

"Misschien word je wel vriend"

Een exploratief onderzoek naar de toetredingsmotieven van nieuwe leden en vrienden van (doopsgezinde-)remonstrantse gemeenten

Proponentsscriptie in het kader van de predikantsmaster aan het Remonstrants Seminarium aan de Vrije Universiteit te Amsterdam

Scriptiebegeleider: Dr. Bert Dicou

Tweede lezer: Prof. Dr. Christa Anbeek

Arend van Baarsen

26 september 2017

Inhoudsopgave

Samenvatting	4
1 Inleiding: onderwerp, relevantie, vraagstelling en methode	5
1.1 De remonstrantse vriendenwerfcampagne: vraag en aanbod	5
1.2 "Geloof begint bij jou": zoek de switcher en de zinzoeker	6
1.3 Toetredingsmotieven en ervaringen van nieuwe leden en vrienden	7
1.4 Methode: verbinding van theorie met empirie	7
1.5 Opbouw	8
2 Een beweging naar buiten: kerk zijn in Nederland anno 2017	9
2.1 De hedendaagse vormgeving en beleving van religiositeit	9
2.2 Veranderde maatschappelijke en kerkelijke participatie in Nederland	11
2.3 Actuele motieven voor kerklidmaatschap en kerkelijke betrokkenheid	12
2.4 In het hier en nu: uitdagingen voor de remonstranten in deze tijd	14
3 De remonstranten: "misschien is het wel wat voor jou"	15
3.1 Een dalend ledenaantal: reden voor actie	15
3.2 Kerk, religie en reclame: een moderne manier van verkondigen?	16
3.3 Beleid, identiteit en presentatie van de Remonstrantse Broederschap	18
3.4 Beoogde doelgroep: een profiel van de potentiële vrienden	19
3.5 Resultaten van de campagne: de cijfers op een rij	20
Tabel 1 Instroom per campagnejaar	20
Tabel 2 Instroom vóór en tijdens de campagne	21
Tabel 3 Aanmeldingen lokale vrienden en leden	22
Tabel 4 Ontwikkeling vrienden en leden 1993-2017	23
Grafiek 1 Vrienden- en ledenaantal en totaal vrienden en leden 1993-2017	24
Tabel 5 Verhouding vrienden en leden	25
4 Van theorie naar praktijk: de inzichten toegepast	26
4.1 Samenvatting van het literatuuronderzoek	26
4.2 Verantwoording van de topiclijst	27
4.3 Opmerkingen m.b.t. het empirisch onderzoek	28
4.4 Profielschets van de drie gemeenten	29
Tabel 6 Ontwikkeling vrienden en leden Hoorn	29
Tabel 7 Ontwikkeling vrienden en leden Leiden	30
Tabel 8 Ontwikkeling vrienden en leden Schoonhoven	31
5 Presentatie empirisch materiaal	32
5.1 Profiel van de geïnterviewden	32
5.2 Kennismaking met de gemeente en de Remonstrantse Broederschap	33
5.3 Categorisering van de genoemde motieven	33
5.4 Categorisering van de genoemde verwachtingen	35
5.5 Eerste indruk en ervaringen binnen de geloofsgemeenschappen	35
5.6 De visie op de kerkdiensten	37
5.7 Wat zeggen de geïnterviewden over hoe hun verwachtingen passen bij wat ze in de geloofsgemeenschappen vinden?	38
5.8 Verband tussen motieven, verwachtingen en de deelname aan activiteiten	38
5.9 Kritische noties en suggesties van de respondenten	39
5.10 Visie op en invloed van de remonstrantse vriendenwerfcampagne	40
5.11 Vergelijking van de interviewopbrengst uit de drie gemeenten	40
6 Conclusie, beantwoording onderzoeksvraag en discussie	41
6.1 Verbinding theoretisch kader en empirische data	41

