

LICHT

Imago & Missionaire Kansen *Onderzoeksrapport*

Afstudeeronderzoek LICHT
Auteur: Gerben Schipper
Datum: 30 mei 2013
Opleiding: Godsdienst Pastoraal Werk
Christelijke Hogeschool Ede

WOORD VOORAF

Voor u ligt het rapport van het onderzoek naar het imago van LICHT in de Achterhoek. Aan de hand van de resultaten heb ik gepoogd aanbevelingen te doen waarmee zij het missionair handelen in Lichtenvoorde kunnen 'verbeteren'. De resultaten en aanbevelingen zijn gevormd door de verschillende onderzoeksmethoden die ik gehanteerd heb.

In de afgelopen maanden heb ik met veel plezier gewerkt aan dit onderzoek, waarbij ik uiteenlopende zaken heb mogen onderzoeken en met verschillende mensen in contact ben gekomen. Ik hoop met dit onderzoek aan de missie van LICHT om het evangelie bekend te maken in Lichtenvoorde, en tevens te ontdekken hoe God wil werken op het platteland van Nederland.

Bij het afronden van het onderzoek ben ik veel dank verschuldigd aan Kasper van Helden, de jeugdwerker van LICHT, die mij in dit proces heeft meegenomen in de dagelijkse gang van zaken binnen het project en het onderzoek telkens heeft voorzien van de nodige feedback. Ook betrokkenen van LICHT die me hebben geholpen bij het afnemen van de enquêtes wil ik hierbij bedanken.

Daarnaast gaat mijn dank uit naar Dirk van Schepen, voor de begeleiding vanuit de CHE. Dirk heeft mij in deze laatste fase van mijn studie bemoedigd en begeleid om het onderzoek tot een goed einde te brengen.

Met dit onderzoeksrapport sluit ik een bijzondere periode in mijn leven af, waarin ik erg veel geleerd heb. Ik hoop dan ook dat dit onderzoek iets weergeeft van mijn kennis, welke ik in de afgelopen 4 jaar mocht ontvangen. Daarnaast hoop ik dat u met veel interesse het onderzoeksrapport tot u neemt.

Gerben Schipper

Westerhaar-Vriezenveensewijk, 31 mei 2013

INHOUD

Woord vooraf	0
1. Inleiding	3
1.1 Achtergrond	3
1.1.1 Aard van het onderzoek	3
1.1.2 Persoonlijke betrokkenheid bij het onderwerp	3
1.2 Onderzoeksplan	4
1.2.1 Doelstelling	4
1.2.2 Vraagstelling	5
1.2.3 Onderzoeksmethoden	6
1.3 Definitie van belangrijke begrippen	8
2. Demografisch Lichtenvoorde	9
2.1 Een korte geschiedenis	9
2.2 Demografische Gegevens	9
2.2.1 Leeftijd & Geslacht	10
2.2.2 Huishoudens	10
2.2.3 Bevolkingsgroepen	11
2.3 Het Dorpse Platteland	11
2.3.1 Kenmerken van het Dorpse Platteland	12
2.4 Samenvatting	12
3. De identiteit van LICHT	13
3.1 Missie & Naamgeving	13
3.2 Van Commissie tot Project	14
3.3 Visie & Beleid voor Nu en de Toekomst	14
3.3.1 Visie voor 2013	14
3.3.2 Pijlers	15
3.4 Identiteit	18
3.5 Samenvatting	19
Persoonlijkheid	19
Communicatie	19
Gedrag	20
Symbolen	20
4. Ideaal & Werkelijkheid	21



INHOUD

Woord vooraf	0
1. Inleiding	3
1.1 Achtergrond	3
1.1.1 Aard van het onderzoek	3
1.1.2 Persoonlijke betrokkenheid bij het onderwerp	3
1.2 Onderzoeksplan	4
1.2.1 Doelstelling	4
1.2.2 Vraagstelling	5
1.2.3 Onderzoeksmethoden	6
1.3 Definitie van belangrijke begrippen	8
2. Demografisch Lichtenvoorde	9
2.1 Een korte geschiedenis	9
2.2 Demografische Gegevens	9
2.2.1 Leeftijd & Geslacht	10
2.2.2 Huishoudens	10
2.2.3 Bevolkingsgroepen	11
2.3 Het Dorpse Platteland	11
2.3.1 Kenmerken van het Dorpse Platteland	12
2.4 Samenvatting	12
3. De identiteit van LICHT	13
3.1 Missie & Naamgeving	13
3.2 Van Commissie tot Project	14
3.3 Visie & Beleid voor Nu en de Toekomst	14
3.3.1 Visie voor 2013	14
3.3.2 Pijlers	15
3.4 Identiteit	18
3.5 Samenvatting	19
Persoonlijkheid	19
Communicatie	19
Gedrag	20
Symbolen	20
4. Ideaal & Werkelijkheid	21



4.1	Missio Dei	21
4.2	Missionaire Communicatie.....	22
4.3	Waarom Lichtenvoorde?	24
4.4	Samenvatting.....	25
5.	Onderzoek	26
5.1	Resultaten Niet-Betrokkenen	26
5.2	Resultaten Interviews Betrokkenen	29
5.3	Samenvatting.....	31
5.3.1	Is LICHT bekend?.....	31
5.3.2	Overwegend Positief.....	31
6.	Conclusie	32
6.1	Beeld & Imago	32
6.1.1	Beeld in relatie tot missionaire communicatie	32
6.2	Aanbevelingen.....	33
6.2.1	Beloftes	33
6.2.2	Bekendheid vergroten	34
6.2.3	LICHT als onderdeel van Gods' missie.....	34
6.2.4	Doelgroep	35
6.2.5	Boekhandel & Dorpspastoraat	36
6.2.6	Maatschappelijke activiteiten	37
6.2.7	Samenkomsten als Thuis?	37
6.3	Samenvatting.....	38
	Geciteerde werken	39
	Bijlage 1 – Format Projectplan.....	41
	Bijlage 2 – Van Commissie tot Project	45
	Bijlage 3a – Resultaten Enquêtes onder niet-betrokkenen	47
	Bijlage 3b – Uitwerking Vragenlijst Betrokkenen	52
	Bijlage 4 – SWOT-analyse.....	56
	Bijlage 5 – Gesprek met Kasper & Kees	57

1. INLEIDING

1.1 ACHTERGROND

1.1.1 AARD VAN HET ONDERZOEK

Nadat in de 8^{ste} eeuw Widukind, de leider van de Saksen, zich had overgegeven aan Karel de Grote, is het Saksenland religieus sterk veranderd. Karel de Grote gaf de opdracht aan de missionaris Liudger om onder andere het volk in de Achterhoek te bekeren tot het Christendom. Vele parochies, onder andere in Groenlo, werden gesticht en dragen nog steeds de naam van dezelfde Liudger. Langzamerhand werden de Achterhoekers 'gedwongen' om het Christendom aan te nemen en daarmee Karel de Grote te dienen¹.

Vele honderden jaren later lijkt het evangelie, door Liudger gebracht, weinig impact meer te hebben in het dagelijkse leven van vele Achterhoekers. Ook in Lichtenvoorde lijkt het Licht langzaam te zijn gedoofd. Hoewel de Rooms-Katholieke kerk nog een belangrijke plaats in het leven van de Lichtenvoordenaars heeft, is er op het eerste gezicht weinig echte betrokkenheid bij de kerk en lijkt er onverschilligheid te bestaan tegenover het Christelijke geloof. De Classis Oost-Gelderland van de Gereformeerde Kerk vrijgemaakt besluit in 1998 een antwoord te willen geven op deze teloorgang van het Christendom in Lichtenvoorde. Zij stellen dat er geen Bijbelgetrouw onderwijs meer gegeven wordt in Lichtenvoorde, terwijl de Rooms-Katholieke Kerk en de Protestantse kerk nog altijd actief zijn.

In 1998 tot 2002 zijn er verschillende verkennende activiteiten ondernomen en onderzoeken gedaan, waarin de conclusie is genomen dat Lichtenvoorde 'de witte vlek' der 'witte vlekken' is in de Achterhoek. Dit betekent dat er op die plaats geen actieve (vrijgemaakt) Gereformeerde kerk aanwezig is en het evangelie van Christus niet als zodanig verkondigd wordt. Het hoofddoel wat in 1998 is opgesteld stelt dat er in 2015 een gemeente is ontstaan met een eigen predikantsplek.

Vanaf 2004 is er stelselmatig ingezet op evangelisatie in Lichtenvoorde. Eerst door vrijwilligers van 6 ondersteunende classis-gemeenten, welke onder andere inloopmiddagen hebben georganiseerd. In 2006 zijn er twee werkers in dienst gekomen, die het gehele project in de praktijk sturing geven. Het project wordt inmiddels 'LICHT in de Achterhoek' genoemd, waarbij het volgende doel wordt nagestreefd: *"LICHT wil in Lichtenvoorde een gastvrije gemeente zijn, waar iedereen welkom is. Zij wil haar geloof in God en in Jezus als Gods Zoon uitdragen in Lichtenvoorde. Omdat zij gelooft dat een leven in Christus toekomst heeft. Zij doet dat d.m.v. samenkomsten en huisgroepen, door ALPHA cursussen en dorpspastoraat."*²

Nu, in 2013, is er behoefte gebleken aan onderzoek, om aan de hand van de opgestelde doelen te ontdekken hoe de doelgroep (de inwoners van Lichtenvoorde) het project waarderen en hoe het project beter aan kan sluiten bij de inwoners van Lichtenvoorde.

1.1.2 PERSOONLIJKE BETROKKENHEID BIJ HET ONDERWERP

Het onderwerp 'Missionair op het dorp' is al iets wat mij langere tijd bezighoudt. Ik ben in de opleiding op verschillende manieren in aanraking geweest met verschillende missionaire initiatieven in de context van steden en wijken, en ben daardoor getriggerd om ook na te

¹ (Otten 2012)

² (Website Licht in de Achterhoek sd)



gaan denken hoe we (nieuwe) missionaire initiatieven op het platteland kunnen ontwikkelen. Juist omdat ik als 'plattelander' ook zie dat er zowel praktische als geestelijke nood is op het platteland, denk ik dat we als Christenen de mogelijkheden moeten aanpakken om daar ook het evangelie door te laten klinken.

Het is dan mooi om te zien dat er vanuit verschillende gemeentes er verschillende nieuwe initiatieven zijn ontstaan, waar LICHT in de Achterhoek er een van is. Het onderzoek naar het imago is natuurlijk voor de gemeenschap van LICHT erg belangrijk, maar ook persoonlijk ben ik benieuwd hoe een missionair project als LICHT leeft onder de dorpsbewoners. Zelf hoop ik daarmee ook beeld te krijgen op welke wijze ik als HBO-theoloog met een missionaire specialisatie in kan gaan op de context van het dorp.

Hoewel het grootste aantal inwoners van Nederland in steden woont, moeten we niet vergeten dat in 2009 nog steeds 34% van de inwoners op het platteland woonden³. En dan moeten we ons ook beseffen dat het evangelie steeds minder leeft in onze maatschappij. Hoewel de kerk op het platteland vaker nog een maatschappelijke functie heeft, zijn er (ook op het platteland) velen die niks meer met het evangelie hebben. Als ik alleen al om mij heen kijk en zie dat er van mijn oude klasgenoten van de basisschool 4 of 5 nog naar de kerk gaan, besef ik mij dat het opnieuw vertellen en uitleggen van het evangelie van Christus ook op het platteland broodnodig is.

1.2 ONDERZOEKSPLAN

1.2.1 DOELSTELLING

De hoofddoelstelling van het onderzoek is als volgt:

De werkers van het project LICHT krijgen met dit onderzoek aanbevelingen aangereikt om de missionaire communicatie naar de inwoners in Lichtenvoorde verder te verbeteren.

Deze doelstelling wordt in de volgende deeldoelen concreet zichtbaar⁴:

1. Het onderzoek geeft een beschrijving van relevante demografische informatie over Lichtenvoorde.
2. In het onderzoek wordt de noodzaak van evangelisatie (in een dorp als Lichtenvoorde) theologisch geduid.
3. Het onderzoek geeft een beschrijving van de huidige beleid van LICHT.
4. Het onderzoek geeft informatie over het beeld van het project LICHT onder de inwoners van Lichtenvoorde.
5. In het onderzoek worden (a.d.h.v. datgene wat met het bovenstaande is onderzocht) aanbevelingen gedaan om de missionaire communicatie naar de doelgroep verder te verbeteren.

In de eerste plaats wil de opdrachtgever een beeld krijgen in hoeverre zij bekend is bij de inwoners van Lichtenvoorde en waarin hij aansluit bij de deelnemers die nu al bij het project zijn betrokken. Dit is een zoektocht naar het imago van het project. Het imago zegt iets over het beeld wat de doelgroep heeft van LICHT. Dit wordt gevormd door beelden, associaties en

³ (Raad voor het Landelijk Gebied 2009, 23)

⁴ Zie voor het volledige onderzoeksplan bijlage 1



ervaringen die de Lichtenvoordenaars hebben met en van LICHT. Het imago is iets wat uit het project en bijbehorende factoren komt. Het imago onder de inwoners van Lichtenvoorde komt voort uit datgene wat LICHT communiceert.

Alles wat LICHT communiceert komt tot uiting in de activiteiten en de PR van het project. Omdat deze activiteiten en PR zijn gefundeerd in het beleid van LICHT, is het van belang om onderzoek te doen naar wat zij eigenlijk communiceren. Wanneer het helder is wat en hoe LICHT communiceert, kan er een koppeling plaatsvinden met de informatie van de doelgroep. Door onderzoek te doen naar het imago van LICHT onder de doelgroep kan er beschreven worden wat er van de boodschap van LICHT wordt ontvangen en onthouden. Door deze gegevens te interpreteren ontstaat er kennis of de manier van communiceren wel of niet aansluit bij de doelgroep.

Door ook de noodzaak van evangelisatie in een dorp als Lichtenvoorde te beschrijven komt er een theologische reflectie op het handelen van LICHT in Lichtenvoorde. Wanneer die noodzaak te duiden is, kunnen er door de koppeling tussen de gecommuniceerde boodschap van LICHT, de ontvangen boodschap bij de Lichtenvoordenaars aanbevelingen worden gedaan worden om de missionaire communicatie (verder) toe te spitsen op de doelgroep en daardoor bij mag dragen aan de opbouw van gemeenschappen van Christus in Lichtenvoorde.

1.2.2 VRAAGSTELLING

De onderzoeksvraag die het onderzoek moet waarborgen is een combinatie van een beschrijvende onderzoeksvraag⁵ en een prescriptieve onderzoeksvraag⁶. Het antwoord op de onderzoeksvraag beschrijft in de eerste plaats wat het beeld van LICHT is onder de inwoners van Lichtenvoorde. Het prescriptieve gedeelte van het onderzoek richt zich op de aanbevelingen die gedaan worden om manieren te vinden de missionaire communicatie verder te optimaliseren. Om tot deze antwoorden te komen is vooronderzoek nodig. Dit vooronderzoek richt zich op het huidige beleid van LICHT en de noodzaak van missie in dorpen al Lichtenvoorde. De volgende hoofd- en deelvragen worden in dit onderzoek beantwoord.

Onderzoeksvraag:

Hoe kan de missionaire communicatie van LICHT geoptimaliseerd worden door het huidige beleid van LICHT te evalueren in het licht van het bestaande imago onder de inwoners van Lichtenvoorde?

Deelvragen:

1. Welke actuele demografische gegevens zijn relevant voor het project LICHT?
2. Wat is de theologische noodzaak van evangelisatie in Lichtenvoorde?
3. Wat is de huidige visie en het huidige beleid van LICHT?
4. Hoe staat het project LICHT bekend onder de inwoners van Lichtenvoorde?
 - 5a. Op welke wijze wordt er uiting gegeven aan het beleid van LICHT?
 - 5b. Hoe kan het onderzochte beeld onder de Lichtenvoordenaars bijdragen aan de missionaire communicatie?

⁵ (Dijkstra en Smit 1999, 5-6)

⁶ (van der Voordt en Lans sd)

Omdat missionaire communicatie een centrale plaats heeft in de vraagstelling, wordt er gebruik gemaakt van de volgende definitie van missionaire communicatie⁷: Missionaire communicatie is de communicatie die tot doel heeft om een ander te motiveren God in Jezus te leren kennen en daarmee onderdeel te laten worden van Gods' plan. In paragraaf 4.2 zal dit begrip verder worden besproken.

1.2.3 ONDERZOEKSMETHODEN

In het onderzoek worden er verschillende onderzoeksmethoden gebruikt. Deze onderzoeksmethoden vallen uiteen in een kwantitatieve (straat-)enquête, twee kwalitatieve interviews en een literatuurstudie. De uitwerking van de enquêtes en interviews zijn terug te vinden in bijlage 3.

INTERVIEWS & ENQUÊTE

De focus ligt in het onderzoek op het kwantitatieve imago-onderzoek onder de doelgroep. Daarbij wordt er onder de inwoners van Lichtenvoorde steekproefsgewijs stratenquêtes afgenomen. De doelstelling van deze stratenquêtes is de volgende: "De resultaten van de enquête geven weer of en hoe LICHT bekend staat onder de Lichtenvoordenaars die niet betrokken zijn bij LICHT en welke kansen het beeld onder de ge-enquêteerden biedt voor LICHT."

Naast het straatinterview vinden er ook kwalitatieve interviews plaats. Deze interviews worden gehouden onder een aantal Lichtenvoordenaars die op het moment van interviewen langer dan een periode van 3 maand betrokken zijn bij LICHT. Het doel van deze is om inzicht te krijgen "wat de huidige betrokkenen aanspreekt in LICHT en op welke manier LICHT het evangelie van Christus bekend kan maken."

LITERATUURSTUDIE

De literatuurstudie valt uiteen in twee richtingen. Enerzijds is er onderzoek nodig naar de achtergrondinformatie van Lichtenvoorde als dorp, om zo de doelgroep van LICHT in kaart te kunnen brengen. Het gaat hier om feitelijke gegevens die te verkrijgen zijn via de Gemeente Oost-Gelre en Centraal Plan Bureau, waarbij we de link kunnen leggen tussen de feitelijke gegevens en het de steekproef onder de niet-betrokken Lichtenvoordenaars.

Anderzijds is het onderzoek gefundeerd in de theologie. In de theologische bronnen wordt er gezocht naar antwoorden op vragen waarom en hoe evangelisatie in een dorp als Lichtenvoorde noodzakelijk is. In het hoofdstuk over waarom er evangelisatie nodig is wordt de achterliggende theorie uiteengezet.

⁷ (Roest 2005)

DOELSTELLING ONDERZOEKSMETHODEN

ENQUÊTE ONDER LICHTENVOORDENAARS DIE (NOG) NIET BETROKKEN ZIJN BIJ LICHT

Doel enquête: De resultaten van de enquête geven weer of en hoe LICHT bekend staat onder de Lichtenvoordenaars die niet betrokken zijn bij LICHT en welke kansen het beeld onder de ge-enquêteerden biedt voor LICHT.

Soort enquête: Mondelinge Enquête Telefonisch/Straatinterview

Doelpopulatie: Huidige inwoners van Lichtenvoorde, met een vast woonadres in Lichtenvoorde, vanaf de leeftijd van 16 jaar.

Steekproef van : 150 personen tussen 19 – 70 jaar. 50% man, 50% vrouw.

ENQUÊTE ONDER LICHTENVOORDENAARS DIE OP DIT MOMENT BETROKKEN ZIJN BIJ LICHT

Doel enquête: De resultaten van de vragenlijst geven weer wat de respondenten bij LICHT aanspreekt en waarin volgens de respondenten LICHT de missionaire communicatie kan verbeteren.

Soort enquête: Mondelinge vragenlijst

Doelpopulatie: Op dit moment betrokken bij LICHT: Langer dan 3 maanden bij 1 of meer activiteit(en) betrokken.

Steekproef van : 5 personen tussen de 17 – 70 jaar

Soort verwerking: Parafrasering

LITERATUURSTUDIE DOELGROEP

Doel: Aan de hand van documenten en informatie van de gemeente Oost-Gelre, het CBS en het CPB wordt de doelgroep van LICHT inzichtelijk.

LITERATUURSTUDIE THEOLOGIE

Doel: Aan de hand van theologische bronnen wordt er een visie gevormd op evangelisatie in een dorp als Lichtenvoorde.

1.3 DEFINITIE VAN BELANGRIJKE BEGRIPPEN

In het onderzoeksverslag worden verschillende begrippen en afkortingen gebruikt die nadere uitleg behoeven. Deze lijst geeft uitleg van de begrippen die in het onderzoek een belangrijke plaats hebben.

Niet betrokken Lichtenvoordenaars: Niet betrokken Lichtenvoordenaars zijn inwoners van het dorp Lichtenvoorde die op dit moment niet actief betrokken zijn (geweest) bij LICHT

Betrokken Lichtenvoordenaars: Betrokken Lichtenvoordenaars zijn inwoners van Lichtenvoorde die op dit moment langer dan 2 maanden actief betrokken zijn bij de huisgroepen, ALPHA-cursus of samenkomsten van LICHT.

Ex-Betrokken Lichtenvoordenaars: Ex-betrokken Lichtenvoordenaars zijn inwoners van Lichtenvoorde of oud-inwoners van Lichtenvoorde die minimaal 2 maand actief betrokken zijn geweest bij de huisgroepen, ALPHA of Samenkomsten van LICHT en na een periode bewust de keuze hebben gemaakt om minder of niet meer betrokken te zijn.

CEOG: Commissie Evangelisatie Oost Gelderland; waarin 6 classiskerken zijn vertegenwoordigd; Apeldoorn Centrum, Apeldoorn Zuid, Doetichem, Doesburg, Neede en Zutphen. Deze commissie heeft als doel om tot een inzet te komen van een evangelisatiepredikant in Oost-Gelderland.

LT: Leiderschapsteam; Het leiderschapsteam van LICHT bestaat o.a. uit de predikant Kees van de Beek en de jeugdwerker Kasper van Helden. Zij zijn samen met een aantal anderen het dagelijks bestuur van LICHT.

GKv: Gereformeerde Kerk Vrijgemaakt; het kerkgenootschap waaruit het project LICHT is gestart.

LC: Lichtenvoorde Commissie; deze bestaat uit leden van de deelnemende en ondersteunende gemeentes uit de classis Zutphen van de GKv te weten; Zutphen, Neede, Apeldoorn, Doesburg en Doetinchem, inclusief de Christelijk Gereformeerde Kerk Aalten.

Missionaire Communicatie: Zie paragraaf 4.2

Evangelisatiewerkers: Kees van de Beek(predikant) & Kasper van Helden(jeugdwerker) zijn de evangelisatiewerkers bij LICHT. Zij worden financieel gefinancierd door de classis van de GKv.

2. DEMOGRAFISCH LICHTENVOORDE

Om iets te kunnen zeggen over de doelgroep van Project LICHT is het van belang om te kijken naar de huidige bevolkingssamenstelling van Lichtenvoorde. De classis heeft namelijk mede op basis van een aantal demografische gegevens bewust gekozen voor de inwoners van Lichtenvoorde als doelgroep⁸. Het grootste deel van dit hoofdstuk is onderdeel van de ‘beschrijvende taak’ binnen het model van Osmer⁹. Aan de hand van cijfers uit 2004 en 2012 wordt er in dit hoofdstuk antwoord gegeven op de deelvraag:

Welke actuele demografische gegevens zijn relevant voor het project LICHT?

2.1 EEN KORTE GESCHIEDENIS

Lichtenvoorde wordt al sinds 1277 genoemd in de geschiedenisboeken. In dat jaar bouwde Gieselbert van Bronckhorst, heer van Borculo, de burcht “Lichtenvoorde”. Hij bouwde deze burcht bij een zogenaamde “vorde” wat wijst op een doorwaadbare plaats in het bekengebied. In 1616 werd deze burcht bestuurlijk centrum van de inwoners van het gebied rondom deze burcht. Door huwelijk en erven is de heerlijkheid Lichtenvoorde vele malen van eigenaar verwisseld, waarna Lichtenvoorde uiteindelijk in 1776 verkocht werd aan prins Willem V van Oranje Nassau. Tot op heden dragen de opvolgers van hem de titel ‘Vrouwe of Heer van Lichtenvoorde’. Ook Willem Alexander draagt sinds zijn troonsbestijging o.a. de titel ‘Heer van Lichtenvoorde.’¹⁰

2.2 DEMOGRAFISCHE GEGEVENS

Wat betreft de demografische gegevens van Lichtenvoorde zijn er verschillende bronnen geraadpleegd. Lichtenvoorde is sinds de losmaking van de heerlijkheid Borculo in 1616 een zelfstandige plaats¹¹. Tevens is het tot januari 2005 een zelfstandige gemeente geweest met de bijbehorende kerkdorpen Vragender, Lievelede en Zieuwent. Door de gemeentelijke herindeling in 2005 is de gemeente Lichtenvoorde, samen met de naburige gemeente Groenlo, opgegaan in de gemeente Oost-Gelre.

Aan de hand van het jaarplan in 2002 is er een afweging gemaakt welke gegevens voor de roeping van LICHT nu relevant kunnen zijn.

Na 10 jaar is het goed om deze¹² gegevens opnieuw te evalueren en eventueel aan te scherpen of veranderingen aan te brengen. Dit hoofdstuk is er op gericht om feitelijke gegevens weer te geven. Bij de bespreking van de gegevens is er splitsing gemaakt in de

Na het 30e jaar zijn de keuzes veelal voor het verdere leven al bepaald. Oudere Achterhoekers zijn vooral op geestelijk kerkelijk terrein moeilijk beïnvloedbaar. Dat wil niet zeggen dat je de groep boven de 30 in het evangelisatiewerk moet laten liggen. Echter menselijkerwijs wordt een ommekeer in een leven dan veel moeilijker. De volksaard is behoudend.
(Classis GKV Zutphen 2002)

⁸ (Classis GKV Zutphen 2002, 10)

⁹ (Osmer 2008, 4)

¹⁰ (Gemeente Oost-Gelre sd)

¹¹ (Wiki Lichtenvoorde sd)

¹² Deze gegevens verwijst naar de gegevens die in het visiedocument van 2002 zijn opgenomen.

deelonderwerpen die hieronder behandeld worden. Aan de hand van deze gegevens zullen er in het laatste hoofdstuk aanbevelingen gedaan worden, om de doelgroep met de kennis van nu beter te kunnen specificeren.

2.2.1 LEEFTIJD & GESLACHT

Per 1 januari 2012 woonden er volgens de Gemeentelijke Basisadministratie 13040 inwoners in Lichtenvoorde, waarvan 6595 man en 6440 vrouw. Lichtenvoorde is met 43,4 % van het totale aantal inwoners van Oost-Gelre de grootste kern in de gemeente.

Opvallend is dat de leeftijdscategorie van 15 – 45 met 34% ten opzichte van de andere leeftijdscategorieën relatief groot is (tabel 2.1), maar een stuk minder is geworden sinds de bepaling van het plan van aanpak voor Evangelisatie in de Achterhoek. Zelfs in 2004 was het percentage binnen deze groep nog 40 procent.

Tabel 2.1 (Centraal Bureau voor de Statistiek sd)

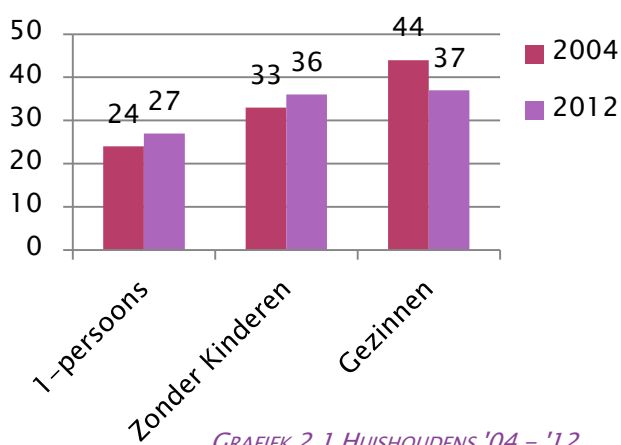
Leeftijdsgroep	% inwoners 2004	% inwoners 2012
0 – 15	21	18
15 – 25	12	11
25 – 45	28	23
45 – 65	27	31
65+	12	17

Daarnaast is het duidelijk dat het percentage volwassenen van boven de 45 jaar oud sterk is gestegen. Daarbinnen kan de groei van 5% van het aantal inwoners van 65+ nog specifiek genoemd worden.

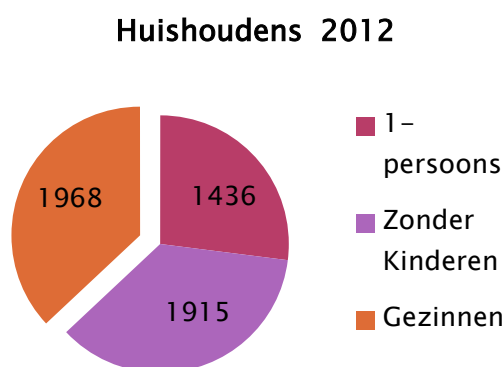
Dit terwijl er op grond van de toenmalige gegevens is besloten juist de groep inwoners tot 30 jaar specifiek aandacht te geven (zie kader). Terwijl de focus is blijven bestaan, is de toenmalige leeftijdscategorie sterk veranderd. Verschil in geslacht is er in Lichtenvoorde haast niet, dit is zowel in 2004 als in 2012 zo'n 50 procent man/vrouw.

2.2.2 HUISHOUDENS¹³

In 2002 is er in het plan van aanpak bewust ingezet op gezinnen in Lichtenvoorde. Cijfers ontbreken in dit plan, maar in de demografische gegevens van 2012 is het percentage gezinnen in Lichtenvoorde nog steeds groot. Bij het opzetten van veel activiteiten bij LICHT



GRAFIEK 2.1 HUISHOUDENS '04 - '12



GRAFIEK 2.2 HUISHOUDENS ABSOLUUT '12

¹³ "Huishoudens bestaan uit één of meer personen die alleen of samen in een woonruimte zijn gehuisvest en zelf in hun dagelijks onderhoud voorzien. Naast eenpersoonshuishoudens onderscheiden we meerpersoonshuishoudens." (CBS sd)

is het feit dat er veel huishoudens met kinderen zijn de insteek geweest. Zo zijn er de kinderclubs, inloopavonden en tienerclubs voor de kinderen uit deze gezinnen.

Opvallend is wel dat huishoudens zonder kinderen sterk vertegenwoordigd zijn in Lichtenvoorde. Ook de 1-persoonshuishoudens nemen een steeds belangrijkere plaats in de samenleving van Lichtenvoorde. Van 2004 tot 2012 is het percentage van 1-persoonshuishoudens gestegen van 24 naar 27 procent. Ook zijn er in 2012 meer huishoudens zonder kinderen(dit zijn samenwonenden/gehuwden zonder kinderen) dan in 2004.

Het feit dat er meer 1-persoons huishoudens zijn, is enerzijds te verklaren doordat de groep 65+'ers groter is geworden en eerder alleen komen te staan dan andere leeftijdsgroepen. Anderzijds kan aan deze tendens ten grondslag liggen dat er steeds minder aandacht is om (geregistreerd/gehuwd) samen te gaan wonen. Helaas ontbreken voor deze stellingnames harde cijfers, maar in 2011 is het aantal weduwe(naar)s al met 1% naar 6% gestegen ten op zichte van 2010¹⁴. Ook het aantal ongehuwden is in dat jaar gestegen met 1% naar 45% van het totale aantal inwoners in Lichtenvoorde. De groep gescheidene personen is sinds 2011 5 procent.

2.2.3 BEVOLKINGSGROEPEN

In tegenstelling tot andere delen van Nederland is het aantal allochtonen in Lichtenvoorde vrij laag. Maar 3% van de inwoners van Lichtenvoorde hebben een niet-westerse afkomst. Daarnaast is er nog een groep van zo'n 5% westerse allochtonen.

De relatieve verhuismobiliteit van inwoners van Lichtenvoorde is vergeleken tot het landelijk gemiddelde van 98 erg laag. Per 1000 inwoners is de verhuismobiliteit rond de 60. Dit betekent dat per 1000 inwoners zo'n 60 personen per jaar uit of naar Lichtenvoorde verhuizen, naar of vanuit een andere plaats buiten de gemeente Oost Gelre. Hieruit kan geconcludeerd worden dat Lichtenvoordenaars weinig verhuizen naar een andere plek.

11

2.3 HET DORPSE PLATTELAND

Aan de hand van de demografische gegevens kan Lichtenvoorde ingedeeld worden binnen het platteland van Nederland. In 2008 is het Sociaal en Cultureel Planbureau met een publicatie gekomen over het dorpsleven met als titel *'Overgebleven dorpsleven: Sociaal Kapitaal op het hedendaagse platteland'*. In deze publicatie worden verschillende typen platteland uiteengezet, met daarbij behorende karakteristieken. Hoewel dit geen statistische gegevens zijn is er middels deze typering meer te zeggen over het karakter van de inwoners Lichtenvoorde. De soorten platteland worden aan de hand van verschillende demografische gegevens ingedeeld. Belangrijke gegevens hierbij zijn de omgevingsadressendichtheid, leeftijdscategorieën, verhuizingen en inkomensschaal.

De omgevingsadressendichtheid per vierkante kilometer is zo'n 713. Dit betekent dat er per vierkante kilometer gemiddeld 713 adressen te vinden zijn. Het aantal jongeren tot 15 jaar is 18 procent en het aantal (65+) senioren is met 17 procent vrij hoog. Het gemiddeld huishoudensinkomen ligt met 30.000 euro ook vrij hoog. Deze combinatie van factoren wijzen erop dat Lichtenvoorde kan benoemd worden als het 'dorpse platteland'¹⁵.

¹⁴ (CBS sd)

¹⁵ (Vermeij en Mollenhorst 2008, 38)



2.3.1 KENMERKEN VAN HET DORPSE PLATTELAND

Er zijn verschillende kenmerken van het dorpse platteland te benoemen. Hieronder zullen een aantal aspecten besproken worden die van belang kunnen zijn voor het functioneren van LICHT. Andere kenmerken zullen buiten beschouwing gelaten worden.

Bewoners van het Dorpse platteland komen relatief weinig buiten het eigen gebied, maar ontvangen wel veel bezoekers van buiten. Zo worden er door de inwoners van de omliggende (kerk)dorpen ook veel gebruik gemaakt van de voorzieningen in Lichtenvoorde. Voor LICHT biedt dit mogelijkheden of juist onmogelijkheden die later in hoofdstuk 6 besproken zullen worden.

Wat betreft de leefomgeving is er gemiddeld genomen weinig eenzaamheid is op het Dorpse platteland¹⁶. De inwoners van het Dorpse platteland hebben tijdens het onderzoek van het SCP in 27% van de respondenten aangegeven dat zij zich 'vaak' of 'af en toe' eenzaam voelen en behoefte hebben aan meer gezelschap. In vergelijking tot stedelijk gebied, waar 40% van de respondenten vergelijkend hebben geantwoord, mag dit percentage relatief laag genoemd worden. Maar de ogen sluiten voor 27% van de inwoners in niet aan te raden. Veel mensen zijn daarnaast tevreden over de woonomgeving. Op het dorpse platteland is gemiddeld genomen zo'n 90 procent van de inwoners tevreden over de woonomgeving. Ook dit biedt bepaalde (on)mogelijkheden voor LICHT waar in hoofdstuk 6 verder op in gegaan zal worden.

Daarnaast valt er nog te zeggen dat inwoners van het dorpse platteland zich relatief gezien vaker veiliger en gelukkiger voelen.

2.4 SAMENVATTING

Welke actuele demografische gegevens zijn relevant voor het project LICHT?

Het antwoord op de vraag is niet eenduidig te geven. Er spelen verschillende demografische factoren mee die voor LICHT relevant kunnen zijn. Doordat de CEOG in het plan van aanpak in heeft gezet op een specifieke doelgroep zijn in dit hoofdstuk deze demografische gegevens vergeleken met de meest actuele gegevens van Lichtenvoorde. Daarnaast is er bewust studie gemaakt naar de staat van het dorpse platteland om weer te geven wat deze demografische gegevens kunnen betekenen. Het gevolg hiervan is dat het beleid op bepaalde demografische punten aangepast zou moeten worden. In het laatste hoofdstuk zullen er aan de hand van deze veranderingen en aanscherpingen aanbevelingen worden gedaan om het functioneren van LICHT in Lichtenvoorde te kunnen optimaliseren.

Om aanbevelingen te kunnen doen is het van belang de gegevens te interpreteren¹⁷. De ontwikkeling van de leeftijdsgroep is door de bevolkingsgroei een logische ontwikkeling en biedt nieuwe kansen en mogelijkheden voor het project LICHT. Mensen worden eenmaal ouder, en de afgelopen jaren is het geboortetal gedaald. Dit heeft tevens als gevolg dat het aantal gezinnen daalt. Hieruit blijkt dat de samenleving van Lichtenvoorde stilaan aan het veranderen is. Deze verandering kan er op wijzen dat steeds meer stellen(geregistreerd samenwonen & gehuwden) al dan niet bewust geen kinderen hebben. Wat dit voor gevolgen kan hebben zal in de aanbevelingen (hfst. 6) worden uitgewerkt.

¹⁶ (Vermeij en Mollenhorst 2008, 58)

¹⁷ (Osmer 2008)

3. DE IDENTITEIT VAN LICHT

Dit hoofdstuk beschrijft de uitwerking en het antwoord op de derde deelvraag van het onderzoek:

Wat is de huidige visie en het huidige beleid van LICHT?

Visie en beleid geven weer welk gedrag, welke symbolen en welke communicatiemiddelen er gebruikt worden om het doel van LICHT te bewerkstelligen. Door dit te bestuderen kan de identiteit van LICHT duidelijk uiteen worden gezet. De communicatie van een identiteit vindt namelijk niet alleen plaats door PR. Ook het feit dat er bijvoorbeeld bepaalde activiteiten plaatsvinden of dat er bepaalde medewerkers onderdeel zijn van LICHT communiceert iets naar de mensen toe. De identiteit van organisaties als ook project LICHT valt uiteen in vier onderdelen (gedrag, communicatie, symbolen en persoonlijkheid).

Om tot een specifiek antwoord op de deelvraag vraag te komen is het van belang te kijken naar de missie van LICHT en terug te gaan naar de wortels van LICHT. In het eerste deel van dit hoofdstuk wordt er ingegaan op de naam en missie van LICHT (persoonlijkheid), omdat dit in de eerste plaats de diepste beweegredenen weergeeft van LICHT. De ontwikkelingen van LICHT (gedrag, symbolen en communicatie) worden uiteengezet, om zo in vogelvlucht te kunnen zien hoe LICHT in de afgelopen 15 jaar is ontwikkeld. Het derde deel van dit hoofdstuk beschrijft het beleid aan de hand van de in 2009 opgestelde pijlers en hoe dit in 2013 wordt voortgezet.

In het vierde en tevens laatste deel van dit hoofdstuk zal aan de hand van het schema van Birkigt en Stadler¹⁸ het hoofdstuk kort worden samengevat welke identiteit LICHT heeft en op welke manier deze tot uiting komt.

13

3.1 MISSIE & NAAMGEVING

De missie is datgene wat LICHT door zijn activiteiten bekend wil maken en over wil brengen naar de doelgroep. Het begrip LICHT als afkorting is een missie in zichzelf. Dat is ook de reden om het begrip met hoofdletters te schrijven. LICHT staat namelijk voor “Leven In Christus Heeft Toekomst”¹⁹ en is dat wat het project uit wil dragen om navolging te geven aan de grote opdracht in Mattheüs 28:18–20.

Tevens verwijst LICHT naar de woorden van Jezus in het Johannesevangelie, waar Hij zegt dat Hij het Licht der wereld.²⁰ Er is veel voor te zeggen dat de werkers van LICHT nu, in Jezus, het licht in deze wereld mogen zijn en dit uit mogen dragen naar de inwoners van Lichtenvoorde. In de Bergrede spreekt Jezus tot zijn leerlingen dat *zij* het licht van de wereld zijn en door de daden die zij doen Gods liefde mogen laten zien. En dat is ook wat de werkers van LICHT trachten te doen; Gods liefde laten zien aan de mensen in Lichtenvoorde²¹.

¹⁸ (Riel 2003, 43)

¹⁹ (Website Licht in de Achterhoek sd)

²⁰ Joh. 8:12, Joh. 9:5 (NBG '51)

²¹ Dit sluit duidelijk aan bij de missie Kasper van Helden noemt en op Facebook vermeld staat: “LICHT wil voor Lichtenvoorde en omgeving een open gemeenschap van volgelingen van Jezus zijn, die het leven en geloof met elkaar delen en iedereen wil helpen Jezus Christus te leren kennen”

Daarnaast verwijst 'LICHT' naar de plaats waar zij aanwezig is, namelijk Lichtenvoorde. Opvallend is dat er ondanks de vele beleidsplannen en visiedocumenten geen heldere beschrijving is omtrent de naamgeving van het project, terwijl deze toch zoveel verbindingen heeft. Deze verbindingen zijn in de loop der jaren vooral onderdeel geworden van de 'mondelinge overlevering' van LICHT.

3.2 VAN COMMISSIE TOT PROJECT

Het heeft niet voor de hand gelegen dat LICHT zich op het punt bevindt waar zij nu zijn aangekomen. Vele jaren is er aan de werkelijke start van het project vooraf gegaan om als CEOG te kunnen bezinnen waarom en hoe zij te werk zullen gaan met evangelisatie in de Achterhoek. Een schematisch overzicht wordt hiervan gegeven in bijlage 2.

3.3 VISIE & BELEID VOOR NU EN DE TOEKOMST

De visie en het beleid van LICHT wordt normaal per jaar vastgesteld in een jaarplan. Hierin komt duidelijk en gestructureerd naar voren hoe LICHT in de praktijk aan de slag wil gaan met de vier vooraf vastgelegde pijlers. Deze pijlers zijn vanaf 2009 ingevoerd en vallen uiteen in de volgende begrippen om duidelijk weer te geven welke doelen LICHT wil bereiken: kern, omgeving, toerusting en publiciteit.

Ook wordt de algemene visie om de 3 á 4 jaar door de Lichtenvoorde Commissie grondig herzien in een visiedocument. Het eerste visiedocument, ook wel plan van aanpak genoemd, stamt uit 2002 en het laatste volledige visiedocument is van 2009. Op het moment van schrijven is het LT zich opnieuw aan het bezinnen over de visie voor de komende jaren, met in het achterhoofd de gedachte dat de financiering na 2015 vanuit de GKv blijft bestaan. Ook dit onderzoek geeft een bijdrage aan de herbezinning op de visie van het project.

