverklaring, belijdenis, vrijzinnig-christelijke traditie), maar wel open staan voor andere vormen en goed aan de weg timmeren.

7. Kerkdienst

Wat is de plaats van de kerkdienst? Wat zou anders moeten? Wat dient te blijven?

Kerkdienst als moment van bezinning en verbinding tussen mensen wordt zeer belangrijk gevonden. Vernieuwingen kunnen wel, maar voorzichtig en geleidelijk, rekening houden met de kerkgangers.

8. Open instelling RB

In hoeverre moeten remonstranten samenwerking zoeken met andere kerken. In hoeverre moeten we ons door samenwerking laten leiden?

Samenwerking zoeken met geestverwanten in andere kerken. Balans houden tussen openheid en eigenheid. Landelijke facilitering van plaatselijke activiteiten kan nuttig zijn.

B BRAINSTORM DECISION ROOM

Tijdens de bijeenkomsten werden de behoeften van de deelnemers rond nieuw beleid gepolst en gemeten via de method van de Brain Storm Decision Room. Anoniem en via computers konden deelnemers aangeven hoe ze dachten over verschillende thema's rond nieuw beleid voor de Remonstranten.

Hieronder volgen de belangrijkste conclusies. Waar gesproken wordt over 'men' worden de deelnemers aan deze sessies bedoeld.

- Als bestaansgrond van de remonstranten identificeren de deelnemers: een verdraagzaam christendom, denkend geloven en de aanwezigheid van een lokale geloofsgemeenschap. Diaconie en de ontwikkeling van algemene spiritualiteit ziet men als zaken die in mindere mate van belang zijn voor de remonstranten.
- Er is een voorkeur om als zelfstandig kerkgenootschap verder te gaan. Fusie met vrijzinnige partners (doopsgezinden, VVP, Vrijzinnige Geloofsgemeenschap NPB) heeft de voorkeur bij een minderheid van de deelnemers. Dit duidelijke signaal leverde voor de commissie het inzicht op dat we een plan moeten ontwerpen dat zelfstandig voortbestaan van de Remonstrantse Broederschap als uitgangspunt heeft.
- De deelnemers aan de sessies zijn er van doordrongen dat er nu iets moet gebeuren om een kentering teweeg te brengen in het dalende ledental en kleiner wordende gemeentes met slinkend kader.
- Concrete ideeën om deze kentering te realiseren zijn nog niet ontwikkeld, maar men staat open voor advies en suggesties. Ledenwerving moet in ieder geval prioriteit krijgen in een nieuw beleidsplan.

- Er is draagvlak om te werken met verschillende vormen van lidmaatschap, ontwikkeling van aanbod gericht op introductie van nieuwe leden, verbetering van pr (zoals een publiciteitscampagne om leden te werven), gebruik van sociale media en internet. Deze zaken worden weliswaar genoemd maar de ervaring hiermee is niet altijd evident. De ‘redding’ ligt dus ergens waar we nog geen of onvoldoende grip op hebben.
- Het is fijn als er veel leden bij zouden komen, maar dan wel graag zo dat deze nieuwe mensen meteen alle taken oppakken die er nog liggen en de lokale gemeenschap op oude en vertrouwde wijze nieuw leven inblazen.
- Ledenwerving dient niet te betekenen dat we de concurrentie aangaan met andere kerken. Toon en inhoud van een campagne moeten uitgaan van de eigen kracht van de remonstranten.
- Deelnemers hechten zeer aan de autonomie van de gemeente. Soms lijkt het alsof dat wat men zelf niet aankan, een taak moet zijn van de landelijke organisatie.
- Kerkdienst en onderling gesprek worden bijzonder gewaardeerd. Het aanbieden van culturele activiteiten ziet men in mindere mate als een taak van de kerkelijke gemeente.

3 SAMENVATTING ONDERZOEK MOTIVATION

In dit deel volgt een samenvatting van het onderzoek van Motivation. Hoe duiden de onderzoekers van dit bureau de remonstranten? Welke kansen zien zij en welke drempels moeten worden weggenomen als de remonstranten succesvol nieuwe mensen aan zich willen binden? Motivation definieert een doelgroep voor ledengroei van de Remonstrantse Broederschap. Deze doelgroepdefinitie is gebaseerd op de uitkomsten van het door Motivation uitgevoerde onderzoek: welke groep Nederlanders staat het meest positief ten opzichte van de remonstranten? Wat is het profiel van de groep Nederlanders die de meeste waarden met de remonstranten delen? Daarnaast is de doelgroepdefinitie gebaseerd op de wens om tot een zo effectief mogelijke inzet van tijd en middelen te komen bij het benaderen van potentiële nieuwe leden. Motivation definieert een doelgroep waarbij de ‘trefkans’ zo groot mogelijk is: personen die zich in potentie thuis kunnen voelen bij de waarden, mensen, theologie en organisatievorm van de remonstranten, mits de remonstranten er de komende jaren in slagen de door deze groep ervaren drempels tussen hun eigen beleving en behoeften en de Remonstrantse Broederschap zoveel mogelijk weg te nemen.

De focus op een specifieke doelgroep betekent overigens niet dat mensen die niet binnen deze doelgroep vallen opeens niet meer ‘welkom’ zouden zijn als lid of vriend van de Remonstrantse Broederschap. Integendeel, een heldere doelgroepdefinitie voor ledengroei is echter van belang om keuzes te maken in tijd, geld en energie voor het aantrekken van nieuwe leden/vrienden en om in woord en beeld een boodschap te definiëren die hen duidelijk maakt wat de remonstranten hen te bieden hebben. Bovendien blijkt uit de praktijk dat succesvolle en aansprekende communicatiecampagnes ook een uitstraling hebben naar personen die geen deel uitmaken van de doelgroep waar deze niet primair op gericht is.

De Remonstrantse Broederschap heeft als kerkgenootschap een bijzondere plaats in Nederland. Toonaangevend in maatschappelijke vernieuwing en in een persoonlijke definitie van geloof in het Hogere, lijkt de Remonstrantse Broederschap perfect aan te sluiten bij de huidige tijdsgeest. Steeds meer Nederlanders zijn bovendien op zoek naar nieuwe vormen van zingeving en verdieping, los van dogmatiek. Veel mensen keren zich af van een oppervlakkig en zuiver materieel wereldbeeld.

Deze match in waarden tussen waar degenen die op zoek zijn naar zingeving behoefte aan hebben en wat de remonstranten hen te bieden hebben, vertaalt zich echter vooralsnog niet in een groeiend ledenaantal van de Remonstrantse Broederschap. Nu hoeft dat op zich geen probleem te zijn: het zijn van een omvangrijk kerkgenootschap is voor de Remonstrantse Broederschap nooit een doel op zich geweest. Met het oog op een ouder wordend ledenbestand dient echter wel naar de toekomst gekeken te worden. Elke organisatie dient op de lange termijn voldoende leden te hebben om een zekere kritische massa te waarborgen. Kritische massa niet alleen om lokale gemeenten voldoende bestaansrecht te garanderen, maar ook om landelijke instituties op eigen kracht in stand te kunnen houden. Dit is overigens niet alleen een uitdaging waar de Remonstrantse Broederschap voor staat maar een waar op dit moment veel maatschappelijke organisaties mee te maken hebben.

Motivaction is als onderzoeks- en adviesbureau gespecialiseerd in onderzoek naar de waarden van de Nederlandse bevolking als geheel en naar de waarden van specifieke segmenten binnen de bevolking in het bijzonder. Vanuit deze expertise wil Motivaction de Remonstrantse Broederschap inzicht geven in de waarden en het sociodemografisch profiel van die groep Nederlanders die zich in potentie aangetrokken voelt tot wat de Remonstrantse Broederschap hen te bieden heeft. Hierbij willen wij ons niet beperken tot het bieden van inzicht, maar de uitkomsten van onze analyse ook doorvertalen naar advies om een nieuwe doelgroep aan de remonstranten te binden. 'Binden' dient hier overigens breed te worden opgevat: het is niet vanzelfsprekend zo dat nieuwe leden dezelfde inhoud zullen geven aan een lidmaatschap als de huidige betrokken leden.

Doelstellingen onderzoek- en adviestraject

Motivaction wil met dit traject de volgende doelstellingen behalen:

1. De Remonstrantse Broederschap inzicht geven in waarden, levensstijl en communicatieprofiel van die potentiële doelgroep onder de Nederlandse bevolking die in hun waardenpatroon het meeste overeenkomsten hebben met de kernwaarden van de Remonstrantse Broederschap.
2. De Remonstrantse Broederschap inzicht geven in de wijze waarop zij de komende jaren een nieuwe doelgroep aan zich kan binden, hetzij in de traditionele vorm als lidmaat of in andere vormen die mogelijk beter aansluiten bij de waarden en levensstijl van deze nieuwe doelgroep.
3. Aantrekkelijke punten en drempels voor ledengroei signaleren voor de meest kansrijke doelgroep voor ledengroei.

4. De Remonstrantse Broederschap input geven voor onder meer de kernboodschap, mid-delenmix en reikwijdte van een marketingcampagne gericht op het betrekken van nieuwe mensen bij de organisatie en (bij voorkeur betalende) ledengroei.

