



Draaiboek Campagne

Taak: Kernteam

Tijdsplanning

Zie onderstaande tijdsplanning, op volgorde startdatum van uit te voeren actiepunten voor het Kernteam. Klik op de onderstreepte taken om direct naar dat specifieke hoofdstuk in dit document te gaan.

Voor meer informatie wat betreft [organisatie van een campagne \(hoofdstuk 1\)](#) en [teamvorming en functieomschrijvingen \(hoofdstuk 2\)](#) verwijst ik naar de desbetreffende hoofdstukken. Daar wordt ook meer uitgelegd over de verschillende stappen van de campagne. Voor documenten en naslagwerk, [bezoek deze webpagina](#).

Fase	Taak	Wie	Wanneer starten?
1	Contact leggen met plaatselijke christenen en sleutelpersonen	TGS	Minimaal 1 jaar voor evenement(en)
1	Christenen uitnodigen voor voorlichtingsavond	TGS	Minimaal 1 jaar voor evenement(en)
1	Voorlichtingsavond(en) met info over The God Story campagne en uitnodiging voor Kernteam	TGS	Minimaal 1 jaar voor evenement(en)
1	Kernteam vormen	TGS	11 maanden voor evenement(en)
1	Kernteam 1 ^e vergadering voor kennismaking, uitleg en om taken te verdelen	TGS	11 maanden voor evenement(en)
1	Het zoeken van Contactpersonen (hoofdstuk 3)	Kernteam	Minimaal 10 maanden voor evenement(en)
2	Gebedswerk uitbouwen (hoofdstuk 4)	Kernteam TGS	Minimaal 9 maanden voor evenement(en)
2	Vorbereiding The God Story evenement(en) (hoofdstuk 5)	Kernteam TGS	9 maanden voor evenement(en)
2	Training 'het evangelie in 4 woorden' (hoofdstuk 6)	Kernteam TGS	9 maanden voor evenement(en)
2	Fondswerving (hoofdstuk 7)	Kernteam TGS	9 maanden voor evenement(en)
2	PR opzetten (hoofdstuk 8)	Kernteam TGS	9 maanden voor evenement(en)
2	Operatie Andreas (hoofdstuk 9)	Kernteam TGS	9 maanden voor evenement(en)
2	Logistiek (hoofdstuk 10)	Kernteam TGS	8 maanden voor evenement(en)
4	Discipelschap (hoofdstuk 11)	Kernteam TGS	6 maanden voor evenement(en)
3	Outreaches/Diaconie (hoofdstuk 12)	Kernteam TGS	6 maanden voor evenement(en)
3	The God Story evenement(en)	TGS	Datum evenement(en)

1. 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 The God Story evenement te doen, en daarna weer te vertrekken. Dat heeft met twee redenen te maken:

- ✓ *We willen samenwerken met de volledige 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?

2. Teamvorming en functieomschrijvingen

Hieronder een overzicht en functiebeschrijving van de verschillende rollen; te weten Kernteam, Contactpersonen en Discipelmakers:

Kernteam

Mobiliseert de KERN. Een stad of regio wordt vaak verdeeld in meerdere kernen om een goed overzicht te kunnen krijgen. Een lid van het Kernteam overziet de eigen kern, coördineert de organisatie en spreekt zijn/haar netwerken aan. Bevat meerdere mensen per kern.

Het Kernteam neemt de kerken mee in de visie om de plaatselijke stad/ dorp te bereiken. Ze overzien mede de organisatie (*gebedswerk, PR, logistiek, outreaches/diaconie, discipelschap en fondswerving*).

- Uit elke kern willen we meerdere personen in het Kernteam hebben.
- Het Kernteam bouwt mee aan een platform van kerken en sleutelpersonen in je eigen kern en fungeert als contactpersoon voor die kern.
- Maandelijks zullen er vergaderingen plaatsvinden. Tijdens de vergadering wordt het overzicht bewaakt, de voortgang besproken, nieuwe actiepunten verdeeld, de knelpunten besproken en delen we getuigenissen.
- Buiten de maandelijkse vergadering om ben je, afhankelijk van de persoon, gemiddeld 4 – 8 uur per maand bezig om je actiepunten uit te voeren.