6.1.1 Religieuze trends	41
6.1.2 Motieven voor en wijze van kerkelijke participatie	42
6.1.3 Uitdagingen en suggesties	43
6.1.4 De remonstrantse vriendenwerfcampagne	47
6.2 Conclusie en beantwoording van de onderzoeksvraag	48
6.3 Discussie	50
Nawoord: persoonlijke reflecties op het onderzoek	52
Bibliografie	57
Bijlage 1 Topiclijst voor de interviews	60

Samenvatting

Als reactie op een afnemend ledenaantal is de Remonstrantse Broederschap in november 2014 gestart met een vriendenwerfcampagne. Door in te spelen op actuele religieuze trends in Nederland en de behoefte van potentiële geïnteresseerden hebben de remonstranten een beweging naar buiten willen maken. Op basis van een intern onderzoek naar de centrale waarden van de remonstranten en een onderzoek van Motivaction naar een kansrijke doelgroep is met een reclamebureau een mediacampagne ontwikkeld. Naar aanleiding van deze campagne hebben zich tot nu toe ruim 750 mensen als vriend ingeschreven. Voor deze scriptie zijn op exploratieve wijze de toetredingsmotieven onderzocht van mensen die sinds de start van de campagne lid of vriend zijn geworden van de Remonstrantse Broederschap of vriend zijn geworden van een doopsgezinde-remonstrantse samenwerkingsgemeente.

Op basis van de literatuur zijn vier ontwikkelingen van de hedendaagse religiositeit in Nederland geschetst: individualisering, informalisering, de nadruk op ervaring en de nieuwe spiritualiteit. Er is een ontwikkeling beschreven naar tijdelijke binding aan organisaties die individuele voordelen bieden of collectieve belangen nastreven. De kerkelijke participatie en de maatschappelijke rol van de kerk zijn in de afgelopen decennia sterk afgenomen. Op grond van deze ontwikkelingen zijn verwachtingen rond actuele motieven voor kerklidmaatschap en uitdagingen voor de Remonstrantse Broederschap geformuleerd. De belangrijkste uitdagingen zijn ruimte geven aan flexibele participatie en experimenteren met nieuwe kerkvormen.

Met het oog op de situering van de remonstrantse vriendenwerfcampagne is een korte beschrijving gegeven van het remonstrantse beleid om nieuwe geïnteresseerden aan te trekken. Vervolgens is een beschouwing gegeven van de verhouding tussen kerk, religie en reclame. Daarna is het in de campagne uitgedragen profiel van de broederschap als een open en ondogmatisch kerkgenootschap geschetst alsmede de campagnedoelgroep bestaande uit hoogopgeleide 45-plussers die de remonstrantse waarden delen en zich niet meer thuis voelen in hun huidige kerk of de kerk waar ze voorheen deel van uitmaakten.

In een kleinschalig empirisch onderzoek zijn negen mensen geïnterviewd die gedurende de campagneperiode zijn toegetreden tot een van de drie voor het onderzoek benaderde (doopsgezinde-)remonstrantse gemeenten. Op basis van het theoretisch kader is gekomen tot een topiclijst voor de interviews alsmede enkele verwachtingen van de toetredingsmotieven van de geïnterviewden en hun verwachtingen van de remonstranten. De geïnterviewden rapporteren een grote diversiteit aan motieven, waarbij het verlangen ergens bij te horen, persoonlijke contacten, de open sfeer, de belangstellende houding van anderen en de herkenbaarheid en aansluiting van het aangetroffen geloof het meest worden genoemd. Opvallend is dat verschillende respondenten zijn toegetreden om de geloofsgemeenschap te ondersteunen, terwijl werd verwacht dat men vooral zou toetreden om wat de gemeenschap hen te bieden had. De respondenten geven aan dat hun verwachtingen van de remonstranten zijn uitgekomen of overtroffen en staan positief tegenover de vriendenwerfcampagne. De belangrijkste uitdagingen uit de literatuur worden door de respondenten onderschreven, waarbij zij de aanbevelingen toevoegen om soms af te wijken van de traditie, met het oog op werkenden een gevarieerde planning van activiteiten te realiseren, het aanbod duidelijk te communiceren en meer ruimte te geven aan ritualiteit en maatschappelijke betrokkenheid.