3.3.1 VISIE VOOR 2013

In het algemene visiedocument van 2009²⁶ zijn er voor de derde fase van het project (2011–2016) nieuwe doelen opgesteld. De hoofddoelstelling voor deze fase is dat er *“in 2016 in Lichtenvoorde een zelfstandige gemeente bestaat in de traditie van de reformatie. De leden van die gemeente beleven en vieren samen dat ze van God een geweldig geschenk ontvangen hebben, namelijk eeuwig leven door Jezus Christus. Over dat geschenk en de Gever van het geschenk willen ze graag met anderen spreken, zodat meer mensen uit Lichtenvoorde met hen het feest van het geschenk willen vieren. Dit samen leven, samen vieren en samen getuigen wordt aangestuurd door een leiderschapsteam. Het bestaan van een zelfstandige gemeente vereist een ledental van minimaal 60 leden en minimaal 5 leden die in het leiderschapsteam kunnen functioneren.”*²⁷ De doelstelling lijkt een mooi streven, maar echt meetbaar is deze doelstelling niet. Alleen al deze doelstelling zou opgedeeld kunnen worden in verschillende deeldoelstellingen.

Met het visiedocument wordt niet alleen gekeken naar 2016, maar zijn er ook deeldoelstellingen verwoord voor 2013.

- In 2013 functioneren er vier huisgroepen van elk 12 (jong-)volwassen leden.
- Elke huisgroep staat onder leiding van 2 personen

²⁶ (Lichtenvoorde Commissie 2009)

²⁷ (Lichtenvoorde Commissie 2009, 10)

- De acht leidinggevende van de huisgroepen vormen samen de leiding van de nieuwe gemeente.
- De wekelijkse samenkomsten worden bezocht door ca. 75 personen, waarvan 15 gasten uit de Lichtenvoordse samenleving.
- Het inloophuis met boekwinkel en dorpspastoraat is 10 dagdelen per week geopend.

In hetzelfde visiedocument wordt ook gekeken naar de middelen en communicatie, maar deze is vooral gericht op de interne communicatie. De communicatie naar de inwoners van Lichtenvoorde wordt verder uitgewerkt in de jaarplannen van 2012 en 2013. Ook daarbij worden deze ingedeeld volgens de vier pijlers.

3.3.2 PIJLERS

De pijlers, zoals deze vanaf medio 2009 worden gebruikt, worden gebruikt als kapstokken om de andere activiteiten aan op te hangen. De pijlers laten per onderwerp zien wat er georganiseerd wordt en welke visie er per onderwerp is. Ze maken in grote lijnen zichtbaar wat en hoe er door LICHT op dit moment gecommuniceerd wordt of zou moeten gecommuniceerd worden.

KERN

De pijler **Kern** is opgedeeld in de verschillende gemeenschapsvormende onderdelen, zoals de huisgroepen, samenkomsten, diaconaat en leiderschap

De huisgroepen zijn de basis van de gemeenschap LICHT en willen dienstbaar aanwezig zijn in de Lichtenvoordse samenleving. De huisgroepen hebben als visie “het elkaar ontmoeten in groepen. De huisgroepen zijn de focus voor het gemeente zijn. Het vormen van een gemeenschap betreft niet alleen bepaalde momenten, maar omvat het hele leven. Deze ontmoetingen bieden een klimaat om samen te groeien in geloof en genade.”²⁸

De pijler Kern komt in deelonderdelen van LICHT tot uiting. In het kader van het onderzoek gaan we in op de onderdelen die betrekking hebben op de missionaire communicatie.

Specifieke acties die op voor 2012/2013 uit deze visie naar voren komen zijn:

- het stimuleren van het samen eten
- het ondernemen van 3 andere activiteiten (wandelen, Present, werken in de natuur)
- zoeken naar contact buiten de wekelijkse bijeenkomsten
- training voor 2 personen om het geloofsgesprek te voeren
- discipelschap neer zetten.

Naast de huisgroepen is er sprake van samenkomsten die tweewekelijks op de zondag plaatsvinden. Deze samenkomsten zijn, volgens LICHT, laagdrempelig waardoor het aantrekkelijk is voor de vaste bezoekers om vrienden en bekenden mee te nemen.

Met het onderdeel diaconaat wil LICHT ‘als gemeenschap dienstbaar zijn aan elkaar en aan mensen in de omgeving die hup nodig hebben.’ LICHT wil voor 2013 graag dat twee personen die betrokken zijn bij LICHT deel gaan nemen aan een cursus voor schuldhulpmaatje. Door het volgen van deze cursus kan er actief ingezet worden op hulp

²⁸ (Jaarplan 2013)

aan mensen in de bijstand. Daarnaast wil LICHT de huisgroepleden stimuleren deel te nemen aan een actie van Present²⁹ of Tijd voor Actie³⁰.

Het leiderschap van LICHT zorgt er voor om richting te geven aan de activiteiten en communicatie en biedt daarnaast samenhang aan de gemeenschap. De visie voor het leiderschapsteam is er op gericht om de betrokkenen aan het project te laten groeien als volgelingen van Christus. In 2013 is het leiderschapsteam er vooral op gericht om interne zaken te regelen die te maken hebben met leiderschap, discipelschap, oecumene, markeringspunt (doop/belijdenis), deelname avondmaal en voorgaan & zegenen in de dienst door man en vrouw (zie bijlage 5). Het leiderschapsteam wil hiermee meer visie vormen op hoe zij gemeente kunnen zijn binnen de voorschriften van de Gereformeerde Kerken.

OMGEVING

De tweede pijler van LICHT is **Omgeving**. Deze is direct dienend aan het projectdoel van LICHT, maar niet een doel in zichzelf. Bij 'omgeving' gaat het in de eerste plaats om de ontmoeting met de ander. Dit gebeurt d.m.v. verschillende evangeliserende activiteiten, persoonlijke contacten en de publiciteit op straat en in de media.³¹

In 2013 wordt er gewerkt aan:

- het dorpspastoraat
- (Youth-)ALPHA
- het jeugdwerk
- LICHT-weken

Zo is er specifiek visie voor de kinderclub die regelmatig gehouden wordt, omdat kinderen meer open voor het evangelie staan dan tieners, jongeren en volwassenen. Daarnaast kunnen er door het contact met kinderen ook andere lijnen vanuit LICHT naar ouders en andere volwassenen gaan ontstaan. Doel is om de kinderclub 9 maal per jaar te laten plaatsvinden, waardoor deze een duidelijke plek krijgt in de Lichtenvoordse samenleving. Ook kunnen tieners die nu al de helpende hand bieden de gelegenheid krijgen om verder te groeien in het eigen geloofsleven.

De jeugdinloop van LICHT biedt voor de jeugdwerker de mogelijkheid om relaties op te bouwen en binnen die relaties het evangelie te communiceren. Deze inloop geeft ruimte om andere activiteiten waar het evangelie mag klinken bekend te maken aan de jeugd en hen uit te nodigen. Voor jongeren die al affiniteit met LICHT hebben ontwikkeld³² is de jeugdinloop bij uitstek geschikt om nog niet betrokken jongeren mee te nemen.

Voor de jeugd die vaak via de jeugdinloop of de kinderclub voor het eerst in aanraking komen met LICHT is de Rock Solid en de Girlz Only een 'volgende stap'. Ook de LICHT-Weken, die georganiseerd worden door Evangelisatie en Recreatie, zijn een eerste kennismaking met het evangelie, en daarmee ook met LICHT. Deze weken vinden in principe elk jaar plaats in de zomervakantie, waarbij er gebruikt gemaakt wordt van diverse

²⁹ Present wil, volgens hun website, een brug slaan tussen mensen die iets hebben te bieden en mensen die daarmee geholpen kunnen worden.

³⁰ TijdVoorActie stimuleert christelijke jongeren in het omzien naar elkaar en motiveert tot concrete hulp aan de medemens.

³¹ (Lichtenvoorde Commissie 2009)

³² d.w.z. de jeugdinloop en/of andere activiteiten van LICHT vaker bezoeken

recreatieve werkvormen³⁴. Door bijvoorbeeld kinderclubs, tienerclubs en sport & spel te organiseren, worden er vaak nieuwe contacten gelegd. In voorgaande jaren waren de activiteiten vooral gericht op de wijk Hooiland, maar in de toekomst heeft LICHT als doel om zich ook nog meer te richten op een andere wijk.

TOERUSTING

Door van **toerusting** een pijler te maken, blijft het belang om te investeren in de groei van gaven en talenten van mensen duidelijk in beeld. Dit is nodig, om zo medewerkers en gemeenteleden toe te rusten die zelfstandig en onafhankelijk van de evangelisatiewerkers reeds bestaande activiteiten kunnen leiden en organiseren.

PUBLICITEIT

De mogelijkheden om binnen de Lichtenvoordse samenleving zichtbaar te zijn worden ondergebracht bij de pijler publiciteit. Deze pijler sluit heel specifiek aan bij de communicatie als onderdeel van de identiteit van LICHT. De publiciteit van LICHT valt te verdelen in interne communicatie en externe communicatie (Michels sd, 32). Interne communicatie is in dit geval de communicatie die plaatsvindt onder de 'bidders en steuners', reeds betrokkenen en medewerkers van LICHT, terwijl de externe communicatie gericht is op de Lichtenvoordse bevolking die (nog) niet betrokken zijn.

Op dit moment wordt er veel (vaak tweewekelijks) gecommuniceerd via persberichten in de ELNA, een huis-aan-huisblad wat wekelijks verspreid wordt onder de bevolking van Lichtenvoorde en de omliggende kerkdorpen. Deze berichten worden gebruikt als uitnodiging voor een activiteit of geven verslag van activiteiten, zoals de ALPHA en Youth ALPHA. Ook worden er keitjes (kleine advertenties) in de ELNA geplaatst voor activiteiten, zoals de Stay-Clean groep.

Flyers en posters zorgen voor de publiciteit van de tweewekelijkse samenkomsten. De flyers worden soms huis-aan-huis verspreid, posters worden opgehangen op de ramen van de boekwinkel aan de Dijkstraat. Ook wordt middels straatborden voor de boekwinkel aandacht geschonken aan de jeugdinloop en andere activiteiten.

De website heeft een belangrijke functie als extern communicatiemiddel. Op de website wordt de maandelijkse agenda weergegeven. Daarnaast biedt de website informatie over het LICHT in het algemeen en de specifieke activiteiten die georganiseerd worden. Sinds begin 2013 wordt er via Facebook bekendheid gegeven aan activiteiten van LICHT en meer verteld over wat er in de boekwinkel gaande is. Ook wordt er een blog bijgehouden door Alice van de Beek, welke vooral informatie geeft over de boekhandel³⁵.

Voor 2013 er de actie opgesteld om een nieuwe website te lanceren waarop meer informatie staat over LICHT en er ook sfeerverslagen van activiteiten te vinden zijn.

³⁴ Evangelisatie & Recreatie is een organisatie die zich bezig houdt met het verspreiden van Gods Liefde binnen Nederland, doormiddel van recreatieve werkvormen. Dit gebeurt vaak door jongeren, starters en studenten die geïnspireerd door de heilige Geest vormgeven aan de Bijbelse opdracht om het evangelie bekend te maken. (E&R, 2011)

³⁵ Hoewel de boekhandel een particulier initiatief is, heeft deze een belangrijke functie voor de aanwezigheid van LICHT in Lichtenvoorde. In de boekhandel wordt Christelijke literatuur verkocht, met de gedachte dat mensen voor communie, doop of huwelijk op zoek zijn naar een cadeau voor de persoon in kwestie

De interne communicatie van LICHT is er op gericht om de achterban, bidders en steuners te betrekken bij het werk van LICHT. Dit gebeurt door maandelijks een gebedsbrief te sturen met daarin dank- en gebedspunten. Ook wordt er zes keer per jaar een nieuwsbrief aangeboden aan de classiskerken. Om het werk meer bekendheid te geven wordt er in 2013 gepoogd om acht kerken buiten de regio te bezoeken om informatie te geven over LICHT.

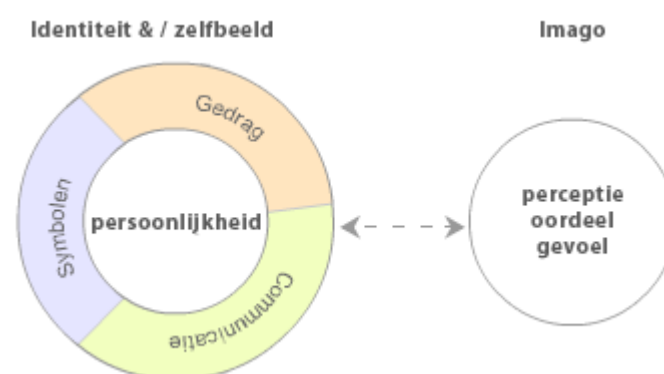
Per jaar wordt er een jaarverslag gepresenteerd aan de achterban binnen de classis, PS (particuliere synode) en de OOG (Ondersteuning Ontwikkeling Gemeenten).

3.4 IDENTITEIT

Als we spreken over de identiteit van LICHT hebben we het over een organisatie-identiteit. Het begrip organisatie-identiteit wordt door Birkigt & Stadler samengevat als “de strategisch geplande en operationeel ingezette zelfpresentatie en het gedrag van een organisatie naar binnen en naar buiten toe op basis van een vastgelegde filosofie, een lange-termijn doelstelling en een bepaald gewenst imago, met de wil alle handelingsinstrumenten van een onderneming als een eenheid naar binnen en buiten tot gelding te laten komen.” (Riel 2003, 39)

LICHT is een organisatie, waarbinnen er bewust nagedacht wordt over de zelfpresentatie van het evangelie. Hierbij dient er niet voorbij gegaan te worden aan het feit dat we te maken hebben met Gods werk, welke zich over het algemeen niet in vaste structuren laat vaststellen. Wel kan datgene wat LICHT vanuit Gods opdracht uitvoert schematisch vastgesteld worden. De uiting van deze organisatie-identiteit leidt tot het imago onder de doelgroep, welke in paragraaf 5.4 besproken zal worden.

LICHT geeft vanuit jaarplannen en visiedocumenten die in dit hoofdstuk uitgebreid zijn besproken weer wat zij willen bereiken. Door na te gaan wat LICHT hiermee communiceert, kan er aan de hand van het in de inleiding van dit hoofdstuk genoemde model van Birkigt & Stadler een organisatie-identiteit gedefinieerd worden.



FIGUUR 1 IDENTITEIT – IMAGO

3.5 SAMENVATTING

Wat is de huidige visie en het huidige beleid van LICHT?

De huidige visie (de overtuiging/kijk op de maatschappij³⁶) is de persoonlijkheid van LICHT.

PERSOONLIJKHEID

De persoonlijkheid van LICHT is als het ware de grond van het bestaan van het project. Samenvattend is dit de uiteindelijke visie van LICHT:

LICHT wil in Lichtenvoorde een gastvrije gemeente zijn, waar iedereen welkom is. Zij wil haar geloof in God en in Jezus als Gods Zoon uitdragen in Lichtenvoorde. Omdat zij gelooft dat een leven in Christus toekomst heeft.

(Website Licht in de Achterhoek sd, 'Het Project')

Het huidige beleid is te vatten in de begrippen 'communicatie', 'gedrag' en 'symbolen' waarin tot uiting komt welke doelen zij hebben, hoe zij handelen en hoe de gang van zaken is binnen de organisatie van LICHT. Ook geeft het weer welke middelen zij gebruiken om de 'persoonlijkheid' tot uiting te brengen.

COMMUNICATIE

Communicatie is een belangrijke factor om bekendheid te geven aan 'het gedrag' van LICHT. Communicatie is het middel om concrete signalen door te geven die in verband staan met 'de persoonlijkheid' van LICHT. De spanning tussen 'gedrag' en 'communicatie' is om deze met elkaar in overeenstemming te laten zijn. Dus communiceren hoe LICHT zich gedraagt. En niet het ene zeggen en het andere doen.

LICHT communiceert veelal met de volgende middelen:

Externe Communicatie:

- Raamposters
- Sociale Media (Facebook, Blog)
- Website
- Flyers
- Persberichten in de ELNA

Interne Communicatie

- Gebedsbrief
- Nieuwsbrief
- Jaarplannen
- Visiedocumenten

³⁶ (Michels sd, 44)

GEDRAG

Het gedrag van LICHT komt in de eerste plaats tot uiting in de activiteiten die zij organiseren. Daarbij speelt het gedrag van de medewerkers die bij deze activiteiten betrokken zijn een rol. Ook de al 'betrokkenen' dragen de identiteit van LICHT uit. Zij zijn als het ware de wandelende visitekaartjes van LICHT, waardoor andere mensen zich al dan niet aangetrokken voelen tot LICHT. Deze 'handelingen' van LICHT zijn het eerste waar de doelgroep LICHT op beoordeeld. Al deze activiteiten zijn dienend aan de persoonlijkheid van LICHT.

De activiteiten van LICHT die in de laatste jaren zijn opgezet:

- (Youth-)ALPHA
- Zondagse Samenkomsten in 'De Schoppe'
- Stay-Clean Zelfhelpgroepen
- LICHT-Weken/Evangelisatie&Recreatie
- Kinderclub
- Boekhandel 'LICHT'
- Open Inloopavonden
- Filmavonden
- Jeugdinloop
- Dorpspastoraat

SYMBOLEN

De symboliek van LICHT zorgt voor het 'beeld' en geeft aan waar zij voor staat of voor wil staan. Dit zijn de visuele elementen die de herkenbaarheid van LICHT vergroten. (Michels sd)

Symbolen van LICHT zijn te vinden in:

- Logo
- Boekwinkel
- 2gether
- De Schoppe
- Website

Het huidige logo wordt als beeldmerk gebruikt op flyers, posters en online media uitingen. Ook is het logo op het front van de boekenwinkel te vinden, waardoor het een zichtbare plaats krijgt in de winkelstraat. Het logo van LICHT is opvallend, herkenbaar en uniek.

Voor de verschillende activiteiten wordt er op dit moment gebruik gemaakt van twee gebouwen. De meeste activiteiten vinden plaats in '2gether', de ruimte achter de boekwinkel van LICHT. Dit pand wordt sinds 2011 voor een langere termijn gehuurd door LICHT en kan vrij gebruikt worden. Doordat het pand in het centrum van Lichtenvoorde gelegen is, biedt deze een sterke herkenbaarheid.

De zondagse samenkomsten en de kinderclub worden gehouden in de Schoppe, een buurthuis aan de Johannes Vermeerstraat in Lichtenvoorde.

4. IDEAAL & WERKELIJKHEID

In dit hoofdstuk wordt stilgestaan bij de theologische en Bijbelse noodzaak van evangelisatie in een dorp als Lichtenvoorde. Vanuit de theorie van Osmer is dit de normatieve taak³⁷. Er wordt een (theologische) normering gesteld voor het werk van LICHT. De deelvraag waar in dit hoofdstuk antwoord op wordt gegeven is:

Wat is de theologische noodzaak van evangelisatie in Lichtenvoorde?

Om antwoord te krijgen op deze vraag wordt er gebruik gemaakt van een literatuurstudie en wordt er gekeken naar de Bijbelse grond van evangelisatie. Daarbij wordt er eerst ingegaan op de algemene missie; de Missio Dei. De tweede paragraaf beschrijft het proces van de *overdracht* van deze Missio Dei. In de derde paragraaf wordt de lijn compleet, door te beschrijven waarom Lichtenvoorde een geschikte plek is voor de missie van God. De paragrafen beschrijven eerst het ideaalbeeld, waarna het handelen van LICHT geëvalueerd wordt.

4.1 MISSIO DEI

Elke evangelisatie-actie of elk missionair project is in wezen onderdeel van Gods' eigen missie. In de eerste plaats staat God zelf, en dus niet een kerk, commissie of classis aan het begin van Zijn zending. De Geest van God volgt niet een project of kerk, maar gaat voor alles uit. Het is goed om te beseffen dat welk werk of welke activiteit ook gedaan wordt, in zichzelf niet heilig is. Het feit dat *God* aan het begin staat, maakt dat wat gedaan wordt van eeuwigheidsbelang³⁸.

Zo is ook Jezus' komst naar deze aarde geen cadeau voor deze wereld, maar het gevolg en onderdeel van Gods' heilsplan. Hij wil ten diepste contact met deze schepping, maar daarvoor was (en is) er na de zondeval eerst rechtvaardiging nodig. Deze rechtvaardiging is gekomen door het offer van Jezus Christus. God is in Jezus opnieuw onder de mensen op deze aarde gaan wonen om het contact met de schepping te herstellen. In Mattheüs worden de volgelingen van de Christus door Hemzelf geroepen om Zijn woord en dit Evangelie bekend te maken en alle mensen en volken tot leerlingen van Hem te maken. Het gaat daarbij niet, zoals in het verleden nog wel eens gedacht werd, om naar de kerk te gaan als een plek om persoonlijke religieuze behoeften te bevredigen. Het gaat juist om het inschakelen van mensen in Gods' Koninkrijk³⁹. Niet de kerk, maar de schepping is het einddoel van Gods' handelen. Wanneer gesproken wordt over de schepping, gaat het niet alleen over de 'mens'. De natuur en het milieu zijn een wezenlijk deel van de schepping, maar wordt vaker over het hoofd gezien.

Maar Jezus roept Zijn leerlingen wel op 'naar alle volken uit te gaan en leerlingen te maken.' Te zien is dat de mens een belangrijke rol heeft in Gods' missie en zowel 'boodschapper' als 'ontvanger' mag zijn van het evangelie.

³⁷ (Osmer 2008, 4)

³⁸ (Noort, et al. 2007, 227)

³⁹ (Noort, et al. 2007, 264)

Dit gezegd hebbende kan er gesteld worden dat het werk van LICHT onderdeel is van het Grote geheel. Het is daardoor niet minder waard, maar het besef mag er zijn dat God aan het begin staat van Zijn missie. Het is geen werk van mensen, maar onderdeel van de *Missio Dei* waarbij God mensen inschakelt. Het inschakelen van mensen is een van de belangrijkste gronden van het werk van LICHT. In het eerste visiedocument van LICHT staat te lezen⁴¹: “Door christenen, die leesbare brieven van Jezus Christus zijn (2 Korintiërs 3,2.3), brengt Gods Geest mensen tot de beslissende ontmoeting met Jezus Christus zelf (vgl. Mattheüs 10,40). De lokale christelijke gemeente blijft hierbij in beeld (1 Petrus 2: 4–5). Wie gelovig is geworden wordt een bouwsteen in het geestelijke huis. Daarom is het komen tot geloof en het komen tot een gemeente geen tegenstelling en zeker geen totaal andere fase in het komen tot Christus. Het komen tot een gemeente is dus geen op zich zelf staand doel van evangelisatie, maar een natuurlijke stap omdat de innige band met Christus wordt beleefd in de gemeente als het lichaam van Christus.

Dit betekent in de eerste plaats dat de gemeente onder Gods zegen en op het fundament van Jezus Christus opgebouwd wordt door mensen. Elk gemeentelid en elke commissie heeft daarin zijn eigen plaats en taak al naar gelang de gaven, omdat iedereen van God verschillende (en elkaar aanvullende) gaven heeft gekregen (1 Kor 12). Dit is overigens geen mensenwerk, maar het werk van de Heilige Geest die mensen siert met gaven, uit genade (1 Ptr 4:10–11, 1 Kor 15:10). Zoals gezegd, brengt Gods Geest mensen tot de beslissende ontmoeting met Jezus Christus zelf door christenen, die leesbare brieven van Jezus Christus zijn. De principiële verbondenheid tussen gemeente–zijn en evangelisatie vraagt om kerkelijke presentie in gebieden waar het evangelie van Jezus Christus nagenoeg onbekend is of naar de zijlijn is verdrongen.”

De aanwezigheid van LICHT in Lichtenvoorde is gericht op de mensen, en wil daarbij gehoor geven aan de grote opdracht. Jezus sluit bij het geven van die opdracht geen enkel volk uit, en dus wordt ook niet het Lichtenvoordse ‘volk’ uitgesloten van deze opdracht. In het verlengde van deze opdracht voelt LICHT zich geroepen om een veilige basis te kunnen zijn voor hen die een proces van bekering gaan en die na deze ‘roep’ leerlingen van Christus willen zijn. Maar als er gesteld wordt dat het doel van de *Missio Dei* de hele schepping is, wordt er bij LICHT (misschien onbewust) voorbij gegaan aan de natuur, cultuur en het milieu. Of dit problematisch is, valt te ontkennen. Feit is wel dat dit duidelijk laat zien dat LICHT slechts een onderdeel is in Gods’ grote plan en niet de gehele *Missio Dei* tot zijn rekening neemt.

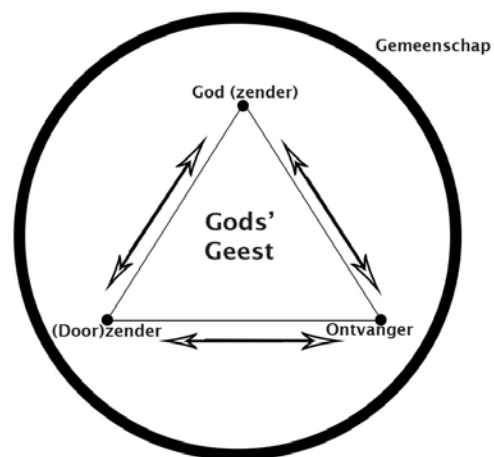
4.2 MISSIONAIRE COMMUNICATIE

God schakelt mensen in om Zijn *Missio* gestalte te geven in deze wereld. Waar er bij ‘communicatie’ sprake is van twee partijen⁴², kan er bij ‘missionaire communicatie’ gesproken worden over drie partijen. Door deze missionaire communicatie komt het evangelie binnen in deze wereld. In de eerste plaats is God de Zender (zie figuur 2), die Zijn boodschap in en door het Woord (Joh. 1:1–3) gesproken heeft. Daarnaast is er sprake van een eerdere ‘ontvanger’, die deze boodschap (het evangelie) aan heeft genomen en met

⁴¹ (Classis GKV Zutphen 2002)

⁴² Volgens de klassieke communicatie–theorie is er bij communicatie sprake van een zender en ontvanger. De zender ‘zendt’ zijn boodschap, terwijl de ontvanger (al dan niet met ruis) de boodschap ontvangt.

anderen wil delen. Diegene wordt de 'doorzender' en mag getuigen en de 'ontvanger' aanspreken met het geloof. Wanneer de persoon in kwestie onderdeel wordt van de gemeenschap Gods' mag ook hij de 'doorzender' worden van Zijn boodschap. Bijzondere is dat God in dit proces niet afzijdig blijft, maar aanwezig blijft. De boodschap blijft onveranderlijk en is onderdeel van Gods' heilsplan.



FIGUUR 2 MISSIONAIRE COMMUNICATIE

Hoewel 'zieltjes winnen' een vrij negatieve weerklink heeft, gaat het bij evangelisatie om 'zielen winnen voor Christus'; zielen die onderdeel worden van Gods missie in deze wereld. Wanneer er van een exclusivistisch⁴³ heilsplan wordt gesproken, zoals dat ook bij LICHT wordt beleden⁴⁴, wil men "anderen motiveren tot een bepaald gedrag, namelijk om God in Jezus te leren kennen. Wie getuigt is er op uit een ander te involveren in de beweging die van Jezus uitgaat. Missionaire communicatie gaat om werving."⁴⁵

In de missionaire communicatie staat de genade van Christus centraal. Dit maakt in eerste instantie dat missionair werk weet heeft van de gave van de reddende genade. Dat mensen geraakt worden door dit geschenk valt niet af te dwingen. Missionaire communicatie is niet dwangmatig, maar gebeurt in vrijheid⁴⁶. Dit betekent dat de missionaire communicatie niet tot doel heeft om mensen te kunnen overtuigen van het gelijk, maar dat het de communicatie is om andere mensen te informeren over Gods plan, waar Gods geest doorheen mag werken.

Om als geloofsgemeenschap missionair te kunnen zijn is er een proces van inculturatie nodig⁴⁷. Dit geldt voor elke context. Het inculturatieproces beslaat het delen van het evangelie (missionaire communicatie) en op welke manier dat door mag dringen tot de context van een specifieke cultuur waarin het evangelie is gehoord. Als men spreekt over het platteland, is dit een andere context dan de stad en heeft deze context ook een andere overdracht nodig. Hoewel de manier waarop het evangelie over wordt gebracht, blijft het evangelie van Jezus Christus onveranderlijk.

In Lichtenvoorde wil men via vriendschapsevangelisatie⁴⁸ de boodschap van God 'doorzenden' in Lichtenvoorde. Dit 'doorzenden' zou vergeleken kunnen worden met discipelschap, wat verder gaat als vriendschapsevangelisatie. Niet alleen de missionaris of zendeling wordt opgeroepen om discipel te zijn van Jezus, maar juist ieder 'gewoon' mens⁴⁹.

⁴³ Exclusivisme: De weg van behoud loopt enkel via Jezus Christus

⁴⁴ (CEOG 2005)

⁴⁵ (Roest 2005, 134)

⁴⁶ (Noort, et al. 2007, 232)

⁴⁷ (Schipper 2013, 8)

⁴⁸ "Bij vriendschapsevangelisatie gaat het om het doorgeven van de boodschap tegen de achtergrond van oprechte liefde en welgemeende belangstelling voor de ander, en om tijd te investeren in zijn leven.", naar Floyd Schneider (Vriendschapsevangelisatie sd)

⁴⁹ (Chester en Timmis 2011, 85)

Discipelschap is gericht op het leven van ieder gewoon mens, waarbij het evangelie onlosmakelijk een onderdeel is van ieder aspect van het leven. De basis is het gewone, onopvallende werk van dag tot dag dat vaak niet eens gezien wordt en wat voortkomt een onvoorwaardelijke liefde voor de ander. “De belangrijkste evangelisatieactiviteit heeft alles te maken met gewone mensen die gewone dingen doen met de intentie van het Evangelie. Of het nu gaat om het helpen van een vriend, het werken op kantoor of het samen een film kijken, er is sprake van de inzet om relaties op te bouwen.”⁵⁰ Daarbij speelt de vraag naar *believing*, *beloning* en *behaving* een belangrijke rol. Want wat kan men verwachten van relaties? Is dat om mensen te betrekken bij LICHT (belong), te zorgen dat ze zich gaan gedragen als Christenen (behave) of is dat om mensen tot geloof te brengen (believe)? Dat is ook een vraag die LICHT zichzelf mag stellen; Wat willen wij met onze activiteiten nu concreet bereiken. LICHT wil dit concreet tot uiting brengen in de activiteiten, handelingen, PR en persoonlijke contacten die LICHT heeft met de inwoners van Lichtenvoorde. De specifieke beschrijving is te vinden in paragraaf 3.4 over identiteit. Wat betreft het inculturatieproces kan LICHT kansen aangrijpen om aan te sluiten bij de (Katholieke) achtergrond van Lichtenvoorde (zie 6.2)

4.3 WAAROM LICHTENVOORDE?

Over de vraag waarom Lichtenvoorde gekozen is als evangelisatieplek is LICHT duidelijk. Volgens de demografische gegevens was (en is) Lichtenvoorde een geschikte plek om (veel) mensen tot geloof te brengen in Christus en hen vervolgens te verzamelen in een gemeente. Lichtenvoorde is een witte vlek in Nederland wat betreft ‘Bijbelgetrouwe woordverkondiging’.⁵¹ In hoofdstuk 2 zijn daarnaast de relevante demografische gegevens uitgebreid beschreven. Alvast vooruitkijkend naar de resultaten van het onderzoek, blijkt dat 68 procent van de respondenten niet tot nauwelijks bezig is met het geloof in God.

Het is een roeping voor elke christen om mee te werken aan het de opdracht om niet-gelovigen tot volgelingen van Christus te maken. De praktijk in Lichtenvoorde is toch weerbarstiger, omdat men naast de Zender en ‘doorzenders’ ook te maken heeft met de ‘ontvangers’. Zij leven in een wereld waarin het evangelie een dwaasheid is (1 kor. 1:18) en (nog) niet beseffen dat de genade nodig is voor het eeuwige Behoud.

Zoals dit in Lichtenvoorde te zien is, zijn er relaties gevormd en bij elkaar gebracht in de gemeenschap van LICHT, waardoor zij als gemeenschap missionair kunnen zijn. Maar laat deze vriendschap niet afhangen van het al dan niet willen toebehoren aan de gemeenschap van LICHT.

Missionair zijn in dorpen zoals Lichtenvoorde heeft iets van het planten van sleutelbloemen. Deze bloemen hebben maar een beperkte tijd te leven, maar leven wel krachtig en individueel. Tevens hebben ze de neiging om zich aan te passen aan de omgeving, zonder het ‘sleutelbloem-zijn’ te verloochenen. Ze groeien en maken daarbij de grond klaar voor het groeien van vele nieuwe sleutelbloemen⁵⁵. Zo gaat ook in eerste instantie niet om een kerk of project als LICHT wat koste wat het kost moet blijven, maar om de groei van datgene

⁵⁰ (Chester en Timmis 2011, 47 – 48)

⁵¹ Zie bijlage 2

⁵⁵ (Gaze 2007, 33)

wat door de kerk wordt gepland, namelijk 'gewonnen' zielen voor Christus. Als het onderdeel is van Gods' missie zijn er verschillende 'sleutelbloemen' nodig.

LICHT is een daarbij een 'sleutelbloem' die gemeenschapsvormend bezig wil zijn. Hoewel de sleutelbloemen niet voor zichzelf leven, heeft elke 'bloem' wel een doel. LICHT heeft als doel om mensen met elkaar en met God te verbinden en wil de grond van het geloof in de levens van mensen bereiden, waardoor er geestelijke groei mogelijk is. Wanneer deze mensen discipelen worden, vinden ze een thuis bij LICHT en mogen zij met LICHT nieuwe grond bereiden bij andere mensen.

Groei is niet mogelijk zonder goede grond, regen en voedingsstoffen. Gebed en financiële en praktische ondersteuning (als voedingsstoffen) van de ondersteunende gemeenten zijn voor LICHT van 'levensbelang'. Enkel door die ondersteuning kan Gods' *missio* gestalte krijgen in Lichtenvoorde en kan de 'sleutelbloem' van LICHT groeien en plaats bereiden voor nieuwe gelovigen.

4.4 SAMENVATTING

Wat is de theologische noodzaak van evangelisatie in Lichtenvoorde?

De *Missio Dei* is de zending van God, waarbij Hij mensen inschakelt om andere mensen onderdeel te laten worden van Zijn heilsplan. De zending van die boodschap is niet afhankelijk van plaats of tijd, maar mag door klinken waar God het wil. Middels *missionaire communicatie* wordt de boodschap in deze wereld verspreid. LICHT wil daarbij een gemeenschapsvormende taak innemen in Lichtenvoorde. Maar LICHT mag zich bewust worden van het feit dat ze onderdeel is van dat grotere geheel van Gods' missie. LICHT is, ook in Lichtenvoorde, niet de enige weg tot het heil, maar mag als Gods' 'missionair communicatiemiddel' anderen de weg leiden naar het heil.

5. ONDERZOEK

Als onderdeel van dit onderzoek is er onder de bevolking van Lichtenvoorde steekproefsgewijs onderzoek gedaan naar de bekendheid van LICHT. Dit hoofdstuk beschrijft en interpreteert de gegevens uit dit onderzoek, en is onderdeel van de empirische- en interpretatieve taak⁵⁶. Het geeft bovenal antwoord op de deelvraag:

Hoe staat het project LICHT bekend onder de inwoners van Lichtenvoorde?

De resultaten van dit onderzoek en de eerdere resultaten worden in bijlage 4 samengebracht in een SWOT-analyse⁵⁷.

5.1 RESULTATEN NIET-BETROKKENEN

Om het beeld van LICHT onder de inwoners van Lichtenvoorde inzichtelijk te krijgen, is er de keuze gemaakt voor een steekproef onder de inwoners van Lichtenvoorde. Er zijn telefonisch en op straat enquêtes afgenomen, waarbij er stilgestaan moet worden bij het feit dat op deze manier maar een klein deel van de Lichtenvoordse samenleving is ondervraagd. Er zijn van de vele telefoongesprekken en gesprekken op straat bij elkaar 83 respondenten geweest die antwoord hebben willen geven op de vragen. De vragenlijst, inclusief uitwerking van de resultaten, is opgenomen in bijlage 3a. In belang van het onderzoek worden in dit gedeelte de resultaten besproken die bij kunnen dragen aan de beantwoording van de hoofdvraag.

5.1.1 GESLACHT

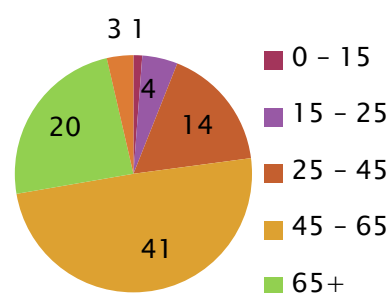
Van de respondenten is 40% man en 59% vrouw. Dit is in lijn met de verwachting, omdat vrouwen vaker op straat te vinden zijn en in een dorp als Lichtenvoorde nog vaker thuis zijn. In vergelijking tot de demografie is de afwijking van het aantal vrouwen zo'n 10 procent.

5.1.2 LEEFTIJDGROEPEN

Om de verbinding te leggen tussen de demografische gegevens zijn de leeftijdsgroepen op dezelfde manier ingedeeld.

De leeftijdscategorie van 15 tot 45, waar in paragraaf 2.2.1 al eerder over gesproken is, is met 21,7% de een grote groep respondenten binnen dit onderzoek. De focus van LICHT ligt over het algemeen bij deze groep.

De groep tussen de 45 en 65 is relatief het grootst en komt overeen met de demografische gegevens.



GRAFIEK 5.1 LEEFTIJDEN ABSOLUUT

5.1.3 BELEVING VAN HET GELOOF

Binnen de groep 15 tot 45 jarigen zijn er drie respondenten die aangeven zich 'enigszins' bezig te houden met het geloof in God. De andere respondenten houden zich 'niet' of

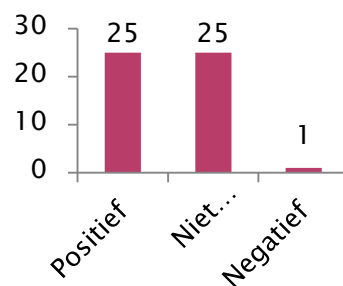
⁵⁶ (Osmer 2008, 4)

⁵⁷ "De sterkte-zwakteanalyse is een bedrijfskundig model dat intern de sterktes en zwaktes en in de omgeving de kansen en bedreigingen analyseert; op basis hiervan wordt vervolgens de strategie bepaald. De Engelse term SWOT-analyse wordt ook vaak in het Nederlands gebruikt en bevat de vier elementen: Strengths, Weaknesses, Opportunities & Threats."

‘nauwelijks’ bezig met het geloof in God. Hoewel dit het geval is, geven er toch zeven respondenten aan dat geloofsgemeenschappen zoals LICHT van betekenis kunnen zijn, voor o.a. ‘anderen die zich er in interesseren’, ‘jongeren’ en ‘ouderen’. Binnen de leeftijdsgroep van 45 en 65 is er opvallend weinig geloofsactiviteit. Zo’n 84% houdt zich in het dagelijks leven niet tot nauwelijks bezig met het geloof in God, terwijl 72% binnen deze leeftijdsgroep nog lid is van een kerk. Iets meer dan de helft binnen deze categorie geeft te kennen dat zij LICHT wat betreft activiteiten niet kennen.

5.1.4 BEELD VAN LICHT

Over het algemeen kan er gesteld worden dat het beeld van LICHT onder de respondenten overwegend positief is. Er is één respondent die aangeeft dat zij negatief staat tegenover het initiatief van LICHT. Iets minder dan de helft (49%) geeft aan dat zij een positief beeld hebben van LICHT. Zij typeren het beeld van LICHT met o.a. de woorden ‘gemeenschap’, ‘omzien naar elkaar’ en ‘positieve invloed’. Van de 26 respondenten die geen



GRAFIEK 5.2 BEELD

positief beeld hebben, geven er 9 een typering van het beeld. Daarvan zijn er 5 die LICHT zien als ‘iets voor gelovigen’ en beantwoorden de vraag over welke taak een geloofsgemeenschap nog kan hebben vaak negatief. Volgens 15% van alle respondenten heeft de kerk en het geloof afgedaan, en wijzen daarbij veelal op de Rooms-Katholieke kerk.

Opvallend is dat de non-respons bij de vraag over het beeld met 38% relatief hoog is, maar dat er wel antwoord wordt gegeven op de vraag welke kansen geloofsgemeenschappen hebben. Gedurende het onderzoek is het duidelijk geworden dat men wel vaak een mening heeft over het geloof en de kerk. Het onderzoek laat dit niet statistisch zien, maar in het gesprek met de respondenten kwam het naar voren dat het beeld van LICHT en geloofsgemeenschappen in verbinding staat met het beeld wat men van de (Rooms-Katholieke) kerk heeft, terwijl de achtergrond van LICHT heel anders is dan de Katholieke

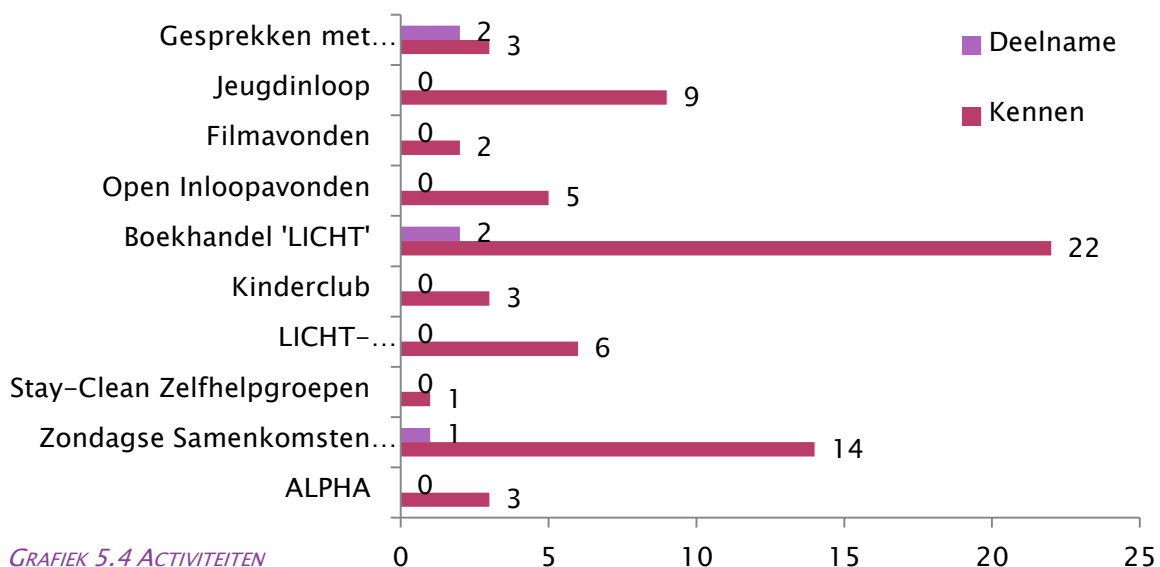
27



GRAFIEK 5.3 BEKENDHEID

achtergrond van de meeste respondenten en inwoners uit Lichtenvoorde.