Contactpersonen

Mobiliseren de eigen KERK. Zorgt voor goede communicatie binnen de eigen kerk, nodigt mensen uit eigen kerk actief uit en betreft deze mensen. Werkt als lijn tussen Kernteam en de kerken en wordt aangestuurd en gevoed door het Kernteam.

Simpel gezegd zijn we op zoek naar iemand die een contactpersoon kan zijn voor zijn/haar 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.
- De Contactpersonen gaan aan de slag om de training, evenementen en andere activiteiten bekend te maken binnen hun eigen kerk.
- De Contactpersonen verbinden het team van The God Story met de verantwoordelijke jeugdleiders en kringleiders.
- 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.

Discipelmakers

We vinden het belangrijk om geïnteresseerden en nieuw-gelovigen op te vangen en ze te helpen om een persoonlijke relatie met Jezus op te bouwen. Om dit aan te kunnen bieden hebben we plaatselijke christenen nodig die dit kunnen en willen doen.

Dat zijn mensen die makkelijk contact maken en niet schromen om op iemand af te stappen. Discipelmakers zijn mensen die met nieuw-gelovige of geïnteresseerde mensen optrekken om ze te helpen een persoonlijke relatie met Jezus op te bouwen.

- De discipelmakers zijn aanwezig op bij de training discipelmakers. *Dit zijn 1 of 2 avonden voorafgaand aan de The God Story evenement(en).*
- Op de avond van de campagne zijn zij aanwezig om in gesprek te gaan met de mensen die bij de oproep naar voren zijn gekomen.
- Binnen 48 uur na de campagne zal er door een discipelmaker contact gezocht worden met de geïnteresseerde of nieuw-gelovige.
- Een discipelmaker is bereid om zo lang als nodig (ca. 3 maanden) op te trekken met een geïnteresseerde of nieuw-gelovige en 1-op-1 wekelijks af te spreken met hem/haar óf om als leider mee te draaien in een Alpha groep.

3. Het zoeken van Contactpersonen: kerken en sleutelpersonen uit de kern betrekken

Uitleg

Om een campagne breed op te kunnen pakken, zullen er mensen gemobiliseerd moeten worden om bekendheid te geven aan de campagne en anderen op te roepen om mee te doen. Dit zullen de Contactpersonen doen. Eén van de eerste en belangrijkste taken die je op kunt pakken in het Kernteam is om Contactpersonen voor de verschillende christelijke kerken en netwerken in jouw kern te zoeken.

Kerken, kringen en jeugdclubs, (maar denk ook aan andere interkerkelijke christelijke groepen) zijn goede plekken om christenen - jong en oud - in de omgeving te mobiliseren. We willen graag samenwerken met de breedte van de kerk en vragen de kerken of ze bereid zijn om samen te werken aan de campagne.

De Contactpersonen zijn de schakel tussen het Kernteam en de plaatselijke christenen. Zij mobiliseren hun eigen kerk voor verschillende taken en initiatieven.

In het begin zullen ze de plannen rondom de campagne in hun eigen kerk delen en hier mensen voor enthousiasmeren. In latere stappen zullen ze informatie doorgeven rondom trainingen en evenementen en mensen daarvoor uitnodigen. Ook zullen ze mensen uit hun kerk werven voor verschillende taken gedurende de campagne.

Het Kernteam deelt de informatie met bijbehorende deadlines met de Contactpersonen, zodat zij dit verder kunnen oppakken en delen binnen hun kerkgemeenschap.

Taak Kernteam

We vragen van het Kernteam om de verschillende contacten aan te boren die er al zijn in de regio:

- Nodig de kerken in de kern uit om betrokken te raken tijdens de campagne en vraag hen om een Contactpersoon aan te leveren als zij mee willen doen. Wellicht ken je zelf al een geschikte Contactpersoon uit de betreffende kerk? Spreek bijvoorbeeld af met een warm contact binnen de kerk die je wilt benaderen. Zoek zoveel als mogelijk de persoonlijke benadering, want de ervaring leert dat een massamail naar alle kerken niet werkt.