Het rapport start met de belangrijkste conclusies van het onderzoek op basis waarvan in de aanbevelingen de meest kansrijke doelgroep voor ledengroei is gedefinieerd en aanbevelingen worden gedaan om de drempels voor ledengroei zoveel mogelijk weg te nemen. Voor wie zich verder wil verdiepen in de uitkomsten van de waardenanalyse of de focusgroepen worden bij de uitkomsten per onderzoeksfase nadere inzichten gegeven in de waarden en eigenschappen van de doelgroep (uitkomsten data-analyse) en hoe in elk van de vier focusgroepen is gereageerd op een aantal specifieke thema's (uitkomsten focusgroepen leden en niet-leden).

Er zal geen specifieke onderscheid worden gemaakt tussen leden en vrienden. Deze beide worden aangeduid als 'leden' en als 'lid' van de Remonstrantse Broederschap (RB). Voor alle vrienden geldt wel dat zij een sterke binding aan de RB ervaren.

In het kader van dit onderzoek zijn vier focusgroepen georganiseerd. De selectiecriteria voor de vier groepen waren als volgt:

1. Nieuwe leden: mensen die de afgelopen 10 jaar lid dan wel vriend zijn geworden van de RB.
2. Lang zittende leden: mensen die al langer dan 10 lid dan wel vriend zijn van de RB.
3. Mensen die geïnteresseerd zijn in zingeving en religie maar geen deel (meer) uitmaken van een georganiseerde vorm van religie.
4. Mensen die nu lid zijn van een ander kerkgenootschap, maar zich daar om verschillende redenen minder thuis voelen.

Het veldwerk heeft plaatsgevonden op 10 en 12 december 2013 in Amsterdam. Betrokkenen vanuit de Remonstrantse Broederschap hebben de focusgroepen 'live' gevolgd via een *one-way mirror*. Per focusgroep is met 8 of 7 personen gesproken. Dit is voor dit type onderzoek een ideale groepsgrootte die een goed beeld geeft van hoe een specifieke groep tegen bepaalde thema's aankijkt en tevens voldoende ruimte biedt voor de individuele inbreng en verhalen van deelnemers.

Deelnemers vanuit de RB zijn *at random* benaderd door Motivaction voor deelname aan het onderzoek op basis van de door de RB aangeleverde contactgegevens. Bij het uitnodigen is uitsluitend rekening gehouden met een gelijke verdeling man/vrouw bij de deelnemers. Vorm van betrokkenheid bij de RB of lidmaatschap van een specifieke lokale gemeente hebben voor uitnodiging aan het onderzoek geen rol gespeeld.

De deelnemers aan de twee focusgroepen met niet-leden/vrienden zijn door Motivaction geselecteerd uit hun internetpanel waarvan meer dan 80.000 Nederlanders lid zijn. Aan hen zijn

stellingen voorgelegd als ‘ik heb het gevoel dat er meer is tussen hemel en aarde’. Op basis van de gegeven antwoorden is een eerste selectie gemaakt van potentiële deelnemers.

Kernvraag lang zittende leden en vrienden

In welke mate zijn lang zittende leden bereid om veranderingen in de mate van verbondenheid aan de Remonstrantse Broederschap te accepteren (van hecht lidmaatschap naar ruimte voor lossere vormen)? Staat men positief of negatief tegenover vormen van actieve ledenwerwing?

Binnen de lang zittende leden leven twee gedachten, niet alleen in de groep als geheel maar ook vaak binnen één persoon: aan de ene kant hechten zij belang aan de komst van nieuwkomers en aan vernieuwing van vorm en inhoud. Aan de andere kant hecht men veel belang aan het vasthouden aan de RB in zijn huidige vorm: de meerwaarde van nieuwkomers zit voor hen dan ook in eerste instantie in het bijdragen aan het behouden van voldoende ‘kritische massa’ van bestaande gemeenten en activiteiten, niet als bron van nieuwe impulsen en denkbeelden. Opvallend is de terughoudendheid waarmee men met anderen over zijn of haar geloof spreekt. Op een enkele uitzondering na, is men in zijn of haar sociale omgeving niet heel open over het feit dat men remonstrant is. Bij lang zittende leden bestaat er een zekere angst dat praten over zijn of haar geloof door anderen kan worden ervaren als het opdringen van een bepaalde geloofsovertuiging. Aan de andere kant wordt het belang van bekendheid geven aan de activiteiten van de RB wel degelijk onderkend. Men heeft het gevoel dat de RB in het verleden wat naar binnen gekeerd en elitair was, maar dat er de afgelopen tien jaar veel in verbeterd is in het verwelkomen van bezoekers en nieuwkomers. Ook geven zij het belang aan om jongeren te binden. Over het algemeen vindt men het lastig om oplossingen voor leden-groei te benoemen.

Kernvraag ‘nieuwe’ leden/vrienden

Hoe is de kennismaking en de uiteindelijke keuze voor de Remonstrantse Broederschap in zijn werk gegaan? Alle ‘nieuwe’ leden zijn personen die reeds enige kerkelijke binding hadden. Er zijn mensen die vertellen dat ze lange tijd niet kerkelijk betrokken waren en nu ze iets ouder zijn geworden hier weer behoefte aan gekregen hebben. Anderen waren gebonden aan andere kerkgenootschappen en hebben de overstap gemaakt naar de remonstranten. Net als bij de ‘switchers’ speelden bij de nieuwe leden persoonlijke contacten met remon-

stranten een grote rol bij de stap naar de remonstranten: kennismaking via een vriend, een buurvrouw, een partner. Men gaat mee met een buurvrouw die is aangesloten bij de kerk en merkt dat men zich thuis voelt bij de remonstranten. Vaak is men in het verleden wel kerkelijke opgevoed, maar soms al meerdere decennia niet meer kerkelijk betrokken. Sommigen geven aan dat de remonstranten voor hen in vorm en uitstraling vertrouwd ‘aanvoelen’ maar dat de vrijzinnige geloofsinvulling die de remonstranten bieden op dit moment in hun leven beter bij hen past dan de kerk waar zij van huis uit vandaan komen.

Vaak noemt men in eerste instantie de lokale kerk als plek waar men voor kiest: de remonstrantse kerk in Rotterdam, de Geertekerk in Utrecht. Men zet vooral de stap van de ene lokale kerk naar de andere, eerder dan dat men bewust kiest voor het veranderen van denominatie. Ook doordat sommigen in ieder geval formeel hun lidmaatschap van hun oorspronkelijke kerk behouden.

Kernvraag geïnteresseerden in zingeving en religie

Welke behoeftes hebben kerkelijk ongebondenen op het gebied van zingeving en religie en welke rol kan de Remonstrantse Broederschap daarin spelen?

- De behoeftes aan zingeving zijn sterk individueel ingevuld. Het gaat om ruimte om bij jezelf te komen, eerder om emotionele ervaring dan intellectuele verrijking en eerder beelden en momenten dan tekst en studie. Hiernaast neemt de nabije ander een belangrijke plaats in bij het geven van zin aan het leven, iets dat wij ook in eerder onderzoek rond dit thema hebben vastgesteld.
- Bij toetreding tot een kerkgenootschap ervaren de geïnteresseerden grote drempels. Deze vier drempels verdienen extra toelichting:
 1. Binding aan een vast verband wordt gezien als ongewenst en dwingend. Ook is onduidelijk wat dit voor hen persoonlijk aan meerwaarde heeft. Liever kiest men voor korte en persoonlijke momenten van zingeving of voor losse verbanden waar men zich ook weer makkelijk aan kan onttrekken, zoals een yogagroep.
 2. Kerken bevinden zich in een frame* dat valt te typeren als: dogmatisch en gebaseerd op angst en dwang. Men heeft er moeite mee om zich een kerk voor te stellen die niet in dit frame past, zoals de RB. Om de RB psychologisch toch in het heersende frame te krijgen worden bepaalde woorden of elementen in de beschrijving van de RB eruit gelicht om aan te tonen dat de RB toch wel in het bestaande frame past.
 3. Waar de RB zichzelf ziet als zeer open voor allerlei geloofsopvattingen en als verdraagzaam, ervaren veel ‘zinzoekers’ dit anders omdat de RB vanuit haar traditie vasthoudt aan chris-

telijke waarden en de Bijbel en het Evangelie als leidraad. Veel deelnemers noemen zichzelf ‘multireligieus’ en plaatsen het nemen van het christendom als uitgangspunt toch in het negatieve frame waarin zij kerken zien.

Onbekendheid met het kerkelijk taalgebruik en het zelfs volledig anders opvatten van bepaalde woorden (zoals bijvoorbeeld ‘kritische beschouwing’ en ‘vrijzinnig’) leiden tot afstand en onbegrip over waar kerken en in dit geval de RB voor staat.

Kernvraag zoekenden met een kerkelijke achtergrond

Wat zijn triggers die mensen er toe aanzetten om te overwegen van kerk te veranderen? En hoe ziet het oriëntatieproces bij het zoeken naar een nieuwe plek eruit?

Vaak is een verhuizing of een nieuwe voorganger waarmee men minder heft, een moment om op zoek te gaan naar een andere kerk.

Het zoeken naar een nieuwe kerk verloopt van dichtbij naar ‘verder weg’: eerst wordt het kerkgenootschap waarbij men behoort overwogen, bijvoorbeeld als PKN lid de lokale wijkgemeente van de Protestantse Kerk als men verhuist. Pas als die niet bevalt worden andere opties overwogen. Voor de uiteindelijke keuze voor een kerk zijn het hebben van een goed gevoel bij een kerkelijke gemeenschap en de persoon van een pastoor of predikant net zo belangrijk als de theologische standpunten van een andere kerk. Hiernaast spelen toeval en persoonlijk contact (meegenomen worden door bijvoorbeeld een vriendin) een belangrijke rol.