Op de vraag of de respondenten LICHT kennen is het opvallend dat het overgrote deel aangeeft LICHT in wezen niet te kennen, of in ieder geval geen activiteiten kent. Als er wordt doorgevraagd, blijken van de 34 respondenten die deze vraag met 'ik heb wel eens van de naam gehoord, maar weet niet wat het is' toch 14 het verband te kunnen leggen met verschillende activiteiten van LICHT.

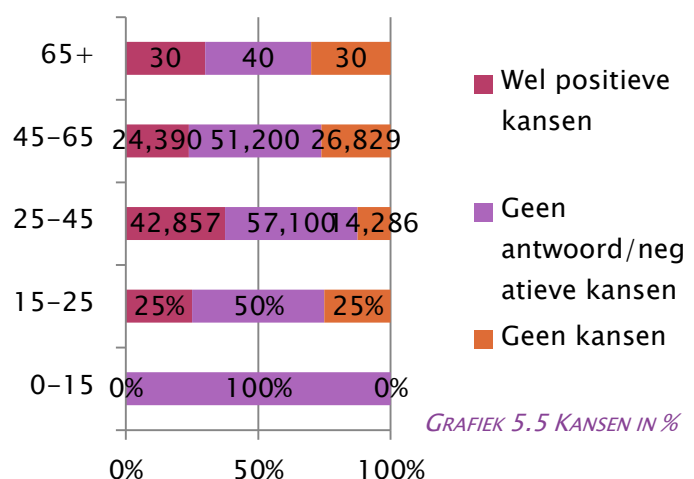


Van de respondenten is 40% bekend met een of meer activiteiten van LICHT, waarbij de boekhandel er met kop en schouders bovenuit steekt. Zo'n 64% van de 34 respondenten, welke veelal boven de 45 jaar oud zijn, zijn bekend met de boekhandel. Mensen benoemen de boekhandel specifiek Christelijk, omdat er ook enkel Christelijke waar te vinden is. Het bezoek aan de boekhandel is daardoor een stuk minder. Maar 2 respondenten geven aan binnen te zijn geweest bij de boekhandel. Ook de zondagse samenkomsten zijn relatief bekend, wat te duiden is door de publicatie van persberichten in de ELNA. Maar ook daarvoor geldt dat deze nauwelijks bezocht wordt. Wat betreft de gesprekken met medewerkers (dorpspastoraat) kan er gezegd worden dat 66,6% van de respondenten die het kennen ook gesproken hebben met medewerkers. Daarbij dient er wel rekening gehouden worden met het feit dat maar 3 respondenten bekend zijn met de mogelijkheid van het dorpspastoraat.

De jeugdinloop, welke bedoeld is voor de jeugd van 14 jaar en ouder, is bij 9 respondenten bekend, waarvan er maar één binnen de doelgroep van de 'jeugd' valt. De andere 8 respondenten zijn ouder dan 25 jaar.

5.1.5 KANSEN VOOR LICHT

Van de in totaal 83 respondenten zijn er 53 geweest die een antwoord hebben gegeven op vraag of er kansen zijn voor geloofs-genootschappen in Lichtenvoorde. De antwoorden zijn in verschillende categorieën in te delen. In de eerste plaats zijn er positieve



kansen. Het is opvallend dat er in de leeftijdsgroep tussen de 25 en 45 een relatief groot deel is die positieve kansen benoemd voor geloofsgenootschappen in Lichtenvoorde, terwijl eerder is gebleken dat deze groep weinig tot niet bezig is met het geloof in God. Het is mogelijk dat de respondenten boven de 45 door de tijdsgeest afscheid hebben genomen van het geloof en de kerk, terwijl de leeftijdscategorie van 25–45 in de bloei van het leven op zoek zijn naar zingeving wanneer andere levenstaken en wensen vervuld zijn⁵⁸.

Kansen die de respondenten noemen en specifiek door LICHT kunnen worden uitgevoerd zijn ‘samenwerken/samengaan van kerkgenootschappen’ (8 maal), ‘aansluiten bij jongeren’(8 maal) en ‘het woord van God relevant maken (5 maal)’. Daarnaast wordt veelal (10 maal) aangegeven dat geloofsgenootschappen mensen vrij moeten laten in geloofsovertuiging ofwel ‘iedereen elkaar in zijn waarde moet laten’. De respondenten uit Lichtenvoorde laten daarmee iets zien van de individualisering, terwijl het gemeenschapsgevoel in een dorp als Lichtenvoorde in vergelijking tot steden nog steeds hoog is⁵⁹.

Daarnaast benoemen 9 respondenten heel expliciet dat de kerk geen taak meer heeft in de samenleving. In gesprek met deze respondenten komt de ontevredenheid over de Rooms-Katholieke kerk tot uiting⁶⁰. Het is daarom voor LICHT van belang om op dit gegeven te reageren en duidelijk te maken dat zij zich distantiëren van het misbruikschandaal in de Rooms-Katholieke Kerk.

5.2 RESULTATEN INTERVIEWS BETROKKENEN

De betrokkenen die meegewerkt hebben aan het beantwoorden van de vragen zijn alle vijf actief betrokken bij LICHT. De vragen van deze interviews hebben betrekking op het beeld wat de respondenten van LICHT hebben en welke kansen er volgens hen liggen op het missionaire vlak. De vragenlijst en geparafraseerde antwoorden van de respondenten zijn te vinden in bijlage 3b.

5.2.1 BETROKKENHEID

De respondenten zijn elk op een andere wijze in contact gekomen met LICHT. Twee van hen zijn via het contact tijdens activiteiten in Lichtenvoorde betrokken geraakt bij LICHT. Het valt op dat zij melden dat ze niet meer weten om welke reden ze zijn blijven hangen, maar dat ze zich nu echt onderdeel voelen van de gemeenschap van LICHT. Het contact onderling speelt daarbij een belangrijke rol.

Daarnaast zijn er twee respondenten die via familie onderdeel zijn geworden van LICHT en zich vooral inzetten tijdens activiteiten. Zij beantwoorden de vraag ‘Wat trekt je aan in het handelen van LICHT’ met de opmerking dat het positief is dat LICHT activiteiten organiseren voor jongeren en daarom graag bij willen dragen aan het handelen van LICHT. Zo wordt er door hen meegewerkt aan de kinderclub op zaterdag en de Girlz-Only avond.

⁵⁸ (Hart 2011, 62 – 68)

⁵⁹ Zie par. 2.3

⁶⁰ Helaas is dit feit niet statistisch vastgelegd, maar in de verschillende gesprekken op straat en telefoongesprekken is duidelijk geworden dat veel respondenten afgeven op de Rooms-Katholieke kerk. Dit komt veelal voort uit de negatieve berichtgeving rondom het misbruikschandaal.

De samenkomsten worden door alle respondenten regelmatig bezocht. Ook de huisgroepen zijn belangrijk om het contact met anderen te onderhouden en zelf te groeien in geloof. Een van hen geeft aan dat de samenkomst het belangrijkste onderdeel is voor hem, omdat hij vooral gevoed wil worden in het eigen geloof.

5.2.2 BEELD VAN LICHT

Het beeld van LICHT onder de betrokkenen wordt door 2 van de 5 personen als een ‘thuis’ beoordeeld. Het is een veilig en open thuis⁶¹, waar men mag zijn zoals je bent en niet beoordeeld wordt op wie je bent en wat je doet. Twee andere betrokkenen geven te kennen LICHT vooral te zien als een dienende gemeenschap in Lichtenvoorde, waar zij hun talenten mogen gebruiken tot opbouw van de gemeenschap en andere mensen bekend mogen maken met het evangelie. Ook blijkt dat het aansluiten bij de Katholieke achtergrond van Lichtenvoorde als positief wordt beoordeeld.

LICHT is voor de respondenten onderdeel van het dagelijks leven. Ze werken mee met de activiteiten, bezoeken samenkomsten en huisgroepen en delen het evangelie wat hen geraakt heeft met anderen.

5.2.3 KANSEN VOOR LICHT

Volgens een van de respondenten kan LICHT nog directer en concreter aansluiten op de Rooms-Katholieke achtergrond van de Lichtenvoordenaars⁶². Volgens deze persoon is het een kans voor LICHT om de focus te richten op de reddende genade van Jezus, en minder op de persoon God. Daarbij is bruggen bouwen tussen verschillende leeftijdsgroepen en sociale klassen van belang. Dit kan volgens twee respondenten via meer maatschappelijke activiteiten⁶³, zoals het aanbieden van computercursussen, omgaan met internetbankieren en andere cursussen. De gemeenschapsvormende eigenschap van LICHT kan hierbij een belangrijke taak spelen⁶⁴.

Een andere respondent geeft aan dat de activiteiten en de boodschap van LICHT te vrijblijvend zijn. Het evangelie is niet vrijblijvend, en het werkt volgens hem niet dat de activiteiten van LICHT ook vrijblijvend zijn. Als men deel wil worden van een gemeenschap, mag men ook gevraagd worden om een praktische of financiële bijdrage. Dat geeft mensen, volgens de respondent, de mogelijkheid echt onderdeel van de gemeenschap te worden.

Andere respondenten geven op dezelfde vraag aan dat het moeilijk is om aan te sluiten bij de Lichtenvoordenaars, maar dat er wel potentieel is. Er zijn nu nog maar weinig gelovigen in Lichtenvoorde en het is van belang dat zij ook de boodschap van de reddende genade van Christus mogen door het woord mogen ontvangen. Een van de respondenten geeft aan dat het evangelie de grond van het bestaan is, zowel voor zichzelf als voor anderen in Lichtenvoorde. Dit kan, volgens een ouder echtpaar, door in te gaan op de (oudere) Katholieken die niet meer kerkelijk betrokken zijn. Veel van hen zijn nog wel op zoek naar zingeving, maar hebben geen band meer met de kerk.

⁶¹ Als antwoord op de vraag: ‘6. Welk woord of begrip komt het eerst bij u op als u aan het project LICHT denkt?’

⁶² Antwoord op de vraag ‘5. Wat kan dit (het evangelie) voor anderen in Lichtenvoorde betekenen?’

⁶³ Antwoord op vraag: ‘8. Welke uitdagingen of taken zijn er voor het project LICHT in Lichtenvoorde?’ Of te wel; heeft u tips voor LICHT om de Lichtenvoordenaars (beter) te bereiken?’

⁶⁴ Deze respondent denkt het eerst aan ‘bruggen bouwen’ als zij aan LICHT denkt.

LICHT heeft als doel om in 2015 een eigen predikantsplek te hebben, wat volgens een kritische respondent ook het hoofddoel moet blijven. Alleen zo kan LICHT serieus genomen worden als kerk, en kan het naast de Rooms-Katholieke kerk gaan staan. Samen met een andere respondent stelt hij dat LICHT niet serieus te nemen is, omdat mensen het als een ‘vage’ groep zien.

5.3 SAMENVATTING

Hoe staat het project LICHT bekend onder de inwoners van Lichtenvoorde?

Het antwoord op deze vraag geeft weer wat het imago is van LICHT. De afbeelding in paragraaf 3.4 laat zien dat het imago de weerslag is van de identiteit (visie&beleid). Om de vraag te beantwoorden spreken we over het ‘huidige imago’ van LICHT. Het imago is “de beleving die mensen hebben bij LICHT en vorm krijgt in de hoofden van mensen”⁶⁵ Tevens is dit imago tijdgebonden; het is het resultaat van het onderzoek wat in de afgelopen maanden heeft plaatsgevonden. Wanneer dit onderzoek een aantal jaar eerder of later had plaatsgevonden, was het imago wellicht anders geweest.

5.3.1 IS LICHT BEKEND?

Om antwoord te vinden op de vraag *hoe* LICHT bekend staat, is het van belang eerst in te gaan op de vraag *of* LICHT bekend is. Deze vraag geldt alleen voor de niet-betrokken Lichtenvoordenaars, omdat er van uitgegaan mag worden dat LICHT bekend is bij betrokkenen en ex-betrokkenen.

LICHT is bij meer dan een kwart van de respondenten niet bekend. Maar 14 van de 83 respondenten geeft aan dat zij zowel de naam, als datgene wat LICHT doet kennen. Daarnaast is er nog een grote groep die LICHT van naam (34 respondenten), of enkel van de activiteiten (4 respondenten) kent. Er kan geconcludeerd worden dat veel mensen de naam kennen, maar niet precies weten wat LICHT nu inhoudt en wat zij doen. In de aanbevelingen wordt daarom de aanbeveling gedaan om juist dit uit te breiden.

5.3.2 OVERWEGEND POSITIEF

Onder hen die LICHT kennen, staan zij relatief positief bekend. In ieder geval wordt het beeld niet negatief beoordeeld. De niet-betrokkenen benoemen eigenschappen als ‘gemeenschap’, ‘omzien naar elkaar’ en ‘positieve invloed’ als eigenschappen die het huidige imago van LICHT vormen.

Daarnaast zijn er een aantal negatievere kanten van het imago te benoemen. ‘Alleen voor gelovigen’ is een veelgehoord argument om het beeld van LICHT minder positief te benoemen. Daarnaast zijn er van de respondenten die het beeld van LICHT waarderen met ‘niet positief/niet negatief’ een aantal die, doordat zij LICHT niet of nauwelijks kennen, geen duidelijke omschrijving kunnen geven van het beeld wat er is van LICHT.

De nu al betrokkenen hebben een positief beeld van LICHT, welke zij waarderen met ‘thuis’ en ‘bruggen bouwen’.

⁶⁵ (Michels sd, 53)

6. CONCLUSIE

In dit hoofdstuk wordt er aan de hand van de resultaten antwoord gezocht op de hoofdvraag. We hebben het hierbij over de pragmatische taak van Osmer⁶⁶. De vraag hierbij is hoe LICHT kan reageren op de gegevens die in dit onderzoek naar voren zijn gekomen. Tevens wordt er het verband gelegd met de missionaire communicatie.

Hoe kan de missionaire communicatie van LICHT geoptimaliseerd worden door het huidige beleid van LICHT te evalueren in het licht van het bestaande imago onder de inwoners van Lichtenvoorde?

De aanbevelingen in dit hoofdstuk geven voor LICHT mogelijkheden en/of onmogelijkheden om de missionaire communicatie d.m.v. veranderingen te verbeteren. Hierbij dient het besef te bestaan dat het enkel aanbevelingen zijn, die vanuit de onderzochte gegevens gegeven kunnen worden. Een belangrijk aspect hierbij is dat elke aanbeveling of verandering enkel en alleen gebruikt kan worden, wanneer de Geest Gods' hier doorheen kan en mag werken.

6.1 BEELD & IMAGO

Omdat de vraag naar het beeld van LICHT een belangrijk onderdeel is van dit onderzoek wordt er in deze paragraaf uitgebreid stilgestaan bij deelvraag 5b; *Hoe kan het onderzochte beeld onder de Lichtenvoordenaars bijdragen aan de missionaire communicatie?*

Het imago wordt door de respondenten in het onderzoek positief (paragraaf 5.4) beoordeeld. Maar daarnaast zijn er ook veel respondenten die geen duidelijk beeld kunnen schetsen, omdat zij LICHT niet of nauwelijks kennen. Waar er onduidelijkheid bestaat, moet er duidelijkheid geschept worden. Dit kan LICHT doen door duidelijk te maken wie zij zijn, wat zij doen en welke rol zij in willen nemen in Lichtenvoorde. Het is daarbij belangrijk open en helder te zijn en zonder verborgen agenda te werk te gaan, zoals in paragraaf 4.2 is beschreven. Er zou een doel voor de Lichtenvoordenaars kunnen worden geformuleerd om de activiteiten aan op te hangen. Het formele doel voor 2015 is op dit moment om een stabiele gemeente te hebben, terwijl dit in principe niets weergeeft waar LICHT met de doelgroep (bewoners van Lichtenvoorde) naar toe wil. De persoonlijkheid die in paragraaf 4.4 wordt beschreven zegt al meer over wat LICHT voor de Lichtenvoordenaars wil betekenen, maar zegt vooral iets over de grond waaruit de nu betrokkenen en medewerkers uit leven. Erg positief, maar wat wil men nu echt betekenen voor Lichtenvoorde? Het blijkt dat LICHT op dit moment bij een aantal respondenten bekend staat als een club die gemeenschap brengt en omziet naar mensen (paragraaf 5.1). Wat is het dan goed om daarbij aan te sluiten en dit verder uit te bouwen. Concreet betekent dit dat LICHT mogelijkheden aan mag grijpen om dit beeld te 'versterken'.

6.1.1 BEELD IN RELATIE TOT MISSIONAIRE COMMUNICATIE

In de deelvraag gaat het heel specifiek over hoe het beeld (=huidige imago) bij kan dragen aan de missionaire communicatie. In paragraaf 4.2 staat dat missionaire communicatie "de communicatie is om andere mensen te informeren over Gods' plan, waar Gods geest doorheen mag werken." Het beeld van LICHT is overwegend positief, waarbij begrippen als 'gemeenschap', 'omzien naar elkaar' en 'positieve invloed' door niet-betrokkenen en 'thuis' en 'bruggen bouwen' door betrokkenen benoemd worden. Om de deelvraag te

⁶⁶ (Osmer 2008, 44)

beantwoorden is het van belang na te gaan wat 'Gods plan' is. Daar zijn in dit onderzoek al een aantal algemene passages over geschreven.

Het volgende is vanuit paragraaf 4.1 samengevat als Gods' plan:

- God staat aan het begin en het eind van alles.
- De schepping is het einddoel van Zijn heilsplan, waarvan de mens onderdeel is.
- Alle volken leerlingen van Christus
- Mensen mogen deel worden van het lichaam van Christus, de kerk/gemeente
- Binnen gemeenschap eigen gaven en talenten gebruiken tot eer van Hem en andere mensen.

6.2 AANBEVELINGEN

Nu het duidelijk is wat het beeld is en wat missionaire communicatie inhoudt, kunnen we antwoord geven op de deelvraag '*Hoe kan het onderzochte beeld onder de Lichtenvoordenaars bijdragen aan de missionaire communicatie?*'. Dit kan LICHT doen door beloftes op te stellen die aansluiten bij het huidige imago, zoals de volgende paragraaf beschrijft. Paragraaf 6.2.2 t/m 6.2.7 geeft specifieke aanbevelingen die aanzetten geven tot het 'verbeteren' van de missionaire communicatie, met daarbij de verbinding met de voorgaande hoofdstukken.

6.2.1 BELOFTES

Ga op zoek naar de beloftes van LICHT: Wat willen wij de verschillende groepen beloven?

Matthijs Vlaardingerbroek⁶⁸ stelt voor om als gemeente verschillende beloftes voor de verschillende groepen te formuleren. Deze beloftes mogen in overeenstemming zijn met de activiteiten die LICHT doet en het beeld wat anderen hebben van LICHT. Beloftes zijn ook met elkaar in overeenstemming en spreken elkaar niet tegen. Hierbij zou LICHT rekening kunnen houden met de verschillende groepen die op een of andere manier onderdeel zijn van de missie;

- a. Wat beloven wij God?
- b. Wat beloven wij de Lichtenvoordenaars?
- c. Wat beloven wij de bovenliggende organen (DEOG, Classis)
- d. Wat beloven wij de betrokkenen?
- e. Wat beloven wij onze medewerkers?

Drie belangrijke *beloftes* die LICHT als het ware nu al maakt zijn:

- *Als LICHT beloven wij dat er in 2015 een zelfstandige gereformeerde kerk bestaat, welke wordt geleid door een evangelisatiepredikant.*
- *Als LICHT beloven wij een open en gastvrije gemeenschap te zijn voor de inwoners van Lichtenvoorde.*
- *LICHT belooft het geloof in God en in Jezus als Gods Zoon uit te dragen in Lichtenvoorde.*

Kunnen deze beloftes wel naast elkaar bestaan en wat zegt dit over het *belong, believe* en *behave* principe? Op de *letter* afgaand vraagt een *zelfstandige gereformeerde kerk* niet meer te zijn dan het gedragen van een kerk (behave), terwijl *het geloof uitdragen* impliceert dat zij daadwerkelijk volgelingen van Jezus (believe) willen 'maken'. Een zelfstandige gereformeerde

⁶⁸ (Vlaardingerbroek 2011, 72 – 85)

kerk hoeft niet per definitie te bestaan uit ‘nieuwe’ gelovigen, maar kan ook bestaan uit al Gereformeerden die in LICHT bij elkaar komen. Daarbij komt dat een *open en gastvrije gemeente* zou betekenen dat iedereen er bij mag horen (belong). Het is daarom aan te bevelen om bij het maken van beloftes na te denken wat het belangrijkste is voor LICHT, omdat voor veel personen die meewerkten aan dit onderzoek en de onderzoeker het na dit gehele onderzoek niet geheel duidelijk is wat nu de volgorde is.

De combinatie van deze *beloftes* zijn een voorzet om het beleid van LICHT verder aan te sluiten bij de opdracht die LICHT heeft in Lichtenvoorde om volgelingen van Christus te maken. Het geeft ook de mogelijkheid om concreet te beschrijven wie zij zijn en wat zij willen doen.

6.2.2 BEKENDHEID VERGROTEN

Gebruik communicatiemiddelen in de eerste plaats (bijv. persberichten in de ELNA) om duidelijk te maken wie LICHT is en wat LICHT wil beloven aan de samenleving van Lichtenvoorde.

Ondanks dat veel respondenten aangeven wel eens te lezen over wat LICHT doet, is het minder duidelijk wie LICHT nou precies is en wat zij te bieden hebben⁶⁹. Daarom kan het nuttig zijn om via de communicatiemiddelen zoals persberichten te publiceren met daarin de omschrijving van LICHT. Ook kan LICHT er voor kiezen om via netwerken in Lichtenvoorde (bijv. bij andere kerken, scholen, bibliotheek, via posters, flyers) duidelijk te maken wat zij doen en willen uitdragen in Lichtenvoorde. Daarbij niet de focus leggend op een specifieke activiteit, wat nu veel gebeurt, maar vertellen wie zij zijn en wat zij willen bereiken in Lichtenvoorde. Ook is het daarbij gebleken dat zij een duidelijke positie innemen tegenover en/of naast de Rooms-Katholieke kerk. Daarvoor kunnen de benoemde beloftes voor Lichtenvoorde een richtlijn bieden. Als zij uitspreken dat zij een open en gastvrije gemeenschap zijn en naar mensen om willen zien omdat zij Jezus volgen en het gedrag in overeenstemming laten zijn met deze belofte, mag deze boodschap ook duidelijk worden in Lichtenvoorde.

6.2.3 LICHT ALS ONDERDEEL VAN GODS' MISSIE

Maak als LT van LICHT een pas op de plaats en sta stil bij het feit dat het niet gaat om LICHT of het stichten van een kerk, maar het weten dat men onderdeel is van Gods' zending in deze wereld. Denk met elkaar na wat dit betekent voor LICHT.

Duidelijk maken wat LICHT wil bereiken is een, het ook uitdragen is nog veel belangrijker. LICHT lijkt met een doel voor de predikantsplek in 2015 (paragraaf 1.1.1) gericht op het winnen van zielen voor een gereformeerde kerk, terwijl men veel meer gericht wil zijn op het zielen winnen voor Christus⁷⁰ (paragraaf 4.2). Dit komt voort uit feit dat het initiatief en de ondersteuning voor LICHT vanuit de GKV komt. In de eerste plaats is het een aanbeveling waard om als LT van LICHT een pas op de plaats te maken en bewust stil te staan bij het feit dat het niet gaat om LICHT of het stichten van een kerk, maar het weten dat men onderdeel is van Gods' zending in deze wereld. (paragraaf 4.1) Het gaat niet om de activiteiten die LICHT doet, maar het gaat om Gods' aanwezigheid onder de mensen die op verschillende manieren in contact komen met LICHT.

⁶⁹ Zie paragraaf 5.1

⁷⁰ Bijlage 5 gesprek met Kasper & Kees

In de grote opdracht (paragraaf 4.1) staat duidelijk vermeld dat Jezus zijn discipelen er op uit stuurt om volken leerlingen van hem te maken. 'Er op uit gaan' kan voor LICHT een nieuwe dimensie krijgen. Waar men nu veel activiteiten in eigen gebouwen organiseert (paragraaf 3.3), kunnen er mogelijkheden worden gezocht om uit te gaan en activiteiten te organiseren op plaatsen waar eerder niet-betrokken Lichtenvoordenaars aanwezig zijn. De LICHT-week is daar een goed voorbeeld van, maar ook andere activiteiten (zoals een ALPHA-cursus) zou op een 'neutrale' locatie (zoals de bibliotheek, ander buurtcentrum) kunnen plaatsvinden. De samenkomsten in de Schoppe zouden in dit geval ook genoemd kunnen worden, maar zouden na een aantal jaar kunnen verplaatsen naar een andere locatie. Groot voordeel hiervan is dat vaak andere mensen geïnteresseerd raken of *bij toeval* zien dat er iets wordt georganiseerd. Zo kunnen activiteiten een meer 'ga naar hen' karakter krijgen, in plaats een 'kom naar ons' karakter. Nadeel kan zijn dat mensen die gewoon zijn met de gang van zaken negatief kunnen reageren en het minder interessant vinden om deel te nemen. Ander feit dat in dit geval meespeelt is de exploitatie van '2gether'. Dit moet toch betaald worden, ook wanneer er geen activiteiten plaatsvinden.

6.2.4 DOELGROEP

Organiseer activiteiten op plaatsen waar eerder niet-betrokken Lichtenvoordenaars aanwezig zijn, zoals een ALPHA-cursus in de kantine van een voetbalvereniging.

Leeftijd

Bij de bespreking van de demografische gegevens (paragraaf 2.2) is naar voren gekomen dat de samenstelling van de bevolking in Lichtenvoorde sinds 2004 veranderd is. In 2002⁷¹ is er bewust ingezet op de doelgroep op *de jeugd in het algemeen en jonge gezinnen*, dus vooral Lichtenvoordenaars tot de leeftijd van 30 jaar. Het aantal inwoners onder de 25 jaar is sterk gedaald (zie tabel 2.1), waardoor de doelgroep in theorie ook kleiner is geworden. Het is wel zo dat in gesprek met Kasper en Kees duidelijk is geworden dat de doelgroep niet strikt wordt gehanteerd, maar met verschillende activiteiten wel aan willen sluiten bij deze doelgroep. Maar om vooral de groep tussen de 15 – 30 te bereiken zijn activiteiten niet voldoende. Om in het drukke leven van hen aanwezig te zijn mag LICHT op zoek gaan naar nieuwe manieren. Hoewel het duidelijk is dat deze categorie wel op zoek is naar zingeving en kansen ziet voor geloofsgemeenschappen (paragraaf 5.1.2), zijn zij juist in het dagelijks leven druk en hebben ze minder tijd om activiteiten te bezoeken. Met hen zou er op een andere manier contact gezocht kunnen worden via bijvoorbeeld digitale media. Daarover in paragraaf 6.2.6 meer.

Rooms-Katholieke Achtergrond van Lichtenvoorde

Neem als LICHT een duidelijk hernieuwde positie in naast of tegenover de Rooms-Katholieke kerk in Lichtenvoorde.

Lichtenvoorde staat bekend als een dorp met een Rooms-Katholieke signatuur, zoals in paragraaf 2.1 is gebleken. Uit de enquêtes is tevens gebleken dat 61% van de respondenten nog lid zijn van de Rooms-Katholieke kerk⁷². LICHT probeert middels gezamenlijke vespers de samenwerking te zoeken met de Rooms-Katholieke kerk. Toch is de samenwerking erg lastig, omdat in de eerste beleidsplannen is vermeld dat er geen Bijbelgetrouwe verkondiging was in Lichtenvoorde (paragraaf 4.3). Aan de andere kant zijn er ook veel

⁷¹ (Classis GKV Zutphen 2002)

⁷² Zie bijlage 3 met onderzoeksresultaten

respondenten die, ondanks het lidmaatschap, afscheid hebben genomen van de Rooms-Katholieke kerk. Zoals gezegd heeft dit te maken met de verschillende maatschappelijke kwesties. Toch is er een zekere behoefte aan zingeving (paragraaf 5.2.3), maar wil dit niet zeggen dat mensen meteen ontvankelijk zijn voor het evangelie (paragraaf 4.3). Het is daarom aan te bevelen dat LICHT in hun visie en beleid een duidelijk hernieuwde positie inneemt naast en/of tegenover de Rooms-Katholieke kerk in Lichtenvoorde. Enerzijds is het aan te bevelen dat samenwerking niet uit de weg gegaan moet worden, omdat er zoveel zijn die nog wel verbonden met die kerk. Anderzijds mag men duidelijk stelling nemen over het feit dat LICHT wezenlijk anders is en andere belangen wil volgen (volgens paragraaf 4.3) dan de Rooms-Katholieke kerk. Vanuit een nieuwe visiebepaling kan er al dan niet contact gezocht worden met vertegenwoordigers van de Rooms-Katholieke kerk.

Het Dorpse Platteland

Wees aanwezig of onderdeel van gebruiken en tradities die specifiek bij Lichtenvoorde horen, zoals de bloemencorso of zomermarkt.

Lichtenvoorde maakt deel uit van het dorpse platteland van Nederland (paragraaf 2.3). Daarbij komt opnieuw⁷³ naar voren dat Lichtenvoordenaars graag onderdeel blijven van Lichtenvoorde en er weinig nieuwkomers zijn. Dit betekent dat er een relatief sterke gemeenschap is in Lichtenvoorde. LICHT wordt nog vaak gezien als ‘nieuwkomer’, wat betekent dat er een kans is om onderdeel te worden van die gemeenschap wanneer LICHT ingaat op deze gemeenschap. De ‘incarnatie’ van LICHT kan daarbij een belangrijke rol spelen (paragraaf 4.2). Dit kan men doen door aanwezig of onderdeel te zijn bij plaatselijke gebruiken en tradities, zoals de bloemencorso of zomermarkt.

6.2.5 BOEKHANDEL & DORSPASTORAAT

Richt op het dorpspastoraat en inloop-karakter van de boekwinkel en maak dit bekend.

Hoewel de boekwinkel het bekendst is onder de respondenten van het onderzoek, voelen weinig van hen zich aangetrokken om een bezoek te brengen. Zoals gezegd (paragraaf 5.1) heeft dit te maken met het feit dat deze bekend staat als een *christelijke* boekhandel en niet als plek om zomaar binnen te lopen. Er zijn maar weinig respondenten bekend met het dorpspastoraat, terwijl de eenzaamheid in dorpen als Lichtenvoorde best nog hoog is (paragraaf 2.3). Omdat dit onderdeel van LICHT best arbeidsintensief is, valt het aan te bevelen dat hier meer mee gedaan wordt. Daarbij zouden twee wegen bewandeld kunnen worden. Enerzijds kan er gekozen worden voor een rigoureuze keuze om de christelijke boekhandel aantrekkelijker te maken voor de gemiddelde Lichtenvoordenaar. Dit betekent dat het assortiment uitgebreid kan worden met ‘seculiere’ boeken en aanverwante zaken. Voordeel zou kunnen zijn dat er eerder bezoekers komen zonder de genoemde motieven. De boekhandel zou zich kunnen onderscheiden door de persoonlijke benadering en mogelijkheid tot gesprek. Anderzijds is het vanuit financieel oogpunt niet reëel om de concurrentie aan te gaan met de reeds bestaande boekhandel in Lichtenvoorde⁷⁴. Een andere keuze zou kunnen zijn om zich meer te richten op het dorpspastoraat en inloop-karakter van de boekwinkel. Dit zou betekenen dat de boekwinkel zich meer richt op het gesprek met de bezoeker en het persoonlijke contact zoekt met de mensen Lichtenvoorde. Daarmee

⁷³ Ook in 2002 is geconcludeerd dat de inwoners van Lichtenvoorde ‘loyaal’ zijn aan Lichtenvoorde en relatief weinig vertrekken uit Lichtenvoorde.

⁷⁴ Lichtenvoorde kent een grote boekhandel: Kramer.

geeft men gehoor aan de opdracht van Jezus om er zijn voor de naaste (paragraaf 4.1) en gaat men in op de kansen die respondenten noemen om gemeenschappen te vormen en in te gaan op de eenzaamheid die er is. Het lijkt er op dat dit nu al gebeurt, maar onder de respondenten bestaat het beeld dat het pand aan de Dijkstraat in de eerste plaats een boekwinkel is, en geen ontmoetingsplek. Hier zou meer bekendheid aan gegeven kunnen worden via de website, BLOG en sociale media.

6.2.6 MAATSCHAPPELIJKE ACTIVITEITEN

Organiseer (meer) activiteiten die ingaan op praktische (en kleine) noden, zoals een cursus 'het omgaan met een tablet' of 'internetbankieren voor beginners'.

De betrokken Lichtenvoordenaars geven aan dat LICHT meer maatschappelijke activiteiten kan ontwikkelen, zonder direct met woorden te getuigen. Daar waar mensen al zien dat LICHT om wil zien naar de mensen in nood, kan LICHT activiteiten organiseren die bedoeld zijn voor praktische (en kleine) noden. Een van de respondenten noemt het voorbeeld van de cursus omgaan met internetbankieren. Wanneer LICHT duidelijk is over de beloftes die zij maken, maar daarbij ook andere activiteiten, zoals een praktische cursus, aanbieden zien mensen minder problemen. Voordeel van deze aanbeveling is dat er meer mensen in aanraking komen met LICHT. Het nadeel kan zijn dat LICHT minder getuigend is.

6.2.7 SAMENKOMSTEN ALS THUIS?

Maak intensief gebruik van (digitale) kanalen om een groot gedeelte van de Lichtenvoordenaars te bereiken.

De tweewekelijkse samenkomst van LICHT is bij de niet-betrokken Lichtenvoordenaars relatief bekend (paragraaf 5.1), terwijl deze maar door een respondent bezocht wordt. Dit zou goed te maken kunnen hebben met het feit dat de betrokken Lichtenvoordenaars de samenkomsten zien als de basis en 'thuis' van de gemeenschap van LICHT. De samenkomsten zijn wat betreft vorm en liturgie vergelijkbaar met andere kerkgenootschappen⁷⁵, terwijl het doel van de samenkomsten is om laagdrempelig te zijn. Toch zijn de samenkomsten erg belangrijk, omdat hier de uitleg van het Woord ter sprake komt, wat van wezenlijk belang is voor het bekendmaken van het evangelie (paragraaf 4.3). Bij de samenkomsten en de huisgroepen wordt men toegerust om discipel te zijn van Christus. Het zou daarom goed zijn om het woord van God op een andere manier tot de Lichtenvoordenaars te laten komen. Omdat mensen in deze tijd (en zeker de groep 25-45) vaak via internet op zoek gaan naar antwoorden⁷⁶, is dit een goede plek om aandacht te geven aan de eerste basisbeginselen van het evangelie. LICHT is op dit moment al aanwezig op Facebook en heeft een website, maar door optimaal gebruik te maken van de mogelijkheden kan het bereik verder uitgebouwd worden. Het is dan ook aan te bevelen om intensief gebruik te maken van deze digitale kanalen om een groot gedeelte van de Lichtenvoordenaars te bereiken. Juist de relatief grote categorie van 15-45 zijn te vinden op het wereld-wijde-web (paragraaf 2.2.1). Via Google kan men middels Search Engine Optimisation ingezet worden op een betere vindbaarheid van LICHT op het internet door

⁷⁵ Op 12 mei heb ik de samenkomst bezocht en ondervonden dat deze wat betreft lijn van dienst lijken op andere kerkdiensten. Er is een voorganger die de dienst leidt, een muziekgroep en er wordt een kinderverhaal vertelt.

⁷⁶ Nederlanders zijn via PC en laptop in 2011 zo'n 30 uur per maand online. 70% van de internetters zoekt naar informatie via internet. (Statistieken sd)

mensen uit Lichtenvoorde. Via sociale media kunnen er prikkelende citaten of teksten gepubliceerd worden, die mensen aan het denken zetten. Voordeel hiervan is dat LICHT ook op het internet aanwezig is en beter vindbaar wordt. Nadeel is dat mensen aan de hand van berichten op internet kunnen kiezen om deel te nemen aan activiteiten of betrokken te raken. Des te belangrijker is het om met beleid om te gaan met de digitale media.

6.3 SAMENVATTING

De specifieke aanbevelingen op een rij:

1. Ga op zoek naar de beloftes van LICHT: Wat willen wij de verschillende groepen beloven? (6.2.1)
 - f. Wat beloven wij de Lichtenvoordenaars?
 - g. Wat beloven wij de bovenliggende organen (DEOG, Classis)?
 - h. Wat beloven wij de betrokkenen?
 - i. Wat beloven wij onze medewerkers?
2. Gebruik communicatiemiddelen in de eerste plaats (bijv. persberichten in de ELNA) om duidelijk te maken wie LICHT is en wat LICHT wil beloven aan de samenleving van Lichtenvoorde. (6.2.2)
3. Maak als LT van LICHT een pas op de plaats en sta stil bij het feit dat het niet gaat om LICHT of het stichten van een kerk, maar het weten dat men onderdeel is van Gods' zending in deze wereld. Denk met elkaar na wat dit betekent voor LICHT. (6.2.3)
4. Organiseer activiteiten op plaatsen waar eerder niet-betrokken Lichtenvoordenaars aanwezig zijn, zoals een ALPHA-cursus in de kantine van een voetbalvereniging. (6.2.4)
5. Neem als LICHT een duidelijk hernieuwde positie in naast en/of tegenover de Rooms-Katholieke kerk in Lichtenvoorde. (6.2.4)
6. Wees aanwezig of onderdeel van gebruiken en tradities die specifiek bij Lichtenvoorde horen, zoals de bloemencorso of zomermarkt. (6.2.4)
7. Richt op het dorpspastoraat en inloop-karakter van de boekwinkel en maak dit bekend. (6.2.5)
8. Organiseer (meer) activiteiten die ingaan op praktische (en kleine) noden, zoals een cursus 'het omgaan met een tablet' of 'internetbankieren voor beginners'. (6.2.6)
9. Maak intensief gebruik van digitale kanalen om een groot gedeelte van de Lichtenvoordenaars te bereiken. (6.2.7)

GECITEERDE WERKEN

- sd. <http://nl.wikipedia.org/wiki/Lichtenvoorde> (geopend april 10, 2013).
- sd. <http://www.lichtindeachterhoek.nl> (geopend maart 6, 2013).
- CBS. *Statline Tabel Toelichting*. sd. <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/> (geopend april 19, 2013).
- Centraal Bureau voor de Statistiek. *Kerncijfers van Wijken en Buurten*. sd. <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/default.aspx?DM=SLNL&PA=70904ned&D1=1%2c3-14%2c17-19%2c25-32%2c65-66%2c74-77%2c80-81%2c111%2c114%2c121%2c158-159%2c177%2c179&D2=4694-4695%2c4700%2c4961-4964%2c4969%2c16485-16488%2c16499&D3=0%2c6-8&HDR=T&STB=G1%2c> (geopend april 16, 2013).
- CEOG. „Licht in de Achterhoek; evangelisatie-inspanning gericht op de kerkplanting in Lichtenvoorde in de Achterhoek.” Doesburg, 2005.
- Chester, Tim, en Steve Timmis. *Total Church*. Amerongen: The Media Alliance, 2011.
- Classis GKV Zutphen. *Plan van Aanpak Lichtenvoorde*. Zutphen: CEOG, 2002.
- Dijkstra, Wil, en Jan Smit. *Onderzoek met vragenlijsten; een praktische handleiding*. Amsterdam: VU Uitgeverij, 1999.
- E&R. *De vereniging Evangelisatie & Recreatie*. 24 oktober 2011. <http://www.eenr.nl/index.php/vereniging/vereniging> (geopend april 17, 2013).
- Gaze, Sally. *Mission-Shaped and Rural*. London: Church House Publishing, 2007.
- Gemeente Oost-Gelre. *Historie Lichtenvoorde*. sd. http://www.oostgelre.nl/default/OverOostGelre/Historie/Lichtenvoorde/id_29419 (geopend april 10, 2013).
- Hart, Joep de. *Zwvende Gelovigen*. Amsterdam: Bert Bakker, 2011.
- Jaarplan*. LICHT, 2013.
- Lichtenvoorde Commissie. *Visiedocument LICHT in de Achterhoek*. Lichtenvoorde: CEOG, 2009.
- Michels, Wil. *Communicatie Handboek*. Groningen: Wolters Noordhoff, sd.
- Noort, Gerrit, Stefan Paas, Henk de Roest, en Sake Stoppels. *Als een kerk opnieuw begint*. Zoetermeer: Boekencentrum, 2007.
- Osmer, Richard R. *Practical Theology*. Grand Rapids; Michigan: Wm. B. Eerdmans Publishing, 2008.
- Otten, Dirk. *Hoe God verscheen in Saksenland*. Deventer: Universitaire Pers, 2012.
- Raad voor het Landelijk Gebied. „Kansen voor een krimpend platteland.” Utrecht, 2009.
- Riel, Cees B.M. van. *Identiteit en Imago*. Schoonhoven: Academic Service, 2003.
- Roest, Henk de. *En de wind steekt op: Kleine ecclesiologie van de hoop*. Zoetermeer: Boekencentrum, 2005.

Statistieken. sd. <http://www.marketingfacts.nl/statistieken/algemeen/> (geopend mei 28, 2013).

van der Voordt, Theo, en Wendelien Lans. *Beschrijvend Onderzoek*. sd. <http://team.bk.tudelft.nl/Publications/2000/Ways%20to%20study%20preliminary%20Dutch%20versions/05Beschrijvend%20onderzoek.htm> (geopend maart 6, 2013).