Hulpmiddel: [Op deze webpagina](#) is meer informatie te vinden over een campagne, met o.a. 2 video's. Deel deze gerust met de kerken en contactpersonen, omdat dit al goed weergeeft wat ze van de campagne kunnen verwachten.

- Leg contact met verschillende contactpersonen uit de meewerkende kerken in de kern, waarvan verwacht wordt dat zij een goede rol kunnen vervullen rondom de mobilisatie in hun kerk en leg uit wat er van ze verwacht wordt.

Hulpmiddel: Een [takenbeschrijving voor de Contactpersonen is hier te downloaden](#). Deze mag gedeeld worden met de contactpersonen uit de kerken, zodat ze kunnen zien wat de taak inhoudt.

- In de ideale situatie weet je in iedere kerk 1, of - bij een grote gemeente - meerdere mensen te werven om zich in te zetten als Contactpersoon.

Hulpmiddel: Een Excel document waarop de namen en contactgegevens van de Contactpersonen gezet kunnen worden (klik om te downloaden: [‘Lijst \(leeg\) met contactpersonen uit jouw kern’](#)). Na deze compleet te hebben gemaakt, mag de lijst gemaild worden naar The God Story.

Taak The God Story

- TGS zal meedenken over het werven van Contactpersonen en tips en adviezen geven.
- TGS levert een informatiepakket om te kunnen delen met de kerken, zodat zij gericht uitgenodigd worden om betrokken te raken bij de campagne.
- TGS levert alle benodigde informatie voor de mensen die Contactpersoon gaan worden.

[Terug naar de planning](#)

4. Gebedswerk uitbouwen

Uitleg

Gebed is een belangrijke sleutel. We willen in contact komen met zoveel mogelijk bidders uit de kern. Vaak is in de periode hieraan voorafgaand al contact gelegd door TGS met plaatselijke voorbidders en gebedsgroepen.

De Contactpersonen kunnen helpen om de bidders uit zijn/haar gemeente op te roepen om mee te bidden en deze gebedspunten te delen.

Taak van Kernteam

Zorg voor betrokkenheid van bidders bij de campagne:

- Breng verschillende gebedsgroepen en -initiatieven in kaart in de regio.
 - Contacten aanleveren via de office mail of office telefoon.
- Benader hen met de vraag of zij de campagne mee willen nemen in hun gebed en zo ja; of er maandelijks gebedspunten doorgestuurd mogen worden per mail.
Hulpmiddel: Een Excel document waarop de namen en contactgegevens van de bidders gezet kunnen worden ([klik om te downloaden: 'Lijst \(leeg\) met bidders'](#)). Deze lijst mag na het invullen gemaild worden naar TGS.
- Zet de Contactpersonen uit jouw kern in om mailadressen van bidders of gebedsgroepen te verzamelen en binnen hun kerk op te roepen om te bidden voor de campagne.

Taak van The God Story

- Maandelijks zal er vanuit The God Story een gebedsmail verstuurd worden.

[Terug naar de planning](#)



5. Voorbereiding The God Story evenement(en)

Uitleg

De evangelisatie evenementen zorgen ervoor dat we veel mensen in één keer kunnen bereiken. Ze krijgen van A tot Z het Verhaal van God mee, op een manier die aansluit bij hun beleving. We sluiten af met een heldere evangelieprediking waarin we de aanwezigen uitnodigen om deel te worden van Het Verhaal van God.

In de voorbereiding wordt gekeken welke mogelijkheden er in de regio zijn om een TGS evenement te organiseren en welke ingangen we hiervoor hebben. Zo organiseren we de evenementen soms in onze grote tent en andere keren op een andere toegankelijke/bekende locatie in de regio (zoals een school, theater, gevangenis, bejaardentehuis, stadsplein, evenementenhal etc). De beste locatie hangt van meerdere factoren af, o.a. het aantal bezoekers dat we willen bereiken en de bereikbaarheid en bekendheid van de locatie.