Hoewel door de kleine omvang geen algemene conclusies aan het verrichte onderzoek kunnen worden verbonden, vormt het wel een opstap en aanleiding voor vervolgonderzoek.

1 Inleiding: onderwerp, relevantie, vraagstelling en methode

In november 2014 is de Remonstrantse Broederschap gestart met een reclamecampagne. Door middel van posters en reclamespotjes op de radio heeft het kerkgenootschap geprobeerd haar naamsbekendheid te vergroten en nieuwe leden en vrienden te werven. De campagne is gestart na een zorgvuldig onderzoek binnen de broederschap naar de identiteit van het kerkgenootschap en een onderzoek van Motivaction naar een geschikte campagnedoelgroep. Sinds de start van de campagne zijn ruim 750 vrienden tot de Remonstrantse Broederschap toegetreden.¹ Wat "bezielde" deze mensen om zich bij de remonstranten aan te sluiten? Wat sprak hen aan, wat waren hun verwachtingen en wat hebben ze na hun toetreding aangetroffen en ervaren? Het zijn vragen waarop de antwoorden niet alleen voor de Remonstrantse Broederschap, maar ook voor andere kerkgenootschappen en voor de hedendaagse Nederlandse samenleving van belang zijn.

Voor deze scriptie, geschreven in het kader van de predikantsmaster aan het Remonstrants Seminarium, is een exploratief onderzoek uitgevoerd naar de toetredingsmotieven van mensen die sinds november 2014 lid of vriend zijn geworden van de Remonstrantse Broederschap of vriend zijn geworden van een doopsgezinde-remonstrantse samenwerkingsgemeente. In dit eerste hoofdstuk wordt de aanleiding voor het onderzoek beschreven, waarbij kort de totstandkoming en uitvoering van de remonstrantse vriendenwerfcampagne wordt belicht. Vervolgens wordt de kerkelijke en maatschappelijke relevantie van het onderzoek besproken, waarbij wordt ingegaan op actuele kerkelijke, religieuze en maatschappelijke trends in Nederland en de consequenties daarvan voor de positie van de kerk. Hierna volgen het doel en de vraagstelling van het onderzoek, waarbij de hoofdvraag en deelvragen worden geformuleerd. Tot besluit van het hoofdstuk wordt beschreven welke methode wordt gebruikt om de onderzoeksvragen te beantwoorden en wordt de opbouw van de scriptie aangegeven.

1.1 De remonstrantse vriendenwerfcampagne: vraag en aanbod

Sinds de jaren zestig van de vorige eeuw heeft de Remonstrantse Broederschap, net als veel andere grote gevestigde kerken, te maken met een dalend ledenaantal. Waar de remonstranten in 1960 nog 22.000 leden hadden, waren dit er in 2010 nog maar 5700.² Om het tij te keren besloot de Remonstrantse Broederschap in 2014 om met een reclamebureau een mediacampagne te ontwikkelen. De campagne vormde een onderdeel van het proces dat de broederschap in 2012 had ingezet om zich te bezinnen op haar toekomst.

Nadat door middel van onderzoek onder predikanten, kerkenraden, vrienden en leden de centrale waarden van de remonstranten waren geformuleerd, kreeg onderzoeks- en adviesbureau Motivaction de opdracht om een kansrijke doelgroep voor de ledengroei van de broederschap te definiëren en de naamsbekendheid van het kerkgenootschap te onderzoeken. Hoogopgeleide 45-plussers met een kerkelijke achtergrond en interesse in zingeving en religie werden de primaire campagnedoelgroep. In mindere mate werden ook geïnteresseerden in zingeving en spiritualiteit aangemerkt als een belangrijke doelgroep voor de remonstranten.

¹ Zie tabel 1 en 2 op pagina 29.

² Algemene Vergadering van Bestuur van de Remonstrantse Broederschap, 2014, p. 8.