Over het algemeen is deze groep van mening dat switchen van kerkgenootschap tegenwoordig veel minder ingrijpend is dan vroeger, zeker binnen de meer ‘mainstream’ kerken. De verschillen tussen kerkgenootschappen wordt als kleiner dan vroeger gepercipieerd.

Voor de remonstranten zelf onderscheidende punten als 400 jaar geschiedenis en het kunnen schrijven van een eigen geloofsbelijdenis, worden door de ‘switchers’ als minder relevant gezien dan de ruimte voor de eigen geloofsbeleving die de RB hen kan bieden. Die is voor sommigen te vrijblijvend, maar voor een deel van deze groep wel aantrekkelijk. De ruimte om zelf te kunnen geloven wat je wilt binnen een gemeenschap is een belangrijk pluspunt, maar wel wordt als kanttekening geplaatst dat hiervoor in andere kerkgenootschappen ook ruimte is.

Door hun vrije standpunten worden de remonstranten ook gezien als een intermediair tussen kerken: juist omdat zij zelf geen specifieke dogma’s kennen, kunnen zij de rol van verbinder tussen verschillende kerkgenootschappen en gelovigen en niet-gelovigen vervullen.

Voor een deel van de ‘switchers’ zijn de remonstranten dus een optie. Net als bij de zinzoekeers signaleert Motivaction hierbij wel een aantal drempels:

1. De naamsbekendheid van de RB en waar zij voor staat c.q. zichzelf onderscheid van andere kerken, is ook onder potentiële switchers erg klein.
2. Zaken die voor de RB van groot belang zijn voor hun identiteit en hun gevoel van onderscheid ten opzichte van andere kerkgenootschappen, worden door de 'switchers' nauwelijks als onderscheidend ervaren. Te denken valt aan het kunnen schrijven van je eigen geloofsbelijdenis, een kritische Bijbellezing en een geschiedenis van voorop lopen in vernieuwingen, zoals vrouwen op de kansel.
3. Ook voor de Zswitchers geldt dat het contrast tussen een progressieve boodschap en een sterk op de traditie georiënteerde eredienst moeilijk te rijmen is. Dat weliswaar in de traditioneel vormgegeven zondagse eredienst een vrijzinnige boodschap wordt gebracht, wordt niet als onderscheidend punt gezien: men vindt een zeer traditionele vorm en een progressieve boodschap maar moeilijk met elkaar te rijmen.
4. De RB heeft weliswaar een sterk inclusieve insteek waarin voor een brede waaier aan geloofsopvattingen plaats is, maar niet iedereen zal zich thuis voelen bij de rationele en intellectuele benadering van het geloof door de RB.
5. Uit de focusgroep met lang zittende leden komt naar voren dat zij nieuwkomers vooral zien als ondersteuners van de bestaande structuur. Nieuwkomers komen echter niet naar de RB om daar de kerk draaiende te houden, maar om hun persoonlijke behoeftes in te vullen.

De groep 'switchers' die in de focusgroep aan het woord is gekomen, bevatte zowel mensen van katholieke als protestantse huize. In deze rapportage zal geen onderscheid worden gemaakt tussen de uitkomsten per denominatie. Mogelijk is een vervolgstap het in kaart brengen van specifieke behoeften en facetten van het zoekproces van degenen die van huis uit katholiek dan wel protestant zijn.

Kansen voor ledengroei

Primaire doelstelling van dit onderzoeks- en adviestraject is het realiseren van ledengroei van de RB. Voor ledengroei kan de Remonstrantse Broederschap zich het beste richten op mensen die reeds een kerkelijke achtergrond hebben, maar bij wie de RB met haar grote ruimte voor persoonlijke geloofsbeleving beter aansluit dan hun huidige kerkgenootschap of de kerk waar zij van huis uit deel van uitmaakten. Geïnteresseerden in zingeving en spiritualiteit blijven van belang voor de RB, maar niet als primaire doelgroep voor ledengroei. De afstand tussen de behoeftes van deze groep en hun visie op zingeving en wat de remonstranten kunnen bieden,

is eenvoudigweg te groot om zich aan de RB te kunnen verbinden. De ‘zinzoekers’ ervaren te veel drempels tussen hun eigen behoeftes en waarden en wat de het lidmaatschap van de RB hen kan bieden. De klassieke vorm van christelijke kerk zijn, lidmaatschap en kerkvieringen op zondag is een te grote drempel voor het overgrote deel van de zinzoekers.

Het zijn van een geloofsgemeenschap waarin ook een sterke nadruk ligt op collectieve vormen van zingeving geldt echter niet als drempel voor degenen die reeds een kerkelijke achtergrond hebben. De doelgroep bestaat uit mensen die bij het zoeken naar een nieuw kerkgenootschap een gemeenschap willen die vrij is van dogma's, en voor wie een

‘vertrouwde’ kerkelijke setting soms ook een meerwaarde heeft. Daarmee sluit deze doelgroepdefinitie aan bij de huidige herkomst van de meeste nieuwe leden c.q. vrienden van de RB. Voor het aantrekken van nieuwe leden heeft de RB dus - net als overigens in het verleden - het meest te verwachten van overstappers vanuit andere kerkgenootschappen. Het moeten er alleen meer worden dan nu het geval is. In absolute aantallen nieuwe leden/vrienden ziet Motivaction mogelijkheden voor groei die groter is dan de huidige instroom van nieuwe leden en vrienden. Overstappers kunnen op dit moment kerkgaand zijn, maar misschien nog wel groter is de potentie onder degenen die nu niet naar een kerk gaan omdat zij er op dit moment geen kennen die bij hen past. Ledengroei door het verbinden met een kerkelijke achtergrond dient dan ook niet als het ‘afpakken’ van gelovigen van andere kerken gezien te worden. Het is veel eerder het bieden van een religieus thuis aan degenen die dit nu niet hebben of die zich al lange tijd niet thuis voelen in de kerk waar zij nu zitten.

Binnen deze zoekende groep met kerkelijke achtergrond valt de meeste ledengroei te behalen bij hoogopgeleide 45 plussers. Uit de data van de trendanalyse van het profiel van de groep die de waarden van de RB onderschrijft, blijkt dat meer dan 80% van deze in waarden verwante personen 45 plus is. Een concentratie zien we ook bij hoogopgeleiden: 40% van degenen die de waarden onderschrijven heeft minimaal een HBO-opleiding gevolgd t.o.v. 32% van degenen die de waarden van de RB minder onderschrijven. Dit gecombineerd met de intellectuele inslag van de RB maakt dat met name hoogopgeleiden als doelgroep kunnen gelden en hierbinnen dus specifiek degenen met een kerkelijke achtergrond.

Een derde reden om voor een focus op hoogopgeleide 45plussers te kiezen is een generatie-effect: deze generatie is minder individualistisch ingesteld en meer geneigd zich langdurig aan een organisatie te binden dan jongeren, zeker als dit op een moderne manier kan. Zij vragen wel meer ruimte voor hun eigen invulling van een lidmaatschap dan de generaties voor hen. Een lidmaatschap van een organisatie als een kerk is desondanks niet iets vanzelfsprekends, maar dient een grote relevantie te hebben voor hun persoonlijk leven. Redenen voor deze groep om (weer) bezig te zijn met levensvragen zijn de ‘life events’ waarmee deze leeftijdsgroep vaak te maken krijgt en die hen aan het denken zetten over het leven zoals het

overlijden van ouders en kinderen die de deur uit gaan. Bovendien heeft deze groep vaak ook meer tijd en 'head space' om zich te verdiepen in levensvragen. Tot slot is het richten op een oudere doelgroep ook meer kansrijk dan het richten op jongeren doordat de afstand in leeftijd tussen deze doelgroep en de gemiddelde leeftijd van de huidige leden van de RB hierdoor kleiner zal zijn.

Motivaction ziet de primaire doelgroep voor ledengroei dus als een nichedoelgroep van hoogopgeleide 45 plussers met een (van huis uit) kerkelijke achtergrond. Bij deze groep is de trefkans het grootst dat zij zich willen aansluiten bij de RB en daarmee de continuïteit van de organisatie veilig stellen. Ook gezien de grote hoeveelheid vrije tijd en de doorgaans grotere financiële armslag van deze doelgroep, kunnen zij een belangrijke rol spelen in de continuïteit van de Remonstrants Broederschap.

Betekent dit nu dat mensen die geen deel uit maken van de doelgroep niet meer van belang zijn voor de RB of niet meer welkom zijn? Niets is minder het geval. Maar gezien het wezenlijke belang van de toestroom van nieuwe leden voor het voortbestaan van de RB is het goed om in de inspanning om nieuwe leden aan te trekken een duidelijke focus aan te brengen op de groep waarbij de meeste kansen liggen. Ledengroei vraagt om het maken van keuzes voor waar je je tijd, geld en energie op richt. Daarbij pluk je het laaghangend fruit als eerste. Alle ledengroei van buiten deze doelgroep is mooi meegenomen, maar de focus ligt op de groep waar je het meeste kans van slagen hebt. Vanuit deze basis is het mogelijk om je op lange termijn weer succesvol op andere groepen te gaan richten. Op de langere termijn kunnen ook andere doelgroepen worden benoemd, maar op dit moment ligt de focus op het voortbestaan en de vitaliteit van de RB op de middellange termijn en hiervoor levert deze doelgroep voldoende aanknopingspunten.