Taak Kernteam

- Kijk in jouw kern wat een geschikte locatie voor een evenement is en of er een ingang is bij die locatie(s) om te onderzoeken of er een evenement gehouden kan worden.

Taak The God Story

- The God Story denkt mee met wat een geschikte locatie zou zijn en zal ook zorgdragen voor de aanvraag van vergunningen.
- TGS zorgt voor de inhoud van de evenementen. Hier vallen boekingen van de artiesten, het programma en de evangelieprediking in.

[Terug naar de planning](#)

6. Training ‘het Evangelie in 4 woorden’

Uitleg

In de voorbereiding voor de campagne willen we de christenen in de regio helpen in hoe je praktisch kunt getuigen en mensen kunt bereiken in jouw eigen netwerk en de kern waar de campagne plaats gaat vinden.

Hiervoor worden één of meerdere trainingen georganiseerd van 3 avonden genaamd ‘het evangelie in 4 woorden’.

Tijdens deze training leer je aan de hand van 4 woorden Jezus voor te stellen aan mensen in jouw eigen netwerk, waarom Hij relevant is in een tijd als deze en hoe ze Hem kunnen gaan volgen.

Het plan is om zoveel mogelijk lokale christenen deze training te laten volgen, zodat zij in hun eigen netwerk mensen kunnen bereiken. Deze getrainde mensen, de outreach en de evenementen vormen de manieren waarop we samen 10% van de stad/regio gaan bereiken.

Taak Kernteam

- Zoek geschikte locatie(s) om de training aan te bieden en leg deze vast voor de trainingsdata.
- Zet de vraag en het belang om deel te nemen aan de training uit via de Contactpersonen in jouw kern. Gebruik hiervoor de PR middelen die TGS aan zal leveren, zodat de Contactpersonen deze weer in kunnen zetten.

Hulpmiddel: christenen kunnen zichzelf opgeven voor de training. Opgeven kan op de website: www.thegodstory.org/e4w. Daar is ook meer informatie te vinden over de training. Kosten voor deelname bedragen 40 euro voor een volwassene, 30 euro voor een student en 15 euro voor scholieren. Deze bijdrages zullen volledig ten goede komen aan de campagne.

Taak The God Story

- Verzorgen van de training ‘het evangelie in 4 woorden.’
- Informatie rondom de training bieden, waaronder PR materialen.

[Terug naar de planning](#)

7. Fondswerving

Uitleg

Het organiseren van een campagne als deze, kost het nodige geld. Bij het introduceren van The God Story bij verschillende kerken zal de vraag over een financiële bijdrage benoemd worden.

Het geld wat binnenkomt via de training(en) wordt geheel gebruikt voor het lokale project van The God Story.

Voor het overige gedeelte zal het Kernteam gaan fondsenwerven; vanuit The God Story worden er tips aangereikt.

Taak Kernteam

Mogelijkheden aanboren in de regio om de benodigde kosten te kunnen dekken. Opzetten van fondswerving:

- **Ondernemers:** We gaan één of meerder ondernemersavonden (fundraisers) organiseren: Maak een lijst van jou bekende ondernemers en betrek ook de Contactpersonen hierbij. Benader elke ondernemer persoonlijk met de uitnodiging voor de ondernemersavond. De ervaring leert dat een vrijblijvende (bulk)mail niet werkt. We vragen hen tijdens de ondernemersavond(en) om ons financieel te steunen om de organisatie van de campagne mogelijk te maken. Denk ook aan eventuele sponsoring in goederen die benodigd zijn voor de organisatie. Informeer de ondernemers en volg hen op om te weten of ze aanwezig zullen zijn bij de ondernemersavond.
Bel de ondernemers in de week na de ondernemersavond persoonlijk op om te vragen of ze een bijdrage willen doen.
Hulpmiddel: Een Excel document waarop de namen en contactgegevens van de ondernemers gezet kunnen worden ([klik om dit excel-document genaamd 'Ondernemers overzicht' te downloaden](#)). Na het afronden mag dit document doorgestuurd worden naar TGS.
- **Bijdrage kerken:** vraag alle medewerkende kerken om een vaste bijdrage. Maak hiervoor gebruik van de Contactpersonen om dit bij hun kerk bespreekbaar te maken.
- **Collecte kerken:** vraag alle medewerkende kerken om een collecte te houden tijdens een kerkdienst. Maak hiervoor ook gebruik van de Contactpersonen om dit bij hun kerk bespreekbaar te maken.
- **Lokale fondsen werven:** onderzoek welke locatie fondsen of partijen open staan om de campagne of organisatie van evenementen financieel te steunen. Dit kunnen ook fondsen zijn die plaatselijke cultuur willen stimuleren.
- **Sponsoracties:** bedenk en help deze (zo nodig) op te zetten. Overleg met de Contactpersonen of een kerk lokaal een sponsoractie op wil zetten of organiseer een