Met posters en reclamespotjes, waarin de vastgestelde centrale waarden werden uitgedragen, hebben de remonstranten veel aandacht gekregen. Na drie jaar blijkt uit een toegenomen instroom van vrienden dat de campagne haar vruchten heeft afgeworpen. De resultaten van de campagne en cijfers van de ontwikkeling van het aantal leden en vrienden worden weergegeven in paragraaf 3.5. De toename van het aantal vrienden zou een teken kunnen zijn dat de remonstranten zichzelf goed op de kaart hebben gezet en gelijk hebben in hun stelling dat ze een rol van betekenis kunnen spelen in de hedendaagse samenleving.

1.2 "Geloof begint bij jou": zoek de switcher en de zinzoeker

Dit onderzoek naar de toetredingsmotieven van nieuwe vrienden en leden van de Remonstrantse Broederschap is zowel vanuit kerkelijk als maatschappelijk perspectief relevant. Voor de kerken zijn de uitkomsten van belang, omdat deze inzicht kunnen geven in de wijze waarop de kerken een nieuwe doelgroep kunnen bereiken en adequaat gebruik kunnen maken van marketing. Het aantrekken van nieuwe vrienden en leden is niet alleen belangrijk vanuit financieel oogpunt of om het voortbestaan van het kerkgenootschap te waarborgen, maar ook om de eigen doelen in praktijk te kunnen blijven brengen. Kerken zouden kunnen inspelen op de motieven van nieuwe leden en vrienden, zodat zij nog meer mensen kunnen aanspreken. Ook kan het onderzoek kerken helpen om zich te bezinnen op de vraag hoe hun identiteit en beleid zich verhouden tot de gerapporteerde motieven. Voor de Remonstrantse Broederschap is het onderzoek in het bijzonder interessant voor het evalueren en verbeteren van hun aanbod en de mediacampagne.

De maatschappelijke relevantie van het onderzoek is gelegen in het feit dat de Remonstrantse Broederschap er in haar beleidsplan voor heeft gekozen om een beweging naar buiten te maken en van betekenis te willen zijn in de samenleving. Het onderzoek kan inzicht geven in hoe nieuwkomers deze beweging hebben ervaren en hoe de broederschap nog beter in zou kunnen spelen op de maatschappelijke en religieuze trends.

De Remonstrantse Broederschap wil een religieus thuis bieden aan "potentiële *switchers*", die afstand hebben genomen van de kerk of zich niet thuis voelen in hun huidige kerk.³ Door haar nadruk op waarden als vrijheid en verdraagzaamheid kan de Remonstrantse Broederschap een plaats bieden aan mensen die eerder negatieve en benauwende ervaringen hebben opgedaan met de kerk. Dit zou hun welbevinden kunnen vergroten. De remonstranten kunnen tevens een rol vervullen voor niet-kerkelijke zinzoekers.⁴ De remonstrantse gemeenten kunnen inspelen op hun behoeften door een plaats te zijn voor reflectie op en verdieping en beleving van zingeving en spiritualiteit. Het onderzoek kan inzicht geven in hoe de remonstranten deze groepen hebben aangesproken en of dit voor verbetering vatbaar is. Ook voor de samenleving als geheel is het onderzoek van belang. De inzichten kunnen de broederschap helpen om de gekozen inhoud en vormen kritisch te bezien om zo voor de samenleving een aansprekende en relevante gesprekspartner te blijven.

³ Jobsen & Metaal, 2014, p. 12.

⁴ Jobsen & Metaal, 2014, p. 12.

1.3 Toetredingsmotieven en ervaringen van nieuwe leden en vrienden

Dit onderzoek richt zich op de vraag welke toetredingsmotieven en verwachtingen mensen noemen die sinds de start van de remonstrantse vriendenwerfcampagne in 2014 lid of vriend zijn geworden van de remonstranten of vriend zijn geworden van een doopsgezinde-remonstrantse samenwerkingsgemeente en hoe deze motieven en verwachtingen aansluiten bij wat zij in de geloofsgemeenschappen aantreffen. Binnen het onderzoek worden de volgende subvragen onderscheiden:

- Welke motieven en verwachtingen van nieuwe leden en vrienden komen overeen met de motieven en verwachtingen die in het onderzoek van Motivaction worden genoemd van mogelijke nieuwe doelgroepen voor de remonstranten?
- Wat zeggen nieuwe leden en vrienden over het verschil en de overeenkomst tussen het beeld dat zij van de remonstranten kregen door de reclamecampagne en het beeld dat zij hebben van de (doopsgezinde-)remonstrantse geloofsgemeenschap waar zij nu lid of vriend van zijn?
- Aan welke activiteiten doen de nieuwe leden en vrienden mee en hoe sluiten deze aan bij hun motivatie en verwachtingen?