En betekent het focussen op een specifieke doelgroep nu ook niet dat je als kerkgenootschap eenvormig wordt met alleen hetzelfde typen mensen? Je richten op een specifieke doelgroep betekent helemaal niet dat je hier als kerkgenootschap eenvormiger door wordt. Nieuwe mensen hebben misschien een paar zaken als leeftijd en opleidingsniveau gemeen, maar elk persoon neemt een eigen schat aan verhalen, inspiratie en (zeker bij 45 plussers) levenservaring met zich mee. Het niet binnen halen van nieuwe mensen leidt echter wel tot minder pluriformiteit omdat deze nieuwe impulsen uitblijven.

Vriend worden is voor nieuwkomers waarschijnlijk de meest passende manier van zich aan de RB verbinden. Intern vanuit de RB geredeneerd is 'vriend' weliswaar een lossere vorm van verbintenis dan 'lid' maar voor nieuwkomers is het jezelf verbinden aan een organisatie sowieso al een grote stap. Het is goed om hier rekening mee te houden. Maar als iemand al snel en in volle overtuiging lid of vriend wil worden moet hij of zij hierin natuurlijk niet worden afgeremd.

Verlagen van drempels

Gezien de uitkomsten van dit onderzoek verwacht Motivaction dat de RB een grotere potentie heeft om de zoekende groep met kerkelijke achtergrond aan te spreken dan nu wordt waargemaakt, mits zij de drempels waar deze zoekende groep tegenaan loopt weet te verkleinen. Wie op zoek is naar een vrijere vorm van geloven komt zeker niet ‘vanzelf’ bij de remonstranten uit. Motivaction signaleert de volgende vijf drempels:

6. Een grote onbekendheid van de remonstranten, zowel in naamsbekendheid als waarin de RB zich onderscheidt van andere geloofsgemeenschappen.
7. Onduidelijkheid voor nieuwe leden wat de RB hen te bieden heeft voor hun eigen persoonlijke geloofsleven: de doelgroep sluit zich niet aan bij een geloofsgemeenschap omdat dit ‘erbij hoort’ maar omdat dit een duidelijke meerwaarde heeft voor henzelf. Meerwaarde van de RB zit voor de doelgroep onder meer in de ruimte voor intellectuele verdieping, de open blik ten opzichte van andere geloven en tradities buiten de (mainstream van) het christendom: Boeddhisme, Kabbala, filosofie, christelijke en niet-christelijke mystiek literatuur en het bieden van een bijzonder programma aan lezingen en kringen.
8. Een sterk contrast tussen een eigentijdse en vrije geloofsbeleving en een traditionele vorm en uitstraling.
9. Een sterke focus op een rationele en op woord en tekst gebaseerde benadering van religie en zingeving.
10. Het interne beeld van het belang en de rol van nieuwkomers binnen de Remonstrantse Broederschap.

Ook als deze drempels verlaagd worden zal niet elke exponent van deze doelgroep bij de RB uitkomen. Daarvoor heeft de RB een te specifieke eigen identiteit als niet-dogmatische kerk met een sterk intellectueel ingestelde traditie. Wie zich niet thuis voelt bij deze ‘eruditie’ zal niet zich bij de remonstranten niet snel thuis voelen. De intellectuele identiteit is voor anderen binnen deze doelgroep echter juist weer een reden zijn om zich te verbinden aan de RB.

Aanbevelingen om drempels te verlagen

DREMPEL 1: een grote onbekendheid van de remonstranten, zowel in naamsbekendheid als waarin de RB zich onderscheidt van andere geloofsgemeenschappen.

DREMPEL 2: onduidelijkheid voor nieuwe leden wat de RB hen te bieden heeft voor hun eigen persoonlijke geloofsleven.

Aanbeveling: geïntegreerde mediacampagne kan zowel primaire doelgroep als zinzoekers bereiken en raken.

De data-analyse van de waarden van de Remonstrantse Broederschap en de focusgroepen leveren een vergelijkbaar profiel op voor de doelgroep. Een communicatiecampagne kan zich dan ook richten op een groep met als profiel: hoogopgeleid, 45 plus en geïnteresseerd in zingeving en religie. Hierbij zijn de mensen met een kerkelijke achtergrond de primaire doelgroep. Zij lijken in mediagedrag overigens sterk op andere hoogopgeleide leeftijdsgenoten die de waarden van de RB onderschrijven maar geen kerkelijke achtergrond hebben. Hierdoor kan één geïntegreerde campagne worden ontwikkeld voor zowel de doelgroep met een kerkelijke achtergrond als voor anderen die de waarden van de Remonstrantse Broederschap weliswaar delen, maar door hun niet kerkelijke achtergrond niet als primaire doelgroep voor ledengroei kunnen gelden.

Hiernaast is het van groot belang om middels de campagne de beeldvorming rond de RB ook buiten de doelgroep te verbeteren. Niet alleen omdat een positieve publieke opinie een belangrijke rol speelt bij de keuze van de doelgroep om zich aan de RB te verbinden, maar ook omdat de niet kerkelijke groep wél een interessante doelgroep kan zijn voor (betaalde) activiteiten van de RB..

Motivaction signaleert voor de communicatiecampagne de volgende uitgangspunten:

- Het vergroten van de naamsbekendheid en bekendheid met de identiteit van de remonstranten
- Aangeven waar de remonstranten zich in onderscheiden van andere kerkgenootschappen op basis van wat niet-leden als onderscheidend ervaren. Onder andere: alle ruimte voor persoonlijke geloofsinvulling, bijzonder aanbod van bijeenkomsten naast traditionele eredienst, aandacht voor niet-christelijke vormen van zingeving naast christendom, aandacht voor intellectuele verrijking, gespreksgroepen.
- Duidelijk maken wat de persoonlijke relevantie van de RB voor mensen kan zijn. Een mogelijke storyline (d.w.z. een tekst die terugkeert in onder meer folders, op de website, in introductiemateriaal waarmee je kort uitlegt waar de remonstranten voor staan en dat door de buitenstaander ook herkend wordt als relevant): een vooruitstrevende geloofsgemeenschap waarin je zelf kunt bepalen wat je gelooft, met veel aandacht voor inhoudelijke verdieping, andere vormen van geloof en je eigen persoonlijke beleving van God en de wereld.
- Het plaatsen van de RB buiten het negatieve ‘frame’ van kerken als dogmatische en op dwang gebaseerde organisaties. (De term ‘ frame’ verwijst naar het begrip ‘framing’. Dit woord komt uit de communicatiewetenschap. Framing behelst een techniek die er uit bestaat om woorden en beelden zo te kiezen, dat daarbij impliciet een aantal aspecten van

het beschrevene worden uitgelicht. Deze uitgelichte aspecten helpen om een bepaalde lezing van het beschrevene of een mening daarover te propageren. Zowel in de politiek als in de reclame wordt framing bewust (en onbewust) ingezet.)

- Het presenteren van de onderscheiden pluspunten van de RB aan de doelgroep.
Call to action: bezoek concrete activiteit, bezoek website etc. Het bezoek van een willekeurige kerkdienst is minder geschikt als call to action want onvoldoende aantrekkelijk (voor zinzoekers) of onderscheidend (doelgroep met kerkelijke achtergrond).

DREMPEL 3: een sterk contrast tussen een eigentijdse en vrije geloofsbeleving en een traditionele vorm en uitstraling.

Aanbeveling: Eigentijdse en vrije geloofsbeleving flankeren met eigentijdse vormen naast de traditionele.

Grootste drempel voor ledengroei is het contrast tussen een eigentijdse beleving van geloof en zingeving en een traditionele vorm van kerk zijn in diensten, woordgebruik en algehele uitstraling. Dit geldt zowel voor mensen met een kerkelijke achtergrond als voor degenen die de waarden van de RB op zich wel delen, maar zich niet rekenen tot een kerkgenootschap. De eigentijdse en progressieve manier van geloven van de RB zal moeten worden geflankeerd door een eigentijdse uitstraling. Het contrast tussen vorm en inhoud dient te worden verkleind door een meer eigentijds begrippenkader, beeldcommunicatie en vormen van eredienst. Dit alles naast de traditionele vormen. Deze vernieuwing dient zowel op landelijk als lokaal niveau te worden ingevuld. Nieuwe vormen van kerkdiensten en elkaar ontmoeten kunnen het scharnierpunt zijn tussen vernieuwing en traditie, tussen leden en mensen die zich nadrukkelijk niet willen verbinden aan een kerkgenootschap.

Aanbeveling: niet-kerkelijk begrippenkader meer aansprekend voor doelgroep, op zoek naar aansprekend begrippenkader.

Niet alleen de zinzoekers hebben niets met het kerkelijk begrippenkader, maar dit geldt ook voor de doelgroep met van huis uit een kerkelijke binding. Het gaat om termen die voor 'insiders' binnen de RB veel betekenis hebben, maar voor degenen die op dit moment geen deel van een kerk uitmaken weinig lading hebben. De zinzoekers zijn zelfs zo onbekend met sommige begrippen dat zij deze soms tegengesteld uitleggen.

In haar communicatie dient de RB dan ook op zoek te gaan naar een meer universeel en aansprekend niet-kerkelijk begrippenkader dat aansluit bij de waarden en het taalgebruik van de doelgroep. Woorden die tijdens het onderzoek door de doelgroep als niet aantrekkelijk wor-

den beschouwd zijn onder andere: Vrijzinnig • Belijdenis • Bezieling • Kritische beschouwing • Mensen die in de marge zijn geraakt.

DREMPEL 4: Een sterke focus op een rationele en op woord en tekst gebaseerde benadering van religie en zingeving.