interkerkelijke actie (oliebollenactie, veiling van beloften, rommelmarkt. Een mooi voorbeeld is om een [chocola- en bloembollenactie](#) te doen).

Taak The God Story

- Tips aanreiken voor de fondsenwerving.
- (landelijke) fondsen aanschrijven.
- PR materialen aannemen voor het uitnodigen van ondernemers.
- Helpen om de ondernemersavonden op te zetten en in te vullen.

[Terug naar de planning](#)

8. PR opzetten

Uitleg

Doel van PR is om een zo groot mogelijke groep niet-christenen uit de regio te bereiken met de uitnodiging om te komen naar de The God Story evenementen.

Daarnaast richt de PR zich ook op christenen uit de regio, om hen op te roepen om op enige wijze betrokken te zijn bij de campagne.

Taak Kernteam

Er zijn een aantal zaken die rondom PR geregeld moeten worden:

- De Contactpersonen inzetten om cruciale informatie te delen onder de kerken en christenen in de regio. Denk aan data rondom trainingen, outreach/diaconie en evenement(en).
- Contact leggen met plaatselijke media (zowel fysiek zoals een buurtkrantje of de plaatselijke krant, of digitaal op sociale media, bijvoorbeeld lokale facebookgroepen) om bekendheid te geven aan de evenementen en de andere acties.
- Persberichten delen en personen van verschillende media koppelen aan TGS voor bijvoorbeeld een interview.
- Een lijst maken van cruciale plekken in de kern om posters en spandoeken op te hangen.
- Het uitdelen en ophangen van posters, flyers en het ophangen van spandoeken. Hier kunnen ook de Contactpersonen bij ingeschakeld worden om mankracht te regelen.

Taak The God Story

- TGS levert de opmaak van promotiematerialen die ingezet kunnen worden om de evenementen te promoten. Denk daarbij aan (huis-aan-huis) flyers of flyers om uit te delen (zowel fysiek als digitaal), maar ook posters, billboards, online advertenties, promotiefilmpjes, etcetera.
- TGS legt contacten met de hiervoor bestemde bedrijven over het plaatsen van reclame (billboards, bushokjes).

[Terug naar de planning](#)

9. Operatie Andreas

Uitleg

Gedurende de campagne willen we christenen in de regio mobiliseren en uitdagen. Het doel is om christenen, jong en oud, op te roepen om 'een Andreas' te zijn voor hun niet-christelijke vrienden en kennissen. Toen Andreas Jezus leerde kennen (Johannes 1 vers 35 t/m 43), was het eerste wat hij deed naar zijn broer Simon (Petrus), om Simon mee naar Jezus te nemen. De rest is geschiedenis. Zo willen we ook de lokale christenen uitdagen om hun niet-christelijke vrienden en kennissen uit te nodigen en mee te nemen naar een plek waar ze Jezus kunnen ontmoeten, in dit geval de The God Story evenement(en). We vragen kerken, kringen, vrouwen- of mannengroep, jeugdclubs of andere christelijke netwerken [de videoserie](#) van een uitleg en 5 afleveringen te kijken en leggen bij hen de uitdaging neer om een Andreas te zijn.