Vermeij, Lotte, en Gerald Mollenhorst. *Overgebleven dorpsleven; Sociaal kapitaal op het hedendaagse platteland*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau, 2008.

Vlaardingerbroek, Matthijs. *Grensverleggend; hoe de kerk opnieuw missionair kan zijn*. Heerenveen: Medema, 2011.

Vriendschapsevangelisatie. sd. http://www.herschepping.nl/08wl/getuigen_07discipelen_maken.php (geopend mei 27, 2013).

BIJLAGE 1 – FORMAT PROJECTPLAN

Projectopdracht: Imago-onderzoek en Missionaire Communicatie binnen Missionair project GKV 'Licht' Lichtenvoorde

Versie : Definitief

Datum : 14-3-2013

Auteur : Gerben Schipper

Opdrachtgever : Missionair project GKV 'Licht in de Achterhoek' Lichtenvoorde

Contactpersoon : Kasper van Helden – Jeugdwerker

Projectplan

A. Aanleiding

Via LinkedIn is er contact gelegd tussen Kasper van Helden, jeugdwerker binnen het project 'LICHT' en mijzelf. Het project Licht is een missionair project vanuit de classis Zutphen van de Gereformeerde Kerken Vrijgemaakt (hierna GKV). Het project is in het najaar 2004 gestart vanuit de gedachte dat er geen structurele evangelisatie plaatsvindt in Oost-Gelderland. Lichtenvoorde wordt vanuit de classis aangewezen omdat hier de grootste witte vlek te vinden is.

Het project is uiteengezet in 3 fases te weten;

Fase 1: Zorg voor aanwezigheid en bekendheid. Deze fase heeft zich gekenmerkt door lokale aanwezigheid, informatieoverdracht, relaties aangaan en deel uitmaken van de lokale gemeenschap. Deze fase is begonnen in 2002 waarbij een stappenplan is uitgewerkt om evangelisatieactiviteiten in Lichtenvoorde op te pakken en uit te voeren. In november 2004 zijn de eerste activiteiten opgestart in de Adelaarswiek, waar vanaf dat moment een team aanwezig is. In 2006 zijn er twee parttime evangelisatiewerkers in dienst genomen. Tot aan 2008 zijn zij bezig geweest om een nieuwe impuls te geven aan het evangelisatieproject.

Fase 2: Uitbouw van de aanwezigheid en bekendheid en door de start van gemeentestichting. (2008 – 2011) Er zullen verschillende activiteiten worden gepland, waardoor LICHT bekend wordt in Lichtenvoorde. Ook zal er op zoek gegaan worden naar een nieuw pand.

Fase 3: Gemeenschapsvorming staat centraal (2011 – 2016). De huidige ondersteuning door de landelijke GKV zal in 2015 naar alle waarschijnlijkheid vervallen. De gemeente moet zichzelf kunnen onderhouden of elders fondsen moeten werven.

Inmiddels is vanuit de classis de toezegging gedaan dat er ook na 2016 financiële ondersteuning blijft bestaan voor het project LICHT.

B. Probleem en doelstelling

Probleemstelling:

De werkers van het project LICHT weten niet hoe de missionaire communicatie bij de doelgroep (inwoners van Lichtenvoorde) aankomt en welk beeld de doelgroep heeft van het project LICHT. Zij willen weten of de missionaire communicatie, zoals zij deze hebben beschreven in verschillende jaarplannen met visie en doelen, aansluiten bij de doelgroep en welk beeld de doelgroep daardoor van het project LICHT heeft. Ook zijn zij benieuwd hoe zij met deze informatie hun *communicatie* naar de doelgroep kunnen optimaliseren.

Doelstelling Onderzoek:



De werkers van het project LICHT krijgen met dit onderzoek aanbevelingen aangereikt om de *missionaire communicatie* naar de inwoners in Lichtenvoorde verder te verbeteren.

Deze doelstelling wordt in de volgende deeldoelen concreet zichtbaar:

1. Het onderzoek geeft een beschrijving van relevante demografische informatie over Lichtenvoorde.
 - Door deze informatie in te kaderen, wordt er inzicht gegeven in de doelgroep.
2. In het onderzoek wordt de noodzaak van evangelisatie (in een dorp als Lichtenvoorde) theologisch geduid.
 - Omdat het gaat om de boodschap van God is het van belang dat er stil wordt gestaan bij de noodzaak van evangelisatie.
3. Het onderzoek geeft een beschrijving van de huidige beleid van LICHT.
 - Het beleid(waarin visie, beleid en doelen samenkomen) is leidend voor de boodschap die gecommuniceerd wordt. Ook de manier waarop gecommuniceerd wordt komt voort uit het beleid.
4. Het onderzoek geeft informatie over het beeld van het project LICHT onder de inwoners van Lichtenvoorde.
 - De te onderzoeken inwoners van Lichtenvoorde worden onderverdeeld in de volgende groepen:
 - Lichtenvoordenaars die niet betrokken zijn (geweest) bij LICHT
 - Lichtenvoordenaars die in het verleden betrokken zijn geweest bij LICHT
 - Lichtenvoordenaars die op dit moment betrokken zijn bij LICHT
5. In het onderzoek worden (a.d.h.v. datgene wat met het bovenstaande is onderzocht) aanbevelingen gedaan om de missionaire communicatie naar de doelgroep verder te verbeteren.
 - Dit betekent dat datgene wat gecommuniceerd wordt door LICHT ook naar voren komt.

Toelichting:

In de eerste plaats wil de opdrachtgever een beeld krijgen in hoeverre zij bekend is bij de inwoners van Lichtenvoorde en waarin hij aansluit bij de deelnemers die nu al bij het project zijn betrokken. Dit is een zoektocht naar het imago van het project. Het imago zegt iets over het beeld wat de doelgroep heeft van LICHT. Dit wordt gevormd door beelden, associaties en ervaringen die de Lichtenvoordenaars hebben met en van LICHT. Het imago is iets wat uit het project en bijbehorende factoren komt. Het imago onder de inwoners van Lichtenvoorde komt voort uit datgene wat LICHT communiceert door haar activiteiten en PR.

Omdat de activiteiten en PR zijn gefundeerd in het beleid van LICHT, is het van belang om onderzoek te doen naar *wat en hoe* zij eigenlijk communiceren. Wanneer het helder is *wat en hoe* LICHT communiceert, kan er een koppeling plaatsvinden met de informatie van de doelgroep. Door onderzoek te doen naar het imago van LICHT onder de doelgroep kan er beschreven worden *wat* er van de boodschap van LICHT wordt ontvangen en onthouden. Door deze gegevens te interpreteren ontstaat er kennis of de manier van communiceren wel of niet aansluit bij de doelgroep.

Wanneer er positieve kanten worden belicht, kunnen deze sterkten en kansen ter bevordering van het missionaire handelen worden 'uitgebuit'. Hierdoor kan er specifiek gewerkt worden aan de positieve kanten van het project. Ook negatieve kanten kunnen gebruikt worden om de missionaire communicatie van LICHT te optimaliseren

Door ook de noodzaak van evangelisatie in een dorp als Lichtenvoorde te beschrijven komt er een theologische reflectie op het handelen van LICHT in Lichtenvoorde. Wanneer die noodzaak te duiden is, kunnen er door de koppeling met de gecommuniceerde boodschap van LICHT en de ontvangen boodschap bij de Lichtenvoordenaars aanbevelingen worden gedaan worden om de missionaire communicatie (verder) toe te spitsen op de doelgroep en daardoor bij mag dragen aan de opbouw van gemeenschappen van Christus in Lichtenvoorde.

Wat is missionaire communicatie?

Bij missionaire communicatie gaat het kortgezegd over de boodschap van God. Missionaire communicatie *communiceert* het Evangelie, op welke wijze dan ook. Daarbij gaat het om gedrag,

symbolen en de communicatie in woord en geschrift wat voortkomt uit het geloof in Jezus Christus. Het is dus altijd gefundeerd *in* het geloof in Christus.

De missionaire communicatie van LICHT komt concreet tot uiting in de activiteiten en de PR (gedrag en symbolen) van het project. Alle uitingen van LICHT zijn gefundeerd in visie en beleid, welke ten diepste verbonden zijn met het Evangelie. Feit is dat alles wat zij communiceren *missionair* is.

Onderzoeksvraag:

Hoe kan de missionaire communicatie van LICHT geoptimaliseerd worden door het huidige beleid van LICHT te evalueren in het licht van het bestaande imago onder de inwoners van Lichtenvoorde?

Toelichting bij formulering van de onderzoeksvraag

Om de sterkte van het project inzichtelijk te krijgen is er onderzoek nodig naar wat de huidige deelnemers en betrokkenen aantrekt in het handelen van het project. Tevens is er onderzoek nodig naar hoe het project bekend staat onder de niet-betrokken dorpsbewoners bij LICHT. Om vanuit het bestaande imago aanbevelingen te kunnen doen is het van belang om datgene wat gecommuniceerd wordt (vanuit het beleid) te evalueren met het bestaande imago onder de doelgroep. Aan de hand van deze conclusies kunnen er aanbevelingen worden gedaan om de missionaire communicatie vanuit het beleid te optimaliseren. De volgende deelvragen heb ik daarbij opgesteld.

Deelvragen

1. Welke actuele demografische gegevens zijn relevant voor het project LICHT?
2. Wat is de noodzaak van evangelisatie in Lichtenvoorde?
3. Wat is de huidige visie en het huidige beleid van LICHT?
4. Hoe staat het project LICHT bekend onder de inwoners van Lichtenvoorde?
5. Op welke wijze wordt er uiting gegeven aan het beleid van LICHT en hoe kan het onderzochte beeld onder de Lichtenvoordenaars bijdragen aan de missionaire communicatie?

Doelstelling

De werkers van het project 'Licht in de Achterhoek' kunnen aan de hand van de resultaten van het afstudeeronderzoek richting geven aan de visie en activiteiten van het project, met name als het gaat om de missionaire communicatie.

C. Projectresultaten

Het afstudeeronderzoek is in opdracht van de werkers van het project 'Licht in de Achterhoek'. De jeugdwerker (Kasper van Helden) en de predikant (Kees van de Beek) zijn telkens op zoek om in verbinding te komen met de mensen uit Lichtenvoorde. Het eindproduct levert inzicht op hoe de betrokkenen en de niet-betrokkenen tegen 'LICHT' aankijken, waardoor zij hun werk beter kunnen richten op het imago wat het project heeft. Ook de negatieve kenmerken kunnen bijdragen aan de opbouw van het project. Dit betekent dat bij het schrijven van het product (een schriftelijk product met aanbevelingen) rekening gehouden wordt met het niveau van de werkers.

Eindproduct

Het eindproduct bestaat uit een adviesrapport waarmee LICHT inzicht krijgt in het beeld wat zij heeft onder de Lichtenvoordenaars en hoe dit beeld en de *huidige* demografische gegevens van belang kunnen zijn voor de missionaire communicatie

D. Activiteiten

Aan de hand van de *Deelvragen* zal het grootste deel van het onderzoek vorm krijgen. Daarnaast is literatuurstudie een belangrijk aspect van het onderzoek.

1. Welke actuele demografische gegevens zijn relevant voor het project LICHT?
 - *Definitie van Lichtenvoorde als dorp (literatuurstudie) en demografische gegevens*
 - *Definitie van de Kerkelijke achtergrond/geschiedenis van Lichtenvoorde*
2. Wat is de noodzaak van evangelisatie in Lichtenvoorde?
 - *Waarom evangelisatie?*
 - *Waarom Lichtenvoorde?*
 - *Theologisch-Missiologische onderbouwing vanuit de literatuur (zie literatuurlijst)*
 - *Definieren van het begrip 'missionaire communicatie'*
3. Wat is de huidige visie en het huidige beleid van LICHT?

- *Interview Leiderschapsteam*
- *Bestuderen relevante visiedocumenten*
- 4. Hoe staat het project LICHT bekend onder de inwoners van Lichtenvoorde?
 - *Definiëren van een straatinterview*
 - *Vragen uitwerken voor straatinterview*
 - *Uitvoeren straatinterview*
 - *Definiëren interview/enquête voor (betrokken) bezoekers project 'Licht'*
 - *Interview uitvoeren*
 - *Interviews uitwerken*
 - *Rekening houden met de breedte van de doelgroep*
 - *Interviews uitwerken*
- 5. Op welke wijze wordt er uiting gegeven aan het beleid van LICHT en hoe kan het onderzochte beeld onder de Lichtenvoordenaars bijdragen aan de missionaire communicatie?
 - *Wat wordt er vanuit LICHT gecommuniceerd.*
 - *Informatie verwerken in uitgebreide SWOT-analyse. (strongs, weakness, opportunities, treaths)*
 - *Uitwerken aanbevelingen*

E. Tijd

De periode van onderzoeken en uitwerken loopt vanaf eind januari tot en met eind mei.

Januari: Concretisering Projectplan

Februari: literatuurstudie specifieke kenmerken Lichtenvoorde en LICHT

Februari – Maart: Interviews Definieren

Maart – Begin April: Uitvoeren Interviews

Geld/uren

500 uur verdeeld over 19 weken

F. Kwaliteit

Het resultaat is goed, wanneer de doelen die geformuleerd zijn behaald worden. Daarnaast dient de kwaliteit gewaarborgd te zijn door de kwaliteitskenmerken die opgesteld zijn door de Academie Theologie aan de Christelijke Hogeschool Ede.

Daarnaast is het resultaat voldoende wanneer ik inzicht krijg in het proces van gemeentestichting in een dorp als Lichtenvoorde. Ik hoop lering te trekken uit de conclusies van het onderzoek, om deze later in het werkveld te kunnen benutten.

G. Communicatie

De opdrachtgever en de afstudeerbegeleider zullen bij elke belangrijke stap geïnformeerd worden via mail om toe te zien of het onderzoek verloopt volgens de normen. Tevens zal er tweewekelijks een contactmoment zijn met de opdrachtgever om de kwaliteit te waarborgen.

De communicatie vindt plaats op de momenten wanneer dit van belang is. Deze momenten zijn ingekaderd in de bijgevoegde planning.

H. Organisatie

Het eerste contact verloopt via Kasper van Helden. Hij zal in overeenstemming met Kees van de Beek er op toe zien dat de kwaliteit gewaarborgd blijft en het onderzoek plaats kan vinden binnen het project.

BIJLAGE 2 – VAN COMMISSIE TOT PROJECT

September 1998: Startcommissie ingesteld.

1999–2000: 3 fasen uiteengezet; Inventarisatie, Strategieën en Keuzen.

Fase 1 Inventarisatie: Conclusie dat er in Winterswijk, Groenlo/Lichtenvoorde, 's-Heerenberg en Didam geen Bijbelgetrouwe kerken zijn. Demografie in kaart gebracht.

Fase 2 Strategieën: Hoe komen we tot een inzet te komen van een evangelisatiepredikant in Oost-Gelderland.

Fase 3 Keuzes: Nuloptie Winterswijk; heeft gebleken dat Winterswijk uiteindelijk meer positief op de kerkelijke kaart staat dan eerder duidelijk is geworden. Uiteindelijke conclusie dat er genoeg argumenten zijn om te gaan voor een nuloptie in Lichtenvoorde.

2002: Visie gevormd op evangelisatie in Oost-Gelderland

Fase 1

2002: Strategie voor nuloptie in Lichtenvoorde gekozen om de volgende redenen:

- Er is weinig kerkelijke betrokkenheid. Mensen zijn vooral druk met materialistische zaken.
- Mensen worden zeer in beslag genomen door gewone dingen. Bij jongeren is er een grotere afstand tot de kerk en het geloof.
- Er is onverschilligheid tegenover het geloof.
- Er is geen Bijbelgetrouwe prediking
- Nieuwe boodschap vanuit het Woord kan nieuwsgierigheid wekken.
- In Lichtenvoorde wonen geen vrijgemaakten.
- Jongeren staan, volgens ervaring, onbevangener tegenover gesprek over levensvragen en geloof.
- Lichtenvoorde is de grootste witte vlek, binnen een witte vlekkengebied. Er is voldoende te bereiken potentieel
- Samenwerking met en ondersteuning door GKv Doetichen, GKv Neede en CGK Aalten is mogelijk.

2003: Oprichting Lichtenvoorde Commissie (LC)

November 2004 – maart 2005: Aanwezigheid op zaterdag in *de Adelaarswiek* om mensen uit te nodigen voor de avondactiviteiten. Tientallen bezoekers zijn verwelkomd. Onderlinge banden tussen meewerkende kerkgenootschappen aangehaald. Inloopavonden.

2005: Inzet Evangelie & Recreatie

2006: Twee evangelisatiewerkers in dienst genomen. Zij onderhouden bestaande contacten en leggen nieuwe contacten. Huisbijeenkomsten en sing-ins worden georganiseerd.

2007: Een huisgroep van 15 volwassenen, welke elke twee weken bij elkaar komen om te eten en de Bijbel te bestuderen.

Fase 2⁷⁷

⁷⁷ (Lichtenvoorde Commissie 2009)

2008: Betrekking van nieuwe pand in Centrum Lichtenvoorde. Tevens start van (particulier initiatief) evangelisch boekwinkeltje. Een goede plek om goed zichtbaar te zijn in Lichtenvoorde en dorpspastoraat te verrichten.

Daarnaast wordt er een keer in de maand een samenkomst gehouden, waarbij naast de leden van de huisgroepen ook zo'n 10 bezoekers uit Lichtenvoorde aanwezig zijn.

2008: Kinderclub krijgt op de woensdagmiddag zo'n 12 kinderen over de vloer.

Najaar 2010: Alpha Cursus

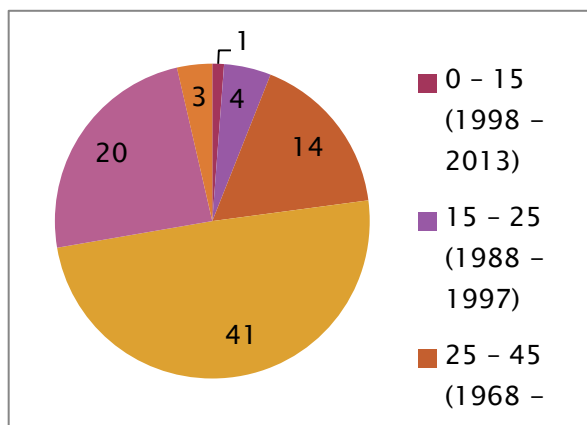
2011: 2 huisgroepen die elke twee weken bij elkaar komen. Gemiddelde aantal deelnemers is 20.

De samenkomsten worden gemiddeld door 40 mensen bezocht.

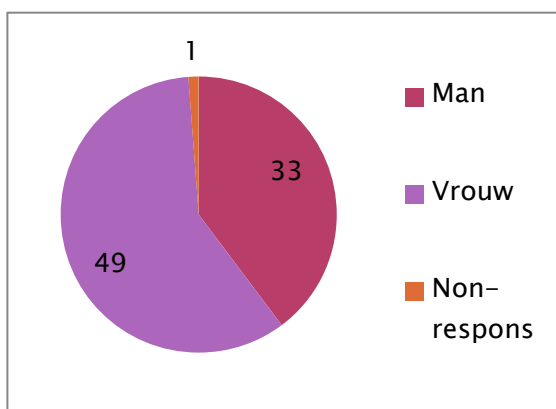
September 2011: Start Jeugd huisgroep

BIJLAGE 3A – RESULTATEN ENQUÊTES ONDER NIET-BETROKKENEN

Leeftijdscategorieën respondenten	Absoluut	%
0 – 15 (1998 - 2013)	1	1,2
15 – 25 (1988 - 1997)	4	4,8
25 – 45 (1968 - 1987)	14	16,9
45 – 65 (1948 - 1967)	41	49,4
65+ (t/m 1948)	20	24,1
Non	3	3,6
Totaal	83	100

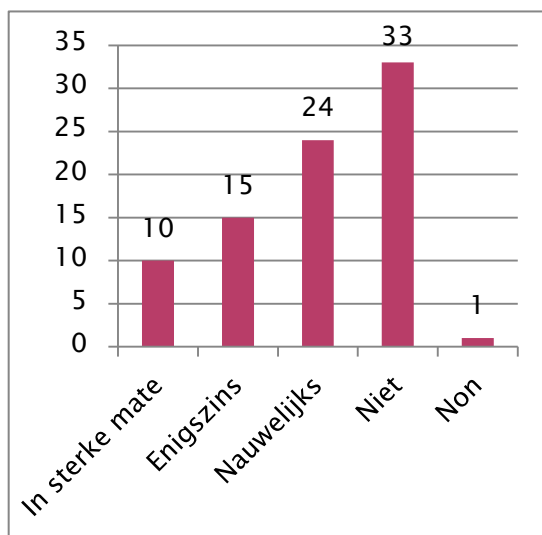


Geslacht		
Man	33	39,8
Vrouw	49	59,0
Non-respons	1	1,2
	83	100



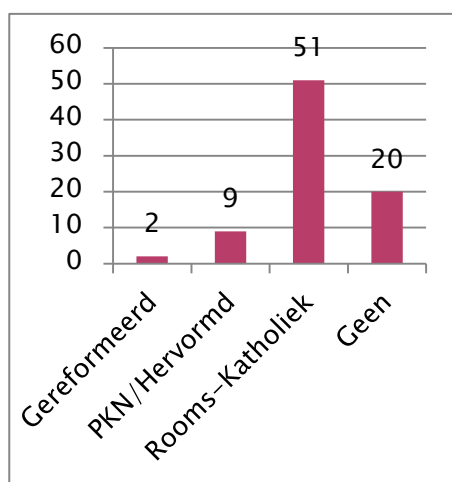
In welke mate houdt u zich bezig met het geloof in God?		
In sterke mate	10	12,0
Enigszins	15	18,1
Nauwelijks	24	28,9
Niet	33	39,8
Non	1	1,2



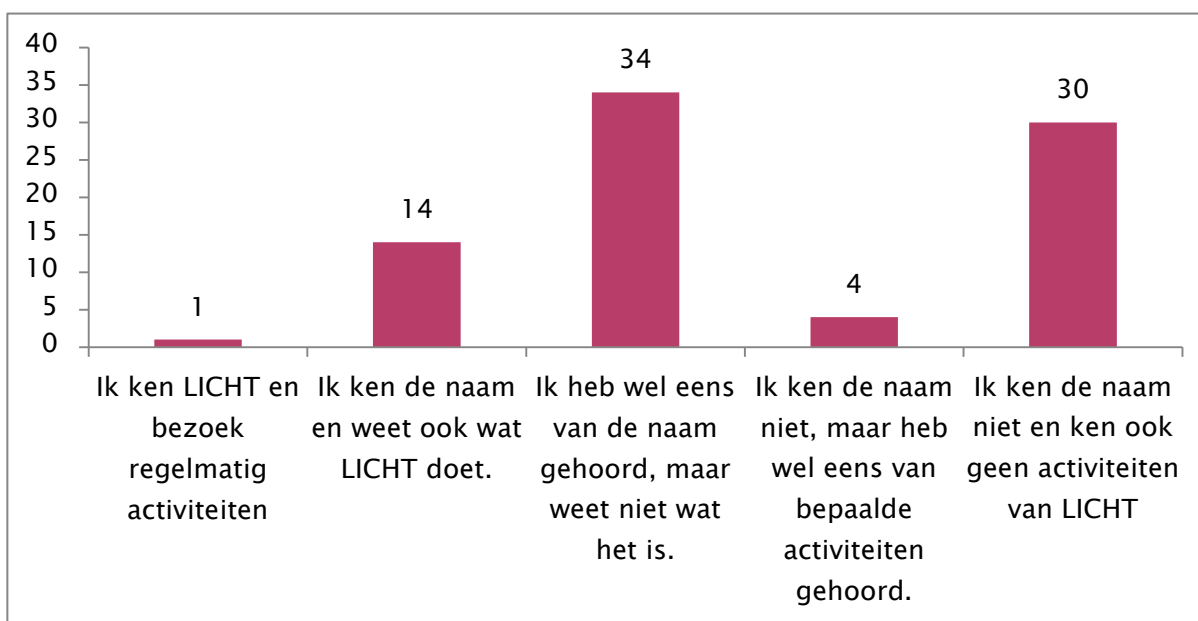


Bent u lid van een kerkgenootschap?		
Ja	62	74,7
Nee	20	24,1
Non-respons	1	1,2

Van welk kerkgenootschap bent u lid?		
Gereformeerd	2	2,4
PKN/Hervormd	9	10,8
Rooms-Katholiek	51	61,4
Geen	20	24,1
Non-respons	1	1,2



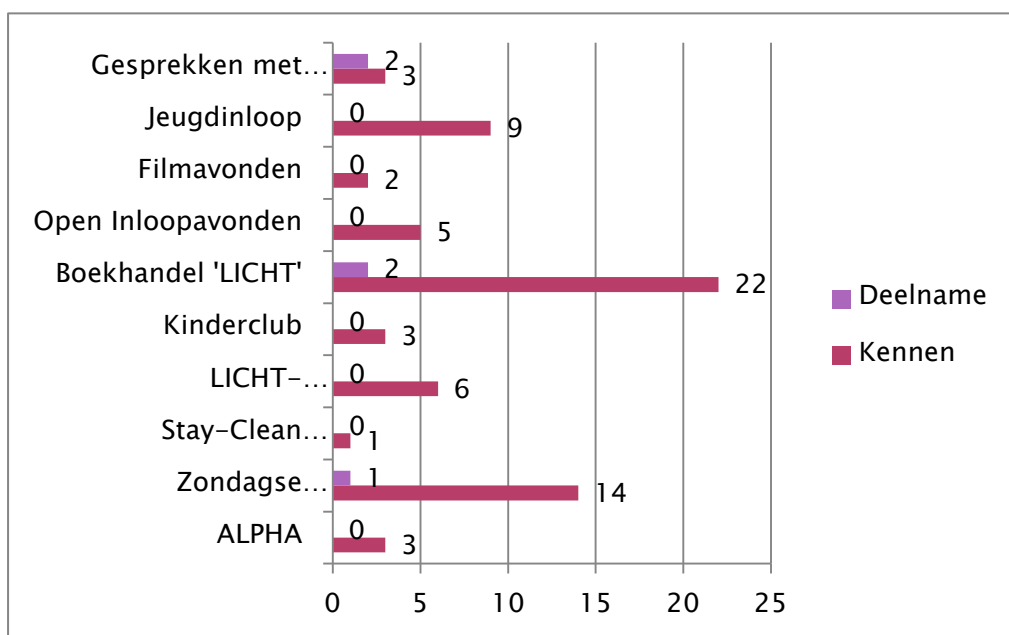
In hoeverre bent u bekend met het project LICHT?		
Ik ken LICHT en bezoek regelmatig activiteiten	1	1,2
Ik ken de naam en weet ook wat LICHT doet.	14	16,9
Ik heb wel eens van de naam gehoord, maar weet niet wat het is.	34	41,0
Ik ken de naam niet, maar heb wel eens van bepaalde activiteiten gehoord.	4	4,8
Ik ken de naam niet en ken ook geen activiteiten van LICHT	30	36,1



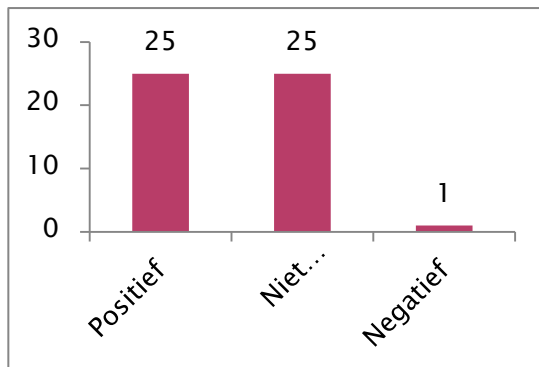
Welke activiteiten van LICHT kent u?	
1 of meer	34
geen	49

Aan welke activiteiten van LICHT heeft u deelgenomen?	Kennen	Bezoeken	
ALPHA	3	0	(altijd in combinatie met zondagse samenkomsten en meer)
Zondagse Samenkomsten in 'De Schoppe'	14	1	
Stay-Clean Zelfhelpgroepen	1	0	
LICHT-Weken/Evangelisatie&Recreatie	6	0	1 iemand die dat <i>alleen</i> kent
Kinderclub	3	0	In de leeftijd rond de 55
Boekhandel 'LICHT'	22	2	Vooral bekend 45 - 65 (10) 65+ (7) 25 - 45 (3)
Open Inloopavonden	5	0	4 vrouwen (45-65) + 1 man
Filmavonden	2	0	
Jeugdinloop	9	0	Niet eens in de categorie 15 - 25, 1 -15
Gesprekken met medewerkers van LICHT.	3	2	
Geen van bovenstaande activiteiten	49	79	

Deelname	Man	Vrouw	Totaal
Geen	31	48	79
Zondagse Samenkomsten	1	0	

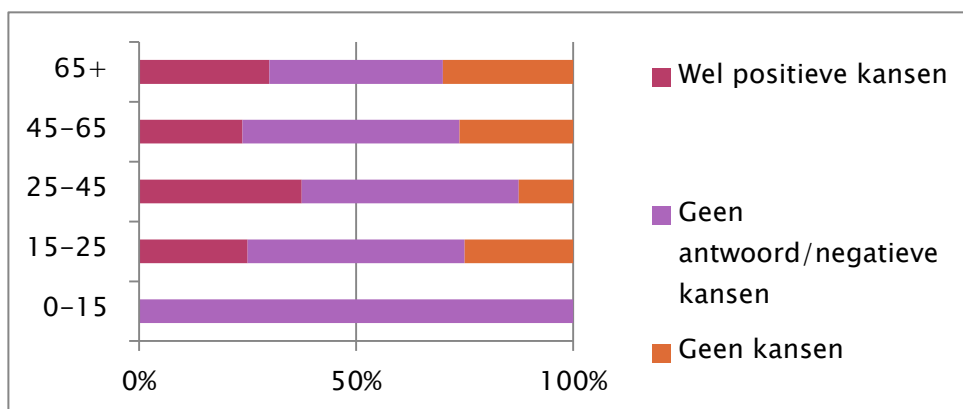


Beeld		
Positief	25	30,1
Niet Positief/Niet negatief	25	30,1
Negatief	1	1,2
Non Respons	32	38,6



Waar liggen in uw ogen de belangrijkste uitdagingen of taken voor een geloofsgemeenschap in Lichtenvoorde?	
Samen(werken) met andere geloofsgenootschappen,	8
Troost en rust bieden in hectische tijden	3
Vernieuwen, Aansluiten	3
Geen kansen meer, (RK)kerk heeft afgedaan.	9
Aansluiten bij Jongeren	8
Ieder in zijn waarde laten	10
Maatschappelijk betrokken zijn	2
Het Woord van God relevant maken	5
Liturgisch RK	2

	Man	Vrouw			
Geen kansen	11	9			
	0-15	15-25	25-45	45-65	65+
Geen kansen	0%	25%	14,3	26,8	30
Wel positieve kansen	0%	25%	42,9	24,4	30
Geen antwoord/negatieve kansen	100%	50%	57,1	51,2	40
Totaal	1	4	14	41	20



BIJLAGE 3B – UITWERKING VRAGENLIJST BETROKKENEN

Doel Enquête: De resultaten van de vragenlijst geven weer wat de respondenten bij LICHT aanspreekt en waarin volgens de respondenten LICHT de missionaire communicatie kan verbeteren.

Soort enquête: Mondelinge vragenlijst

Doelpopulatie: Op dit moment betrokken bij LICHT: Langer dan 3 maanden bij 1 of meer activiteit(en) betrokken.

Steekproef van : 5 personen tussen de 17 – 70 jaar

Soort verwerking: Parafrasering

1. Op welke manier bent u betrokken geraakt bij LICHT?

EB: Door E&R, net gescheiden, jouk -> roos aangeboden gekregen, aan mezelf. Gesprek, volleyballen niet, kleien in de Schoppe. Zomer 2005/2004.

vdB: door mijn vader die hier sinds 2005 werkzaam is.

Oud echtpaar: vanaf het begin, vooral bij de samenkomsten. Zelf eerst naar NGK neede, maar door ouderdom niet meer de moed en mogelijkheid om ver te reizen. Samenkomsten bij LICHT spreken ons aan en bieden ons de mogelijkheid om toch dichtbij te blijven en ons geloof te beleven.

AF: via de zaterdagavond inloop, was altijd al wel geïnteresseerd in het geloof. Idee dat er iets was, maar had niks met het Rooms Katholieke, daardoor in contact gekomen met LICHT

Jongen: via mijn stiefvader die hier betrokken is geraakt. Ben gaan helpen bij de kinderclub.

2. Wat spreekt u aan in het handelen van LICHT?

EB: Een mens van woorden, taalbureau, stichting voor laaggeletterden. Nieuwsgierigheid(Valkuil & talent), van oorsprong katholiek en Kritisch. Huisgroepen is wat persoonlijker. Boekenwinkel is het belangrijkste. Contact met mensen. Elkaar verstaan. Veiligheid. Er gebeurt hier veel, maar het geloof is persoonlijk. Welkom voelen.

vdB: goed dat ze voor Lichtenvoorde zo'n project hebben gestart, ze doen veel voor de jongeren, wat ik zelf erg belangrijk vind.

Oud echtpaar: dat ze in een RK dorp, waar mensen vaak nog weinig met het geloof hebben toch proberen mensen aan te spreken. Daarnaast is het voor ons ook onze thuisgemeente, waar we ons thuis mogen voelen. Ze gaan ook echt in op het Rooms-Katholieke karakter van het dorp.

AF: LICHT is een open gemeenschap, waar de onvoorwaardelijke vaderlijke van God centraal staat. Je mag komen zoals je bent, iets wat ik in de RK traditie mis. Ik voel me er thuis, terwijl ik best kritisch ben op het handelen van LICHT. het is voor mij echt mijn gemeente. Daarnaast ben ik blij en vind ik het belangrijk dat ze echt iets voor de mensen met een Rooms-Katholieke achtergrond doen.

Jongen: De verspreiding van het evangelie op een plek waar weinig gelovigen wonen.

3. Wat betekent de boodschap van het kruis voor u?

EB: Opgegroeid met sprookjes van Grimm/Anderson, en Bijbel. Voorlezen, lezen is echt mijn ding. Bijbel lag bij ons thuis. OT, mooier, doodgegooid met de Bijbel. Geloof niet zomaar alles. Accepteren dat bepaalde dingen niet te bewijzen stelt. Boodschap = waarheid. God = een God van mensen. God is mijn voorbeeld. Anderen bang voor God: God is ook je geweten. Nuchterheid & rationalisme. Moeilijk in deze tijd. Het leven is niet *of of, maar en en. Jezus is mijn BASIS.*

vdB: Het is voor mij vanzelfsprekend, ik heb het meegekregen van huis uit.

Oud echtpaar: is voor ons de grond van ons bestaan, datgene waar wij uit leven en ook proberen uit te leven. Jezus is voor ons diegene die ons heeft gered van al onze zonden.

AF: Door het offer aan het kruis mag ik komen zoals ik ben. Ik vind het soms moeilijk te begrijpen, maar God houdt onvoorwaardelijk van mij.

Jongen: Ging zelf van huis uit naar de kerk, en vind het belangrijk om dit ook te delen met anderen.

4. Waarin heeft het evangelie van Jezus u geraakt?

EB: De mens heeft de vrije keuze gekregen van God. Hart rein, eerlijkheid staat bovenaan. Er is kwaad in de wereld. Eerlijkheid hangt samen met het gevoel van veiligheid en vertrouwen. Vertrouwen op God: hel of JOB. God helpt, door Jezus in persoonlijke momenten (scheiding, jongste zoon mee met vader)

vdB: *geen reactie*

Oud echtpaar: Hij brengt leven, en daarmee ook mensen om ons heen.

AF: Dat Hij gemeenschap en liefde brengt, en Hem mag zien als iemand waarmee ik mag wandelen. Ik wil elke dag van Hem leren.

Jongen: *geen reactie*

5. Wat kan dit (het evangelie) voor anderen in Lichtenvoorde betekenen?

EB: Aansluiten bij Jezus, blijheid is binnen het katholicisme te vinden. Protestanten praten minder, Katholieken zijn opener. Als 'gereformeerden' moeten wij ook Jezus brengen.

Moderne kansen pakken. Oud en nieuw verbinden, zoals het OT en NT verbinden.

Ouderen zitten vast aan hun eigen geloof, en moeten met nieuwe initiatieven aangetrokken worden.

Jongeren eigen geloof aan het op bouwen. Jongeren van nu worden ook ouder, hebben behoefte aan zingeving. Deze kun je ook vinden door projecten elders.

vdB: heel veel, maar het is lastig werken. Mensen in Lichtenvoorde willen er niet zoveel mee te maken hebben, heb ik het idee. Maar er zijn weinig gelovigen in Lichtenvoorde, zo ken ik niemand uit Lichtenvoorde die Christen is.

Oud echtpaar: voor mensen die interesse hebben heel veel, kijk maar naar de mensen die nu betrokken zijn bij LICHT. Maar het is lastig om de boodschap van het evangelie bij mensen te brengen, ze zijn vaak onverschillig en begrijpen het niet.

AF: hetzelfde als wat het voor mij betekent, maar dat moet LICHT wel uitdragen. Dat doen ze mi. te weinig. Het evangelie is niet vrijblijvend, terwijl de activiteiten van LICHT dat wel zijn.

Jongen: Ik zie dat er weinig mensen met geloof in Lichtenvoorde zijn. Toch denk ik dat LICHT moet proberen mensen aan te spreken met het geloof, omdat het een basis in je leven is.

6. Welk woord of begrip komt het eerst bij u op als u aan het project LICHT denkt?

EB: Bruggen bouwen.

vdB: Gesloten gemeenschap

Oud echtpaar: Thuis

AF: Thuisgemeente

Jongen: Om te dienen in Lichtenvoorde

7. Bij welke activiteiten bent u zelf betrokken?

EB: Huisgroepen, veilig voelen. E&R. Workshops, creatieve activiteiten. Beeldende kunst. Tijd.

vdB: Leiding Girlz-Only, lid van jongeren huisgroep.

Oud echtpaar: Vooral aanwezig bij de samenkomsten. Voorheen heeft mevrouw ook meegewerkt aan de zaterdagavond inloop.

AF: In het verleden bij verschillende activiteiten, en ik heb ook wel overal mijn mening over. Maar ik vind het belangrijk dat mijn eigen wandel met God gevoed wordt bij LICHT. Ik heb dus vooral wat met de samenkomsten.

Jongen: Ik help bij de kinderclub. Ik vind het leuk om met kinderen te werken en hoop hen iets over te kunnen brengen van het geloof in Jezus. Lid van jongeren huisgroep

8. Welke uitdagingen of taken zijn er voor het project LICHT in Lichtenvoorde? Of te wel; heeft u tips voor LICHT om de Lichtenvoordenaars (beter) te bereiken?

EB: Groepen mengen. Willen wat bij hun past. Voorlezen in de kerk (week v/d anafalbetisering) verbinding zoeken. Bruggen bouwen in het grote geheel. Brug leggen tussen God & Mensen. Publiciteit zoeken. Avond over hedendaagse onderwerpen (telebankeren, iPad, onderwijs). Netwerken. Binnen het netwerk zijn er wel mensen die bij rouwen en trouwen in de kerk komen. Tussen de mensen gaan staan.

Wat jij thuis tegenkomt, ontdek je in de wereld steeds meer. Je legt zelf de verbinding.

LICHT moet zorgen dat ze zichtbaar is. Inbreng hebben in het proces van het dagelijks leven. Ieder heeft zijn vrije keus en mag daarbij geloof betrekken. Een kwestie van bruggen. Zichtbare Actie -> de winkel is een brug. Niet de nadruk te leggen op de Here God, maar meer op Jezus. Jezus is de 'zielenwinner'.

vdB: Meer doen voor de Lichtenvoordse samenleving, en dan nog niet eens meteen uitgesproken Christelijke activiteiten. Daarnaast moeten we als LICHT ook zorgen dat mensen ons kennen en weten wat we doen. Soms worden we gezien als iets vaags en onbekends.

Oud echtpaar: LICHT moet een thuis vormen voor mensen die het geloof vinden. Wij denken dat ze op de goede weg zijn, maar op zoek moeten gaan om juist mensen die zich nog wel katholiek noemen maar niet echt gelovig zijn aan te spreken. Wij merken dat deze mensen op zoek zijn naar zingeving, maar dat binnen de kerk neit meer vinden. LICHT zou daar wat mee kunnen doen.

AF: Ik ben erg kritisch, en denk dat LICHT niet zoveel kan bereiken als ze op deze manier doorgaan. LICHT moet op zoek gaan naar manieren om echt een kerk te zijn, het doel van de predikantsplek achterna gaan. Pas dan gaan mensen ons serieus nemen. We moeten mensen van RK-achtergrond aan gaan spreken, en niet zomaar wat activiteiten doen. Als we het doen, moeten we het goed doen. Alles moet ook niet vrijblijvend zijn, want het lijkt er op dat de financiële steun van verschillende partijen niet kan blijven bestaan. LICHT gaat mij naar aan het hart, omdat ik het echt zie als mijn thuis.

Jongen: Niet echt een idee. Ik vind dat ze goed bezig zijn en ook niet alles kunnen doen.

Onderzoeksrapport LICHT in de Achterhoek

56

[illegible]

BIJLAGE 5 – GESPREK MET KASPER & KEES

De persoonlijkheid van LICHT is als het ware de grond van het bestaan van het project. Samenvattend is dit de uiteindelijke visie van LICHT:

LICHT wil in Lichtenvoorde een gastvrije gemeente zijn, waar iedereen welkom is. Zij wil haar geloof in God en in Jezus als Gods Zoon uitdragen in Lichtenvoorde. Omdat zij gelooft dat een leven in Christus toekomst heeft.

Doelstelling: van 2015, naar dit. Dit is door de jaren heen zo ontstaan en in wezen de grond van ons werken.

Hoe zien jullie dit?

- Gastvrij, elkaar niet uitsluiten. Niet zeggen dat je niet welkom bent. Geen onderscheid.
- In 2015 nieuwe gemeente, speelt wel een rol. Nog niets te zeggen over hoe dat zich vorm geeft,
- Blijven investeren, doel is wel behaald, maar nog geen stabiliteit.