Aanbeveling: doelgroep wil niet alleen intellectueel verrijkt, maar ook emotioneel geraakt worden. Naast het bieden van intellectuele verrijking en maatschappelijk engagement is het voor de RB ook van belang om mensen emotioneel te raken. Persoonlijke relevantie van geloof voor het eigen leven, bijvoorbeeld in relatie tot 'life events' kan hierbij een belangrijke rol spelen. Deze emotionele component is bij het je thuis voelen en het maken van de keuze voor een kerk van groot belang.

DREMPEL 5: Het interne beeld van het belang en de rol van nieuwkomers binnen de Remonstrantse Broederschap.

Aanbeveling: andere grondhouding van leden ten opzichte van potentiële nieuwe leden noodzakelijk. Beschouw hen niet als nieuwe steunpilaren van het bestaande, maar als mensen die nieuwe Huidige leden dienen te beseffen dat nieuwe leden niet slechts dienen als nieuwe (ook financiële) steunpilaren die een Hkritische massak voor het bestaande in stand houden, maar juist ook als inspiratiebron voor nieuwe inzichten en nieuwe vormen van samen komen. Om nieuwkomers zich snel thuis te laten voelen werkt het goed om hen niet te behandelen als nieuwelingen die het allemaal nog moeten leren, of eerst maar eens goed moeten nadenken over hun keuze voor de RB. Zeker de doelgroep van hoogopgeleide 45 plussers die van huis uit kerkelijk is, neemt veel 'bagage' mee in de vorm van persoonlijke verhalen, kennis van levensbeschouwelijke onderwerpen en levenswijsheid. Bagage die de RB en haar leden kan versterken en verrijken.

Aanbeveling: remonstranten kunnen een belangrijke rol vervullen voor mensen die zich niet aan de remonstranten willen binden en vice versa.

Hoewel ledengroei vanuit personen zonder kerkelijke achtergrond maar zeer incidenteel te verwachten valt, kan de Remonstrantse Broederschap voor deze groep wel een rol spelen als aanbieder van bezinning en gedachtenuitwisseling. Gespreksgroepen, debatavonden en stiltecentra zijn interessant voor (een deel van) deze groep. Het succes van meditatie, filosofie-avonden en mindfulness getuigt van de behoefte hieraan. Positief is ook dat deze zaken zowel voor zinzoekers zonder kerkelijke achtergrond als voor degenen met kerkelijke achter-

grond aantrekkelijk zijn en zo kunnen fungeren als verbindende schakel tussen beide. Goed bezochte activiteiten kunnen inspirerend werken voor leden en niet-leden en hebben daarmee een intrinsieke meerwaarde ook voor een 'harde kern' van vaste leden: een netwerk van interessante mensen om een vaste kern heen leidt tot nieuwe energie en nieuwe inzichten. Een 'verbinding voor het leven' zit er bij de niet-kerkelijke groep echter maar voor een enkeling in. Je kunt activiteiten dus niet in de eerste plaats zien als 'fuik' voor nieuwe leden. Wel verhogen ze de aantrekkelijkheid voor nieuwkomers van de RB. De primaire doelgroep van hoogopgeleide 45 plussers gaat graag in gesprek met jongeren en mensen van buiten 'de eigen kring'.

Waarop te letten bij verwerking van aanbevelingen? Een landelijke campagne kan alleen succesvol zijn als hier lokaal op de juiste wijze een vervolg aan kan worden gegeven. Hierbij hoeven lokale gemeenten overigens niet te snel te denken dat een activiteit Emisluktm is wanneer mensen zich één keer laten zien en niet meteen vaker komen: binnen een oriëntatieproces besluit doorgaans slechts een klein deel van degenen die ergens kennis mee maken dat het echt bij hen past. Vergelijk het met een boekwinkel: niet iedereen die binnen komt lopen koopt een boek, soms is het gewoon lekker om even rond te snuffelen. Maar uiteraard moet wel het streven zijn om door een aantrekkelijke presentatie en inhoud zoveel mogelijk mensen terug te zien. Iedereen, of zelfs een meerderheid aanspreken zal echter nooit lukken.

Veranker werken vanuit buiten naar binnen in organisatie Dit onderzoek- en adviestraject waar-toe de Commissie 2013 Plus opdracht heeft gegeven, is een belangrijke stap in een proces dat veel ledenorganisaties de afgelopen jaren doorlopen hebben: inzicht krijgen in hoe de buitenwereld tegen hen aankijkt en vanuit de behoeftes van een potentiële doelgroep werken aan een aansprekende communicatie en activiteiten/productenaanbod. Dat de Remonstrantse Broederschap nu ook deze weg bewandelt betekent dus niet dat zij opeens als een bedrijf gaat werken. De remonstranten volgen hiermee eerder een route die non-profit ledenorganisaties als Natuurmonumenten, Oxfam Novib en de ANWB hebben genomen: de behoeftes van personen buiten verbinden met je eigen organisatie om jezelf daarmee sterker te maken. Van buiten naar binnen werken vraagt om een specifieke mentaliteit binnen een organisatie. Hiernaast is het ook een cyclisch proces waarbij door de tijd heen en op steeds andere wijzen input van buiten wordt vergaard. Bijvoorbeeld door niet zonder meer een communicatiecampagne de media in te sturen, maar door communicatie-uitingen eerst voor te leggen aan de doelgroep waarvoor deze bestemd is.

Benadering andere leeftijdsgroepen De focus op de leeftijdsgroep 45 plus betekent uiteraard niet dat jongere personen minder welkom zijn. Deze focus komt voort uit de wens om tijd, geld en energie die in ledengroei wordt geïnvesteerd zo effectief en succesvol mogelijk in te zetten. Alleen op deze wijze kan de continuïteit van de Remonstrantse Broederschap worden gegarandeerd. Mocht het aantrekken van de doelgroep binnen de 45 plussers succesvol zijn, dan kan op de lange termijn (over circa 5 á 10 jaar) ook worden gewerkt aan ledengroei bij de groep onder de 45 jaar. Als niet eerst voldoende 45 plussers worden aangetrokken groeit de leeftijds kloof tussen de huidige leden die vaak van gevorderde leeftijd zijn en de jongere leeftijdsgroepen echter alleen maar verder. De gedefinieerde doelgroep in de leeftijd 45 t/m 65 kan een brug vormen tussen jong en oud. Het profiel van de groep onder de 45 zal in grote lijnen lijken op dat van de huidige doelgroep: hoog opgeleid en doorgaans met een (van huis uit) kerkelijke achtergrond. Zij zijn op zoek naar verdieping en tegenwicht in een haastige en competitieve wereld. De adolescentie en de leeftijd 30 t/m 45 brengen echter andere levensvragen met zich mee dan de leeftijdsfasen hierna. Ook zijn deze jongere generaties vergeleken met ouderen pragmatischer en minder gericht op verbinding aan een bepaalde organisatie. Gezelligheid en het uitwisselen van ervaringen met leeftijdsgenoten zijn van groot belang, met name ook bij de sterk onder (tijds)druk staande dertigers.

Hoe groot is doelgroep? Motivaction heeft een analyse uitgevoerd van de waarden- en leefstijlgegevens van een representatieve steekproef van ruim 4.000 Nederlanders die in de periode 2009-2012 hebben deelgenomen aan het Mentality-trendonderzoek. Hiervoor is een doorsnede gemaakt van de 20% van de bevolking die het hoogst scoort op de maatschappelijke onderstromen en de 20% die het hoogst scoort op de zingevingsonderstromen, met andere woorden: de groep Nederlanders die de waarden van de RB het sterkst delen. Dit bleek 9,6% van de Nederlanders van 15 tot 80 jaar te betreffen. Binnen deze subgroep van de bevolking van 9,6% hebben we een selectie gemaakt van mensen die zich rekenen tot de volgende religieuze / levensbeschouwelijke stromingen: Rooms - Katholiek, Protestants, overig christelijk, een mengvorm c.q. eigen levensbeschouwing. Dat is 5,2% van de bevolking. Deze nadere selectie is gemaakt omdat uit de focusgroepen die in dit onderzoek zijn uitgevoerd bleek dat met name degenen met een christelijke achtergrond als doelgroep voor ledengroei kunnen gelden. Wanneer je de component van de leeftijd 45-65 jaar hieraan toevoegt dan omvat de doelgroep voor de Remonstranten ongeveer 200.000 personen.

4 THEMA'S EN VERDERE AANBEVELINGEN

Al in de eerste vergaderingen van de commissie die het nieuwe beleidsplan voorbereidde zijn er thema's geïdentificeerd waar de commissie in ieder geval aandacht aan zou moeten besteden. Dit waren onderwerpen waarvan de commissie meende dat we hier iets over moesten zeggen als we nieuw beleid wilden formuleren dat recht deed aan de eigenheid van de remonstranten en de wens om leden te werven en te vernieuwen. In dit deel volgt (in willekeurige volgorde) een opsomming van de thema's en de aanbevelingen die de commissie in dit kader voorstelt. Met deze aanbevelingen sluiten we aan bij de denkrichting die ten grondslag ligt aan de onderzoeksresultaten en aanbevelingen van bureau Motivaction. Ook hebben we geprobeerd om de conclusies uit de interne consultaties recht te doen. De commissie is zich ervan bewust dat in sommige gevallen sprake is van een spanningsveld tussen onze eigen aannames/vooronderstellingen en een andere wijze van werken waarnaar deze hele rapportage verwijst. Deze spanning speelt ook in het onderzoek van Motivaction. Hoe we hiermee omgaan dient onderwerp van gesprek te zijn.