Taak Kernteam

Ondersteunen in de organisatie:

- Met de Contactpersonen schakelen om mailadressen te verzamelen van bestaande kringen en andere christelijke netwerken om de videoserie te kunnen delen.
Hulpmiddel: Een Excel document genaamd [‘Kringen overzicht’ is hier te downloaden](#). Stuur deze na invullen door naar TGS.
- Contactpersonen inzetten om de kerken, kringen en jeugdclubs te stimuleren om de videoserie gezamenlijk (of individueel) te volgen.

Taak The God Story

- Zorgt voor PR materiaal met de te delen informatie.
- Zorgt voor videoserie die met de kringen, etc. gedeeld kan worden.

[Terug naar de planning](#)

10. Logistiek

Uitleg

Bij de campagne hebben we mensen nodig die een praktische taak kunnen vervullen. Vanuit het Kernteam wordt er overlegd met de Contactpersonen, die binnen hun kerken mensen vragen om hieraan te willen bijdragen.

Mensen die een praktische taak hebben, moeten korte lijntjes houden met het Kernteam. Deze zal hen aansturen in wat ze kunnen doen, wanneer, waar en hoe volgens het logistieke plan dat er ligt.

In een wat vroeger stadium (ca. 8 maanden voor de The God Story evenement(en)) wordt al gedeeld wat er praktische moet gebeuren, omdat er wat taken op staan die we op tijd moeten vastleggen, zoals het regelen van stroomkasten, mobiele toiletten en een vrachtwagen met chauffeur om de trailer met de tent en toebehoren te vervoeren.

Ca. 2 maanden voor de The God Story evenement(en) zal het logistieke plan verder opgepakt kunnen worden.

Taak Kernteam

Op zoek naar mensen die praktische taken kunnen vervullen:

- Van TGS hoor je welke praktische taken er zijn en hoeveel mensen we daarvoor nodig hebben. Benader via de Contactpersonen in jouw kern de kerken in de regio om praktische taken te kunnen vervullen. Of benader eventueel anderen in je eigen netwerk.
- Verzamel contactgegevens van mensen die mee willen werken om hen in te kunnen delen in het logistieke plan bij een functie. Of stimuleer mensen zelf om zich op te geven voor één of meerdere praktische taken [via deze pagina](#) op onze website.
Hulpmiddel: [Download een excel bestand 'Praktische helpers'](#) om mensen in kaart te brengen die praktisch willen helpen. Na het invullen mag deze naar TGS gemaild worden.

Taak The God Story

- The God Story zorgt voor een logistiek plan.
- Verzorgd documentatie met uitleg van de taken.
- Zorgt ervoor dat mensen zich online kunnen aanmelden voor taken.
- Boeking voor artiesten, vergunningen voor evenement(en), etc.

[Terug naar de planning](#)

11. Discipelschap

Uitleg

We vinden het belangrijk om geïnteresseerden en nieuw-gelovigen op te vangen en ze te helpen om een persoonlijke relatie met Jezus op te bouwen.

Om dit aan te kunnen bieden hebben we plaatselijke christenen nodig die in elk geval voor 3 maanden met de nieuw-gelovige / geïnteresseerde op wil trekken. Deze mensen noemen we 'Discipelmakers'.

In de voorbereiding op een campagne zullen deze discipelmakers worden getraind door The God Story. Deze training is kosteloos. Wel raden we het discipelmakers aan om ook de voorafgaande training 'het evangelie in 4 woorden' bij te wonen.

Centrale vraag waar we mee bezig gaan bij de discipelschapstraining is: wat doe je met iemand die tot geloof komt?

Op de avond van het evenement gaan de discipelmakers in gesprek met de mensen die bij de oproep naar voren zijn gekomen. Ze wisselen contactgegevens uit en maken waar mogelijk een afspraak om verder te praten. Binnen 48 uur na het evenement zoekt de discipelmaker telefonisch of persoonlijk contact met de nieuw gelovige of geïnteresseerde; om te vragen hoe het gaat, om een afspraak te maken (mocht dit nog niet gebeurd zijn), of de gemaakte afspraak te bevestigen.