Theologische vragen:

Avondmaal

- Hoe zijn ze bezig: Sacramenten, kerkenraad, Binnen het LT een discussie over gevoerd. Avondmaal voor katholieken? Protestants kan eigenlijk niet. Het is meer 'geweten' vanuit de Gereformeerde achtergrond. Vanuit de ondersteunende gemeenten is het niet gebruikelijk,
- Als mensen deel willen nemen: geloven in Jezus Christus, onderscheidt tussen eucharistie. Er is verschil tussen mensen hoe zij er over denken.
- Hoe kun je en welkom laten zijn, terwijl je toch je principe rondom avondmaal in geloof niet door iedereen kunt laten doen.

Vrouwelijke Sprekers

- Het is geen 'eredienst', volgens de kerkorde: geen kerkenraad.
- Zegt iets over de toekomst

Verschil in opvattingen onder ondersteunende gemeenten

Doop

- Is niet nodig, volgens het onderwijs.
- Maar voor de ander is het belangrijk, dan via doop onderstrepen doen we daar niet moeilijk over.

Doelstelling gericht op 30'ers, hoe doen jullie dit?

- We richten ons niet speciaal op die groep, moeilijk te bereiken groep.
- Of wat ouder of wat jonger haken vaak aan.

Dit is nodig, om zo medewerkers en gemeenteleden toe te rusten die zelfstandig en onafhankelijk van de evangelisatiewerkers reeds bestaande activiteiten kunnen leiden en organiseren.

De evangelisatiewerkers worden zo vrijgesteld om nieuwe terreinen te zoeken om actief te zijn. In hoeverre gebeurt dit nu? -> vraag!



Iets waar je naar streeft, maar vaak weerbarstig is. -> wil activiteit voor jeugd organiseren. ER mist een stap in het missionair. En mentoraat.

Focus:

- Investeren in Leiderschap
- Discipelschap
- Netwerken
- Jeugdwerk

Nieuwe kansen:

- Samenkomsten op een ander moment? Is deze tijd geschikt?
- Locatie?! Misschien meer richting het centrum.

Veranderingen geven onzekerheid, komen mensen nog wel? Wat is de winst? Nieuwe start, met nieuwe jongeren.

Waar zit nieuwe aanwas voor de huisgroepen?

- Zaterdagavond van elke week activiteit 1x in de maand: op zoek naar iets nieuws?

Doelgroep:

- Iedereen is welkom, dus ook allochtonen
- 35/40% origine Lichtenvoorde

Jeugdinloop in verhouding veel allochtonen.

Vanuit de wijk hooiland, veel jeugd. Weerhoudt de autochtonen de komst naar de jeugd om de allochtonen?

4.1	Missio Dei	21
4.2	Missionaire Communicatie.....	22
4.3	Waarom Lichtenvoorde?	24
4.4	Samenvatting.....	25
5.	Onderzoek	26
5.1	Resultaten Niet-Betrokkenen	26
5.2	Resultaten Interviews Betrokkenen	29
5.3	Samenvatting.....	31
5.3.1	Is LICHT bekend?.....	31
5.3.2	Overwegend Positief.....	31
6.	Conclusie	32
6.1	Beeld & Imago	32
6.1.1	Beeld in relatie tot missionaire communicatie	32
6.2	Aanbevelingen.....	33
6.2.1	Beloftes	33
6.2.2	Bekendheid vergroten	34
6.2.3	LICHT als onderdeel van Gods' missie.....	34
6.2.4	Doelgroep	35
6.2.5	Boekhandel & Dorpspastoraat	36
6.2.6	Maatschappelijke activiteiten	37
6.2.7	Samenkomsten als Thuis?	37
6.3	Samenvatting.....	38
	Geciteerde werken	39
	Bijlage 1 – Format Projectplan.....	41
	Bijlage 2 – Van Commissie tot Project	45
	Bijlage 3a – Resultaten Enquêtes onder niet-betrokkenen	47
	Bijlage 3b – Uitwerking Vragenlijst Betrokkenen	52
	Bijlage 4 – SWOT-analyse.....	56
	Bijlage 5 – Gesprek met Kasper & Kees	57

1. INLEIDING

1.1 ACHTERGROND

1.1.1 AARD VAN HET ONDERZOEK

Nadat in de 8^{ste} eeuw Widukind, de leider van de Saksen, zich had overgegeven aan Karel de Grote, is het Saksenland religieus sterk veranderd. Karel de Grote gaf de opdracht aan de missionaris Liudger om onder andere het volk in de Achterhoek te bekeren tot het Christendom. Vele parochies, onder andere in Groenlo, werden gesticht en dragen nog steeds de naam van dezelfde Liudger. Langzamerhand werden de Achterhoekers 'gedwongen' om het Christendom aan te nemen en daarmee Karel de Grote te dienen¹.

Vele honderden jaren later lijkt het evangelie, door Liudger gebracht, weinig impact meer te hebben in het dagelijkse leven van vele Achterhoekers. Ook in Lichtenvoorde lijkt het Licht langzaam te zijn gedoofd. Hoewel de Rooms-Katholieke kerk nog een belangrijke plaats in het leven van de Lichtenvoordenaars heeft, is er op het eerste gezicht weinig echte betrokkenheid bij de kerk en lijkt er onverschilligheid te bestaan tegenover het Christelijke geloof. De Classis Oost-Gelderland van de Gereformeerde Kerk vrijgemaakt besluit in 1998 een antwoord te willen geven op deze teloorgang van het Christendom in Lichtenvoorde. Zij stellen dat er geen Bijbelgetrouw onderwijs meer gegeven wordt in Lichtenvoorde, terwijl de Rooms-Katholieke Kerk en de Protestantse kerk nog altijd actief zijn.

In 1998 tot 2002 zijn er verschillende verkennende activiteiten ondernomen en onderzoeken gedaan, waarin de conclusie is genomen dat Lichtenvoorde 'de witte vlek' der 'witte vlekken' is in de Achterhoek. Dit betekent dat er op die plaats geen actieve (vrijgemaakt) Gereformeerde kerk aanwezig is en het evangelie van Christus niet als zodanig verkondigd wordt. Het hoofddoel wat in 1998 is opgesteld stelt dat er in 2015 een gemeente is ontstaan met een eigen predikantsplek.

Vanaf 2004 is er stelselmatig ingezet op evangelisatie in Lichtenvoorde. Eerst door vrijwilligers van 6 ondersteunende classis-gemeenten, welke onder andere inloopmiddagen hebben georganiseerd. In 2006 zijn er twee werkers in dienst gekomen, die het gehele project in de praktijk sturing geven. Het project wordt inmiddels 'LICHT in de Achterhoek' genoemd, waarbij het volgende doel wordt nagestreefd: *"LICHT wil in Lichtenvoorde een gastvrije gemeente zijn, waar iedereen welkom is. Zij wil haar geloof in God en in Jezus als Gods Zoon uitdragen in Lichtenvoorde. Omdat zij gelooft dat een leven in Christus toekomst heeft. Zij doet dat d.m.v. samenkomsten en huisgroepen, door ALPHA cursussen en dorpspastoraat."*²

Nu, in 2013, is er behoefte gebleken aan onderzoek, om aan de hand van de opgestelde doelen te ontdekken hoe de doelgroep (de inwoners van Lichtenvoorde) het project waarderen en hoe het project beter aan kan sluiten bij de inwoners van Lichtenvoorde.

1.1.2 PERSOONLIJKE BETROKKENHEID BIJ HET ONDERWERP

Het onderwerp 'Missionair op het dorp' is al iets wat mij langere tijd bezighoudt. Ik ben in de opleiding op verschillende manieren in aanraking geweest met verschillende missionaire initiatieven in de context van steden en wijken, en ben daardoor getriggerd om ook na te

¹ (Otten 2012)

² (Website Licht in de Achterhoek sd)



gaan denken hoe we (nieuwe) missionaire initiatieven op het platteland kunnen ontwikkelen. Juist omdat ik als 'plattelander' ook zie dat er zowel praktische als geestelijke nood is op het platteland, denk ik dat we als Christenen de mogelijkheden moeten aanpakken om daar ook het evangelie door te laten klinken.

Het is dan mooi om te zien dat er vanuit verschillende gemeentes er verschillende nieuwe initiatieven zijn ontstaan, waar LICHT in de Achterhoek er een van is. Het onderzoek naar het imago is natuurlijk voor de gemeenschap van LICHT erg belangrijk, maar ook persoonlijk ben ik benieuwd hoe een missionair project als LICHT leeft onder de dorpsbewoners. Zelf hoop ik daarmee ook beeld te krijgen op welke wijze ik als HBO-theoloog met een missionaire specialisatie in kan gaan op de context van het dorp.

Hoewel het grootste aantal inwoners van Nederland in steden woont, moeten we niet vergeten dat in 2009 nog steeds 34% van de inwoners op het platteland woonden³. En dan moeten we ons ook beseffen dat het evangelie steeds minder leeft in onze maatschappij. Hoewel de kerk op het platteland vaker nog een maatschappelijke functie heeft, zijn er (ook op het platteland) velen die niks meer met het evangelie hebben. Als ik alleen al om mij heen kijk en zie dat er van mijn oude klasgenoten van de basisschool 4 of 5 nog naar de kerk gaan, besef ik mij dat het opnieuw vertellen en uitleggen van het evangelie van Christus ook op het platteland broodnodig is.

1.2 ONDERZOEKSPLAN

1.2.1 DOELSTELLING

De hoofddoelstelling van het onderzoek is als volgt:

De werkers van het project LICHT krijgen met dit onderzoek aanbevelingen aangereikt om de missionaire communicatie naar de inwoners in Lichtenvoorde verder te verbeteren.

Deze doelstelling wordt in de volgende deeldoelen concreet zichtbaar⁴:

1. Het onderzoek geeft een beschrijving van relevante demografische informatie over Lichtenvoorde.
2. In het onderzoek wordt de noodzaak van evangelisatie (in een dorp als Lichtenvoorde) theologisch geduid.
3. Het onderzoek geeft een beschrijving van de huidige beleid van LICHT.
4. Het onderzoek geeft informatie over het beeld van het project LICHT onder de inwoners van Lichtenvoorde.
5. In het onderzoek worden (a.d.h.v. datgene wat met het bovenstaande is onderzocht) aanbevelingen gedaan om de missionaire communicatie naar de doelgroep verder te verbeteren.

In de eerste plaats wil de opdrachtgever een beeld krijgen in hoeverre zij bekend is bij de inwoners van Lichtenvoorde en waarin hij aansluit bij de deelnemers die nu al bij het project zijn betrokken. Dit is een zoektocht naar het imago van het project. Het imago zegt iets over het beeld wat de doelgroep heeft van LICHT. Dit wordt gevormd door beelden, associaties en

³ (Raad voor het Landelijk Gebied 2009, 23)

⁴ Zie voor het volledige onderzoeksplan bijlage 1



ervaringen die de Lichtenvoordenaars hebben met en van LICHT. Het imago is iets wat uit het project en bijbehorende factoren komt. Het imago onder de inwoners van Lichtenvoorde komt voort uit datgene wat LICHT communiceert.

Alles wat LICHT communiceert komt tot uiting in de activiteiten en de PR van het project. Omdat deze activiteiten en PR zijn gefundeerd in het beleid van LICHT, is het van belang om onderzoek te doen naar wat zij eigenlijk communiceren. Wanneer het helder is wat en hoe LICHT communiceert, kan er een koppeling plaatsvinden met de informatie van de doelgroep. Door onderzoek te doen naar het imago van LICHT onder de doelgroep kan er beschreven worden wat er van de boodschap van LICHT wordt ontvangen en onthouden. Door deze gegevens te interpreteren ontstaat er kennis of de manier van communiceren wel of niet aansluit bij de doelgroep.

Door ook de noodzaak van evangelisatie in een dorp als Lichtenvoorde te beschrijven komt er een theologische reflectie op het handelen van LICHT in Lichtenvoorde. Wanneer die noodzaak te duiden is, kunnen er door de koppeling tussen de gecommuniceerde boodschap van LICHT, de ontvangen boodschap bij de Lichtenvoordenaars aanbevelingen worden gedaan worden om de missionaire communicatie (verder) toe te spitsen op de doelgroep en daardoor bij mag dragen aan de opbouw van gemeenschappen van Christus in Lichtenvoorde.

1.2.2 VRAAGSTELLING

De onderzoeksvraag die het onderzoek moet waarborgen is een combinatie van een beschrijvende onderzoeksvraag⁵ en een prescriptieve onderzoeksvraag⁶. Het antwoord op de onderzoeksvraag beschrijft in de eerste plaats wat het beeld van LICHT is onder de inwoners van Lichtenvoorde. Het prescriptieve gedeelte van het onderzoek richt zich op de aanbevelingen die gedaan worden om manieren te vinden de missionaire communicatie verder te optimaliseren. Om tot deze antwoorden te komen is vooronderzoek nodig. Dit vooronderzoek richt zich op het huidige beleid van LICHT en de noodzaak van missie in dorpen al Lichtenvoorde. De volgende hoofd- en deelvragen worden in dit onderzoek beantwoord.

Onderzoeksvraag:

Hoe kan de missionaire communicatie van LICHT geoptimaliseerd worden door het huidige beleid van LICHT te evalueren in het licht van het bestaande imago onder de inwoners van Lichtenvoorde?

Deelvragen:

1. Welke actuele demografische gegevens zijn relevant voor het project LICHT?
2. Wat is de theologische noodzaak van evangelisatie in Lichtenvoorde?
3. Wat is de huidige visie en het huidige beleid van LICHT?
4. Hoe staat het project LICHT bekend onder de inwoners van Lichtenvoorde?
- 5a. Op welke wijze wordt er uiting gegeven aan het beleid van LICHT?
- 5b. Hoe kan het onderzochte beeld onder de Lichtenvoordenaars bijdragen aan de missionaire communicatie?

⁵ (Dijkstra en Smit 1999, 5-6)

⁶ (van der Voordt en Lans sd)



Omdat missionaire communicatie een centrale plaats heeft in de vraagstelling, wordt er gebruik gemaakt van de volgende definitie van missionaire communicatie⁷: Missionaire communicatie is de communicatie die tot doel heeft om een ander te motiveren God in Jezus te leren kennen en daarmee onderdeel te laten worden van Gods' plan. In paragraaf 4.2 zal dit begrip verder worden besproken.

1.2.3 ONDERZOEKSMETHODEN

In het onderzoek worden er verschillende onderzoeksmethoden gebruikt. Deze onderzoeksmethoden vallen uiteen in een kwantitatieve (straat-)enquête, twee kwalitatieve interviews en een literatuurstudie. De uitwerking van de enquêtes en interviews zijn terug te vinden in bijlage 3.

INTERVIEWS & ENQUÊTE

De focus ligt in het onderzoek op het kwantitatieve imago-onderzoek onder de doelgroep. Daarbij wordt er onder de inwoners van Lichtenvoorde steekproefsgewijs stratenquêtes afgenomen. De doelstelling van deze stratenquêtes is de volgende: "De resultaten van de enquête geven weer of en hoe LICHT bekend staat onder de Lichtenvoordenaars die niet betrokken zijn bij LICHT en welke kansen het beeld onder de ge-enquêteerden biedt voor LICHT."

Naast het straatinterview vinden er ook kwalitatieve interviews plaats. Deze interviews worden gehouden onder een aantal Lichtenvoordenaars die op het moment van interviewen langer dan een periode van 3 maand betrokken zijn bij LICHT. Het doel van deze is om inzicht te krijgen "wat de huidige betrokkenen aanspreekt in LICHT en op welke manier LICHT het evangelie van Christus bekend kan maken."

LITERATUURSTUDIE

De literatuurstudie valt uiteen in twee richtingen. Enerzijds is er onderzoek nodig naar de achtergrondinformatie van Lichtenvoorde als dorp, om zo de doelgroep van LICHT in kaart te kunnen brengen. Het gaat hier om feitelijke gegevens die te verkrijgen zijn via de Gemeente Oost-Gelre en Centraal Plan Bureau, waarbij we de link kunnen leggen tussen de feitelijke gegevens en het de steekproef onder de niet-betrokken Lichtenvoordenaars.

Anderzijds is het onderzoek gefundeerd in de theologie. In de theologische bronnen wordt er gezocht naar antwoorden op vragen waarom en hoe evangelisatie in een dorp als Lichtenvoorde noodzakelijk is. In het hoofdstuk over waarom er evangelisatie nodig is wordt de achterliggende theorie uiteengezet.

⁷ (Roest 2005)

DOELSTELLING ONDERZOEKSMETHODEN

ENQUÊTE ONDER LICHTENVOORDENAARS DIE (NOG) NIET BETROKKEN ZIJN BIJ LICHT

Doel enquête: De resultaten van de enquête geven weer of en hoe LICHT bekend staat onder de Lichtenvoordenaars die niet betrokken zijn bij LICHT en welke kansen het beeld onder de ge-enquêteerden biedt voor LICHT.

Soort enquête: Mondelinge Enquête Telefonisch/Straatinterview

Doelpopulatie: Huidige inwoners van Lichtenvoorde, met een vast woonadres in Lichtenvoorde, vanaf de leeftijd van 16 jaar.

Steekproef van : 150 personen tussen 19 – 70 jaar. 50% man, 50% vrouw.

ENQUÊTE ONDER LICHTENVOORDENAARS DIE OP DIT MOMENT BETROKKEN ZIJN BIJ LICHT

Doel enquête: De resultaten van de vragenlijst geven weer wat de respondenten bij LICHT aanspreekt en waarin volgens de respondenten LICHT de missionaire communicatie kan verbeteren.

Soort enquête: Mondelinge vragenlijst

Doelpopulatie: Op dit moment betrokken bij LICHT: Langer dan 3 maanden bij 1 of meer activiteit(en) betrokken.

Steekproef van : 5 personen tussen de 17 – 70 jaar

Soort verwerking: Parafrasering

LITERATUURSTUDIE DOELGROEP

Doel: Aan de hand van documenten en informatie van de gemeente Oost-Gelre, het CBS en het CPB wordt de doelgroep van LICHT inzichtelijk.

LITERATUURSTUDIE THEOLOGIE

Doel: Aan de hand van theologische bronnen wordt er een visie gevormd op evangelisatie in een dorp als Lichtenvoorde.

1.3 DEFINITIE VAN BELANGRIJKE BEGRIPPEN

In het onderzoeksverslag worden verschillende begrippen en afkortingen gebruikt die nadere uitleg behoeven. Deze lijst geeft uitleg van de begrippen die in het onderzoek een belangrijke plaats hebben.

Niet betrokken Lichtenvoordenaars: Niet betrokken Lichtenvoordenaars zijn inwoners van het dorp Lichtenvoorde die op dit moment niet actief betrokken zijn (geweest) bij LICHT

Betrokken Lichtenvoordenaars: Betrokken Lichtenvoordenaars zijn inwoners van Lichtenvoorde die op dit moment langer dan 2 maanden actief betrokken zijn bij de huisgroepen, ALPHA-cursus of samenkomsten van LICHT.

Ex-Betrokken Lichtenvoordenaars: Ex-betrokken Lichtenvoordenaars zijn inwoners van Lichtenvoorde of oud-inwoners van Lichtenvoorde die minimaal 2 maand actief betrokken zijn geweest bij de huisgroepen, ALPHA of Samenkomsten van LICHT en na een periode bewust de keuze hebben gemaakt om minder of niet meer betrokken te zijn.

CEOG: Commissie Evangelisatie Oost Gelderland; waarin 6 classiskerken zijn vertegenwoordigd; Apeldoorn Centrum, Apeldoorn Zuid, Doetichem, Doesburg, Neede en Zutphen. Deze commissie heeft als doel om tot een inzet te komen van een evangelisatiepredikant in Oost-Gelderland.

LT: Leiderschapsteam; Het leiderschapsteam van LICHT bestaat o.a. uit de predikant Kees van de Beek en de jeugdwerker Kasper van Helden. Zij zijn samen met een aantal anderen het dagelijks bestuur van LICHT.

GKv: Gereformeerde Kerk Vrijgemaakt; het kerkgenootschap waaruit het project LICHT is gestart.

LC: Lichtenvoorde Commissie; deze bestaat uit leden van de deelnemende en ondersteunende gemeentes uit de classis Zutphen van de GKv te weten; Zutphen, Neede, Apeldoorn, Doesburg en Doetinchem, inclusief de Christelijk Gereformeerde Kerk Aalten.

Missionaire Communicatie: Zie paragraaf 4.2

Evangelisatiewerkers: Kees van de Beek(predikant) & Kasper van Helden(jeugdwerker) zijn de evangelisatiewerkers bij LICHT. Zij worden financieel gefinancierd door de classis van de GKv.

2. DEMOGRAFISCH LICHTENVOORDE

Om iets te kunnen zeggen over de doelgroep van Project LICHT is het van belang om te kijken naar de huidige bevolkingssamenstelling van Lichtenvoorde. De classis heeft namelijk mede op basis van een aantal demografische gegevens bewust gekozen voor de inwoners van Lichtenvoorde als doelgroep⁸. Het grootste deel van dit hoofdstuk is onderdeel van de ‘beschrijvende taak’ binnen het model van Osmer⁹. Aan de hand van cijfers uit 2004 en 2012 wordt er in dit hoofdstuk antwoord gegeven op de deelvraag:

Welke actuele demografische gegevens zijn relevant voor het project LICHT?

2.1 EEN KORTE GESCHIEDENIS

Lichtenvoorde wordt al sinds 1277 genoemd in de geschiedenisboeken. In dat jaar bouwde Gieselbert van Bronckhorst, heer van Borculo, de burcht “Lichtenvoorde”. Hij bouwde deze burcht bij een zogenaamde “vorde” wat wijst op een doorwaadbare plaats in het bekengebied. In 1616 werd deze burcht bestuurlijk centrum van de inwoners van het gebied rondom deze burcht. Door huwelijk en erven is de heerlijkheid Lichtenvoorde vele malen van eigenaar verwisseld, waarna Lichtenvoorde uiteindelijk in 1776 verkocht werd aan prins Willem V van Oranje Nassau. Tot op heden dragen de opvolgers van hem de titel ‘Vrouwe of Heer van Lichtenvoorde’. Ook Willem Alexander draagt sinds zijn troonsbestijging o.a. de titel ‘Heer van Lichtenvoorde.’¹⁰

2.2 DEMOGRAFISCHE GEGEVENS

Wat betreft de demografische gegevens van Lichtenvoorde zijn er verschillende bronnen geraadpleegd. Lichtenvoorde is sinds de losmaking van de heerlijkheid Borculo in 1616 een zelfstandige plaats¹¹. Tevens is het tot januari 2005 een zelfstandige gemeente geweest met de bijbehorende kerkdorpen Vragender, Lievelde en Zieuwent. Door de gemeentelijke herindeling in 2005 is de gemeente Lichtenvoorde, samen met de naburige gemeente Groenlo, opgegaan in de gemeente Oost-Gelre.

Aan de hand van het jaarplan in 2002 is er een afweging gemaakt welke gegevens voor de roeping van LICHT nu relevant kunnen zijn.

Na 10 jaar is het goed om deze¹² gegevens opnieuw te evalueren en eventueel aan te scherpen of veranderingen aan te brengen. Dit hoofdstuk is er op gericht om feitelijke gegevens weer te geven. Bij de bespreking van de gegevens is er splitsing gemaakt in de

Na het 30e jaar zijn de keuzes veelal voor het verdere leven al bepaald. Oudere Achterhoekers zijn vooral op geestelijk kerkelijk terrein moeilijk beïnvloedbaar. Dat wil niet zeggen dat je de groep boven de 30 in het evangelisatiewerk moet laten liggen. Echter menselijkerwijs wordt een ommekeer in een leven dan veel moeilijker. De volksaard is behoudend.
(Classis GKV Zutphen 2002)

⁸ (Classis GKV Zutphen 2002, 10)

⁹ (Osmer 2008, 4)

¹⁰ (Gemeente Oost-Gelre sd)

¹¹ (Wiki Lichtenvoorde sd)

¹² Deze gegevens verwijst naar de gegevens die in het visiedocument van 2002 zijn opgenomen.

deelonderwerpen die hieronder behandeld worden. Aan de hand van deze gegevens zullen er in het laatste hoofdstuk aanbevelingen gedaan worden, om de doelgroep met de kennis van nu beter te kunnen specificeren.

2.2.1 LEEFTIJD & GESLACHT

Per 1 januari 2012 woonden er volgens de Gemeentelijke Basisadministratie 13040 inwoners in Lichtenvoorde, waarvan 6595 man en 6440 vrouw. Lichtenvoorde is met 43,4 % van het totale aantal inwoners van Oost-Gelre de grootste kern in de gemeente.

Opvallend is dat de leeftijdscategorie van 15 – 45 met 34% ten opzichte van de andere leeftijdscategorieën relatief groot is (tabel 2.1), maar een stuk minder is geworden sinds de bepaling van het plan van aanpak voor Evangelisatie in de Achterhoek. Zelfs in 2004 was het percentage binnen deze groep nog 40 procent.

Tabel 2.1 (Centraal Bureau voor de Statistiek sd)

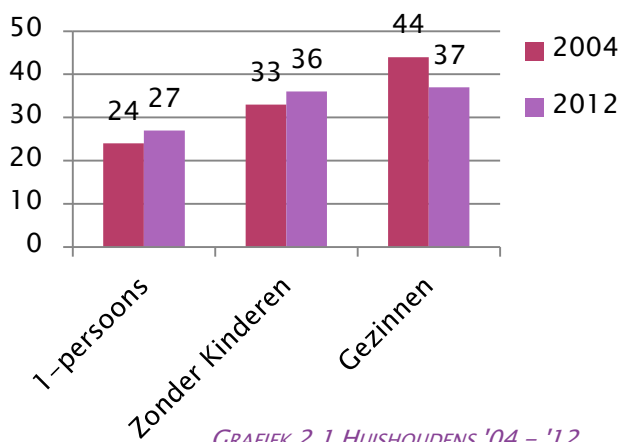
Leeftijdsgroep	% inwoners 2004	% inwoners 2012
0 – 15	21	18
15 – 25	12	11
25 – 45	28	23
45 – 65	27	31
65+	12	17

Daarnaast is het duidelijk dat het percentage volwassenen van boven de 45 jaar oud sterk is gestegen. Daarbinnen kan de groei van 5% van het aantal inwoners van 65+ nog specifiek genoemd worden.

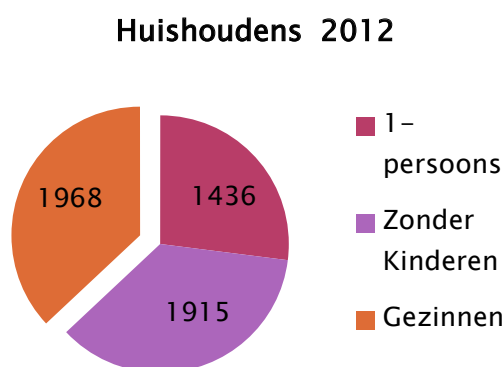
Dit terwijl er op grond van de toenmalige gegevens is besloten juist de groep inwoners tot 30 jaar specifiek aandacht te geven (zie kader). Terwijl de focus is blijven bestaan, is de toenmalige leeftijdscategorie sterk veranderd. Verschil in geslacht is er in Lichtenvoorde haast niet, dit is zowel in 2004 als in 2012 zo'n 50 procent man/vrouw.

2.2.2 HUISHOUDENS¹³

In 2002 is er in het plan van aanpak bewust ingezet op gezinnen in Lichtenvoorde. Cijfers ontbreken in dit plan, maar in de demografische gegevens van 2012 is het percentage gezinnen in Lichtenvoorde nog steeds groot. Bij het opzetten van veel activiteiten bij LICHT



GRAFIEK 2.1 HUISHOUDENS '04 - '12



GRAFIEK 2.2 HUISHOUDENS ABSOLUUT '12

¹³ "Huishoudens bestaan uit één of meer personen die alleen of samen in een woonruimte zijn gehuisvest en zelf in hun dagelijks onderhoud voorzien. Naast eenpersoonshuishoudens onderscheiden we meerpersoonshuishoudens." (CBS sd)

is het feit dat er veel huishoudens met kinderen zijn de insteek geweest. Zo zijn er de kinderclubs, inloopavonden en tienerclubs voor de kinderen uit deze gezinnen.

Opvallend is wel dat huishoudens zonder kinderen sterk vertegenwoordigd zijn in Lichtenvoorde. Ook de 1-persoonshuishoudens nemen een steeds belangrijkere plaats in de samenleving van Lichtenvoorde. Van 2004 tot 2012 is het percentage van 1-persoonshuishoudens gestegen van 24 naar 27 procent. Ook zijn er in 2012 meer huishoudens zonder kinderen(dit zijn samenwonenden/gehuwden zonder kinderen) dan in 2004.

Het feit dat er meer 1-persoons huishoudens zijn, is enerzijds te verklaren doordat de groep 65+'ers groter is geworden en eerder alleen komen te staan dan andere leeftijdsgroepen. Anderzijds kan aan deze tendens ten grondslag liggen dat er steeds minder aandacht is om (geregistreerd/gehuwd) samen te gaan wonen. Helaas ontbreken voor deze stellingnames harde cijfers, maar in 2011 is het aantal weduwe(naar)s al met 1% naar 6% gestegen ten op zichte van 2010¹⁴. Ook het aantal ongehuwden is in dat jaar gestegen met 1% naar 45% van het totale aantal inwoners in Lichtenvoorde. De groep gescheidene personen is sinds 2011 5 procent.

2.2.3 BEVOLKINGSGROEPEN

In tegenstelling tot andere delen van Nederland is het aantal allochtonen in Lichtenvoorde vrij laag. Maar 3% van de inwoners van Lichtenvoorde hebben een niet-westerse afkomst. Daarnaast is er nog een groep van zo'n 5% westerse allochtonen.

De relatieve verhuismobiliteit van inwoners van Lichtenvoorde is vergeleken tot het landelijk gemiddelde van 98 erg laag. Per 1000 inwoners is de verhuismobiliteit rond de 60. Dit betekent dat per 1000 inwoners zo'n 60 personen per jaar uit of naar Lichtenvoorde verhuizen, naar of vanuit een andere plaats buiten de gemeente Oost Gelre. Hieruit kan geconcludeerd worden dat Lichtenvoordenaars weinig verhuizen naar een andere plek.

11

2.3 HET DORPSE PLATTELAND

Aan de hand van de demografische gegevens kan Lichtenvoorde ingedeeld worden binnen het platteland van Nederland. In 2008 is het Sociaal en Cultureel Planbureau met een publicatie gekomen over het dorpsleven met als titel *'Overgebleven dorpsleven: Sociaal Kapitaal op het hedendaagse platteland'*. In deze publicatie worden verschillende typen platteland uiteengezet, met daarbij behorende karakteristieken. Hoewel dit geen statistische gegevens zijn is er middels deze typering meer te zeggen over het karakter van de inwoners Lichtenvoorde. De soorten platteland worden aan de hand van verschillende demografische gegevens ingedeeld. Belangrijke gegevens hierbij zijn de omgevingsadressendichtheid, leeftijdscategorieën, verhuizingen en inkomensschaal.

De omgevingsadressendichtheid per vierkante kilometer is zo'n 713. Dit betekent dat er per vierkante kilometer gemiddeld 713 adressen te vinden zijn. Het aantal jongeren tot 15 jaar is 18 procent en het aantal (65+) senioren is met 17 procent vrij hoog. Het gemiddeld huishoudensinkomen ligt met 30.000 euro ook vrij hoog. Deze combinatie van factoren wijzen erop dat Lichtenvoorde kan benoemd worden als het 'dorpse platteland'¹⁵.

¹⁴ (CBS sd)

¹⁵ (Vermeij en Mollenhorst 2008, 38)



2.3.1 KENMERKEN VAN HET DORPSE PLATTELAND

Er zijn verschillende kenmerken van het dorpse platteland te benoemen. Hieronder zullen een aantal aspecten besproken worden die van belang kunnen zijn voor het functioneren van LICHT. Andere kenmerken zullen buiten beschouwing gelaten worden.

Bewoners van het Dorpse platteland komen relatief weinig buiten het eigen gebied, maar ontvangen wel veel bezoekers van buiten. Zo worden er door de inwoners van de omliggende (kerk)dorpen ook veel gebruik gemaakt van de voorzieningen in Lichtenvoorde. Voor LICHT biedt dit mogelijkheden of juist onmogelijkheden die later in hoofdstuk 6 besproken zullen worden.

Wat betreft de leefomgeving is er gemiddeld genomen weinig eenzaamheid is op het Dorpse platteland¹⁶. De inwoners van het Dorpse platteland hebben tijdens het onderzoek van het SCP in 27% van de respondenten aangegeven dat zij zich 'vaak' of 'af en toe' eenzaam voelen en behoefte hebben aan meer gezelschap. In vergelijking tot stedelijk gebied, waar 40% van de respondenten vergelijkend hebben geantwoord, mag dit percentage relatief laag genoemd worden. Maar de ogen sluiten voor 27% van de inwoners in niet aan te raden. Veel mensen zijn daarnaast tevreden over de woonomgeving. Op het dorpse platteland is gemiddeld genomen zo'n 90 procent van de inwoners tevreden over de woonomgeving. Ook dit biedt bepaalde (on)mogelijkheden voor LICHT waar in hoofdstuk 6 verder op in gegaan zal worden.

Daarnaast valt er nog te zeggen dat inwoners van het dorpse platteland zich relatief gezien vaker veiliger en gelukkiger voelen.

2.4 SAMENVATTING

Welke actuele demografische gegevens zijn relevant voor het project LICHT?

Het antwoord op de vraag is niet eenduidig te geven. Er spelen verschillende demografische factoren mee die voor LICHT relevant kunnen zijn. Doordat de CEOG in het plan van aanpak in heeft gezet op een specifieke doelgroep zijn in dit hoofdstuk deze demografische gegevens vergeleken met de meest actuele gegevens van Lichtenvoorde. Daarnaast is er bewust studie gemaakt naar de staat van het dorpse platteland om weer te geven wat deze demografische gegevens kunnen betekenen. Het gevolg hiervan is dat het beleid op bepaalde demografische punten aangepast zou moeten worden. In het laatste hoofdstuk zullen er aan de hand van deze veranderingen en aanscherpingen aanbevelingen worden gedaan om het functioneren van LICHT in Lichtenvoorde te kunnen optimaliseren.

Om aanbevelingen te kunnen doen is het van belang de gegevens te interpreteren¹⁷. De ontwikkeling van de leeftijdsgroep is door de bevolkingsgroei een logische ontwikkeling en biedt nieuwe kansen en mogelijkheden voor het project LICHT. Mensen worden eenmaal ouder, en de afgelopen jaren is het geboortegetal gedaald. Dit heeft tevens als gevolg dat het aantal gezinnen daalt. Hieruit blijkt dat de samenleving van Lichtenvoorde stilaan aan het veranderen is. Deze verandering kan er op wijzen dat steeds meer stellen(geregistreerd samenwonen & gehuwden) al dan niet bewust geen kinderen hebben. Wat dit voor gevolgen kan hebben zal in de aanbevelingen (hfst. 6) worden uitgewerkt.

¹⁶ (Vermeij en Mollenhorst 2008, 58)

¹⁷ (Osmer 2008)

3. DE IDENTITEIT VAN LICHT

Dit hoofdstuk beschrijft de uitwerking en het antwoord op de derde deelvraag van het onderzoek:

Wat is de huidige visie en het huidige beleid van LICHT?

Visie en beleid geven weer welk gedrag, welke symbolen en welke communicatiemiddelen er gebruikt worden om het doel van LICHT te bewerkstelligen. Door dit te bestuderen kan de identiteit van LICHT duidelijk uiteen worden gezet. De communicatie van een identiteit vindt namelijk niet alleen plaats door PR. Ook het feit dat er bijvoorbeeld bepaalde activiteiten plaatsvinden of dat er bepaalde medewerkers onderdeel zijn van LICHT communiceert iets naar de mensen toe. De identiteit van organisaties als ook project LICHT valt uiteen in vier onderdelen (gedrag, communicatie, symbolen en persoonlijkheid).

Om tot een specifiek antwoord op de deelvraag vraag te komen is het van belang te kijken naar de missie van LICHT en terug te gaan naar de wortels van LICHT. In het eerste deel van dit hoofdstuk wordt er ingegaan op de naam en missie van LICHT (persoonlijkheid), omdat dit in de eerste plaats de diepste beweegredenen weergeeft van LICHT. De ontwikkelingen van LICHT (gedrag, symbolen en communicatie) worden uiteengezet, om zo in vogelvlucht te kunnen zien hoe LICHT in de afgelopen 15 jaar is ontwikkeld. Het derde deel van dit hoofdstuk beschrijft het beleid aan de hand van de in 2009 opgestelde pijlers en hoe dit in 2013 wordt voortgezet.

In het vierde en tevens laatste deel van dit hoofdstuk zal aan de hand van het schema van Birkigt en Stadler¹⁸ het hoofdstuk kort worden samengevat welke identiteit LICHT heeft en op welke manier deze tot uiting komt.

13

3.1 MISSIE & NAAMGEVING

De missie is datgene wat LICHT door zijn activiteiten bekend wil maken en over wil brengen naar de doelgroep. Het begrip LICHT als afkorting is een missie in zichzelf. Dat is ook de reden om het begrip met hoofdletters te schrijven. LICHT staat namelijk voor “Leven In Christus Heeft Toekomst”¹⁹ en is dat wat het project uit wil dragen om navolging te geven aan de grote opdracht in Mattheüs 28:18–20.

Tevens verwijst LICHT naar de woorden van Jezus in het Johannesevangelie, waar Hij zegt dat Hij het Licht der wereld.²⁰ Er is veel voor te zeggen dat de werkers van LICHT nu, in Jezus, het licht in deze wereld mogen zijn en dit uit mogen dragen naar de inwoners van Lichtenvoorde. In de Bergrede spreekt Jezus tot zijn leerlingen dat *zij* het licht van de wereld zijn en door de daden die zij doen Gods liefde mogen laten zien. En dat is ook wat de werkers van LICHT trachten te doen; Gods liefde laten zien aan de mensen in Lichtenvoorde²¹.

¹⁸ (Riel 2003, 43)

¹⁹ (Website Licht in de Achterhoek sd)

²⁰ Joh. 8:12, Joh. 9:5 (NBG '51)

²¹ Dit sluit duidelijk aan bij de missie Kasper van Helden noemt en op Facebook vermeld staat: “LICHT wil voor Lichtenvoorde en omgeving een open gemeenschap van volgelingen van Jezus zijn, die het leven en geloof met elkaar delen en iedereen wil helpen Jezus Christus te leren kennen”

Daarnaast verwijst 'LICHT' naar de plaats waar zij aanwezig is, namelijk Lichtenvoorde. Opvallend is dat er ondanks de vele beleidsplannen en visiedocumenten geen heldere beschrijving is omtrent de naamgeving van het project, terwijl deze toch zoveel verbindingen heeft. Deze verbindingen zijn in de loop der jaren vooral onderdeel geworden van de 'mondelinge overlevering' van LICHT.

3.2 VAN COMMISSIE TOT PROJECT

Het heeft niet voor de hand gelegen dat LICHT zich op het punt bevindt waar zij nu zijn aangekomen. Vele jaren is er aan de werkelijke start van het project vooraf gegaan om als CEOG te kunnen bezinnen waarom en hoe zij te werk zullen gaan met evangelisatie in de Achterhoek. Een schematisch overzicht wordt hiervan gegeven in bijlage 2.

3.3 VISIE & BELEID VOOR NU EN DE TOEKOMST

De visie en het beleid van LICHT wordt normaal per jaar vastgesteld in een jaarplan. Hierin komt duidelijk en gestructureerd naar voren hoe LICHT in de praktijk aan de slag wil gaan met de vier vooraf vastgelegde pijlers. Deze pijlers zijn vanaf 2009 ingevoerd en vallen uiteen in de volgende begrippen om duidelijk weer te geven welke doelen LICHT wil bereiken: kern, omgeving, toerusting en publiciteit.

Ook wordt de algemene visie om de 3 á 4 jaar door de Lichtenvoorde Commissie grondig herzien in een visiedocument. Het eerste visiedocument, ook wel plan van aanpak genoemd, stamt uit 2002 en het laatste volledige visiedocument is van 2009. Op het moment van schrijven is het LT zich opnieuw aan het bezinnen over de visie voor de komende jaren, met in het achterhoofd de gedachte dat de financiering na 2015 vanuit de GKv blijft bestaan. Ook dit onderzoek geeft een bijdrage aan de herbezinning op de visie van het project.

3.3.1 VISIE VOOR 2013

In het algemene visiedocument van 2009²⁶ zijn er voor de derde fase van het project (2011–2016) nieuwe doelen opgesteld. De hoofddoelstelling voor deze fase is dat er *“in 2016 in Lichtenvoorde een zelfstandige gemeente bestaat in de traditie van de reformatie. De leden van die gemeente beleven en vieren samen dat ze van God een geweldig geschenk ontvangen hebben, namelijk eeuwig leven door Jezus Christus. Over dat geschenk en de Gever van het geschenk willen ze graag met anderen spreken, zodat meer mensen uit Lichtenvoorde met hen het feest van het geschenk willen vieren. Dit samen leven, samen vieren en samen getuigen wordt aangestuurd door een leiderschapsteam. Het bestaan van een zelfstandige gemeente vereist een ledental van minimaal 60 leden en minimaal 5 leden die in het leiderschapsteam kunnen functioneren.”*²⁷ De doelstelling lijkt een mooi streven, maar echt meetbaar is deze doelstelling niet. Alleen al deze doelstelling zou opgedeeld kunnen worden in verschillende deeldoelstellingen.

Met het visiedocument wordt niet alleen gekeken naar 2016, maar zijn er ook deeldoelstellingen verwoord voor 2013.

- In 2013 functioneren er vier huisgroepen van elk 12 (jong-)volwassen leden.
- Elke huisgroep staat onder leiding van 2 personen

²⁶ (Lichtenvoorde Commissie 2009)

²⁷ (Lichtenvoorde Commissie 2009, 10)

- De acht leidinggevende van de huisgroepen vormen samen de leiding van de nieuwe gemeente.
- De wekelijkse samenkomsten worden bezocht door ca. 75 personen, waarvan 15 gasten uit de Lichtenvoordse samenleving.
- Het inloophuis met boekwinkel en dorpspastoraat is 10 dagdelen per week geopend.

In hetzelfde visiedocument wordt ook gekeken naar de middelen en communicatie, maar deze is vooral gericht op de interne communicatie. De communicatie naar de inwoners van Lichtenvoorde wordt verder uitgewerkt in de jaarplannen van 2012 en 2013. Ook daarbij worden deze ingedeeld volgens de vier pijlers.