De thema's die in de commissie zijn besproken worden hieronder steeds toegelicht. Deze inleiding wordt gevolgd door aanbevelingen.

DOELGROEP

Een belangrijke spanning is die tussen aanbodgericht en vraaggericht werken. Toch kun je niet zeggen dat de remonstranten op dit moment louter en alleen aanbodgericht werken. De afgelopen jaren zijn er zowel op landelijk niveau als op gemeenteniveau initiatieven ontwikkeld waarbij de Remonstranten in wilden spelen op vragen en behoeften die leven in de samenleving. Twee ontwikkelingen zijn duidelijk te onderscheiden:

Op gemeenteniveau ontstonden er de laatste jaren debatcentra in de meeste grote gemeenten. Het Uytendogaertcentrum in Den Haag met een breed en gevarieerd aanbod is hier een goed voorbeeld van.

Op landelijk niveau richtten veel publicaties en activiteiten zich op een breed publiek met weinig voorkennis van kerk en christendom. Voorbeelden hiervan zijn onder andere de liedbundel LICHT, het dagboek God Aan en een duidelijke presentie van de remonstranten op de sociale media. In vergelijking met andere kerken liepen we hierin voorop. De laatste jaren hebben we ook geleerd dat het zeer wel mogelijk is voor een kleine kerk als de onze om naar buiten te treden en deel te nemen aan het maatschappelijke debat. Om zichtbaar te zijn, dien je je in onze samenleving soms wel te richten op de belangstelling die leeft bij een breed publiek. De afgelopen jaren lag het accent van landelijke activiteiten op de toepassing van remonstrantse theologie en spiritualiteit voor een breed publiek. Veel projecten waar remonstranten bij betrokken waren kunnen gezien worden als experimenten om vraaggericht te werken, een nieuw publiek te bereiken en om zichtbaar te zijn. Hoewel dit type projecten (voor een breed publiek met weinig voorkennis van kerk en christendom) afzonderlijk succesvol waren en de gewenste landelijke aandacht opleverden, vertaalden ze zich maar in geringe mate in nieuwe aanwas.

In onderstaand schema laten we zien hoe het klassieke gevestigde kerkelijke werk zich verhoudt tot de vormen van vraaggericht werken.

A

Vrijzinnig
 Vrij en verdraagzaam christelijk
 Lid
 Lid worden via Beginselverklaring
 Nieuwe liedboek
 Belijdenis doen
 Rem. Geschiedenis als introductie
 Ledenorganisatie
 Kerkdienst
 Predikant op de kansel

B

Vooruitstrevend
 Breed-spiritueel, levensbesch.
 Vriend
 Digitaal aanmelden als vriend
 Bundel Licht
 Persoonlijk gesprek
 Gesprek over eigen geloof
 Aanbod voor incidentele bezoekers
 Gespreksgroep, lezing
 Predikant als spiritueel ondernemer

Aanbeveling: De remonstranten dienen zich te richten op de doelgroep zoals deze in onderzoek van bureau Motivaction wordt omschreven. Daarbij dient erkend te worden dat de bekendheid van de remonstranten in de Nederlandse samenleving te gering is om zonder gerichte ledenwerfcampagne leden/vrienden voor zich te winnen. Met professionele partners dient samenwerking gezocht te worden. In de begroting dienen voor deze campagne middelen te worden vrijgemaakt over een periode van tenminsten drie jaar.

PLEK & NESTGEUR

Wat zijn de plaatsen waar remonstranten bij elkaar komen? Waar kenmerken deze plaatsen zich door? En als remonstranten samenkomen, is er dan wel echt ruimte voor nieuwe mensen of verwachten we eigenlijk van nieuwkomers dat “ze worden zoals wij”?

Hoe open zijn de remonstranten?

Een remonstrantse gemeente is een geloofsgemeenschap, maar eveneens een sociologische/ sociale eenheid. De vraag is dan ook, hoe open zijn de remonstranten voor buitenstaanders? Ook een groep die er tolerante beginselen op na houdt, kan voor iemand die niet tot die groep behoort gesloten overkomen.

Wat tref je aan in gemeenten?

- groot bestand van oudere, vriendelijke, verdraagzame en min of meer intellectuele mensen.
- kerkdiensten met een vrij traditionele, ingetogen (ook saaie?) liturgie en met genuanceerde preken/overdenkingen met in het algemeen theologisch en filosofisch goed onderbouwde bespiegelingen over religieuze, persoonlijke en maatschappelijke onderwerpen.
- het aanbieden van pastorale hulp voor mensen die hieraan behoefte hebben, bij voorbeeld
- bij relatieproblemen, zorgen in het werk, eenzaamheid en overlijden van dierbaren.
- het aanbieden van rituelen, bij belangrijke gebeurtenissen in een mensenleven (doop, huwelijk, overlijden).
- goed lezingenprogramma.
- accent ligt op het woord en niet op de daad, dus weinig diaconale acties.
- belangstelling voor cultuur (klassieke muziek, beeldende kunst en literatuur).

Met uitzondering van de remonstrantse gemeenten in grote steden zijn er niet of nauwelijks jongeren betrokken bij de activiteiten van de gemeenten.

Landelijke uitstraling

Landelijk hebben de Remonstranten in het algemeen een meer moderne uitstraling dan plaatselijk. Er wordt landelijk meer gebruik gemaakt van massamedia en de nieuwe sociale media. Er wordt een breder spectrum van spiritualiteit benut. De laatste jaren is er ook ingezet op publicaties met een lagere instapdrempel.

Waar vind je remonstranten?

Het is niet zo dat door heel Nederland remonstrantse gemeenten zijn. De plaats waar we te vinden zijn is een mix van landelijke activiteiten, gemeenten en andere podia zoals radio, tv, boeken of het internet. Een aantal activiteiten is plaatsgebonden, andere meer eenmalige activiteiten en landelijke activiteiten zijn dat per definitie minder.

Plaats beïnvloedt ook binding. Mensen voelen zich verbonden met bijvoorbeeld het kerkgebouw, de gemeenschap, een buitenplaats etc. Er zit een ogenschijnlijke tegenstrijdigheid in het huisvestingsverhaal en het belang van plaatsen waar we bijeen kunnen komen. Zo is er de wens om de eigenheid te behouden en daarbij speelt een eigen plaats een belangrijke rol. Ook willen we in de wereld staan en open staan voor anderen. Anderzijds wil je juist met je eigenheid mensen aanspreken, want waar komen ze anders voor? We hebben het over zingeving en identiteit, die moet ook op verschillende manieren uitgedragen, maar ook geborgd worden. Het ligt voor de hand dat het aantal vaste plaatsen waar wij bij elkaar komen de komende jaren zal afnemen. Er zijn dan verschillende opties: een aantal grotere gemeenten met een regiofunctie; een aantal grotere gemeenten met satelliet gemeenschappen/kerken; een landelijke plaats, met een aantal grotere centra in het land en een beperkt aantal kleinere gemeenschappen, al dan niet als satellieten; een landelijke plaats met een aantal grotere centra.

Tenslotte: In elke gemeente wordt een, in grote lijnen vergelijkbaar beleid gevoerd: opstellen programma, diaconale zorg, pastorale zorg, kerkdiensten, gebouwenbeheer, kerkblad, werking, kerkenraad. Binnen alle gemeenten moeten hiervoor vrijwilligers worden gevonden, die deze lokale taken op zich nemen. Dit legt een grote belasting op de leden/vrienden van de kerk, die hieraan veel tijd kwijt zijn. Omdat elke plaats uniek is, wil ieder een eigen tint aan de lokale én landelijke ontwikkelingen meegeven.

Aanbeveling: Het landelijk bureau dient zich nadrukkelijker te profileren als plaats waar remonstranten (gemeenten, predikanten en buitenstaanders, geïnteresseerden) terecht kunnen voor een inhoudelijk aanbod. Een landelijke centrale plek als plaats van bezinning, toerusting en ontmoeting zou de remonstrantse identiteit en presentie kunnen versterken. Gemeenten kunnen ontlast worden op het gebied van toerusting en PR wanneer op landelijk niveau een helder format voor activiteiten is uitgewerkt. Dit voorkomt dat ieder voor zich het wiel uitvindt. Ook kan de inhoudelijke training van kader versterkt worden. Het gaat hier onder meer om de verwelcoming van nieuwe mensen. Daarnaast is het denkbaar dat mensen voor wie het kerkgebouw/ de kerk een te hoge drempel is op deze manier mogelijk toch bereikt worden.

DE KERKDIENT

De kerkdienst speelt een centrale rol in het kerkelijk leven van remonstranten. In veel gemeenten zien we de kerkdienst als de publieke bijeenkomst waar nieuwkomers als eerste kennis maken met remonstranten. Onderzoek van Motivaction leert ook dat de remonstrantse kerkdiensten niet in alle gevallen aansluiten bij het beeld dat buitenstaanders hebben van een vooruitstrevend kerkgenootschap.

Een wezenlijk en onderscheidend element van een remonstrantse kerkdienst is de preek. Predikanten leren tijdens de opleiding dat in de preek de traditie wordt vertaald naar de actualiteit van het leven. Vindplaats van geloof is de traditie/ doctrine die vertaald dient te worden. Dit levert veelal een kerkdienst op met een centrale plaats voor de preek die afhankelijk van de inzet van de predikant ook aansluit bij de hoorder. De commissie besprak de volgende vragen

Staan de (traditionele) religieuze taal of de gebruiken van onze kerkdiensten te ver van mensen af? Bijvoorbeeld als je niet bent opgegroeid in de kerk, of van een andere kerkelijke stroming afkomstig bent. Welke elementen kunnen een obstakel zijn?

