



The
**God
Story**

Campagne

Taak: Contactpersoon

1. Wat wordt er van een Contactpersoon gevraagd?

Er gaat een The God Story evenement in jouw stad of regio plaatsvinden. Wat een mooie kans voor de plaatselijke Kerk om hoop te delen die in God te vinden is!

Door plaatselijke kerken, kringen, jeugdgroepen of andere interkerkelijke groepen te betrekken, proberen we zoveel mogelijk christenen te mobiliseren. Wat een campagne precies inhoudt, dat lees je in het volgende hoofdstuk.

Als Contactpersoon mobiliseer je de eigen KERK (of interkerkelijke (jeugd)groep, kring, etc. Voor het gemak noemen we het voor nu je 'kerk'). Je zorgt voor goede communicatie binnen je eigen kerk, nodigt mensen uit eigen kerk actief uit en betreft deze mensen. Je werkt als lijn tussen Kernteam (de plaatselijke organisatoren, aangevuld met mensen van The God Story) en de kerken. Je wordt aangestuurd en gevoed door het Kernteam. Zij voorzien je van alle PR-middelen en informatie die je nodig hebt.

Simpel gezegd zijn we op zoek naar mensen die een contactpersoon kunnen zijn voor hun kerk om de informatie over de campagne door te geven en mensen uit te nodigen om betrokken te raken.

- Uit elke kerk is er minimaal één contactpersoon, bij grotere kerken willen we graag meerdere vertegenwoordigers zodat we meer mensen kunnen inzetten.
- De Contactpersonen zullen zich bezighouden met het introduceren van The God Story en de campagne in hun eigen kerk, maar ook bij de kringen en (jeugd)clubs van de kerk.
- De Contactpersonen gaan aan de slag om de training, evenementen en andere activiteiten bekend te maken binnen hun eigen kerk.
- De Contactpersonen hebben zelf geen vergadermomenten, maar worden aangestuurd door het Kernteam via belafspraken, e-mail, whatsapp.
- De tijdsinvestering voor het zijn van een Contactpersoon zal naar schatting gemiddeld 2 uur per maand zijn.

Hoe kan ik de benodigde informatie doorgeven in mijn kerk/groep?

Dat kan voor elke kerk of groep verschillend werken, dus pas je aan bij wat werkt! Over het algemeen zien we vaak dat mensen 1-op-1 benaderen (voor specifieke taken of vragen) het allerbeste werkt. Massamails worden lang niet altijd gelezen en er wordt weinig mee gedaan.

Er wordt soms gevraagd om informatie digitaal door te sturen (via WhatsApp, via mail) en andere keren om een oproep te doen voorin de kerk of in het kerkblad/mail. Het is fijn als een Contactpersoon proactief is en de juiste wegen weet te bewandelen qua communicatie in zijn of haar kerk.



2. Organisatie van een campagne

Bij The God Story vinden we het belangrijk om goed voorbereid een campagne te starten en niet zomaar ergens te verschijnen, een evenement te doen, en daarna weer te vertrekken. Dat heeft met twee redenen te maken:

- ✓ *We willen samenwerken met de volle breedte van de Kerk in de regio waar een campagne wordt georganiseerd.*

Er zit geestelijke autoriteit bij de plaatselijke kerkelijke gemeenten die de regio rijk is. Dit betekent dat de kerken en gelovigen een verantwoording hebben voor de stad of regio waar zij wonen. Wij willen niet ongevraagd 'in iemands tuin gaan schoffelen', maar vragen om samenwerking en betrokkenheid van alle kerken. We voelen ons geroepen om samen te werken en de kerken te helpen om uit te reiken naar hun omgeving. Dit doen we o.a. door het geven van trainingen aan kerken en individuen uit de regio in de voorbereiding op een campagne.

Een andere belangrijke reden om met de kerken samen te werken, is dat zij het gebied en de personen die er wonen goed kennen en er een groot netwerk hebben.

Voor ons als 'buitenstaanders' is het onmogelijk om in korte tijd een netwerk te mobiliseren die het organiseren van een campagne mogelijk maakt. De betrokkenheid en inzet van plaatselijke christenen is hierbij cruciaal.