Het is voor discipelmakers ook mogelijk om na de campagne gecoacht te worden door TGS, waarbij we ze tips en handvatten kunnen geven.

Taak Kernteam

Mede zorg dragen dat er voldoende Discipelmakers zijn:

- Contactpersonen inzetten om discipelmakers te werven.
Hulpmiddel: Zie op onze webpagina: <https://www.thegodstory.org/discipelmakers> meer informatie over de training en wat er gevraagd wordt van een Discipelmaker.
- Binnen eigen netwerk kijken of er potentiële discipelmakers zijn die passen bij [de functieomschrijving](#) in hoofdstuk 2. Tip: benader de potentiële discipelmaker persoonlijk, omdat dit zo'n specifieke taak is, die ook wat sociale vaardigheden vereist. Laat hem/haar zich opgeven via de bovengenoemde webpagina.
- Het is ook goed te kijken naar de deelnemers van de training 'het evangelie in 4 woorden' in de kern, om te kijken of daar potentiële discipelmakers bij zitten.

Taak The God Story

- Praktische toerusting voor discipelmakers aanbieden

[Terug naar de planning](#)

12. Outreaches/Diaconie

Uitleg

Niet alleen willen we het evangelie met woorden brengen, maar ook in daden. We willen in de weken voorafgaand aan de The God Story evenement(en) aansluiten bij bestaande initiatieven of eventueel een aantal acties opzetten, waar we de omgeving willen ontmoeten, Jezus bekend willen maken, mensen bemoedigen, hen praktisch helpen en uitnodigen voor de TGS evenement(en).

Taak Kernteam

Het aansluiten bij of opzetten van de acties voorafgaand aan de campagne:

- Breng in kaart welke verschillende evangeliserende of diaconale projecten er al zijn in de kern. Vaak zijn er al initiatieven uit kerken of christelijke groeperingen. Daarnaast organisaties die zich inzetten voor de medemens op praktisch gebied, zoals st. Present, Leger des Heils, etc.
Hulpmiddel: [Download 'Evangeliserende en diaconale projecten overzicht'](#) om de evangeliserende en diaconale projecten in jouw kern in kaart te brengen. Na het invullen mag deze naar The God Story gemaild worden.
- Neem contact op met bovenstaande initiatieven en vraag of we in de week voor de evenement(en) mogen aansluiten. Zo ja; naast dag en tijdstip, breng in kaart hoeveel mensen zij kunnen gebruiken en welke taak zij dan zouden hebben.
- Bepaal samen in het Kernteamoverleg of er voldoende initiatieven zijn om bij aan te sluiten om in de week voorafgaand aan de evenementen genoeg impact te maken op de omgeving. Zo niet, dan bedenken we samen verschillende aanvullende initiatieven om uit te reiken naar de omgeving. Voorbeelden:
 - o Bloemen uitdelen op straat met een bemoedigende tekst en uitnodiging voor de campagne.
 - o Koffie en koek uitdelen op de markt en een gesprekje met mensen aan gaan.
 - o Met een zangkoor naar een verzorgingshuis in de buurt om er te gaan zingen.
 - o Middelbare school bezoeken met een pannakooi of voetbalkunstenaar om contact te leggen met jongeren en uitnodigingen uit te delen.
- Locaties zoeken bij de zelf georganiseerde aanvullende outreaches/diaconale initiatieven.
- Met de uiteindelijke lijst met initiatieven/acties en bijbehorende taken, deze via de Contactpersonen communiceren met de kerken om mensen te vragen om mee te doen met één of meerdere initiatieven.

Bij voorkeur 2 personen uit het Kernteam nemen de rol van Outreach Coördinator op zich. Voor meer informatie over die rol en de bijbehorende taken is [een korte takenomschrijving te downloaden](#).

Taak The God Story

- Kaders neerzetten voor de initiatieven en acties. Passen deze als voorbereiding voor de evenementen? Zorgen voor PR/flyers om mensen uit te kunnen nodigen.

[Terug naar de planning](#)