Hoe moeten we onze kerkdiensten vormgeven om 'optimaal' haar effecten te kunnen benutten? Zijn onze diensten liturgisch, qua taal of qua appelerende inhoud te verbeteren?

Een kerkdienst is een arbeidsintensieve activiteit. Hoe kan men de diensten behouden indien zich een scenario voordoet dat een gemeente zich deze inzet niet meer kan veroorloven?

Is het wenselijk dat de kerkdiensten van een vooruitstrevend kerkgenootschap zich zozeer kenmerken door een traditionele vorm waardoor het vooruitstrevende karakter van de inhoudelijke boodschap die we over het voetlicht willen brengen niet meer gehoord wordt?

Aanbeveling: In de RB zal een intensief gesprek gevoerd moeten worden over de kerkdienst. Er is binnen de RB ook grote waardering voor de kerkdienst en gehechtheid aan de bestaande vormen. Op veel plaatsen in de Remonstrantse Broederschap is het de best bezochte activiteit. Tegelijkertijd is er ook een verlangen om op zoek te gaan naar andere vormen en andere uitgangspunten te meer omdat jongere generaties zich niet aangesproken weten door de traditionele vormen. Dit gesprek over de kerkdienst dient gevoerd te worden in samenspraak met gemeenten, convent van predikanten en het Remonstrants Seminarium. Het gesprek moet uitmonden in een concrete aanbevelingen voor predikanten en gemeenten.

LEDEN EN VRIENDEN

Hoe kun je je binden aan de remonstranten? Hier zijn een aantal ontwikkelingen te schetsen:

Tegenwoordig kent de Remonstrantse Broederschap leden, vrienden en belangstellenden. De laatste categorie is een werkcategorie, je vindt deze niet in kerkorde maar gemeenten werken er wel mee. Het aantal leden neemt gestaag af. Het aantal vrienden stijgt. Het onderscheid tussen leden en vrienden is nauwelijks nog aan te geven. Sommige leden geven aan dat zij lidmaatschap 'echter' vinden.

Een andere ontwikkeling is die van de toename van samenwerkingsgemeenten. Bijna de helft van de remonstrantse gemeenten is een samenwerkingsgemeente. Nieuwkomers preferen hier vaak lidmaatschap/ vriendschap van het samenwerkingsverband. Sommige samenwerkingsgemeenten hebben een andere naam waarmee ze zichzelf promoten. Dit bevordert de binding aan het samenwerkingsverband, maar de zichtbaarheid van de denominatie neemt af.

Omdat niet overal in Nederland remonstrantse gemeenten zijn, kun je ook lid of vriend worden via de landelijke organisatie. Als je het formulier op de website van de remonstranten invult, ontvang je per post een informatiepakket over de remonstranten en de Beginselverklaring. Wanneer je deze verklaring ondertekent en retourneert, word je ingeschreven als landelijk lid van de Remonstrantse Broederschap. Landelijk vriend kun je worden door in het formulier te vermelden dat je vriend wilt worden van de remonstranten. Deze procedure staat niet in de kerkorde beschreven. De kerkorde is geschreven in een tijd toen het internet nog niet functioneerde.

Tot begin jaren zestig werden grote groepen catechesanten aangenomen en deed men samen belijdenis. Eind jaren zestig zakte dit systeem volledig in. De redenen hiervoor zijn complex. In het algemeen kan gesteld worden dat binding aan een organisatie niet meer vanzelfsprekend is. "Wat heb ik eraan?", is een vraag die in ieder geval gesteld wordt door mensen voor zij zich binden aan een organisatie.

De financiële bijdrage van nieuwe leden en vrienden loopt achter bij lang zittende leden. Voor kennis over de aard en opbouw van een kerkelijke bijdrage ontbreekt. Daarnaast is de hoogte van het bedrag dat kerkelijke gemeenten van nieuwe leden verwachten voor veel mensen niet in overeenstemming met datgene wat geleverd wordt. Om het anders te zeggen: De kerk is te duur zelfs voor degenen die zich willen binden.

Aanbeveling: Het onderscheid tussen lid en vriend is de afgelopen decennia steeds vager geworden. Vriendschap biedt de beste mogelijkheden om nieuwe mensen bij de RB te betrekken.

Aanbeveling: De commissie stelt voor om de mogelijkheid om lid te worden open te houden maar in de communicatie in te zetten op werving voor vrienden. Tevens dient er een route opgesteld te worden voor nieuw te werven vrienden. De commissie bepleit (in ieder geval in de communicatie naar buiten) een sterke vereenvoudiging van de mogelijkheden waarbij het vriendschap een centrale rol gaat spelen.

Aanbeveling: RB dient de online mogelijkheid om lid/vriend te worden te formaliseren in kerke. Daarnaast dient er een duidelijke route te worden vastgesteld hoe nieuwe leden/vrienden worden opgevangen in RB. Wat gebeurt er bij de aanmelding? Nieuwe leden/vrienden dienen een duidelijk introductietraject aangeboden te krijgen. Dit traject moet worden ontworpen in samenspraak met gemeenten. Een algemene brief namens de kerk waarin gevraagd om een bijdrage die je zelf mag betalen werkt niet meer in deze tijd. Mensen willen weten wat iets kost en wat zij er aan hebben. Daarnaast zijn er mensen die een incidenteel beroep doen op een deel van het aanbod van de remonstranten. De commissie bepleit een gesprek over de beprijzing van diensten met predikanten en gemeenten. Doel van dit gesprek is om het oude model (algemene brief waarin gevraagd wordt om vrije bijdrage) aan te passen aan veranderde tijdsgeest en verwachtingen van mensen die een beroep doen op remonstranten.

Aanbeveling: De taken van medewerkers op het landelijk bureau moeten zorgvuldig bekeken worden in het kader van te plannen ledenwerfcampagne. Indien nodig dienen er tijdelijk middelen te worden vrijgemaakt om opvang van nieuwe leden/vrienden te kunnen waarborgen. (Aan het slot van dit plan staat de werkorganisatie beschreven die dit beleidsplan beoogt).

Aanbeveling: Met samenwerkingsgemeenten dient het gesprek aangegaan te worden op wat voor wijze zij de band van leden/vrienden met de Remonstrantse Broederschap vorm willen geven.

ORGANISATIE

De RB is van oudsher een organisatie die van onderaf wordt bestuurd. De Algemene Vergadering van Bestuur is het hoogste beslissende orgaan. Deze vergadering wordt gevormd door afgevaardigden van alle gemeenten (aantal stemmen per klassengrootte) en het convent van

predikanten (7 stemmen). Elke gemeente is autonoom in het voeren van het eigen beleid, maar zij is wel gehouden aan de regels binnen de kerkorde. De CoZa vormt het dagelijks bestuur van de Remonstrantse Broederschap en zij ondersteunt de lokale gemeenten en doet beleidsvoorstellen. Sinds 2012 zijn de predikanten binnen een aanstelling in landelijke dienst gebracht, waarmee de autonomie van de gemeenten rondom benoemingen enigszins is losgelaten

Sterkte • Kleinschaligheid • Platte organisatie	Zwakte • Huidige structuur gemeenten • Bestuurlijke gang van zaken werkt soms vertragend
Kans • Korte lijnen • Informele organisatie • Mensen kennen elkaar	Bedreiging • Geslotenheid gemeenschap • Bleke identiteit • Lidmaatschapvormen • Verschillende vormen van gemeenten die zich anders verhouden tot remonstrantse identiteit

Het landelijk bureau is naast het dienstencentrum voor de gemeenten, ook het gezicht naar de buitenwereld toe. De CoZa heeft momenteel beperkte bevoegdheden om in te grijpen in gemeenten waar problemen zijn of zullen ontstaan.

De vierenzeventig gemeenten hebben allen een stem in de ontwikkeling van het beleid van de Remonstranten. Dat is een prima uitgangspunt! Wel zien we dat het maken van gezamenlijke afspraken tussen gemeenten soms niet altijd even efficiënt verloopt. Soms wordt er niet gereageerd op eerdere rapportages en bereidt de CoZa beleid voor waarvoor geen draagvlak blijkt te zijn. Soms vertraagt besluitvorming ook omdat er 1 keer per jaar een Algemene Vergadering is. Daarnaast horen we uit gemeenten klachten over de bestuurlijke belasting van het landelijk werk van de Remonstranten. Hoe we de democratische gang der zaken zorgvuldig afstemmen met een werkbare manier van werken dient de komende tijd onderwerp van gesprek te zijn. Daarbij gaat het uitdrukkelijk niet over de vraag “Wie is de baas?” Hoe de macht is verdeeld in de RB is geen onderwerp van discussie. Wel hoe we met elkaar willen samenwerken op zo’n manier dat zaken professioneel en zorgvuldig geregeld worden.

Dit geldt onder meer voor de jaarlijkse Algemene Vergadering van Bestuur. Eenmaal per jaar komt de AVvB bij elkaar en beslist over belangrijke aangelegenheden van bestuurlijke aard. Elke gemeente vaardigt één of meer vertegenwoordigers af. De verdeling van deze stemverhoudingen kent een historische grond en is gebaseerd op een veel grotere groep leden/

vrienden per gemeente. Deze verhoudingen zijn door de ontwikkelingen van de gemeenten inmiddels scheef gegroeid. Kleine gemeenten van zelfs minder dan 20 leden hebben 1 stem en grotere gemeente van meer dan 300 leden hebben 3 á 4 stemmen in de vergadering. Een andere stemverhouding is uiteraard ook verdedigbaar; democratie is in die zin altijd een relatief begrip. De mate waarin de plaatselijke gemeenten zich gehoord en vertegenwoordigd voelt, moet het onderwerp bespreekbaar maken.