3.3.2 PIJLERS

De pijlers, zoals deze vanaf medio 2009 worden gebruikt, worden gebruikt als kapstokken om de andere activiteiten aan op te hangen. De pijlers laten per onderwerp zien wat er georganiseerd wordt en welke visie er per onderwerp is. Ze maken in grote lijnen zichtbaar wat en hoe er door LICHT op dit moment gecommuniceerd wordt of zou moeten gecommuniceerd worden.

KERN

De pijler **Kern** is opgedeeld in de verschillende gemeenschapsvormende onderdelen, zoals de huisgroepen, samenkomsten, diaconaat en leiderschap

De huisgroepen zijn de basis van de gemeenschap LICHT en willen dienstbaar aanwezig zijn in de Lichtenvoordse samenleving. De huisgroepen hebben als visie “het elkaar ontmoeten in groepen. De huisgroepen zijn de focus voor het gemeente zijn. Het vormen van een gemeenschap betreft niet alleen bepaalde momenten, maar omvat het hele leven. Deze ontmoetingen bieden een klimaat om samen te groeien in geloof en genade.”²⁸

De pijler Kern komt in deelonderdelen van LICHT tot uiting. In het kader van het onderzoek gaan we in op de onderdelen die betrekking hebben op de missionaire communicatie.

Specifieke acties die op voor 2012/2013 uit deze visie naar voren komen zijn:

- het stimuleren van het samen eten
- het ondernemen van 3 andere activiteiten (wandelen, Present, werken in de natuur)
- zoeken naar contact buiten de wekelijkse bijeenkomsten
- training voor 2 personen om het geloofsgesprek te voeren
- discipelschap neer zetten.

Naast de huisgroepen is er sprake van samenkomsten die tweewekelijks op de zondag plaatsvinden. Deze samenkomsten zijn, volgens LICHT, laagdrempelig waardoor het aantrekkelijk is voor de vaste bezoekers om vrienden en bekenden mee te nemen.

Met het onderdeel diaconaat wil LICHT ‘als gemeenschap dienstbaar zijn aan elkaar en aan mensen in de omgeving die hup nodig hebben.’ LICHT wil voor 2013 graag dat twee personen die betrokken zijn bij LICHT deel gaan nemen aan een cursus voor schuldhulpmaatje. Door het volgen van deze cursus kan er actief ingezet worden op hulp

²⁸ (Jaarplan 2013)

aan mensen in de bijstand. Daarnaast wil LICHT de huisgroepleden stimuleren deel te nemen aan een actie van Present²⁹ of Tijd voor Actie³⁰.

Het leiderschap van LICHT zorgt er voor om richting te geven aan de activiteiten en communicatie en biedt daarnaast samenhang aan de gemeenschap. De visie voor het leiderschapsteam is er op gericht om de betrokkenen aan het project te laten groeien als volgelingen van Christus. In 2013 is het leiderschapsteam er vooral op gericht om interne zaken te regelen die te maken hebben met leiderschap, discipelschap, oecumene, markeringspunt (doop/belijdenis), deelname avondmaal en voorgaan & zegenen in de dienst door man en vrouw (zie bijlage 5). Het leiderschapsteam wil hiermee meer visie vormen op hoe zij gemeente kunnen zijn binnen de voorschriften van de Gereformeerde Kerken.

OMGEVING

De tweede pijler van LICHT is **Omgeving**. Deze is direct dienend aan het projectdoel van LICHT, maar niet een doel in zichzelf. Bij 'omgeving' gaat het in de eerste plaats om de ontmoeting met de ander. Dit gebeurt d.m.v. verschillende evangeliserende activiteiten, persoonlijke contacten en de publiciteit op straat en in de media.³¹

In 2013 wordt er gewerkt aan:

- het dorpspastoraat
- (Youth-)ALPHA
- het jeugdwerk
- LICHT-weken

Zo is er specifiek visie voor de kinderclub die regelmatig gehouden wordt, omdat kinderen meer open voor het evangelie staan dan tieners, jongeren en volwassenen. Daarnaast kunnen er door het contact met kinderen ook andere lijnen vanuit LICHT naar ouders en andere volwassenen gaan ontstaan. Doel is om de kinderclub 9 maal per jaar te laten plaatsvinden, waardoor deze een duidelijke plek krijgt in de Lichtenvoordse samenleving. Ook kunnen tieners die nu al de helpende hand bieden de gelegenheid krijgen om verder te groeien in het eigen geloofsleven.

De jeugdinloop van LICHT biedt voor de jeugdwerker de mogelijkheid om relaties op te bouwen en binnen die relaties het evangelie te communiceren. Deze inloop geeft ruimte om andere activiteiten waar het evangelie mag klinken bekend te maken aan de jeugd en hen uit te nodigen. Voor jongeren die al affiniteit met LICHT hebben ontwikkeld³² is de jeugdinloop bij uitstek geschikt om nog niet betrokken jongeren mee te nemen.

Voor de jeugd die vaak via de jeugdinloop of de kinderclub voor het eerst in aanraking komen met LICHT is de Rock Solid en de Girlz Only een 'volgende stap'. Ook de LICHT-Weken, die georganiseerd worden door Evangelisatie en Recreatie, zijn een eerste kennismaking met het evangelie, en daarmee ook met LICHT. Deze weken vinden in principe elk jaar plaats in de zomervakantie, waarbij er gebruikt gemaakt wordt van diverse

²⁹ Present wil, volgens hun website, een brug slaan tussen mensen die iets hebben te bieden en mensen die daarmee geholpen kunnen worden.

³⁰ TijdVoorActie stimuleert christelijke jongeren in het omzien naar elkaar en motiveert tot concrete hulp aan de medemens.

³¹ (Lichtenvoorde Commissie 2009)

³² d.w.z. de jeugdinloop en/of andere activiteiten van LICHT vaker bezoeken

recreatieve werkvormen³⁴. Door bijvoorbeeld kinderclubs, tienerclubs en sport & spel te organiseren, worden er vaak nieuwe contacten gelegd. In voorgaande jaren waren de activiteiten vooral gericht op de wijk Hooiland, maar in de toekomst heeft LICHT als doel om zich ook nog meer te richten op een andere wijk.

TOERUSTING

Door van **toerusting** een pijler te maken, blijft het belang om te investeren in de groei van gaven en talenten van mensen duidelijk in beeld. Dit is nodig, om zo medewerkers en gemeenteleden toe te rusten die zelfstandig en onafhankelijk van de evangelisatiewerkers reeds bestaande activiteiten kunnen leiden en organiseren.

PUBLICITEIT

De mogelijkheden om binnen de Lichtenvoordse samenleving zichtbaar te zijn worden ondergebracht bij de pijler publiciteit. Deze pijler sluit heel specifiek aan bij de communicatie als onderdeel van de identiteit van LICHT. De publiciteit van LICHT valt te verdelen in interne communicatie en externe communicatie (Michels sd, 32). Interne communicatie is in dit geval de communicatie die plaatsvindt onder de 'bidders en steuners', reeds betrokkenen en medewerkers van LICHT, terwijl de externe communicatie gericht is op de Lichtenvoordse bevolking die (nog) niet betrokken zijn.

Op dit moment wordt er veel (vaak tweewekelijks) gecommuniceerd via persberichten in de ELNA, een huis-aan-huisblad wat wekelijks verspreid wordt onder de bevolking van Lichtenvoorde en de omliggende kerkdorpen. Deze berichten worden gebruikt als uitnodiging voor een activiteit of geven verslag van activiteiten, zoals de ALPHA en Youth ALPHA. Ook worden er keitjes (kleine advertenties) in de ELNA geplaatst voor activiteiten, zoals de Stay-Clean groep.

Flyers en posters zorgen voor de publiciteit van de tweewekelijkse samenkomsten. De flyers worden soms huis-aan-huis verspreid, posters worden opgehangen op de ramen van de boekwinkel aan de Dijkstraat. Ook wordt middels straatborden voor de boekwinkel aandacht geschonken aan de jeugdinloop en andere activiteiten.

De website heeft een belangrijke functie als extern communicatiemiddel. Op de website wordt de maandelijkse agenda weergegeven. Daarnaast biedt de website informatie over het LICHT in het algemeen en de specifieke activiteiten die georganiseerd worden. Sinds begin 2013 wordt er via Facebook bekendheid gegeven aan activiteiten van LICHT en meer verteld over wat er in de boekwinkel gaande is. Ook wordt er een blog bijgehouden door Alice van de Beek, welke vooral informatie geeft over de boekhandel³⁵.

Voor 2013 er de actie opgesteld om een nieuwe website te lanceren waarop meer informatie staat over LICHT en er ook sfeerverslagen van activiteiten te vinden zijn.

³⁴ Evangelisatie & Recreatie is een organisatie die zich bezig houdt met het verspreiden van Gods Liefde binnen Nederland, doormiddel van recreatieve werkvormen. Dit gebeurt vaak door jongeren, starters en studenten die geïnspireerd door de heilige Geest vormgeven aan de Bijbelse opdracht om het evangelie bekend te maken. (E&R, 2011)

³⁵ Hoewel de boekhandel een particulier initiatief is, heeft deze een belangrijke functie voor de aanwezigheid van LICHT in Lichtenvoorde. In de boekhandel wordt Christelijke literatuur verkocht, met de gedachte dat mensen voor communie, doop of huwelijk op zoek zijn naar een cadeau voor de persoon in kwestie

De interne communicatie van LICHT is er op gericht om de achterban, bidders en steuners te betrekken bij het werk van LICHT. Dit gebeurt door maandelijks een gebedsbrief te sturen met daarin dank- en gebedspunten. Ook wordt er zes keer per jaar een nieuwsbrief aangeboden aan de classiskerken. Om het werk meer bekendheid te geven wordt er in 2013 gepoogd om acht kerken buiten de regio te bezoeken om informatie te geven over LICHT.

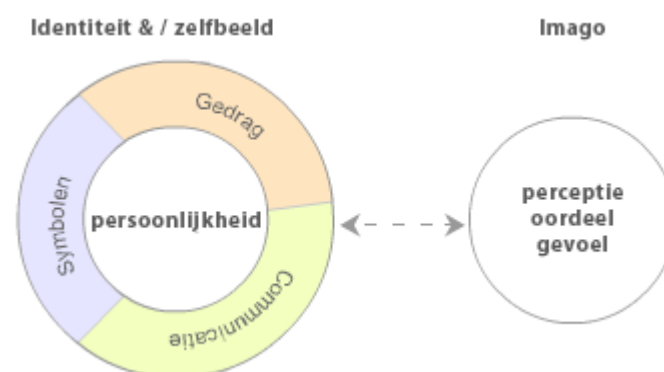
Per jaar wordt er een jaarverslag gepresenteerd aan de achterban binnen de classis, PS (particuliere synode) en de OOG (Ondersteuning Ontwikkeling Gemeenten).

3.4 IDENTITEIT

Als we spreken over de identiteit van LICHT hebben we het over een organisatie-identiteit. Het begrip organisatie-identiteit wordt door Birkigt & Stadler samengevat als “de strategisch geplande en operationeel ingezette zelfpresentatie en het gedrag van een organisatie naar binnen en naar buiten toe op basis van een vastgelegde filosofie, een lange-termijn doelstelling en een bepaald gewenst imago, met de wil alle handelingsinstrumenten van een onderneming als een eenheid naar binnen en buiten tot gelding te laten komen.” (Riel 2003, 39)

LICHT is een organisatie, waarbinnen er bewust nagedacht wordt over de zelfpresentatie van het evangelie. Hierbij dient er niet voorbij gegaan te worden aan het feit dat we te maken hebben met Gods werk, welke zich over het algemeen niet in vaste structuren laat vaststellen. Wel kan datgene wat LICHT vanuit Gods opdracht uitvoert schematisch vastgesteld worden. De uiting van deze organisatie-identiteit leidt tot het imago onder de doelgroep, welke in paragraaf 5.4 besproken zal worden.

LICHT geeft vanuit jaarplannen en visiedocumenten die in dit hoofdstuk uitgebreid zijn besproken weer wat zij willen bereiken. Door na te gaan wat LICHT hiermee communiceert, kan er aan de hand van het in de inleiding van dit hoofdstuk genoemde model van Birkigt & Stadler een organisatie-identiteit gedefinieerd worden.



FIGUUR 1 IDENTITEIT – IMAGO

3.5 SAMENVATTING

Wat is de huidige visie en het huidige beleid van LICHT?

De huidige visie (de overtuiging/kijk op de maatschappij³⁶) is de persoonlijkheid van LICHT.

PERSOONLIJKHEID

De persoonlijkheid van LICHT is als het ware de grond van het bestaan van het project. Samenvattend is dit de uiteindelijke visie van LICHT:

LICHT wil in Lichtenvoorde een gastvrije gemeente zijn, waar iedereen welkom is. Zij wil haar geloof in God en in Jezus als Gods Zoon uitdragen in Lichtenvoorde. Omdat zij gelooft dat een leven in Christus toekomst heeft.

(Website Licht in de Achterhoek sd, 'Het Project')

Het huidige beleid is te vatten in de begrippen 'communicatie', 'gedrag' en 'symbolen' waarin tot uiting komt welke doelen zij hebben, hoe zij handelen en hoe de gang van zaken is binnen de organisatie van LICHT. Ook geeft het weer welke middelen zij gebruiken om de 'persoonlijkheid' tot uiting te brengen.

COMMUNICATIE

Communicatie is een belangrijke factor om bekendheid te geven aan 'het gedrag' van LICHT. Communicatie is het middel om concrete signalen door te geven die in verband staan met 'de persoonlijkheid' van LICHT. De spanning tussen 'gedrag' en 'communicatie' is om deze met elkaar in overeenstemming te laten zijn. Dus communiceren hoe LICHT zich gedraagt. En niet het ene zeggen en het andere doen.

LICHT communiceert veelal met de volgende middelen:

Externe Communicatie:

- Raamposters
- Sociale Media (Facebook, Blog)
- Website
- Flyers
- Persberichten in de ELNA

Interne Communicatie

- Gebedsbrief
- Nieuwsbrief
- Jaarplannen
- Visiedocumenten

³⁶ (Michels sd, 44)

GEDRAG

Het gedrag van LICHT komt in de eerste plaats tot uiting in de activiteiten die zij organiseren. Daarbij speelt het gedrag van de medewerkers die bij deze activiteiten betrokken zijn een rol. Ook de al 'betrokkenen' dragen de identiteit van LICHT uit. Zij zijn als het ware de wandelende visitekaartjes van LICHT, waardoor andere mensen zich al dan niet aangetrokken voelen tot LICHT. Deze 'handelingen' van LICHT zijn het eerste waar de doelgroep LICHT op beoordeeld. Al deze activiteiten zijn dienend aan de persoonlijkheid van LICHT.

De activiteiten van LICHT die in de laatste jaren zijn opgezet:

- (Youth-)ALPHA
- Zondagse Samenkomsten in 'De Schoppe'
- Stay-Clean Zelfhelpgroepen
- LICHT-Weken/Evangelisatie&Recreatie
- Kinderclub
- Boekhandel 'LICHT'
- Open Inloopavonden
- Filmavonden
- Jeugdloop
- Dorpspastoraat

SYMBOLEN

De symboliek van LICHT zorgt voor het 'beeld' en geeft aan waar zij voor staat of voor wil staan. Dit zijn de visuele elementen die de herkenbaarheid van LICHT vergroten. (Michels sd)

Symbolen van LICHT zijn te vinden in:

- Logo
- Boekwinkel
- 2gether
- De Schoppe
- Website

Het huidige logo wordt als beeldmerk gebruikt op flyers, posters en online media uitingen. Ook is het logo op het front van de boekenwinkel te vinden, waardoor het een zichtbare plaats krijgt in de winkelstraat. Het logo van LICHT is opvallend, herkenbaar en uniek.

Voor de verschillende activiteiten wordt er op dit moment gebruik gemaakt van twee gebouwen. De meeste activiteiten vinden plaats in '2gether', de ruimte achter de boekwinkel van LICHT. Dit pand wordt sinds 2011 voor een langere termijn gehuurd door LICHT en kan vrij gebruikt worden. Doordat het pand in het centrum van Lichtenvoorde gelegen is, biedt deze een sterke herkenbaarheid.

De zondagse samenkomsten en de kinderclub worden gehouden in de Schoppe, een buurthuis aan de Johannes Vermeerstraat in Lichtenvoorde.

4. IDEAAL & WERKELIJKHEID

In dit hoofdstuk wordt stilgestaan bij de theologische en Bijbelse noodzaak van evangelisatie in een dorp als Lichtenvoorde. Vanuit de theorie van Osmer is dit de normatieve taak³⁷. Er wordt een (theologische) normering gesteld voor het werk van LICHT. De deelvraag waar in dit hoofdstuk antwoord op wordt gegeven is:

Wat is de theologische noodzaak van evangelisatie in Lichtenvoorde?

Om antwoord te krijgen op deze vraag wordt er gebruik gemaakt van een literatuurstudie en wordt er gekeken naar de Bijbelse grond van evangelisatie. Daarbij wordt er eerst ingegaan op de algemene missie; de Missio Dei. De tweede paragraaf beschrijft het proces van de *overdracht* van deze Missio Dei. In de derde paragraaf wordt de lijn compleet, door te beschrijven waarom Lichtenvoorde een geschikte plek is voor de missie van God. De paragrafen beschrijven eerst het ideaalbeeld, waarna het handelen van LICHT geëvalueerd wordt.

4.1 MISSIO DEI

Elke evangelisatie-actie of elk missionair project is in wezen onderdeel van Gods' eigen missie. In de eerste plaats staat God zelf, en dus niet een kerk, commissie of classis aan het begin van Zijn zending. De Geest van God volgt niet een project of kerk, maar gaat voor alles uit. Het is goed om te beseffen dat welk werk of welke activiteit ook gedaan wordt, in zichzelf niet heilig is. Het feit dat *God* aan het begin staat, maakt dat wat gedaan wordt van eeuwigheidsbelang³⁸.

Zo is ook Jezus' komst naar deze aarde geen cadeau voor deze wereld, maar het gevolg en onderdeel van Gods' heilsplan. Hij wil ten diepste contact met deze schepping, maar daarvoor was (en is) er na de zondeval eerst rechtvaardiging nodig. Deze rechtvaardiging is gekomen door het offer van Jezus Christus. God is in Jezus opnieuw onder de mensen op deze aarde gaan wonen om het contact met de schepping te herstellen. In Mattheüs worden de volgelingen van de Christus door Hemzelf geroepen om Zijn woord en dit Evangelie bekend te maken en alle mensen en volken tot leerlingen van Hem te maken. Het gaat daarbij niet, zoals in het verleden nog wel eens gedacht werd, om naar de kerk te gaan als een plek om persoonlijke religieuze behoeften te bevredigen. Het gaat juist om het inschakelen van mensen in Gods' Koninkrijk³⁹. Niet de kerk, maar de schepping is het einddoel van Gods' handelen. Wanneer gesproken wordt over de schepping, gaat het niet alleen over de 'mens'. De natuur en het milieu zijn een wezenlijk deel van de schepping, maar wordt vaker over het hoofd gezien.

Maar Jezus roept Zijn leerlingen wel op 'naar alle volken uit te gaan en leerlingen te maken.' Te zien is dat de mens een belangrijke rol heeft in Gods' missie en zowel 'boodschapper' als 'ontvanger' mag zijn van het evangelie.

³⁷ (Osmer 2008, 4)

³⁸ (Noort, et al. 2007, 227)

³⁹ (Noort, et al. 2007, 264)

Dit gezegd hebbende kan er gesteld worden dat het werk van LICHT onderdeel is van het Grote geheel. Het is daardoor niet minder waard, maar het besef mag er zijn dat God aan het begin staat van Zijn missie. Het is geen werk van mensen, maar onderdeel van de *Missio Dei* waarbij God mensen inschakelt. Het inschakelen van mensen is een van de belangrijkste gronden van het werk van LICHT. In het eerste visiedocument van LICHT staat te lezen⁴¹: “Door christenen, die leesbare brieven van Jezus Christus zijn (2 Korintiërs 3,2.3), brengt Gods Geest mensen tot de beslissende ontmoeting met Jezus Christus zelf (vgl. Mattheüs 10,40). De lokale christelijke gemeente blijft hierbij in beeld (1 Petrus 2: 4–5). Wie gelovig is geworden wordt een bouwsteen in het geestelijke huis. Daarom is het komen tot geloof en het komen tot een gemeente geen tegenstelling en zeker geen totaal andere fase in het komen tot Christus. Het komen tot een gemeente is dus geen op zich zelf staand doel van evangelisatie, maar een natuurlijke stap omdat de innige band met Christus wordt beleefd in de gemeente als het lichaam van Christus.

Dit betekent in de eerste plaats dat de gemeente onder Gods zegen en op het fundament van Jezus Christus opgebouwd wordt door mensen. Elk gemeentelid en elke commissie heeft daarin zijn eigen plaats en taak al naar gelang de gaven, omdat iedereen van God verschillende (en elkaar aanvullende) gaven heeft gekregen (1 Kor 12). Dit is overigens geen mensenwerk, maar het werk van de Heilige Geest die mensen siert met gaven, uit genade (1 Ptr 4:10–11, 1 Kor 15:10). Zoals gezegd, brengt Gods Geest mensen tot de beslissende ontmoeting met Jezus Christus zelf door christenen, die leesbare brieven van Jezus Christus zijn. De principiële verbondenheid tussen gemeente–zijn en evangelisatie vraagt om kerkelijke presentie in gebieden waar het evangelie van Jezus Christus nagenoeg onbekend is of naar de zijlijn is verdrongen.”

De aanwezigheid van LICHT in Lichtenvoorde is gericht op de mensen, en wil daarbij gehoor geven aan de grote opdracht. Jezus sluit bij het geven van die opdracht geen enkel volk uit, en dus wordt ook niet het Lichtenvoordse ‘volk’ uitgesloten van deze opdracht. In het verlengde van deze opdracht voelt LICHT zich geroepen om een veilige basis te kunnen zijn voor hen die een proces van bekering gaan en die na deze ‘roep’ leerlingen van Christus willen zijn. Maar als er gesteld wordt dat het doel van de *Missio Dei* de hele schepping is, wordt er bij LICHT (misschien onbewust) voorbij gegaan aan de natuur, cultuur en het milieu. Of dit problematisch is, valt te ontkennen. Feit is wel dat dit duidelijk laat zien dat LICHT slechts een onderdeel is in Gods’ grote plan en niet de gehele *Missio Dei* tot zijn rekening neemt.

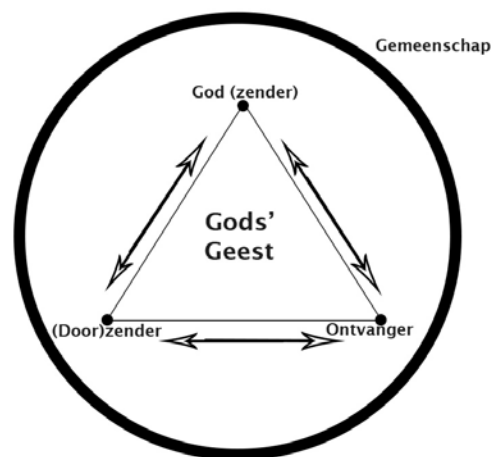
4.2 MISSIONAIRE COMMUNICATIE

God schakelt mensen in om Zijn *Missio* gestalte te geven in deze wereld. Waar er bij ‘communicatie’ sprake is van twee partijen⁴², kan er bij ‘missionaire communicatie’ gesproken worden over drie partijen. Door deze missionaire communicatie komt het evangelie binnen in deze wereld. In de eerste plaats is God de Zender (zie figuur 2), die Zijn boodschap in en door het Woord (Joh. 1:1–3) gesproken heeft. Daarnaast is er sprake van een eerdere ‘ontvanger’, die deze boodschap (het evangelie) aan heeft genomen en met

⁴¹ (Classis GKV Zutphen 2002)

⁴² Volgens de klassieke communicatie–theorie is er bij communicatie sprake van een zender en ontvanger. De zender ‘zendt’ zijn boodschap, terwijl de ontvanger (al dan niet met ruis) de boodschap ontvangt.

anderen wil delen. Diegene wordt de 'doorzender' en mag getuigen en de 'ontvanger' aanspreken met het geloof. Wanneer de persoon in kwestie onderdeel wordt van de gemeenschap Gods' mag ook hij de 'doorzender' worden van Zijn boodschap. Bijzondere is dat God in dit proces niet afzijdig blijft, maar aanwezig blijft. De boodschap blijft onveranderlijk en is onderdeel van Gods' heilsplan.



FIGUUR 2 MISSIONAIRE COMMUNICATIE

Hoewel 'zieltjes winnen' een vrij negatieve weerklink heeft, gaat het bij evangelisatie om 'zielen winnen voor Christus'; zielen die onderdeel worden van Gods missie in deze wereld. Wanneer er van een exclusivistisch⁴³ heilsplan wordt gesproken, zoals dat ook bij LICHT wordt beleden⁴⁴, wil men "anderen motiveren tot een bepaald gedrag, namelijk om God in Jezus te leren kennen. Wie getuigt is er op uit een ander te involveren in de beweging die van Jezus uitgaat. Missionaire communicatie gaat om werving."⁴⁵

In de missionaire communicatie staat de genade van Christus centraal. Dit maakt in eerste instantie dat missionair werk weet heeft van de gave van de reddende genade. Dat mensen geraakt worden door dit geschenk valt niet af te dwingen. Missionaire communicatie is niet dwangmatig, maar gebeurt in vrijheid⁴⁶. Dit betekent dat de missionaire communicatie niet tot doel heeft om mensen te kunnen overtuigen van het gelijk, maar dat het de communicatie is om andere mensen te informeren over Gods plan, waar Gods geest doorheen mag werken.

Om als geloofsgemeenschap missionair te kunnen zijn is er een proces van inculturatie nodig⁴⁷. Dit geldt voor elke context. Het inculturatieproces beslaat het delen van het evangelie (missionaire communicatie) en op welke manier dat door mag dringen tot de context van een specifieke cultuur waarin het evangelie is gehoord. Als men spreekt over het platteland, is dit een andere context dan de stad en heeft deze context ook een andere overdracht nodig. Hoewel de manier waarop het evangelie over wordt gebracht, blijft het evangelie van Jezus Christus onveranderlijk.

In Lichtenvoorde wil men via vriendschapsevangelisatie⁴⁸ de boodschap van God 'doorzenden' in Lichtenvoorde. Dit 'doorzenden' zou vergeleken kunnen worden met discipelschap, wat verder gaat als vriendschapsevangelisatie. Niet alleen de missionaris of zendeling wordt opgeroepen om discipel te zijn van Jezus, maar juist ieder 'gewoon' mens⁴⁹.

⁴³ Exclusivisme: De weg van behoud loopt enkel via Jezus Christus

⁴⁴ (CEOG 2005)

⁴⁵ (Roest 2005, 134)

⁴⁶ (Noort, et al. 2007, 232)

⁴⁷ (Schipper 2013, 8)

⁴⁸ "Bij vriendschapsevangelisatie gaat het om het doorgeven van de boodschap tegen de achtergrond van oprechte liefde en welgemeende belangstelling voor de ander, en om tijd te investeren in zijn leven.", naar Floyd Schneider (Vriendschapsevangelisatie sd)

⁴⁹ (Chester en Timmis 2011, 85)

Discipelschap is gericht op het leven van ieder gewoon mens, waarbij het evangelie onlosmakelijk een onderdeel is van ieder aspect van het leven. De basis is het gewone, onopvallende werk van dag tot dag dat vaak niet eens gezien wordt en wat voortkomt een onvoorwaardelijke liefde voor de ander. “De belangrijkste evangelisatieactiviteit heeft alles te maken met gewone mensen die gewone dingen doen met de intentie van het Evangelie. Of het nu gaat om het helpen van een vriend, het werken op kantoor of het samen een film kijken, er is sprake van de inzet om relaties op te bouwen.”⁵⁰ Daarbij speelt de vraag naar *believing*, *beloning* en *behaving* een belangrijke rol. Want wat kan men verwachten van relaties? Is dat om mensen te betrekken bij LICHT (belong), te zorgen dat ze zich gaan gedragen als Christenen (behave) of is dat om mensen tot geloof te brengen (believe)? Dat is ook een vraag die LICHT zichzelf mag stellen; Wat willen wij met onze activiteiten nu concreet bereiken. LICHT wil dit concreet tot uiting brengen in de activiteiten, handelingen, PR en persoonlijke contacten die LICHT heeft met de inwoners van Lichtenvoorde. De specifieke beschrijving is te vinden in paragraaf 3.4 over identiteit. Wat betreft het inculturatieproces kan LICHT kansen aangrijpen om aan te sluiten bij de (Katholieke) achtergrond van Lichtenvoorde (zie 6.2)

4.3 WAAROM LICHTENVOORDE?

Over de vraag waarom Lichtenvoorde gekozen is als evangelisatieplek is LICHT duidelijk. Volgens de demografische gegevens was (en is) Lichtenvoorde een geschikte plek om (veel) mensen tot geloof te brengen in Christus en hen vervolgens te verzamelen in een gemeente. Lichtenvoorde is een witte vlek in Nederland wat betreft ‘Bijbelgetrouwe woordverkondiging’.⁵¹ In hoofdstuk 2 zijn daarnaast de relevante demografische gegevens uitgebreid beschreven. Alvast vooruitkijkend naar de resultaten van het onderzoek, blijkt dat 68 procent van de respondenten niet tot nauwelijks bezig is met het geloof in God.

Het is een roeping voor elke christen om mee te werken aan het de opdracht om niet-gelovigen tot volgelingen van Christus te maken. De praktijk in Lichtenvoorde is toch weerbarstiger, omdat men naast de Zender en ‘doorzenders’ ook te maken heeft met de ‘ontvangers’. Zij leven in een wereld waarin het evangelie een dwaasheid is (1 kor. 1:18) en (nog) niet beseffen dat de genade nodig is voor het eeuwige Behoud.

Zoals dit in Lichtenvoorde te zien is, zijn er relaties gevormd en bij elkaar gebracht in de gemeenschap van LICHT, waardoor zij als gemeenschap missionair kunnen zijn. Maar laat deze vriendschap niet afhangen van het al dan niet willen toebehoren aan de gemeenschap van LICHT.

Missionair zijn in dorpen zoals Lichtenvoorde heeft iets van het planten van sleutelbloemen. Deze bloemen hebben maar een beperkte tijd te leven, maar leven wel krachtig en individueel. Tevens hebben ze de neiging om zich aan te passen aan de omgeving, zonder het ‘sleutelbloem-zijn’ te verloochenen. Ze groeien en maken daarbij de grond klaar voor het groeien van vele nieuwe sleutelbloemen⁵⁵. Zo gaat ook in eerste instantie niet om een kerk of project als LICHT wat koste wat het kost moet blijven, maar om de groei van datgene

⁵⁰ (Chester en Timmis 2011, 47 – 48)

⁵¹ Zie bijlage 2

⁵⁵ (Gaze 2007, 33)

wat door de kerk wordt gepland, namelijk 'gewonnen' zielen voor Christus. Als het onderdeel is van Gods' missie zijn er verschillende 'sleutelbloemen' nodig.

LICHT is een daarbij een 'sleutelbloem' die gemeenschapsvormend bezig wil zijn. Hoewel de sleutelbloemen niet voor zichzelf leven, heeft elke 'bloem' wel een doel. LICHT heeft als doel om mensen met elkaar en met God te verbinden en wil de grond van het geloof in de levens van mensen bereiden, waardoor er geestelijke groei mogelijk is. Wanneer deze mensen discipelen worden, vinden ze een thuis bij LICHT en mogen zij met LICHT nieuwe grond bereiden bij andere mensen.

Groei is niet mogelijk zonder goede grond, regen en voedingsstoffen. Gebed en financiële en praktische ondersteuning (als voedingsstoffen) van de ondersteunende gemeenten zijn voor LICHT van 'levensbelang'. Enkel door die ondersteuning kan Gods' *missio* gestalte krijgen in Lichtenvoorde en kan de 'sleutelbloem' van LICHT groeien en plaats bereiden voor nieuwe gelovigen.

4.4 SAMENVATTING

Wat is de theologische noodzaak van evangelisatie in Lichtenvoorde?

De *Missio Dei* is de zending van God, waarbij Hij mensen inschakelt om andere mensen onderdeel te laten worden van Zijn heilsplan. De zending van die boodschap is niet afhankelijk van plaats of tijd, maar mag door klinken waar God het wil. Middels *missionaire communicatie* wordt de boodschap in deze wereld verspreid. LICHT wil daarbij een gemeenschapsvormende taak innemen in Lichtenvoorde. Maar LICHT mag zich bewust worden van het feit dat ze onderdeel is van dat grotere geheel van Gods' missie. LICHT is, ook in Lichtenvoorde, niet de enige weg tot het heil, maar mag als Gods' 'missionair communicatiemiddel' anderen de weg leiden naar het heil.

5. ONDERZOEK

Als onderdeel van dit onderzoek is er onder de bevolking van Lichtenvoorde steekproefsgewijs onderzoek gedaan naar de bekendheid van LICHT. Dit hoofdstuk beschrijft en interpreteert de gegevens uit dit onderzoek, en is onderdeel van de empirische- en interpretatieve taak⁵⁶. Het geeft bovenal antwoord op de deelvraag:

Hoe staat het project LICHT bekend onder de inwoners van Lichtenvoorde?

De resultaten van dit onderzoek en de eerdere resultaten worden in bijlage 4 samengebracht in een SWOT-analyse⁵⁷.

5.1 RESULTATEN NIET-BETROKKENEN

Om het beeld van LICHT onder de inwoners van Lichtenvoorde inzichtelijk te krijgen, is er de keuze gemaakt voor een steekproef onder de inwoners van Lichtenvoorde. Er zijn telefonisch en op straat enquêtes afgenomen, waarbij er stilgestaan moet worden bij het feit dat op deze manier maar een klein deel van de Lichtenvoordse samenleving is ondervraagd. Er zijn van de vele telefoongesprekken en gesprekken op straat bij elkaar 83 respondenten geweest die antwoord hebben willen geven op de vragen. De vragenlijst, inclusief uitwerking van de resultaten, is opgenomen in bijlage 3a. In belang van het onderzoek worden in dit gedeelte de resultaten besproken die bij kunnen dragen aan de beantwoording van de hoofdvraag.

5.1.1 GESLACHT

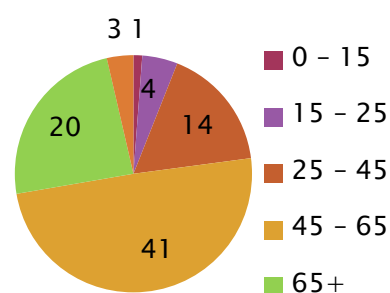
Van de respondenten is 40% man en 59% vrouw. Dit is in lijn met de verwachting, omdat vrouwen vaker op straat te vinden zijn en in een dorp als Lichtenvoorde nog vaker thuis zijn. In vergelijking tot de demografie is de afwijking van het aantal vrouwen zo'n 10 procent.

5.1.2 LEEFTIJDGROEPEN

Om de verbinding te leggen tussen de demografische gegevens zijn de leeftijdsgroepen op dezelfde manier ingedeeld.

De leeftijdscategorie van 15 tot 45, waar in paragraaf 2.2.1 al eerder over gesproken is, is met 21,7% de een grote groep respondenten binnen dit onderzoek. De focus van LICHT ligt over het algemeen bij deze groep.

De groep tussen de 45 en 65 is relatief het grootst en komt overeen met de demografische gegevens.



GRAFIEK 5.1 LEEFTIJDEN ABSOLUUT

5.1.3 BELEVING VAN HET GELOOF

Binnen de groep 15 tot 45 jarigen zijn er drie respondenten die aangeven zich 'enigszins' bezig te houden met het geloof in God. De andere respondenten houden zich 'niet' of

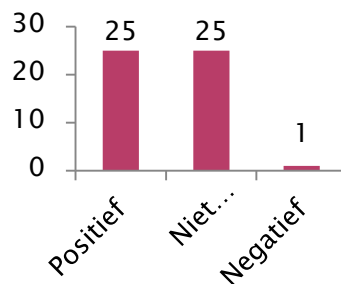
⁵⁶ (Osmer 2008, 4)

⁵⁷ "De sterkte-zwakteanalyse is een bedrijfskundig model dat intern de sterktes en zwaktes en in de omgeving de kansen en bedreigingen analyseert; op basis hiervan wordt vervolgens de strategie bepaald. De Engelse term SWOT-analyse wordt ook vaak in het Nederlands gebruikt en bevat de vier elementen: Strengths, Weaknesses, Opportunities & Threats."

‘nauwelijks’ bezig met het geloof in God. Hoewel dit het geval is, geven er toch zeven respondenten aan dat geloofsgemeenschappen zoals LICHT van betekenis kunnen zijn, voor o.a. ‘anderen die zich er in interesseren’, ‘jongeren’ en ‘ouderen’. Binnen de leeftijdsgroep van 45 en 65 is er opvallend weinig geloofsactiviteit. Zo’n 84% houdt zich in het dagelijks leven niet tot nauwelijks bezig met het geloof in God, terwijl 72% binnen deze leeftijdsgroep nog lid is van een kerk. Iets meer dan de helft binnen deze categorie geeft te kennen dat zij LICHT wat betreft activiteiten niet kennen.

5.1.4 BEELD VAN LICHT

Over het algemeen kan er gesteld worden dat het beeld van LICHT onder de respondenten overwegend positief is. Er is één respondent die aangeeft dat zij negatief staat tegenover het initiatief van LICHT. Iets minder dan de helft (49%) geeft aan dat zij een positief beeld hebben van LICHT. Zij typeren het beeld van LICHT met o.a. de woorden ‘gemeenschap’, ‘omzien naar elkaar’ en ‘positieve invloed’. Van de 26 respondenten die geen



GRAFIEK 5.2 BEELD

positief beeld hebben, geven er 9 een typering van het beeld. Daarvan zijn er 5 die LICHT zien als ‘iets voor gelovigen’ en beantwoorden de vraag over welke taak een geloofsgemeenschap nog kan hebben vaak negatief. Volgens 15% van alle respondenten heeft de kerk en het geloof afgedaan, en wijzen daarbij veelal op de Rooms-Katholieke kerk.

Opvallend is dat de non-respons bij de vraag over het beeld met 38% relatief hoog is, maar dat er wel antwoord wordt gegeven op de vraag welke kansen geloofsgemeenschappen hebben. Gedurende het onderzoek is het duidelijk geworden dat men wel vaak een mening heeft over het geloof en de kerk. Het onderzoek laat dit niet statistisch zien, maar in het gesprek met de respondenten kwam het naar voren dat het beeld van LICHT en geloofsgemeenschappen in verbinding staat met het beeld wat men van de (Rooms-Katholieke) kerk heeft, terwijl de achtergrond van LICHT heel anders is dan de Katholieke

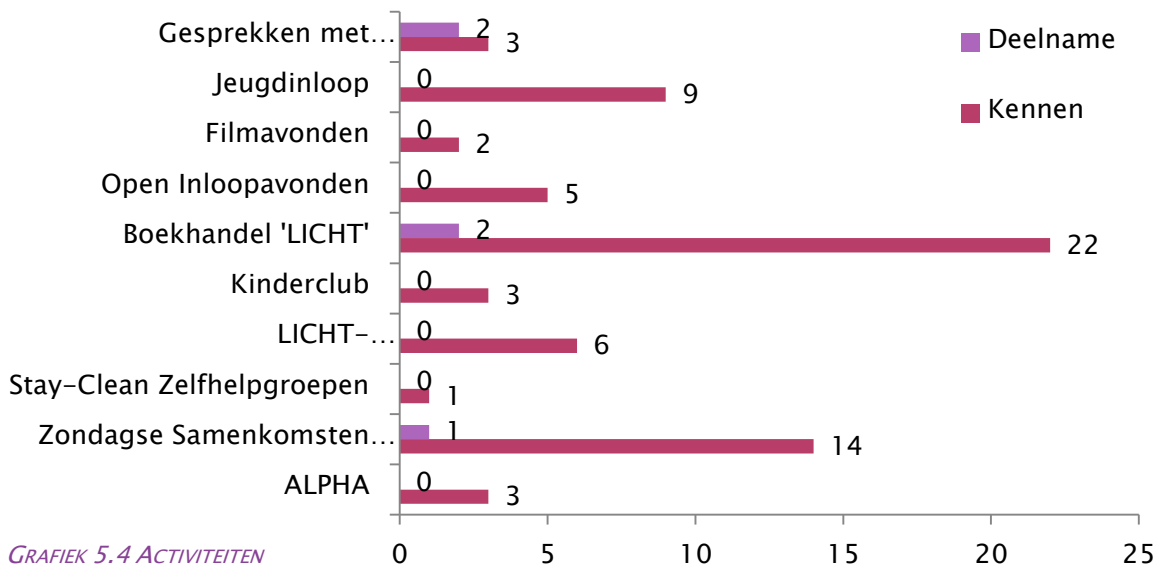
27



GRAFIEK 5.3 BEKENDHEID

achtergrond van de meeste respondenten en inwoners uit Lichtenvoorde.

Op de vraag of de respondenten LICHT kennen is het opvallend dat het overgrote deel aangeeft LICHT in wezen niet te kennen, of in ieder geval geen activiteiten kent. Als er wordt doorgevraagd, blijken van de 34 respondenten die deze vraag met 'ik heb wel eens van de naam gehoord, maar weet niet wat het is' toch 14 het verband te kunnen leggen met verschillende activiteiten van LICHT.