- ✓ *We vinden het belangrijk dat er een goede (plaatselijke) opvolging komt voor mensen die een keuze maken om Jezus te volgen of geïnteresseerd zijn om Hem te willen volgen.*

Jezus riep zijn volgelingen niet op om bekeerlingen te maken, maar discipelen. We kunnen niet van een nieuw-gelovige verwachten dat hij of zij zelf de mensen opzoekt om hem/haar verder te helpen. We geloven dat plaatselijke kerken en christenen hiervoor de juiste aangewezen partijen zijn om deze mensen op te zoeken en hen verder te helpen.

Fasen van een campagne

Een campagne kent vier verschillende fasen. Bekijk voor een duidelijk uitleg [deze video](#) waarin we de fasen ook uitleggen. Dit zijn de vier fasen:

Fase 1: Voorbereidingsfase

We proberen in de regio waar een campagne wordt georganiseerd een netwerk van kerken en christenen te vormen die betrokken raken bij de campagne. Er wordt een Kernteam gevormd met plaatselijke christenen die mee gaan helpen om een campagne te organiseren. Er zullen daarnaast Contactpersonen worden gezocht, die contacten onderhouden binnen hun eigen kerk/gemeente(s) en daar informatie doorgeeft rondom de campagne, maar ook mankracht werft voor de verschillende taken gedurende de campagne.

Fase 2: Mobilisatie- en Trainingsfase

Het doel is om de lokale christenen voor de campagne te mobiliseren en toe te rusten. Het Kernteam zet verschillende zaken uit ter voorbereiding van een campagne. Samen volgen we de planning over hoe de campagne eruit komt te zien met alle activiteiten eromheen. Regionaal zullen taken opgepakt worden rondom PR, fondsenwerving, gebeds(net)werk, outreach/diaconie, etcetera.

Het team van The God Story zal ondersteunend en uitvoerend zijn. Er worden (veelal maandelijks) vergaderingen georganiseerd waarin we de voortgang met elkaar bespreken. The God Story zal de trainingen organiseren voor de plaatselijke kerken en christenen rondom evangelisatie (Training: 'het evangelie in 4 woorden', voor alle christenen) en discipelschap (Training: 'discipelen maken', voor de discipelmakers). Het doel van de trainingen is enerzijds het leren van christenen om mensen dichterbij Jezus te brengen. Anderzijds is het het maken van discipelmakers, zodat zij klaar zijn om nieuw-gelovigen te kunnen begeleiden na de campagne.

Ook onderdeel van deze fase is 'Operatie Andreas', waar lokale christenen via [de 5-delige videoserie](#) tools krijgen en enthousiast worden gemaakt om niet-gelovigen mee te nemen naar de evenementen.

Fase 3: De evangelisatiefase

Tijdens deze fase worden verschillende evangelisatie-activiteiten georganiseerd, zoals de outreach/diaconie activiteiten, waar christenen hand- en spandiensten verlenen en zich inzetten voor hun medemensen in de regio. Ook zullen er andere evangelisatieacties op touw worden gezet.

Dan natuurlijk de The God Story evenementen zelf, waar het evangelie op een eigentijdse manier wordt gepresenteerd en niet-christenen de mogelijkheid krijgen om een keuze te maken om Jezus te volgen. [Bekijk hier een korte impressie](#) van een evenement om een indruk te krijgen.

Fase 4: Discipelschapsfase

In deze laatste fase ligt de nadruk op de opvolging van de mensen die pas tot geloof zijn gekomen of hierin geïnteresseerd zijn geraakt. Plaatselijke christenen en kerken onderhouden contacten met deze mensen en zoeken met elkaar naar passende manieren om de nieuw gelovigen op te volgen en te discipelen.

Vanuit The God Story wordt coaching aangeboden aan de discipelmakers om de nieuw gelovigen op te volgen en te discipelen. Centrale vraag daarbij is: wat doe je met een nieuw gelovige?

Veel van deze informatie is ook te vinden op [deze webpagina](#).