Volgens opgave van de thesaurier verkeren een aantal gemeenten in zwaar weer, dan wel is de omvang zodanig teruggelopen dat het heel ingewikkeld wordt om de zelfstandigheid op korte of middellange termijn te handhaven. De huidige structuur biedt weinig ruimte om hier tijdig in te grijpen. Met gemeenten dient een fundamenteel gesprek gevoerd te worden over de autonomie. Wat houdt die precies in? Wat dient de omvang en draagkracht van een gemeente te zijn om de autonomie op een verantwoorde wijze te kunnen dragen?

Aanbeveling: De wijze van inspraak dient vereenvoudigd te worden.

Aanbeveling: De CoZa gaat in gesprek met gemeenten over invulling van werkzaamheden met als doel de landelijke ondersteuning af te stemmen op behoeften in gemeenten. Op welke terreinen verwachten gemeenten ondersteuning? Voorkomen moet worden dat de autonomie ertoe leidt dat gemeenten in een te laat stadium om ondersteuning vragen bij de landelijke organisatie. We vormen met elkaar de Remonstrantse Broederschap.

TOEKOMSTIG PROFIEL THEOLOOG PREDIKANT

Op *macroniveau* is er vanaf 1960 sprake van een fragmentarisering en onoverzichtelijkheid van het religieuze (levensbeschouwelijke) veld. Voor 1960 is er een heldere indeling: je hebt katholieken versus protestanten, klerikalen versus leken, kerken versus sekten. De indeling is helder en duidelijk, maar na 1960 wordt het veld gepluraliseerd en geglobaliseerd, honderden religies en religieuze bewegingen buitelen over elkaar heen. Voor individuen brengt deze situatie meer vrijheid, maar ook onoverzichtelijkheid. Er is een grote keuzemogelijkheid: boeddhisme, soefisme, hindoeïsme, allerlei vormen van yoga, en ook niet-geloven is een keuzemogelijkheid geworden, zoals de Canadese filosoof Charles Taylor in zijn studie over secularisatie laat zien. Verbindingen tussen de verschillende domeinen, zoals bijvoorbeeld onderwijs, wetenschap en politiek verdwijnen ook meer en meer. In het verleden was religie het cement dat de verschillende onderdelen met elkaar verbond (binnen de zuilen).

Op *mesoniveau* is er een verandering waar te nemen van een paar machtige kerken, naar concurrentie tussen religies die steeds groter wordt. Religies worden hierdoor flexibeler en ondergaan vernieuwing en herstructurering. Er komen nieuwe interpretaties van geloofsvoorstellen, die voortdurend worden geactualiseerd. Er is een veelheid aan vormen en ideeën. Die verandering, flexibilisering, herstructurering, pluralisering, voortdurend nieuwe ideeën en vormen zien we ook bij de remonstranten goed terug. Participatie en 'belonging' zijn niet meer vanzelfsprekend – 'believing without belonging' is meer gangbaar geworden. Verbindingen tussen organisaties zijn afgebrokkeld, individuen participeren in verschillende organisaties, met sterk wisselende rollen en verwachtings- en waardenpatronen.

Op het *micro- of individuele niveau* is er sprake van religieuze ontheemding en chronisch zoekgedrag van individuen. Er is een enorme opwaardering van het individu en de subjectieve beleving, er is een cultus van authenticiteit (aldus Hellemans), niet de organisatie stuurt aan, maar het individu is de draaischijf geworden. Er is sprake van de 'heretical imperative'. Iedereen is verplicht om een ketter te zijn en zijn eigen levensbeschouwing overeenkomstig zijn eigen aard en strevingen te boetsen. Mensen worden gedreven door een onduidelijk en onvervuld verlangen, pelgrimage en onderweg zijn zijn karakteristiek voor geïndividualiseerde religiositeit. Een gemeenschappelijke taal ontbreekt! Hier is een probleem: als leven moeilijk en chaotisch is, ook nog de moeilijke taak om betekenis te vinden – een huis voor het onvervulde verlangen.

Veranderingen op deze drie niveaus vormen uitdagingen om na te denken over toekomstig beleid en toekomstig profiel van theoloog/predikant en de opleiding die daarbij passend is.

Belangrijk dat theoloog/predikant kennis heeft van en inzicht in ontwikkelingen op levensbeschouwelijk gebied op macro-, meso- en microniveau en de bijzondere uitdagingen die hiermee gepaard gaan.

Theologen/predikanten dienen competenties te hebben die hen in staat stellen om zich zowel op macro-, meso- en microniveau te kunnen bewegen en hier iets te bieden hebben. Je zou erover kunnen nadenken of een differentiatie binnen een convent van predikanten hierbij wenselijk is.

Op macroniveau zijn er theologen nodig die in algemeen begrijpelijke menselijke (dus niet binnen-christelijk) filosofisch en theologisch kunnen analyseren wat er gaande is, en die zich kunnen mengen in het maatschappelijk debat. Door de fragmentatie en differentiatie dreigt de 'min of meer gemeenschappelijke taal' waarmee nagedacht en gediscussieerd werd over belangrijke levensbeschouwelijke onderwerpen en waarden verloren te gaan (is al verloren

gegaan). Er treedt een psychologisering, economisering en juridisering op van wat vroeger als levensbeschouwelijk en existentieel (en als dieptedimensie van de samenleving) werd gezien.

Op mesoniveau hebben we theologen nodig die kunnen zien dat naar binnen gekeerd zijn en alsmaar bezig zijn met de vraag naar de eigen identiteit een zwaktebod is. De traditie dient gekoesterd te worden als belangrijke bron van verzamelde wijsheid door de eeuwen heen. Maar tevens dient er gezocht te worden naar hoe deze traditie in gesprek kan worden gebracht met mensen binnen en buiten de kerk die op zoek zijn naar een waardevolle gemeenschap waar je met plezier naar toegaat – waar gebruik wordt gemaakt van eigentijdse vormen van communicatie (preek?) – waar mensen uitgedaagd worden om na te denken, in actie te komen, te verwoorden wat hen beweegt en verbindingen te leren zien met anderen, andere tijden, andere (on)gelovigen, andere culturen. Op landelijk niveau dient te worden nagedacht welke organisatiestructuren passend zijn om het doel van onze organisatie zo goed mogelijk te ondersteunen.

Op microniveau hebben we theologen en predikanten nodig die beseffen dat voor velen, ook binnen de kerk, de traditionele geloofstaal onbekend terrein is geworden. Juist op de breukpunten van het leven kan dit een groot probleem zijn – vooral voor mensen die helemaal buiten geloofsgemeenschappen staan. Op microniveau dienen we te gaan inzien dat de gemeenschap van gelovigen niet bestaat uit 5000 remonstranten (leden en vrienden), maar een flexibele gemeenschap is van zoekers en zwervers die een huis willen vinden. Op microniveau ligt misschien wel de grootste missionaire opdracht om de hongerige te voeden en de dorstige te drinken te geven. Predikanten weten hoe dat kan en moet, maar zij zullen zich in woord en gebaar dienen aan te passen aan degenen die hun taal niet meer verstaan.

Aanbeveling: In overleg met Seminarium en Convent dient een visie op het predikantschap te worden ontwikkeld die recht doet aan de veranderingen in onze samenleving. Daarnaast dient de opleiding er ook voor te zorgen dat remonstrantse theologen/predikanten breed inzetbaar zijn in de samenleving. Er zijn immers steeds minder banen beschikbaar als remonstrants gemeentepredikant. De aantrekkelijkheid van de opleiding – gezien vanuit het beroepsperspectief – neemt af. De uitdaging is om veranderingen in te bedden in een opleiding tot predikant die ook tegemoet komt aan de vraag die gemeenten stellen aan predikanten: op een hoog niveau - een hoog emotioneel en intellectueel niveau - uitdrukking geven aan de waarden van het christelijke geloof. In alle gevallen dienen we recht te doen aan de talenten van predikanten. Zowel tijdens de opleiding als daarna.

Aanbeveling: De hierboven beschreven systematiek (macro/meso/micro-niveau) is uitgangspunt bij het verdere ontwerp van de predikantsopleiding.

Aanbeveling: Naast de aandacht voor tekstuele uitingen maakt RB een begin met de productie van multi-mediale uitingen. Predikanten worden hier nadrukkelijk bij betrokken.

DANKWOORD

Dank aan allen die aan dit plan hebben meegewerkt:

Voorzitter Mirjam Sterk

De meelezers bij dit plan

Degenen die mee hebben gedaan aan de Brainstorm Decision Room

Brainstorm Decision Room, in het bijzonder Marcel van Helmond

Bureau Motivation, in het bijzonder Peter Jobsen en Sander Metaal

Bureau Publicis, in het bijzonder Annelouk Kriele

Ontwerpkantoor Vonk Specht

Vertegenwoordigers van remonstrantse gemeenten die deelnamen aan bespreking beleidsplan

Al degenen die teksten en ideeën stuurden waarmee de commissie aan het werk kon

Predikanten die het conceptplan in hun midden bespraken

Medewerkers landelijk bureau Remonstranten

Commissie tot de Zaken van de Remonstrantse Broederschap

Commissie Plan 2013 Plus

Juni 2014