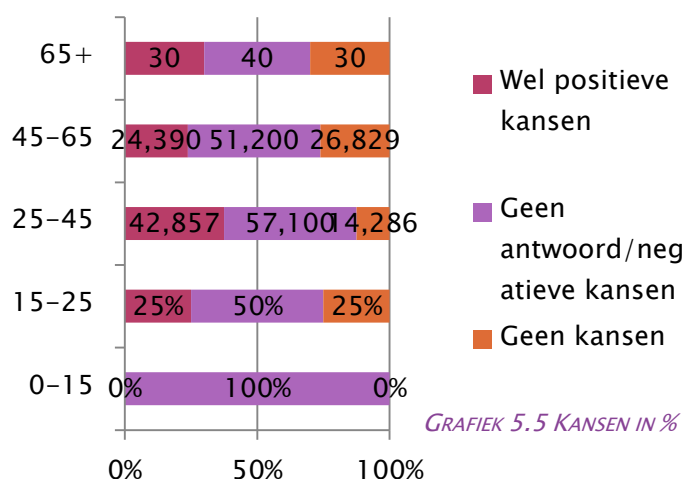


Van de respondenten is 40% bekend met een of meer activiteiten van LICHT, waarbij de boekhandel er met kop en schouders bovenuit steekt. Zo'n 64% van de 34 respondenten, welke veelal boven de 45 jaar oud zijn, zijn bekend met de boekhandel. Mensen benoemen de boekhandel specifiek Christelijk, omdat er ook enkel Christelijke waar te vinden is. Het bezoek aan de boekhandel is daardoor een stuk minder. Maar 2 respondenten geven aan binnen te zijn geweest bij de boekhandel. Ook de zondagse samenkomsten zijn relatief bekend, wat te duiden is door de publicatie van persberichten in de ELNA. Maar ook daarvoor geldt dat deze nauwelijks bezocht wordt. Wat betreft de gesprekken met medewerkers (dorpspastoraat) kan er gezegd worden dat 66,6% van de respondenten die het kennen ook gesproken hebben met medewerkers. Daarbij dient er wel rekening gehouden worden met het feit dat maar 3 respondenten bekend zijn met de mogelijkheid van het dorpspastoraat.

De jeugdinloop, welke bedoeld is voor de jeugd van 14 jaar en ouder, is bij 9 respondenten bekend, waarvan er maar één binnen de doelgroep van de 'jeugd' valt. De andere 8 respondenten zijn ouder dan 25 jaar.

5.1.5 KANSEN VOOR LICHT

Van de in totaal 83 respondenten zijn er 53 geweest die een antwoord hebben gegeven op vraag of er kansen zijn voor geloofs-genootschappen in Lichtenvoorde. De antwoorden zijn in verschillende categorieën in te delen. In de eerste plaats zijn er positieve



kansen. Het is opvallend dat er in de leeftijdsgroep tussen de 25 en 45 een relatief groot deel is die positieve kansen benoemd voor geloofsgenootschappen in Lichtenvoorde, terwijl eerder is gebleken dat deze groep weinig tot niet bezig is met het geloof in God. Het is mogelijk dat de respondenten boven de 45 door de tijdsgeest afscheid hebben genomen van het geloof en de kerk, terwijl de leeftijdscategorie van 25–45 in de bloei van het leven op zoek zijn naar zingeving wanneer andere levenstaken en wensen vervuld zijn⁵⁸.

Kansen die de respondenten noemen en specifiek door LICHT kunnen worden uitgevoerd zijn ‘samenwerken/samengaan van kerkgenootschappen’ (8 maal), ‘aansluiten bij jongeren’(8 maal) en ‘het woord van God relevant maken (5 maal)’. Daarnaast wordt veelal (10 maal) aangegeven dat geloofsgenootschappen mensen vrij moeten laten in geloofsovertuiging ofwel ‘iedereen elkaar in zijn waarde moet laten’. De respondenten uit Lichtenvoorde laten daarmee iets zien van de individualisering, terwijl het gemeenschapsgevoel in een dorp als Lichtenvoorde in vergelijking tot steden nog steeds hoog is⁵⁹.

Daarnaast benoemen 9 respondenten heel expliciet dat de kerk geen taak meer heeft in de samenleving. In gesprek met deze respondenten komt de ontevredenheid over de Rooms-Katholieke kerk tot uiting⁶⁰. Het is daarom voor LICHT van belang om op dit gegeven te reageren en duidelijk te maken dat zij zich distantiëren van het misbruikschandaal in de Rooms-Katholieke Kerk.

5.2 RESULTATEN INTERVIEWS BETROKKENEN

De betrokkenen die meegewerkt hebben aan het beantwoorden van de vragen zijn alle vijf actief betrokken bij LICHT. De vragen van deze interviews hebben betrekking op het beeld wat de respondenten van LICHT hebben en welke kansen er volgens hen liggen op het missionaire vlak. De vragenlijst en geparafraseerde antwoorden van de respondenten zijn te vinden in bijlage 3b.

5.2.1 BETROKKENHEID

De respondenten zijn elk op een andere wijze in contact gekomen met LICHT. Twee van hen zijn via het contact tijdens activiteiten in Lichtenvoorde betrokken geraakt bij LICHT. Het valt op dat zij melden dat ze niet meer weten om welke reden ze zijn blijven hangen, maar dat ze zich nu echt onderdeel voelen van de gemeenschap van LICHT. Het contact onderling speelt daarbij een belangrijke rol.

Daarnaast zijn er twee respondenten die via familie onderdeel zijn geworden van LICHT en zich vooral inzetten tijdens activiteiten. Zij beantwoorden de vraag ‘Wat trekt je aan in het handelen van LICHT’ met de opmerking dat het positief is dat LICHT activiteiten organiseren voor jongeren en daarom graag bij willen dragen aan het handelen van LICHT. Zo wordt er door hen meegewerkt aan de kinderclub op zaterdag en de Girlz-Only avond.

⁵⁸ (Hart 2011, 62 – 68)

⁵⁹ Zie par. 2.3

⁶⁰ Helaas is dit feit niet statistisch vastgelegd, maar in de verschillende gesprekken op straat en telefoongesprekken is duidelijk geworden dat veel respondenten afgeven op de Rooms-Katholieke kerk. Dit komt veelal voort uit de negatieve berichtgeving rondom het misbruikschandaal.

De samenkomsten worden door alle respondenten regelmatig bezocht. Ook de huisgroepen zijn belangrijk om het contact met anderen te onderhouden en zelf te groeien in geloof. Een van hen geeft aan dat de samenkomst het belangrijkste onderdeel is voor hem, omdat hij vooral gevoed wil worden in het eigen geloof.

5.2.2 BEELD VAN LICHT

Het beeld van LICHT onder de betrokkenen wordt door 2 van de 5 personen als een ‘thuis’ beoordeeld. Het is een veilig en open thuis⁶¹, waar men mag zijn zoals je bent en niet beoordeeld wordt op wie je bent en wat je doet. Twee andere betrokkenen geven te kennen LICHT vooral te zien als een dienende gemeenschap in Lichtenvoorde, waar zij hun talenten mogen gebruiken tot opbouw van de gemeenschap en andere mensen bekend mogen maken met het evangelie. Ook blijkt dat het aansluiten bij de Katholieke achtergrond van Lichtenvoorde als positief wordt beoordeeld.

LICHT is voor de respondenten onderdeel van het dagelijks leven. Ze werken mee met de activiteiten, bezoeken samenkomsten en huisgroepen en delen het evangelie wat hen geraakt heeft met anderen.

5.2.3 KANSEN VOOR LICHT

Volgens een van de respondenten kan LICHT nog directer en concreter aansluiten op de Rooms-Katholieke achtergrond van de Lichtenvoordenaars⁶². Volgens deze persoon is het een kans voor LICHT om de focus te richten op de reddende genade van Jezus, en minder op de persoon God. Daarbij is bruggen bouwen tussen verschillende leeftijdsgroepen en sociale klassen van belang. Dit kan volgens twee respondenten via meer maatschappelijke activiteiten⁶³, zoals het aanbieden van computercursussen, omgaan met internetbankieren en andere cursussen. De gemeenschapsvormende eigenschap van LICHT kan hierbij een belangrijke taak spelen⁶⁴.

Een andere respondent geeft aan dat de activiteiten en de boodschap van LICHT te vrijblijvend zijn. Het evangelie is niet vrijblijvend, en het werkt volgens hem niet dat de activiteiten van LICHT ook vrijblijvend zijn. Als men deel wil worden van een gemeenschap, mag men ook gevraagd worden om een praktische of financiële bijdrage. Dat geeft mensen, volgens de respondent, de mogelijkheid echt onderdeel van de gemeenschap te worden.

Andere respondenten geven op dezelfde vraag aan dat het moeilijk is om aan te sluiten bij de Lichtenvoordenaars, maar dat er wel potentieel is. Er zijn nu nog maar weinig gelovigen in Lichtenvoorde en het is van belang dat zij ook de boodschap van de reddende genade van Christus mogen door het woord mogen ontvangen. Een van de respondenten geeft aan dat het evangelie de grond van het bestaan is, zowel voor zichzelf als voor anderen in Lichtenvoorde. Dit kan, volgens een ouder echtpaar, door in te gaan op de (oudere) Katholieken die niet meer kerkelijk betrokken zijn. Veel van hen zijn nog wel op zoek naar zingeving, maar hebben geen band meer met de kerk.

⁶¹ Als antwoord op de vraag: ‘6. Welk woord of begrip komt het eerst bij u op als u aan het project LICHT denkt?’

⁶² Antwoord op de vraag ‘5. Wat kan dit (het evangelie) voor anderen in Lichtenvoorde betekenen?’

⁶³ Antwoord op vraag: ‘8. Welke uitdagingen of taken zijn er voor het project LICHT in Lichtenvoorde?’ Of te wel; heeft u tips voor LICHT om de Lichtenvoordenaars (beter) te bereiken?’

⁶⁴ Deze respondent denkt het eerst aan ‘bruggen bouwen’ als zij aan LICHT denkt.

LICHT heeft als doel om in 2015 een eigen predikantsplek te hebben, wat volgens een kritische respondent ook het hoofddoel moet blijven. Alleen zo kan LICHT serieus genomen worden als kerk, en kan het naast de Rooms-Katholieke kerk gaan staan. Samen met een andere respondent stelt hij dat LICHT niet serieus te nemen is, omdat mensen het als een ‘vage’ groep zien.

5.3 SAMENVATTING

Hoe staat het project LICHT bekend onder de inwoners van Lichtenvoorde?

Het antwoord op deze vraag geeft weer wat het imago is van LICHT. De afbeelding in paragraaf 3.4 laat zien dat het imago de weerslag is van de identiteit (visie&beleid). Om de vraag te beantwoorden spreken we over het ‘huidige imago’ van LICHT. Het imago is “de beleving die mensen hebben bij LICHT en vorm krijgt in de hoofden van mensen”⁶⁵ Tevens is dit imago tijdgebonden; het is het resultaat van het onderzoek wat in de afgelopen maanden heeft plaatsgevonden. Wanneer dit onderzoek een aantal jaar eerder of later had plaatsgevonden, was het imago wellicht anders geweest.

5.3.1 IS LICHT BEKEND?

Om antwoord te vinden op de vraag *hoe* LICHT bekend staat, is het van belang eerst in te gaan op de vraag *of* LICHT bekend is. Deze vraag geldt alleen voor de niet-betrokken Lichtenvoordenaars, omdat er van uitgegaan mag worden dat LICHT bekend is bij betrokkenen en ex-betrokkenen.

LICHT is bij meer dan een kwart van de respondenten niet bekend. Maar 14 van de 83 respondenten geeft aan dat zij zowel de naam, als datgene wat LICHT doet kennen. Daarnaast is er nog een grote groep die LICHT van naam (34 respondenten), of enkel van de activiteiten (4 respondenten) kent. Er kan geconcludeerd worden dat veel mensen de naam kennen, maar niet precies weten wat LICHT nu inhoudt en wat zij doen. In de aanbevelingen wordt daarom de aanbeveling gedaan om juist dit uit te breiden.

5.3.2 OVERWEGEND POSITIEF

Onder hen die LICHT kennen, staan zij relatief positief bekend. In ieder geval wordt het beeld niet negatief beoordeeld. De niet-betrokkenen benoemen eigenschappen als ‘gemeenschap’, ‘omzien naar elkaar’ en ‘positieve invloed’ als eigenschappen die het huidige imago van LICHT vormen.

Daarnaast zijn er een aantal negatievere kanten van het imago te benoemen. ‘Alleen voor gelovigen’ is een veelgehoord argument om het beeld van LICHT minder positief te benoemen. Daarnaast zijn er van de respondenten die het beeld van LICHT waarderen met ‘niet positief/niet negatief’ een aantal die, doordat zij LICHT niet of nauwelijks kennen, geen duidelijke omschrijving kunnen geven van het beeld wat er is van LICHT.

De nu al betrokkenen hebben een positief beeld van LICHT, welke zij waarderen met ‘thuis’ en ‘bruggen bouwen’.

⁶⁵ (Michels sd, 53)

6. CONCLUSIE

In dit hoofdstuk wordt er aan de hand van de resultaten antwoord gezocht op de hoofdvraag. We hebben het hierbij over de pragmatische taak van Osmer⁶⁶. De vraag hierbij is hoe LICHT kan reageren op de gegevens die in dit onderzoek naar voren zijn gekomen. Tevens wordt er het verband gelegd met de missionaire communicatie.

Hoe kan de missionaire communicatie van LICHT geoptimaliseerd worden door het huidige beleid van LICHT te evalueren in het licht van het bestaande imago onder de inwoners van Lichtenvoorde?

De aanbevelingen in dit hoofdstuk geven voor LICHT mogelijkheden en/of onmogelijkheden om de missionaire communicatie d.m.v. veranderingen te verbeteren. Hierbij dient het besef te bestaan dat het enkel aanbevelingen zijn, die vanuit de onderzochte gegevens gegeven kunnen worden. Een belangrijk aspect hierbij is dat elke aanbeveling of verandering enkel en alleen gebruikt kan worden, wanneer de Geest Gods' hier doorheen kan en mag werken.

6.1 BEELD & IMAGO

Omdat de vraag naar het beeld van LICHT een belangrijk onderdeel is van dit onderzoek wordt er in deze paragraaf uitgebreid stilgestaan bij deelvraag 5b; *Hoe kan het onderzochte beeld onder de Lichtenvoordenaars bijdragen aan de missionaire communicatie?*

Het imago wordt door de respondenten in het onderzoek positief (paragraaf 5.4) beoordeeld. Maar daarnaast zijn er ook veel respondenten die geen duidelijk beeld kunnen schetsen, omdat zij LICHT niet of nauwelijks kennen. Waar er onduidelijkheid bestaat, moet er duidelijkheid geschept worden. Dit kan LICHT doen door duidelijk te maken wie zij zijn, wat zij doen en welke rol zij in willen nemen in Lichtenvoorde. Het is daarbij belangrijk open en helder te zijn en zonder verborgen agenda te werk te gaan, zoals in paragraaf 4.2 is beschreven. Er zou een doel voor de Lichtenvoordenaars kunnen worden geformuleerd om de activiteiten aan op te hangen. Het formele doel voor 2015 is op dit moment om een stabiele gemeente te hebben, terwijl dit in principe niets weergeeft waar LICHT met de doelgroep (bewoners van Lichtenvoorde) naar toe wil. De persoonlijkheid die in paragraaf 4.4 wordt beschreven zegt al meer over wat LICHT voor de Lichtenvoordenaars wil betekenen, maar zegt vooral iets over de grond waaruit de nu betrokkenen en medewerkers uit leven. Erg positief, maar wat wil men nu echt betekenen voor Lichtenvoorde? Het blijkt dat LICHT op dit moment bij een aantal respondenten bekend staat als een club die gemeenschap brengt en omziet naar mensen (paragraaf 5.1). Wat is het dan goed om daarbij aan te sluiten en dit verder uit te bouwen. Concreet betekent dit dat LICHT mogelijkheden aan mag grijpen om dit beeld te 'versterken'.

6.1.1 BEELD IN RELATIE TOT MISSIONAIRE COMMUNICATIE

In de deelvraag gaat het heel specifiek over hoe het beeld (=huidige imago) bij kan dragen aan de missionaire communicatie. In paragraaf 4.2 staat dat missionaire communicatie "de communicatie is om andere mensen te informeren over Gods' plan, waar Gods geest doorheen mag werken." Het beeld van LICHT is overwegend positief, waarbij begrippen als 'gemeenschap', 'omzien naar elkaar' en 'positieve invloed' door niet-betrokkenen en 'thuis' en 'bruggen bouwen' door betrokkenen benoemd worden. Om de deelvraag te

⁶⁶ (Osmer 2008, 44)

beantwoorden is het van belang na te gaan wat 'Gods plan' is. Daar zijn in dit onderzoek al een aantal algemene passages over geschreven.

Het volgende is vanuit paragraaf 4.1 samengevat als Gods' plan:

- God staat aan het begin en het eind van alles.
- De schepping is het einddoel van Zijn heilsplan, waarvan de mens onderdeel is.
- Alle volken leerlingen van Christus
- Mensen mogen deel worden van het lichaam van Christus, de kerk/gemeente
- Binnen gemeenschap eigen gaven en talenten gebruiken tot eer van Hem en andere mensen.

6.2 AANBEVELINGEN

Nu het duidelijk is wat het beeld is en wat missionaire communicatie inhoudt, kunnen we antwoord geven op de deelvraag '*Hoe kan het onderzochte beeld onder de Lichtenvoordenaars bijdragen aan de missionaire communicatie?*'. Dit kan LICHT doen door beloftes op te stellen die aansluiten bij het huidige imago, zoals de volgende paragraaf beschrijft. Paragraaf 6.2.2 t/m 6.2.7 geeft specifieke aanbevelingen die aanzetten geven tot het 'verbeteren' van de missionaire communicatie, met daarbij de verbinding met de voorgaande hoofdstukken.

6.2.1 BELOFTES

Ga op zoek naar de beloftes van LICHT: Wat willen wij de verschillende groepen beloven?

Matthijs Vlaardingerbroek⁶⁸ stelt voor om als gemeente verschillende beloftes voor de verschillende groepen te formuleren. Deze beloftes mogen in overeenstemming zijn met de activiteiten die LICHT doet en het beeld wat anderen hebben van LICHT. Beloftes zijn ook met elkaar in overeenstemming en spreken elkaar niet tegen. Hierbij zou LICHT rekening kunnen houden met de verschillende groepen die op een of andere manier onderdeel zijn van de missie;

- a. Wat beloven wij God?
- b. Wat beloven wij de Lichtenvoordenaars?
- c. Wat beloven wij de bovenliggende organen (DEOG, Classis)
- d. Wat beloven wij de betrokkenen?
- e. Wat beloven wij onze medewerkers?

Drie belangrijke *beloftes* die LICHT als het ware nu al maakt zijn:

- *Als LICHT beloven wij dat er in 2015 een zelfstandige gereformeerde kerk bestaat, welke wordt geleid door een evangelisatiepredikant.*
- *Als LICHT beloven wij een open en gastvrije gemeenschap te zijn voor de inwoners van Lichtenvoorde.*
- *LICHT belooft het geloof in God en in Jezus als Gods Zoon uit te dragen in Lichtenvoorde.*

Kunnen deze beloftes wel naast elkaar bestaan en wat zegt dit over het *belong, believe* en *behave* principe? Op de *letter* afgaand vraagt een *zelfstandige gereformeerde kerk* niet meer te zijn dan het gedragen van een kerk (behave), terwijl *het geloof uitdragen* impliceert dat zij daadwerkelijk volgelingen van Jezus (believe) willen 'maken'. Een zelfstandige gereformeerde

⁶⁸ (Vlaardingerbroek 2011, 72 – 85)

kerk hoeft niet per definitie te bestaan uit ‘nieuwe’ gelovigen, maar kan ook bestaan uit al Gereformeerden die in LICHT bij elkaar komen. Daarbij komt dat een *open en gastvrije gemeente* zou betekenen dat iedereen er bij mag horen (belong). Het is daarom aan te bevelen om bij het maken van beloftes na te denken wat het belangrijkste is voor LICHT, omdat voor veel personen die meewerkten aan dit onderzoek en de onderzoeker het na dit gehele onderzoek niet geheel duidelijk is wat nu de volgorde is.

De combinatie van deze *beloftes* zijn een voorzet om het beleid van LICHT verder aan te sluiten bij de opdracht die LICHT heeft in Lichtenvoorde om volgelingen van Christus te maken. Het geeft ook de mogelijkheid om concreet te beschrijven wie zij zijn en wat zij willen doen.

6.2.2 BEKENDHEID VERGROTEN

Gebruik communicatiemiddelen in de eerste plaats (bijv. persberichten in de ELNA) om duidelijk te maken wie LICHT is en wat LICHT wil beloven aan de samenleving van Lichtenvoorde.

Ondanks dat veel respondenten aangeven wel eens te lezen over wat LICHT doet, is het minder duidelijk wie LICHT nou precies is en wat zij te bieden hebben⁶⁹. Daarom kan het nuttig zijn om via de communicatiemiddelen zoals persberichten te publiceren met daarin de omschrijving van LICHT. Ook kan LICHT er voor kiezen om via netwerken in Lichtenvoorde (bijv. bij andere kerken, scholen, bibliotheek, via posters, flyers) duidelijk te maken wat zij doen en willen uitdragen in Lichtenvoorde. Daarbij niet de focus leggend op een specifieke activiteit, wat nu veel gebeurt, maar vertellen wie zij zijn en wat zij willen bereiken in Lichtenvoorde. Ook is het daarbij gebleken dat zij een duidelijke positie innemen tegenover en/of naast de Rooms-Katholieke kerk. Daarvoor kunnen de benoemde beloftes voor Lichtenvoorde een richtlijn bieden. Als zij uitspreken dat zij een open en gastvrije gemeenschap zijn en naar mensen om willen zien omdat zij Jezus volgen en het gedrag in overeenstemming laten zijn met deze belofte, mag deze boodschap ook duidelijk worden in Lichtenvoorde.

6.2.3 LICHT ALS ONDERDEEL VAN GODS' MISSIE

Maak als LT van LICHT een pas op de plaats en sta stil bij het feit dat het niet gaat om LICHT of het stichten van een kerk, maar het weten dat men onderdeel is van Gods' zending in deze wereld. Denk met elkaar na wat dit betekent voor LICHT.

Duidelijk maken wat LICHT wil bereiken is een, het ook uitdragen is nog veel belangrijker. LICHT lijkt met een doel voor de predikantsplek in 2015 (paragraaf 1.1.1) gericht op het winnen van zielen voor een gereformeerde kerk, terwijl men veel meer gericht wil zijn op het zielen winnen voor Christus⁷⁰ (paragraaf 4.2). Dit komt voort uit feit dat het initiatief en de ondersteuning voor LICHT vanuit de GKV komt. In de eerste plaats is het een aanbeveling waard om als LT van LICHT een pas op de plaats te maken en bewust stil te staan bij het feit dat het niet gaat om LICHT of het stichten van een kerk, maar het weten dat men onderdeel is van Gods' zending in deze wereld. (paragraaf 4.1) Het gaat niet om de activiteiten die LICHT doet, maar het gaat om Gods' aanwezigheid onder de mensen die op verschillende manieren in contact komen met LICHT.

⁶⁹ Zie paragraaf 5.1

⁷⁰ Bijlage 5 gesprek met Kasper & Kees

In de grote opdracht (paragraaf 4.1) staat duidelijk vermeld dat Jezus zijn discipelen er op uit stuurt om volken leerlingen van hem te maken. 'Er op uit gaan' kan voor LICHT een nieuwe dimensie krijgen. Waar men nu veel activiteiten in eigen gebouwen organiseert (paragraaf 3.3), kunnen er mogelijkheden worden gezocht om uit te gaan en activiteiten te organiseren op plaatsen waar eerder niet-betrokken Lichtenvoordenaars aanwezig zijn. De LICHT-week is daar een goed voorbeeld van, maar ook andere activiteiten (zoals een ALPHA-cursus) zou op een 'neutrale' locatie (zoals de bibliotheek, ander buurtcentrum) kunnen plaatsvinden. De samenkomsten in de Schoppe zouden in dit geval ook genoemd kunnen worden, maar zouden na een aantal jaar kunnen verplaatsen naar een andere locatie. Groot voordeel hiervan is dat vaak andere mensen geïnteresseerd raken of *bij toeval* zien dat er iets wordt georganiseerd. Zo kunnen activiteiten een meer 'ga naar hen' karakter krijgen, in plaats een 'kom naar ons' karakter. Nadeel kan zijn dat mensen die gewoon zijn met de gang van zaken negatief kunnen reageren en het minder interessant vinden om deel te nemen. Ander feit dat in dit geval meespeelt is de exploitatie van '2gether'. Dit moet toch betaald worden, ook wanneer er geen activiteiten plaatsvinden.

6.2.4 DOELGROEP

Organiseer activiteiten op plaatsen waar eerder niet-betrokken Lichtenvoordenaars aanwezig zijn, zoals een ALPHA-cursus in de kantine van een voetbalvereniging.

Leeftijd

Bij de bespreking van de demografische gegevens (paragraaf 2.2) is naar voren gekomen dat de samenstelling van de bevolking in Lichtenvoorde sinds 2004 veranderd is. In 2002⁷¹ is er bewust ingezet op de doelgroep op *de jeugd in het algemeen en jonge gezinnen*, dus vooral Lichtenvoordenaars tot de leeftijd van 30 jaar. Het aantal inwoners onder de 25 jaar is sterk gedaald (zie tabel 2.1), waardoor de doelgroep in theorie ook kleiner is geworden. Het is wel zo dat in gesprek met Kasper en Kees duidelijk is geworden dat de doelgroep niet strikt wordt gehanteerd, maar met verschillende activiteiten wel aan willen sluiten bij deze doelgroep. Maar om vooral de groep tussen de 15 – 30 te bereiken zijn activiteiten niet voldoende. Om in het drukke leven van hen aanwezig te zijn mag LICHT op zoek gaan naar nieuwe manieren. Hoewel het duidelijk is dat deze categorie wel op zoek is naar zingeving en kansen ziet voor geloofsgemeenschappen (paragraaf 5.1.2), zijn zij juist in het dagelijks leven druk en hebben ze minder tijd om activiteiten te bezoeken. Met hen zou er op een andere manier contact gezocht kunnen worden via bijvoorbeeld digitale media. Daarover in paragraaf 6.2.6 meer.

Rooms-Katholieke Achtergrond van Lichtenvoorde

Neem als LICHT een duidelijk hernieuwde positie in naast of tegenover de Rooms-Katholieke kerk in Lichtenvoorde.

Lichtenvoorde staat bekend als een dorp met een Rooms-Katholieke signatuur, zoals in paragraaf 2.1 is gebleken. Uit de enquêtes is tevens gebleken dat 61% van de respondenten nog lid zijn van de Rooms-Katholieke kerk⁷². LICHT probeert middels gezamenlijke vespers de samenwerking te zoeken met de Rooms-Katholieke kerk. Toch is de samenwerking erg lastig, omdat in de eerste beleidsplannen is vermeld dat er geen Bijbelgetrouwe verkondiging was in Lichtenvoorde (paragraaf 4.3). Aan de andere kant zijn er ook veel

⁷¹ (Classis GKV Zutphen 2002)

⁷² Zie bijlage 3 met onderzoeksresultaten

respondenten die, ondanks het lidmaatschap, afscheid hebben genomen van de Rooms-Katholieke kerk. Zoals gezegd heeft dit te maken met de verschillende maatschappelijke kwesties. Toch is er een zekere behoefte aan zingeving (paragraaf 5.2.3), maar wil dit niet zeggen dat mensen meteen ontvankelijk zijn voor het evangelie (paragraaf 4.3). Het is daarom aan te bevelen dat LICHT in hun visie en beleid een duidelijk hernieuwde positie inneemt naast en/of tegenover de Rooms-Katholieke kerk in Lichtenvoorde. Enerzijds is het aan te bevelen dat samenwerking niet uit de weg gegaan moet worden, omdat er zoveel zijn die nog wel verbonden met die kerk. Anderzijds mag men duidelijk stelling nemen over het feit dat LICHT wezenlijk anders is en andere belangen wil volgen (volgens paragraaf 4.3) dan de Rooms-Katholieke kerk. Vanuit een nieuwe visiebepaling kan er al dan niet contact gezocht worden met vertegenwoordigers van de Rooms-Katholieke kerk.

Het Dorpse Platteland

Wees aanwezig of onderdeel van gebruiken en tradities die specifiek bij Lichtenvoorde horen, zoals de bloemencorso of zomermarkt.

Lichtenvoorde maakt deel uit van het dorpse platteland van Nederland (paragraaf 2.3). Daarbij komt opnieuw⁷³ naar voren dat Lichtenvoordenaars graag onderdeel blijven van Lichtenvoorde en er weinig nieuwkomers zijn. Dit betekent dat er een relatief sterke gemeenschap is in Lichtenvoorde. LICHT wordt nog vaak gezien als ‘nieuwkomer’, wat betekent dat er een kans is om onderdeel te worden van die gemeenschap wanneer LICHT ingaat op deze gemeenschap. De ‘incarnatie’ van LICHT kan daarbij een belangrijke rol spelen (paragraaf 4.2). Dit kan men doen door aanwezig of onderdeel te zijn bij plaatselijke gebruiken en tradities, zoals de bloemencorso of zomermarkt.

6.2.5 BOEKHANDEL & DORSPASTORAAT

Richt op het dorpspastoraat en inloop-karakter van de boekwinkel en maak dit bekend.

Hoewel de boekwinkel het bekendst is onder de respondenten van het onderzoek, voelen weinig van hen zich aangetrokken om een bezoek te brengen. Zoals gezegd (paragraaf 5.1) heeft dit te maken met het feit dat deze bekend staat als een *christelijke* boekhandel en niet als plek om zomaar binnen te lopen. Er zijn maar weinig respondenten bekend met het dorpspastoraat, terwijl de eenzaamheid in dorpen als Lichtenvoorde best nog hoog is (paragraaf 2.3). Omdat dit onderdeel van LICHT best arbeidsintensief is, valt het aan te bevelen dat hier meer mee gedaan wordt. Daarbij zouden twee wegen bewandeld kunnen worden. Enerzijds kan er gekozen worden voor een rigoureuze keuze om de christelijke boekhandel aantrekkelijker te maken voor de gemiddelde Lichtenvoordenaar. Dit betekent dat het assortiment uitgebreid kan worden met ‘seculiere’ boeken en aanverwante zaken. Voordeel zou kunnen zijn dat er eerder bezoekers komen zonder de genoemde motieven. De boekhandel zou zich kunnen onderscheiden door de persoonlijke benadering en mogelijkheid tot gesprek. Anderzijds is het vanuit financieel oogpunt niet reëel om de concurrentie aan te gaan met de reeds bestaande boekhandel in Lichtenvoorde⁷⁴. Een andere keuze zou kunnen zijn om zich meer te richten op het dorpspastoraat en inloop-karakter van de boekwinkel. Dit zou betekenen dat de boekwinkel zich meer richt op het gesprek met de bezoeker en het persoonlijke contact zoekt met de mensen Lichtenvoorde. Daarmee

⁷³ Ook in 2002 is geconcludeerd dat de inwoners van Lichtenvoorde ‘loyaal’ zijn aan Lichtenvoorde en relatief weinig vertrekken uit Lichtenvoorde.

⁷⁴ Lichtenvoorde kent een grote boekhandel: Kramer.

geeft men gehoor aan de opdracht van Jezus om er zijn voor de naaste (paragraaf 4.1) en gaat men in op de kansen die respondenten noemen om gemeenschappen te vormen en in te gaan op de eenzaamheid die er is. Het lijkt er op dat dit nu al gebeurt, maar onder de respondenten bestaat het beeld dat het pand aan de Dijkstraat in de eerste plaats een boekwinkel is, en geen ontmoetingsplek. Hier zou meer bekendheid aan gegeven kunnen worden via de website, BLOG en sociale media.

6.2.6 MAATSCHAPPELIJKE ACTIVITEITEN

Organiseer (meer) activiteiten die ingaan op praktische (en kleine) noden, zoals een cursus 'het omgaan met een tablet' of 'internetbankieren voor beginners'.

De betrokken Lichtenvoordenaars geven aan dat LICHT meer maatschappelijke activiteiten kan ontwikkelen, zonder direct met woorden te getuigen. Daar waar mensen al zien dat LICHT om wil zien naar de mensen in nood, kan LICHT activiteiten organiseren die bedoeld zijn voor praktische (en kleine) noden. Een van de respondenten noemt het voorbeeld van de cursus omgaan met internetbankieren. Wanneer LICHT duidelijk is over de beloftes die zij maken, maar daarbij ook andere activiteiten, zoals een praktische cursus, aanbieden zien mensen minder problemen. Voordeel van deze aanbeveling is dat er meer mensen in aanraking komen met LICHT. Het nadeel kan zijn dat LICHT minder getuigend is.

6.2.7 SAMENKOMSTEN ALS THUIS?

Maak intensief gebruik van (digitale) kanalen om een groot gedeelte van de Lichtenvoordenaars te bereiken.

De tweewekelijkse samenkomst van LICHT is bij de niet-betrokken Lichtenvoordenaars relatief bekend (paragraaf 5.1), terwijl deze maar door een respondent bezocht wordt. Dit zou goed te maken kunnen hebben met het feit dat de betrokken Lichtenvoordenaars de samenkomsten zien als de basis en 'thuis' van de gemeenschap van LICHT. De samenkomsten zijn wat betreft vorm en liturgie vergelijkbaar met andere kerkgenootschappen⁷⁵, terwijl het doel van de samenkomsten is om laagdrempelig te zijn. Toch zijn de samenkomsten erg belangrijk, omdat hier de uitleg van het Woord ter sprake komt, wat van wezenlijk belang is voor het bekendmaken van het evangelie (paragraaf 4.3). Bij de samenkomsten en de huisgroepen wordt men toegerust om discipel te zijn van Christus. Het zou daarom goed zijn om het woord van God op een andere manier tot de Lichtenvoordenaars te laten komen. Omdat mensen in deze tijd (en zeker de groep 25-45) vaak via internet op zoek gaan naar antwoorden⁷⁶, is dit een goede plek om aandacht te geven aan de eerste basisbeginselen van het evangelie. LICHT is op dit moment al aanwezig op Facebook en heeft een website, maar door optimaal gebruik te maken van de mogelijkheden kan het bereik verder uitgebouwd worden. Het is dan ook aan te bevelen om intensief gebruik te maken van deze digitale kanalen om een groot gedeelte van de Lichtenvoordenaars te bereiken. Juist de relatief grote categorie van 15-45 zijn te vinden op het wereld-wijde-web (paragraaf 2.2.1). Via Google kan men middels Search Engine Optimisation ingezet worden op een betere vindbaarheid van LICHT op het internet door

⁷⁵ Op 12 mei heb ik de samenkomst bezocht en ondervonden dat deze wat betreft lijn van dienst lijken op andere kerkdiensten. Er is een voorganger die de dienst leidt, een muziekgroep en er wordt een kinderverhaal verteld.

⁷⁶ Nederlanders zijn via PC en laptop in 2011 zo'n 30 uur per maand online. 70% van de internetters zoekt naar informatie via internet. (Statistieken sd)

mensen uit Lichtenvoorde. Via sociale media kunnen er prikkelende citaten of teksten gepubliceerd worden, die mensen aan het denken zetten. Voordeel hiervan is dat LICHT ook op het internet aanwezig is en beter vindbaar wordt. Nadeel is dat mensen aan de hand van berichten op internet kunnen kiezen om deel te nemen aan activiteiten of betrokken te raken. Des te belangrijker is het om met beleid om te gaan met de digitale media.

6.3 SAMENVATTING

De specifieke aanbevelingen op een rij:

1. Ga op zoek naar de beloftes van LICHT: Wat willen wij de verschillende groepen beloven? (6.2.1)
 - f. Wat beloven wij de Lichtenvoordenaars?
 - g. Wat beloven wij de bovenliggende organen (DEOG, Classis)?
 - h. Wat beloven wij de betrokkenen?
 - i. Wat beloven wij onze medewerkers?
2. Gebruik communicatiemiddelen in de eerste plaats (bijv. persberichten in de ELNA) om duidelijk te maken wie LICHT is en wat LICHT wil beloven aan de samenleving van Lichtenvoorde. (6.2.2)
3. Maak als LT van LICHT een pas op de plaats en sta stil bij het feit dat het niet gaat om LICHT of het stichten van een kerk, maar het weten dat men onderdeel is van Gods' zending in deze wereld. Denk met elkaar na wat dit betekent voor LICHT. (6.2.3)
4. Organiseer activiteiten op plaatsen waar eerder niet-betrokken Lichtenvoordenaars aanwezig zijn, zoals een ALPHA-cursus in de kantine van een voetbalvereniging. (6.2.4)
5. Neem als LICHT een duidelijk hernieuwde positie in naast en/of tegenover de Rooms-Katholieke kerk in Lichtenvoorde. (6.2.4)
6. Wees aanwezig of onderdeel van gebruiken en tradities die specifiek bij Lichtenvoorde horen, zoals de bloemencorso of zomermarkt. (6.2.4)
7. Richt op het dorpspastoraat en inloop-karakter van de boekwinkel en maak dit bekend. (6.2.5)
8. Organiseer (meer) activiteiten die ingaan op praktische (en kleine) noden, zoals een cursus 'het omgaan met een tablet' of 'internetbankieren voor beginners'. (6.2.6)
9. Maak intensief gebruik van digitale kanalen om een groot gedeelte van de Lichtenvoordenaars te bereiken. (6.2.7)

GECITEERDE WERKEN

- sd. <http://nl.wikipedia.org/wiki/Lichtenvoorde> (geopend april 10, 2013).
- sd. <http://www.lichtindeachterhoek.nl> (geopend maart 6, 2013).
- CBS. *Statline Tabel Toelichting*. sd. <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/> (geopend april 19, 2013).
- Centraal Bureau voor de Statistiek. *Kerncijfers van Wijken en Buurten*. sd. <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/default.aspx?DM=SLNL&PA=70904ned&D1=1%2c3-14%2c17-19%2c25-32%2c65-66%2c74-77%2c80-81%2c111%2c114%2c121%2c158-159%2c177%2c179&D2=4694-4695%2c4700%2c4961-4964%2c4969%2c16485-16488%2c16499&D3=0%2c6-8&HDR=T&STB=G1%2c> (geopend april 16, 2013).
- CEOG. „Licht in de Achterhoek; evangelisatie-inspanning gericht op de kerkplanting in Lichtenvoorde in de Achterhoek.” Doesburg, 2005.
- Chester, Tim, en Steve Timmis. *Total Church*. Amerongen: The Media Alliance, 2011.
- Classis GKV Zutphen. *Plan van Aanpak Lichtenvoorde*. Zutphen: CEOG, 2002.
- Dijkstra, Wil, en Jan Smit. *Onderzoek met vragenlijsten; een praktische handleiding*. Amsterdam: VU Uitgeverij, 1999.
- E&R. *De vereniging Evangelisatie & Recreatie*. 24 oktober 2011. <http://www.eenr.nl/index.php/vereniging/vereniging> (geopend april 17, 2013).
- Gaze, Sally. *Mission-Shaped and Rural*. London: Church House Publishing, 2007.
- Gemeente Oost-Gelre. *Historie Lichtenvoorde*. sd. http://www.oostgelre.nl/default/OverOostGelre/Historie/Lichtenvoorde/id_29419 (geopend april 10, 2013).
- Hart, Joep de. *Zwvende Gelovigen*. Amsterdam: Bert Bakker, 2011.
- Jaarplan*. LICHT, 2013.
- Lichtenvoorde Commissie. *Visiedocument LICHT in de Achterhoek*. Lichtenvoorde: CEOG, 2009.
- Michels, Wil. *Communicatie Handboek*. Groningen: Wolters Noordhoff, sd.
- Noort, Gerrit, Stefan Paas, Henk de Roest, en Sake Stoppels. *Als een kerk opnieuw begint*. Zoetermeer: Boekencentrum, 2007.
- Osmer, Richard R. *Practical Theology*. Grand Rapids; Michigan: Wm. B. Eerdmans Publishing, 2008.
- Otten, Dirk. *Hoe God verscheen in Saksenland*. Deventer: Universitaire Pers, 2012.
- Raad voor het Landelijk Gebied. „Kansen voor een krimpend platteland.” Utrecht, 2009.
- Riel, Cees B.M. van. *Identiteit en Imago*. Schoonhoven: Academic Service, 2003.
- Roest, Henk de. *En de wind steekt op: Kleine ecclesiologie van de hoop*. Zoetermeer: Boekencentrum, 2005.

Statistieken. sd. <http://www.marketingfacts.nl/statistieken/algemeen/> (geopend mei 28, 2013).

van der Voordt, Theo, en Wendelien Lans. *Beschrijvend Onderzoek*. sd. <http://team.bk.tudelft.nl/Publications/2000/Ways%20to%20study%20prelininary%20Dutch%20versions/05Beschrijvend%20onderzoek.htm> (geopend maart 6, 2013).

Vermeij, Lotte, en Gerald Mollenhorst. *Overgebleven dorpsleven; Sociaal kapitaal op het hedendaagse platteland*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau, 2008.

Vlaardingerbroek, Matthijs. *Grensverleggend; hoe de kerk opnieuw missionair kan zijn*. Heerenveen: Medema, 2011.

Vriendschapsevangelisatie. sd. http://www.herschepping.nl/08wl/getuigen_07discipelen_maken.php (geopend mei 27, 2013).

BIJLAGE 1 – FORMAT PROJECTPLAN

Projectopdracht: Imago-onderzoek en Missionaire Communicatie binnen Missionair project GKV 'Licht' Lichtenvoorde

Versie : Definitief

Datum : 14-3-2013

Auteur : Gerben Schipper

Opdrachtgever : Missionair project GKV 'Licht in de Achterhoek' Lichtenvoorde

Contactpersoon : Kasper van Helden – Jeugdwerker

Projectplan

A. Aanleiding

Via LinkedIn is er contact gelegd tussen Kasper van Helden, jeugdwerker binnen het project 'LICHT' en mijzelf. Het project Licht is een missionair project vanuit de classis Zutphen van de Gereformeerde Kerken Vrijgemaakt (hierna GKV). Het project is in het najaar 2004 gestart vanuit de gedachte dat er geen structurele evangelisatie plaatsvindt in Oost-Gelderland. Lichtenvoorde wordt vanuit de classis aangewezen omdat hier de grootste witte vlek te vinden is.

Het project is uiteengezet in 3 fases te weten;

Fase 1: Zorg voor aanwezigheid en bekendheid. Deze fase heeft zich gekenmerkt door lokale aanwezigheid, informatieoverdracht, relaties aangaan en deel uitmaken van de lokale gemeenschap. Deze fase is begonnen in 2002 waarbij een stappenplan is uitgewerkt om evangelisatieactiviteiten in Lichtenvoorde op te pakken en uit te voeren. In november 2004 zijn de eerste activiteiten opgestart in de Adelaarswiek, waar vanaf dat moment een team aanwezig is. In 2006 zijn er twee parttime evangelisatiewerkers in dienst genomen. Tot aan 2008 zijn zij bezig geweest om een nieuwe impuls te geven aan het evangelisatieproject.

Fase 2: Uitbouw van de aanwezigheid en bekendheid en door de start van gemeentestichting. (2008 - 2011) Er zullen verschillende activiteiten worden gepland, waardoor LICHT bekend wordt in Lichtenvoorde. Ook zal er op zoek gegaan worden naar een nieuw pand.

Fase 3: Gemeenschapsvorming staat centraal (2011 - 2016). De huidige ondersteuning door de landelijke GKV zal in 2015 naar alle waarschijnlijkheid vervallen. De gemeente moet zichzelf kunnen onderhouden of elders fondsen moeten werven.

Inmiddels is vanuit de classis de toezegging gedaan dat er ook na 2016 financiële ondersteuning blijft bestaan voor het project LICHT.

B. Probleem en doelstelling

Probleemstelling:

De werkers van het project LICHT weten niet hoe de missionaire communicatie bij de doelgroep (inwoners van Lichtenvoorde) aankomt en welk beeld de doelgroep heeft van het project LICHT. Zij willen weten of de missionaire communicatie, zoals zij deze hebben beschreven in verschillende jaarplannen met visie en doelen, aansluiten bij de doelgroep en welk beeld de doelgroep daardoor van het project LICHT heeft. Ook zijn zij benieuwd hoe zij met deze informatie hun *communicatie* naar de doelgroep kunnen optimaliseren.

Doelstelling Onderzoek:



De werkers van het project LICHT krijgen met dit onderzoek aanbevelingen aangereikt om de *missionaire communicatie* naar de inwoners in Lichtenvoorde verder te verbeteren.

Deze doelstelling wordt in de volgende deeldoelen concreet zichtbaar:

1. Het onderzoek geeft een beschrijving van relevante demografische informatie over Lichtenvoorde.
 - Door deze informatie in te kaderen, wordt er inzicht gegeven in de doelgroep.
2. In het onderzoek wordt de noodzaak van evangelisatie (in een dorp als Lichtenvoorde) theologisch geduid.
 - Omdat het gaat om de boodschap van God is het van belang dat er stil wordt gestaan bij de noodzaak van evangelisatie.
3. Het onderzoek geeft een beschrijving van de huidige beleid van LICHT.
 - Het beleid(waarin visie, beleid en doelen samenkomen) is leidend voor de boodschap die gecommuniceerd wordt. Ook de manier waarop gecommuniceerd wordt komt voort uit het beleid.
4. Het onderzoek geeft informatie over het beeld van het project LICHT onder de inwoners van Lichtenvoorde.
 - De te onderzoeken inwoners van Lichtenvoorde worden onderverdeeld in de volgende groepen:
 - Lichtenvoordenaars die niet betrokken zijn (geweest) bij LICHT
 - Lichtenvoordenaars die in het verleden betrokken zijn geweest bij LICHT
 - Lichtenvoordenaars die op dit moment betrokken zijn bij LICHT
5. In het onderzoek worden (a.d.h.v. datgene wat met het bovenstaande is onderzocht) aanbevelingen gedaan om de missionaire communicatie naar de doelgroep verder te verbeteren.
 - Dit betekent dat datgene wat gecommuniceerd wordt door LICHT ook naar voren komt.

Toelichting:

In de eerste plaats wil de opdrachtgever een beeld krijgen in hoeverre zij bekend is bij de inwoners van Lichtenvoorde en waarin hij aansluit bij de deelnemers die nu al bij het project zijn betrokken. Dit is een zoektocht naar het imago van het project. Het imago zegt iets over het beeld wat de doelgroep heeft van LICHT. Dit wordt gevormd door beelden, associaties en ervaringen die de Lichtenvoordenaars hebben met en van LICHT. Het imago is iets wat uit het project en bijbehorende factoren komt. Het imago onder de inwoners van Lichtenvoorde komt voort uit datgene wat LICHT communiceert door haar activiteiten en PR.

Omdat de activiteiten en PR zijn gefundeerd in het beleid van LICHT, is het van belang om onderzoek te doen naar *wat en hoe* zij eigenlijk communiceren. Wanneer het helder is *wat en hoe* LICHT communiceert, kan er een koppeling plaatsvinden met de informatie van de doelgroep. Door onderzoek te doen naar het imago van LICHT onder de doelgroep kan er beschreven worden *wat* er van de boodschap van LICHT wordt ontvangen en onthouden. Door deze gegevens te interpreteren ontstaat er kennis of de manier van communiceren wel of niet aansluit bij de doelgroep.

Wanneer er positieve kanten worden belicht, kunnen deze sterkten en kansen ter bevordering van het missionaire handelen worden 'uitgebuit'. Hierdoor kan er specifiek gewerkt worden aan de positieve kanten van het project. Ook negatieve kanten kunnen gebruikt worden om de missionaire communicatie van LICHT te optimaliseren

Door ook de noodzaak van evangelisatie in een dorp als Lichtenvoorde te beschrijven komt er een theologische reflectie op het handelen van LICHT in Lichtenvoorde. Wanneer die noodzaak te duiden is, kunnen er door de koppeling met de gecommuniceerde boodschap van LICHT en de ontvangen boodschap bij de Lichtenvoordenaars aanbevelingen worden gedaan worden om de missionaire communicatie (verder) toe te spitsen op de doelgroep en daardoor bij mag dragen aan de opbouw van gemeenschappen van Christus in Lichtenvoorde.

Wat is missionaire communicatie?

Bij missionaire communicatie gaat het kortgezegd over de boodschap van God. Missionaire communicatie *communiceert* het Evangelie, op welke wijze dan ook. Daarbij gaat het om gedrag,

symbolen en de communicatie in woord en geschrift wat voortkomt uit het geloof in Jezus Christus. Het is dus altijd gefundeerd *in* het geloof in Christus.

De missionaire communicatie van LICHT komt concreet tot uiting in de activiteiten en de PR (gedrag en symbolen) van het project. Alle uitingen van LICHT zijn gefundeerd in visie en beleid, welke ten diepste verbonden zijn met het Evangelie. Feit is dat alles wat zij communiceren *missionair* is.

Onderzoeksvraag:

Hoe kan de missionaire communicatie van LICHT geoptimaliseerd worden door het huidige beleid van LICHT te evalueren in het licht van het bestaande imago onder de inwoners van Lichtenvoorde?

Toelichting bij formulering van de onderzoeksvraag

Om de sterkte van het project inzichtelijk te krijgen is er onderzoek nodig naar wat de huidige deelnemers en betrokkenen aantrekt in het handelen van het project. Tevens is er onderzoek nodig naar hoe het project bekend staat onder de niet-betrokken dorpsbewoners bij LICHT. Om vanuit het bestaande imago aanbevelingen te kunnen doen is het van belang om datgene wat gecommuniceerd wordt (vanuit het beleid) te evalueren met het bestaande imago onder de doelgroep. Aan de hand van deze conclusies kunnen er aanbevelingen worden gedaan om de missionaire communicatie vanuit het beleid te optimaliseren. De volgende deelvragen heb ik daarbij opgesteld.

Deelvragen

1. Welke actuele demografische gegevens zijn relevant voor het project LICHT?
2. Wat is de noodzaak van evangelisatie in Lichtenvoorde?
3. Wat is de huidige visie en het huidige beleid van LICHT?
4. Hoe staat het project LICHT bekend onder de inwoners van Lichtenvoorde?
5. Op welke wijze wordt er uiting gegeven aan het beleid van LICHT en hoe kan het onderzochte beeld onder de Lichtenvoordenaars bijdragen aan de missionaire communicatie?

Doelstelling

De werkers van het project 'Licht in de Achterhoek' kunnen aan de hand van de resultaten van het afstudeeronderzoek richting geven aan de visie en activiteiten van het project, met name als het gaat om de missionaire communicatie.

C. Projectresultaten

Het afstudeeronderzoek is in opdracht van de werkers van het project 'Licht in de Achterhoek'. De jeugdwerker (Kasper van Helden) en de predikant (Kees van de Beek) zijn telkens op zoek om in verbinding te komen met de mensen uit Lichtenvoorde. Het eindproduct levert inzicht op hoe de betrokkenen en de niet-betrokkenen tegen 'LICHT' aankijken, waardoor zij hun werk beter kunnen richten op het imago wat het project heeft. Ook de negatieve kenmerken kunnen bijdragen aan de opbouw van het project. Dit betekent dat bij het schrijven van het product (een schriftelijk product met aanbevelingen) rekening gehouden wordt met het niveau van de werkers.

Eindproduct

Het eindproduct bestaat uit een adviesrapport waarmee LICHT inzicht krijgt in het beeld wat zij heeft onder de Lichtenvoordenaars en hoe dit beeld en de *huidige* demografische gegevens van belang kunnen zijn voor de missionaire communicatie

D. Activiteiten

Aan de hand van de *Deelvragen* zal het grootste deel van het onderzoek vorm krijgen. Daarnaast is literatuurstudie een belangrijk aspect van het onderzoek.

1. Welke actuele demografische gegevens zijn relevant voor het project LICHT?
 - *Definitie van Lichtenvoorde als dorp (literatuurstudie) en demografische gegevens*
 - *Definitie van de Kerkelijke achtergrond/geschiedenis van Lichtenvoorde*
2. Wat is de noodzaak van evangelisatie in Lichtenvoorde?
 - *Waarom evangelisatie?*
 - *Waarom Lichtenvoorde?*
 - *Theologisch-Missiologische onderbouwing vanuit de literatuur (zie literatuurlijst)*
 - *Definieren van het begrip 'missionaire communicatie'*
3. Wat is de huidige visie en het huidige beleid van LICHT?

- *Interview Leiderschapsteam*
- *Bestuderen relevante visiedocumenten*
- 4. Hoe staat het project LICHT bekend onder de inwoners van Lichtenvoorde?
 - *Definiëren van een straatinterview*
 - *Vragen uitwerken voor straatinterview*
 - *Uitvoeren straatinterview*
 - *Definiëren interview/enquête voor (betrokken) bezoekers project 'Licht'*
 - *Interview uitvoeren*
 - *Interviews uitwerken*
 - *Rekening houden met de breedte van de doelgroep*
 - *Interviews uitwerken*
- 5. Op welke wijze wordt er uiting gegeven aan het beleid van LICHT en hoe kan het onderzochte beeld onder de Lichtenvoordenaars bijdragen aan de missionaire communicatie?
 - *Wat wordt er vanuit LICHT gecommuniceerd.*
 - *Informatie verwerken in uitgebreide SWOT-analyse. (strongs, weakness, opportunities, treaths)*
 - *Uitwerken aanbevelingen*

E. Tijd

De periode van onderzoeken en uitwerken loopt vanaf eind januari tot en met eind mei.

Januari: Concretisering Projectplan

Februari: literatuurstudie specifieke kenmerken Lichtenvoorde en LICHT

Februari - Maart: Interviews Definieren

Maart - Begin April: Uitvoeren Interviews

Geld/uren

500 uur verdeeld over 19 weken

F. Kwaliteit

Het resultaat is goed, wanneer de doelen die geformuleerd zijn behaald worden. Daarnaast dient de kwaliteit gewaarborgd te zijn door de kwaliteitskenmerken die opgesteld zijn door de Academie Theologie aan de Christelijke Hogeschool Ede.

Daarnaast is het resultaat voldoende wanneer ik inzicht krijg in het proces van gemeentestichting in een dorp als Lichtenvoorde. Ik hoop lering te trekken uit de conclusies van het onderzoek, om deze later in het werkveld te kunnen benutten.

G. Communicatie

De opdrachtgever en de afstudeerbegeleider zullen bij elke belangrijke stap geïnformeerd worden via mail om toe te zien of het onderzoek verloopt volgens de normen. Tevens zal er tweewekelijks een contactmoment zijn met de opdrachtgever om de kwaliteit te waarborgen.

De communicatie vindt plaats op de momenten wanneer dit van belang is. Deze momenten zijn ingekaderd in de bijgevoegde planning.

H. Organisatie

Het eerste contact verloopt via Kasper van Helden. Hij zal in overeenstemming met Kees van de Beek er op toe zien dat de kwaliteit gewaarborgd blijft en het onderzoek plaats kan vinden binnen het project.

BIJLAGE 2 – VAN COMMISSIE TOT PROJECT

September 1998: Startcommissie ingesteld.

1999–2000: 3 fasen uiteengezet; Inventarisatie, Strategieën en Keuzen.

Fase 1 Inventarisatie: Conclusie dat er in Winterswijk, Groenlo/Lichtenvoorde, 's-Heerenberg en Didam geen Bijbelgetrouwe kerken zijn. Demografie in kaart gebracht.

Fase 2 Strategieën: Hoe komen we tot een inzet te komen van een evangelisatiepredikant in Oost-Gelderland.

Fase 3 Keuzes: Nuloptie Winterswijk; heeft gebleken dat Winterswijk uiteindelijk meer positief op de kerkelijke kaart staat dan eerder duidelijk is geworden. Uiteindelijke conclusie dat er genoeg argumenten zijn om te gaan voor een nuloptie in Lichtenvoorde.

2002: Visie gevormd op evangelisatie in Oost-Gelderland

Fase 1

2002: Strategie voor nuloptie in Lichtenvoorde gekozen om de volgende redenen:

- Er is weinig kerkelijke betrokkenheid. Mensen zijn vooral druk met materialistische zaken.
- Mensen worden zeer in beslag genomen door gewone dingen. Bij jongeren is er een grotere afstand tot de kerk en het geloof.
- Er is onverschilligheid tegenover het geloof.
- Er is geen Bijbelgetrouwe prediking
- Nieuwe boodschap vanuit het Woord kan nieuwsgierigheid wekken.
- In Lichtenvoorde wonen geen vrijgemaakten.
- Jongeren staan, volgens ervaring, onbevangener tegenover gesprek over levensvragen en geloof.
- Lichtenvoorde is de grootste witte vlek, binnen een witte vlekkengebied. Er is voldoende te bereiken potentieel
- Samenwerking met en ondersteuning door GKv Doetichen, GKv Neede en CGK Aalten is mogelijk.

2003: Oprichting Lichtenvoorde Commissie (LC)

November 2004 – maart 2005: Aanwezigheid op zaterdag in *de Adelaarswiek* om mensen uit te nodigen voor de avondactiviteiten. Tientallen bezoekers zijn verwelkomd. Onderlinge banden tussen meewerkende kerkgenootschappen aangehaald. Inloopavonden.

2005: Inzet Evangelie & Recreatie

2006: Twee evangelisatiewerkers in dienst genomen. Zij onderhouden bestaande contacten en leggen nieuwe contacten. Huisbijeenkomsten en sing-ins worden georganiseerd.

2007: Een huisgroep van 15 volwassenen, welke elke twee weken bij elkaar komen om te eten en de Bijbel te bestuderen.

Fase 2⁷⁷

⁷⁷ (Lichtenvoorde Commissie 2009)



2008: Betrekking van nieuwe pand in Centrum Lichtenvoorde. Tevens start van (particulier initiatief) evangelisch boekwinkeltje. Een goede plek om goed zichtbaar te zijn in Lichtenvoorde en dorpspastoraat te verrichten.

Daarnaast wordt er een keer in de maand een samenkomst gehouden, waarbij naast de leden van de huisgroepen ook zo'n 10 bezoekers uit Lichtenvoorde aanwezig zijn.

2008: Kinderclub krijgt op de woensdagmiddag zo'n 12 kinderen over de vloer.

Najaar 2010: Alpha Cursus

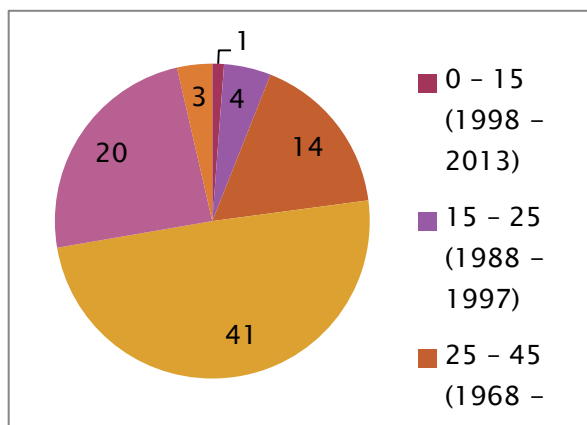
2011: 2 huisgroepen die elke twee weken bij elkaar komen. Gemiddelde aantal deelnemers is 20.

De samenkomsten worden gemiddeld door 40 mensen bezocht.

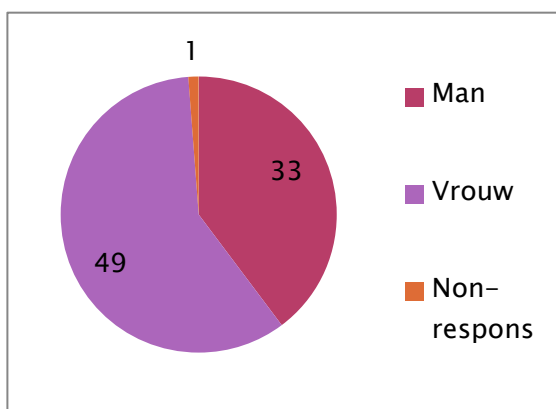
September 2011: Start Jeugd huisgroep

BIJLAGE 3A – RESULTATEN ENQUÊTES ONDER NIET-BETROKKENEN

Leeftijdscategorieën respondenten	Absoluut	%
0 – 15 (1998 - 2013)	1	1,2
15 – 25 (1988 - 1997)	4	4,8
25 – 45 (1968 - 1987)	14	16,9
45 – 65 (1948 - 1967)	41	49,4
65+ (t/m 1948)	20	24,1
Non	3	3,6
Totaal	83	100

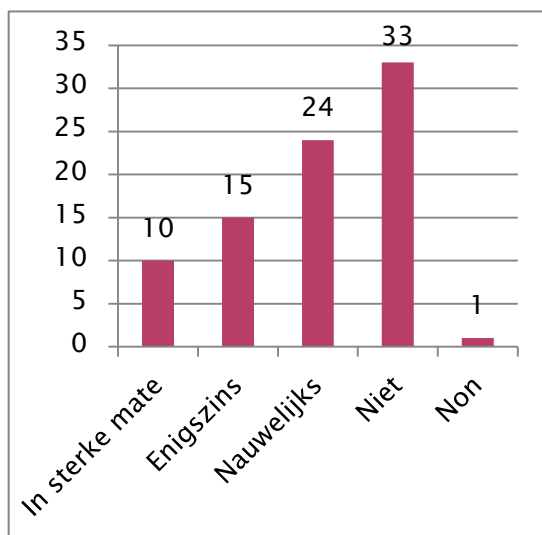


Geslacht		
Man	33	39,8
Vrouw	49	59,0
Non-respons	1	1,2
	83	100



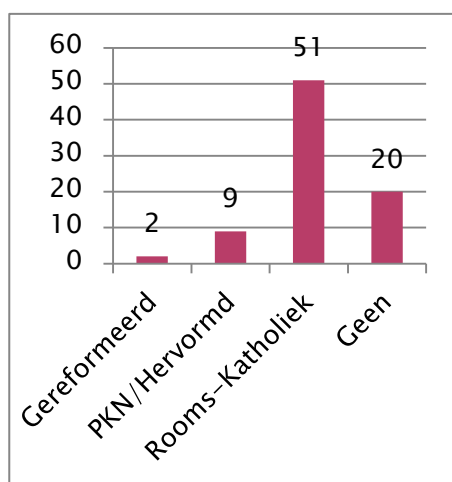
In welke mate houdt u zich bezig met het geloof in God?		
In sterke mate	10	12,0
Enigszins	15	18,1
Nauwelijks	24	28,9
Niet	33	39,8
Non	1	1,2



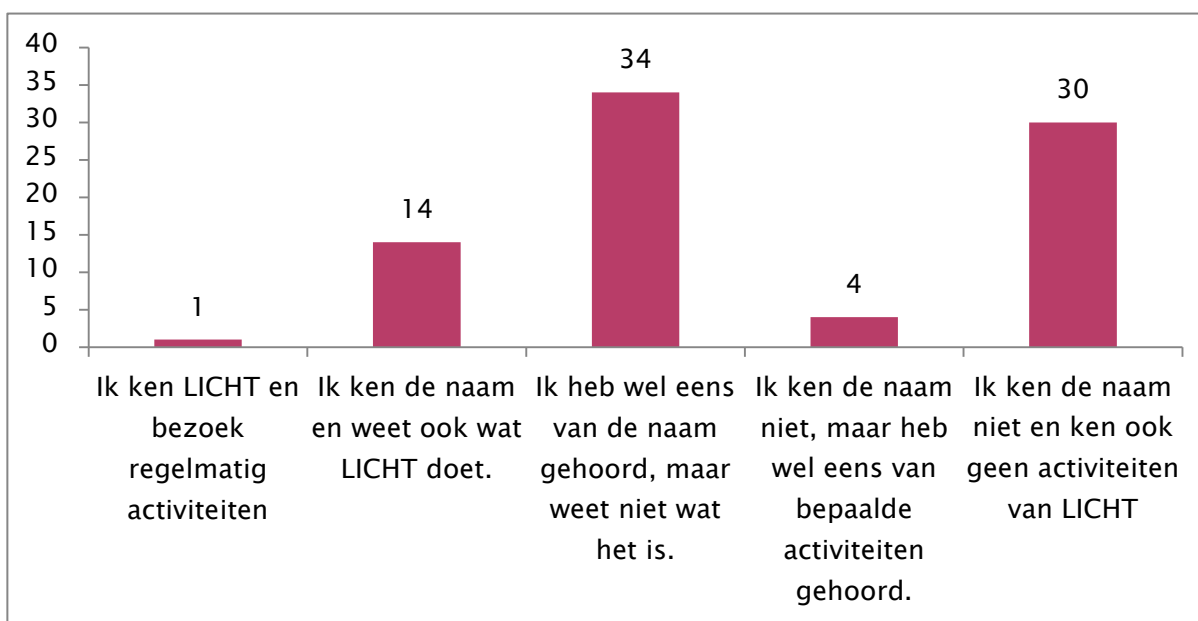


Bent u lid van een kerkgenootschap?		
Ja	62	74,7
Nee	20	24,1
Non-respons	1	1,2

Van welk kerkgenootschap bent u lid?		
Gereformeerd	2	2,4
PKN/Hervormd	9	10,8
Rooms-Katholiek	51	61,4
Geen	20	24,1
Non-respons	1	1,2



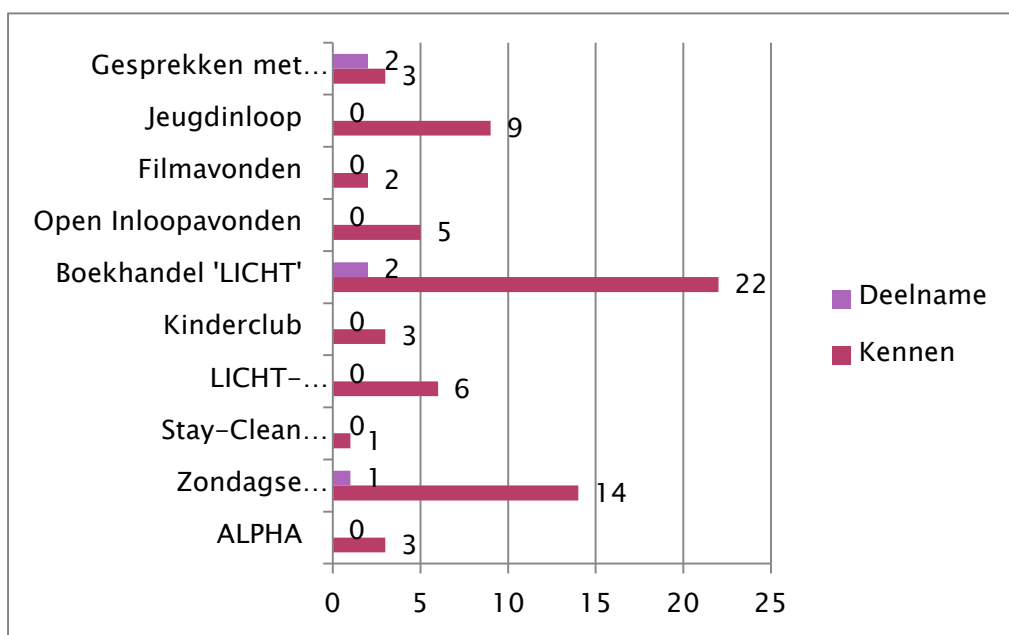
In hoeverre bent u bekend met het project LICHT?		
Ik ken LICHT en bezoek regelmatig activiteiten	1	1,2
Ik ken de naam en weet ook wat LICHT doet.	14	16,9
Ik heb wel eens van de naam gehoord, maar weet niet wat het is.	34	41,0
Ik ken de naam niet, maar heb wel eens van bepaalde activiteiten gehoord.	4	4,8
Ik ken de naam niet en ken ook geen activiteiten van LICHT	30	36,1



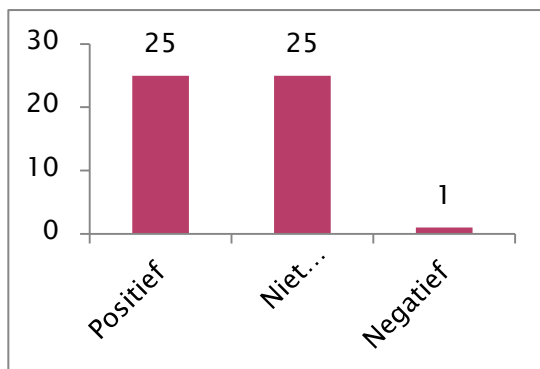
Welke activiteiten van LICHT kent u?	
1 of meer	34
geen	49

Aan welke activiteiten van LICHT heeft u deelgenomen?	Kennen	Bezoeken	
ALPHA	3	0	(altijd in combinatie met zondagse samenkomsten en meer)
Zondagse Samenkomsten in 'De Schoppe'	14	1	
Stay-Clean Zelfhelpgroepen	1	0	
LICHT-Weken/Evangelisatie&Recreatie	6	0	1 iemand die dat <i>alleen</i> kent
Kinderclub	3	0	In de leeftijd rond de 55
Boekhandel 'LICHT'	22	2	Vooral bekend 45 - 65 (10) 65+ (7) 25 - 45 (3)
Open Inloopavonden	5	0	4 vrouwen (45-65) + 1 man
Filmavonden	2	0	
Jeugdinloop	9	0	Niet eens in de categorie 15 - 25, 1 -15
Gesprekken met medewerkers van LICHT.	3	2	
Geen van bovenstaande activiteiten	49	79	

Deelname	Man	Vrouw	Totaal
Geen	31	48	79
Zondagse Samenkomsten	1	0	

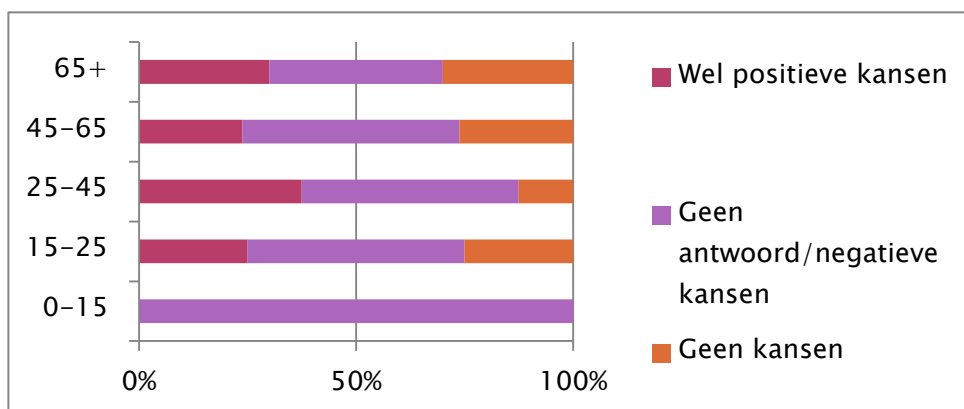


Beeld		
Positief	25	30,1
Niet Positief/Niet negatief	25	30,1
Negatief	1	1,2
Non Respons	32	38,6



Waar liggen in uw ogen de belangrijkste uitdagingen of taken voor een geloofsgemeenschap in Lichtenvoorde?	
Samen(werken) met andere geloofsgenootschappen,	8
Troost en rust bieden in hectische tijden	3
Vernieuwen, Aansluiten	3
Geen kansen meer, (RK)kerk heeft afgedaan.	9
Aansluiten bij Jongeren	8
Ieder in zijn waarde laten	10
Maatschappelijk betrokken zijn	2
Het Woord van God relevant maken	5
Liturgisch RK	2

	Man	Vrouw			
Geen kansen	11	9			
	0-15	15-25	25-45	45-65	65+
Geen kansen	0%	25%	14,3	26,8	30
Wel positieve kansen	0%	25%	42,9	24,4	30
Geen antwoord/negatieve kansen	100%	50%	57,1	51,2	40
Totaal	1	4	14	41	20



BIJLAGE 3B – UITWERKING VRAGENLIJST BETROKKENEN

Doel Enquête: De resultaten van de vragenlijst geven weer wat de respondenten bij LICHT aanspreekt en waarin volgens de respondenten LICHT de missionaire communicatie kan verbeteren.

Soort enquête: Mondelinge vragenlijst

Doelpopulatie: Op dit moment betrokken bij LICHT: Langer dan 3 maanden bij 1 of meer activiteit(en) betrokken.

Steekproef van : 5 personen tussen de 17 – 70 jaar

Soort verwerking: Parafrasering

1. Op welke manier bent u betrokken geraakt bij LICHT?

EB: Door E&R, net gescheiden, jouk -> roos aangeboden gekregen, aan mezelf. Gesprek, volleyballen niet, kleien in de Schoppe. Zomer 2005/2004.

vdB: door mijn vader die hier sinds 2005 werkzaam is.

Oud echtpaar: vanaf het begin, vooral bij de samenkomsten. Zelf eerst naar NGK neede, maar door ouderdom niet meer de moed en mogelijkheid om ver te reizen. Samenkomsten bij LICHT spreken ons aan en bieden ons de mogelijkheid om toch dichtbij te blijven en ons geloof te beleven.

AF: via de zaterdagavond inloop, was altijd al wel geïnteresseerd in het geloof. Idee dat er iets was, maar had niks met het Rooms Katholieke, daardoor in contact gekomen met LICHT

Jongen: via mijn stiefvader die hier betrokken is geraakt. Ben gaan helpen bij de kinderclub.

2. Wat spreekt u aan in het handelen van LICHT?

EB: Een mens van woorden, taalbureau, stichting voor laaggeletterden. Nieuwsgierigheid(Valkuil & talent), van oorsprong katholiek en Kritisch. Huisgroepen is wat persoonlijker. Boekenwinkel is het belangrijkste. Contact met mensen. Elkaar verstaan. Veiligheid. Er gebeurt hier veel, maar het geloof is persoonlijk. Welkom voelen.

vdB: goed dat ze voor Lichtenvoorde zo'n project hebben gestart, ze doen veel voor de jongeren, wat ik zelf erg belangrijk vind.

Oud echtpaar: dat ze in een RK dorp, waar mensen vaak nog weinig met het geloof hebben toch proberen mensen aan te spreken. Daarnaast is het voor ons ook onze thuisgemeente, waar we ons thuis mogen voelen. Ze gaan ook echt in op het Rooms-Katholieke karakter van het dorp.

AF: LICHT is een open gemeenschap, waar de onvoorwaardelijke vaderlijke van God centraal staat. Je mag komen zoals je bent, iets wat ik in de RK traditie mis. Ik voel me er thuis, terwijl ik best kritisch ben op het handelen van LICHT. het is voor mij echt mijn gemeente. Daarnaast ben ik blij en vind ik het belangrijk dat ze echt iets voor de mensen met een Rooms-Katholieke achtergrond doen.

Jongen: De verspreiding van het evangelie op een plek waar weinig gelovigen wonen.

3. Wat betekent de boodschap van het kruis voor u?

EB: Opgegroeid met sprookjes van Grimm/Anderson, en Bijbel. Voorlezen, lezen is echt mijn ding. Bijbel lag bij ons thuis. OT, mooier, doodgegooid met de Bijbel. Geloof niet zomaar alles. Accepteren dat bepaalde dingen niet te bewijzen stelt. Boodschap = waarheid. God = een God van mensen. God is mijn voorbeeld. Anderen bang voor God: God is ook je geweten. Nuchterheid & rationalisme. Moeilijk in deze tijd. Het leven is niet *of of, maar en en. Jezus is mijn BASIS.*

vdB: Het is voor mij vanzelfsprekend, ik heb het meegekregen van huis uit.

Oud echtpaar: is voor ons de grond van ons bestaan, datgene waar wij uit leven en ook proberen uit te leven. Jezus is voor ons diegene die ons heeft gered van al onze zonden.

AF: Door het offer aan het kruis mag ik komen zoals ik ben. Ik vind het soms moeilijk te begrijpen, maar God houdt onvoorwaardelijk van mij.

Jongen: Ging zelf van huis uit naar de kerk, en vind het belangrijk om dit ook te delen met anderen.

4. Waarin heeft het evangelie van Jezus u geraakt?

EB: De mens heeft de vrije keuze gekregen van God. Hart rein, eerlijkheid staat bovenaan. Er is kwaad in de wereld. Eerlijkheid hangt samen met het gevoel van veiligheid en vertrouwen. Vertrouwen op God: hel of JOB. God helpt, door Jezus in persoonlijke momenten (scheiding, jongste zoon mee met vader)

vdB: *geen reactie*

Oud echtpaar: Hij brengt leven, en daarmee ook mensen om ons heen.

AF: Dat Hij gemeenschap en liefde brengt, en Hem mag zien als iemand waarmee ik mag wandelen. Ik wil elke dag van Hem leren.

Jongen: *geen reactie*

5. Wat kan dit (het evangelie) voor anderen in Lichtenvoorde betekenen?

EB: Aansluiten bij Jezus, blijheid is binnen het katholicisme te vinden. Protestanten praten minder, Katholieken zijn opener. Als 'gereformeerden' moeten wij ook Jezus brengen.

Moderne kansen pakken. Oud en nieuw verbinden, zoals het OT en NT verbinden.

Ouderen zitten vast aan hun eigen geloof, en moeten met nieuwe initiatieven aangetrokken worden.

Jongeren eigen geloof aan het op bouwen. Jongeren van nu worden ook ouder, hebben behoefte aan zingeving. Deze kun je ook vinden door projecten elders.

vdB: heel veel, maar het is lastig werken. Mensen in Lichtenvoorde willen er niet zoveel mee te maken hebben, heb ik het idee. Maar er zijn weinig gelovigen in Lichtenvoorde, zo ken ik niemand uit Lichtenvoorde die Christen is.

Oud echtpaar: voor mensen die interesse hebben heel veel, kijk maar naar de mensen die nu betrokken zijn bij LICHT. Maar het is lastig om de boodschap van het evangelie bij mensen te brengen, ze zijn vaak onverschillig en begrijpen het niet.

AF: hetzelfde als wat het voor mij betekent, maar dat moet LICHT wel uitdragen. Dat doen ze mi. te weinig. Het evangelie is niet vrijblijvend, terwijl de activiteiten van LICHT dat wel zijn.

Jongen: Ik zie dat er weinig mensen met geloof in Lichtenvoorde zijn. Toch denk ik dat LICHT moet proberen mensen aan te spreken met het geloof, omdat het een basis in je leven is.

6. Welk woord of begrip komt het eerst bij u op als u aan het project LICHT denkt?

EB: Bruggen bouwen.

vdB: Gesloten gemeenschap

Oud echtpaar: Thuis

AF: Thuisgemeente

Jongen: Om te dienen in Lichtenvoorde

7. Bij welke activiteiten bent u zelf betrokken?

EB: Huisgroepen, veilig voelen. E&R. Workshops, creatieve activiteiten. Beeldende kunst. Tijd.

vdB: Leiding Girlz-Only, lid van jongeren huisgroep.

Oud echtpaar: Vooral aanwezig bij de samenkomsten. Voorheen heeft mevrouw ook meegewerkt aan de zaterdagavond inloop.

AF: In het verleden bij verschillende activiteiten, en ik heb ook wel overal mijn mening over. Maar ik vind het belangrijk dat mijn eigen wandel met God gevoed wordt bij LICHT. Ik heb dus vooral wat met de samenkomsten.

Jongen: Ik help bij de kinderclub. Ik vind het leuk om met kinderen te werken en hoop hen iets over te kunnen brengen van het geloof in Jezus. Lid van jongeren huisgroep

8. Welke uitdagingen of taken zijn er voor het project LICHT in Lichtenvoorde? Of te wel; heeft u tips voor LICHT om de Lichtenvoordenaars (beter) te bereiken?

EB: Groepen mengen. Willen wat bij hun past. Voorlezen in de kerk (week v/d anafalbetisering) verbinding zoeken. Bruggen bouwen in het grote geheel. Brug leggen tussen God & Mensen. Publiciteit zoeken. Avond over hedendaagse onderwerpen (telebankeren, iPad, onderwijs). Netwerken. Binnen het netwerk zijn er wel mensen die bij rouwen en trouwen in de kerk komen. Tussen de mensen gaan staan.

Wat jij thuis tegenkomt, ontdek je in de wereld steeds meer. Je legt zelf de verbinding.

LICHT moet zorgen dat ze zichtbaar is. Inbreng hebben in het proces van het dagelijks leven. Ieder heeft zijn vrije keus en mag daarbij geloof betrekken. Een kwestie van bruggen. Zichtbare Actie -> de winkel is een brug. Niet de nadruk te leggen op de Here God, maar meer op Jezus. Jezus is de 'zielenwinner'.

vdB: Meer doen voor de Lichtenvoordse samenleving, en dan nog niet eens meteen uitgesproken Christelijke activiteiten. Daarnaast moeten we als LICHT ook zorgen dat mensen ons kennen en weten wat we doen. Soms worden we gezien als iets vaags en onbekends.

Oud echtpaar: LICHT moet een thuis vormen voor mensen die het geloof vinden. Wij denken dat ze op de goede weg zijn, maar op zoek moeten gaan om juist mensen die zich nog wel katholiek noemen maar niet echt gelovig zijn aan te spreken. Wij merken dat deze mensen op zoek zijn naar zingeving, maar dat binnen de kerk neit meer vinden. LICHT zou daar wat mee kunnen doen.

AF: Ik ben erg kritisch, en denk dat LICHT niet zoveel kan bereiken als ze op deze manier doorgaan. LICHT moet op zoek gaan naar manieren om echt een kerk te zijn, het doel van de predikantsplek achterna gaan. Pas dan gaan mensen ons serieus nemen. We moeten mensen van RK-achtergrond aan gaan spreken, en niet zomaar wat activiteiten doen. Als we het doen, moeten we het goed doen. Alles moet ook niet vrijblijvend zijn, want het lijkt er op dat de financiële steun van verschillende partijen niet kan blijven bestaan. LICHT gaat mij naar aan het hart, omdat ik het echt zie als mijn thuis.

Jongen: Niet echt een idee. Ik vind dat ze goed bezig zijn en ook niet alles kunnen doen.

Onderzoeksrapport LICHT in de Achterhoek

56

[illegible]

BIJLAGE 5 – GESPREK MET KASPER & KEES

De persoonlijkheid van LICHT is als het ware de grond van het bestaan van het project. Samenvattend is dit de uiteindelijke visie van LICHT:

LICHT wil in Lichtenvoorde een gastvrije gemeente zijn, waar iedereen welkom is. Zij wil haar geloof in God en in Jezus als Gods Zoon uitdragen in Lichtenvoorde. Omdat zij gelooft dat een leven in Christus toekomst heeft.

Doelstelling: van 2015, naar dit. Dit is door de jaren heen zo ontstaan en in wezen de grond van ons werken.

Hoe zien jullie dit?

- Gastvrij, elkaar niet uitsluiten. Niet zeggen dat je niet welkom bent. Geen onderscheid.
- In 2015 nieuwe gemeente, speelt wel een rol. Nog niets te zeggen over hoe dat zich vorm geeft,
- Blijven investeren, doel is wel behaald, maar nog geen stabiliteit.

Theologische vragen:

Avondmaal

- Hoe zijn ze bezig: Sacramenten, kerkenraad, Binnen het LT een discussie over gevoerd. Avondmaal voor katholieken? Protestants kan eigenlijk niet. Het is meer 'geweten' vanuit de Gereformeerde achtergrond. Vanuit de ondersteunende gemeenten is het niet gebruikelijk,
- Als mensen deel willen nemen: geloven in Jezus Christus, onderscheidt tussen eucharistie. Er is verschil tussen mensen hoe zij er over denken.
- Hoe kun je en welkom laten zijn, terwijl je toch je principe rondom avondmaal in geloof niet door iedereen kunt laten doen.

Vrouwelijke Sprekers

- Het is geen 'eredienst', volgens de kerkorde: geen kerkenraad.
- Zegt iets over de toekomst

Verschil in opvattingen onder ondersteunende gemeenten

Doop

- Is niet nodig, volgens het onderwijs.
- Maar voor de ander is het belangrijk, dan via doop onderstrepen doen we daar niet moeilijk over.

Doelstelling gericht op 30'ers, hoe doen jullie dit?

- We richten ons niet speciaal op die groep, moeilijk te bereiken groep.
- Of wat ouder of wat jonger haken vaak aan.

Dit is nodig, om zo medewerkers en gemeenteleden toe te rusten die zelfstandig en onafhankelijk van de evangelisatiewerkers reeds bestaande activiteiten kunnen leiden en organiseren.

De evangelisatiewerkers worden zo vrijgesteld om nieuwe terreinen te zoeken om actief te zijn. In hoeverre gebeurt dit nu? -> vraag!

Iets waar je naar streeft, maar vaak weerbarstig is. -> wil activiteit voor jeugd organiseren. ER mist een stap in het missionair. En mentoraat.

Focus:

- Investeren in Leiderschap
- Discipelschap
- Netwerken
- Jeugdwerk

Nieuwe kansen:

- Samenkomsten op een ander moment? Is deze tijd geschikt?
- Locatie?! Misschien meer richting het centrum.

Veranderingen geven onzekerheid, komen mensen nog wel? Wat is de winst? Nieuwe start, met nieuwe jongeren.

Waar zit nieuwe aanwas voor de huisgroepen?

- Zaterdagavond van elke week activiteit 1x in de maand: op zoek naar iets nieuws?

Doelgroep:

- Iedereen is welkom, dus ook allochtonen
- 35/40% origine Lichtenvoorde

Jeugdinloop in verhouding veel allochtonen.

Vanuit de wijk hooiland, veel jeugd. Weerhoudt de autochtonen de komst naar de jeugd om de allochtonen?