1.4 Methode: verbinding van theorie met empirie

In dit exploratieve onderzoek zal de onderzoeksvraag worden beantwoord met behulp van een literatuurstudie en een kleinschalig empirisch onderzoek. In hoofdstuk 2 en 3 wordt een theoretisch kader geschetst en in hoofdstuk 5 wordt de opbrengst uit de empirische dataverzameling gepresenteerd. In het laatste hoofdstuk worden de theoretische inzichten en de verzamelde empirische data met elkaar verbonden. Voor het empirische deel van het onderzoek zijn negen mensen geïnterviewd die sinds november 2014 lid of vriend zijn geworden van de Remonstrantse Broederschap of vriend zijn geworden van een doopsgezinde-remonstrantse samenwerkingsgemeente. Voor het vinden van de geïnterviewden zijn drie gemeenten benaderd: de doopsgezinde-remonstrantse gemeente Hoorn, de doopsgezinde-remonstrantse gemeente Leiden en de remonstrantse gemeente Schoonhoven. Per gemeente zijn drie toetreders geïnterviewd. In paragraaf 4.3 wordt een verantwoording gegeven van de selectie van de gemeenten en de geïnterviewden.

Vanwege het kleine aantal geïnterviewden kunnen aan de resultaten van het onderzoek geen algemene conclusies worden verbonden. Wel kunnen zij een indruk geven van de motieven van een kleine groep nieuwe leden en vrienden en kunnen zij een opstap vormen naar grootschaliger vervolgonderzoek.

Bij het uitvoeren van het onderzoek is gekozen voor een religiewetenschappelijke en sociologische benadering van het onderwerp. Vanwege het verkennende karakter van het onderzoek en het feit dat er geen eerder onderzoek bekend is naar de vraagstelling van deze scriptie, is een open en beschouwende bespreking van de uitkomsten geschikter dan een betogende stijl en een persoonlijke insteek, waarmee op basis van de resultaten een bepaalde koers voor de remonstranten zou worden voorgesteld. Om een aanzet te geven voor een discussie binnen de broederschap over het beleid en de toekomst van de remonstranten is een nawoord opgenomen, waarin persoonlijke reflecties en suggesties worden geformuleerd.

1.5 Opbouw

De opbouw van de scriptie ziet er als volgt uit.

In hoofdstuk 2 wordt de context geschetst waarin de Remonstrantse Broederschap zich als kerkgenootschap manifesteert. Hierbij wordt allereerst de hedendaagse vormgeving en beleving van religiositeit in de Nederlandse samenleving geschetst. Vervolgens wordt ingegaan op de veranderde maatschappelijke en kerkelijke participatie in Nederland. Voorts worden de in de literatuur genoemde motieven voor kerklidmaatschap en kerkelijke betrokkenheid in de huidige tijd besproken. Tot besluit van het hoofdstuk worden enkele uitdagingen voor de remonstranten benoemd die de huidige tijd met zich meebrengt.

Hoofdstuk 3 opent met een toelichting op de aanleiding voor en de achtergrond van de remonstrantse vriendenwerfcampagne. Hierna wordt ingegaan op de verhouding tussen kerk en marketing. Voorts komen voor het onderzoek relevante aspecten van het beleid en de identiteit van de Remonstrantse Broederschap aan de orde. Tevens wordt aangegeven op welke wijze de remonstranten zich in hun reclame-uitingen hebben gepresenteerd. Daarna wordt een beschrijving gegeven van het profiel van de beoogde doelgroep, zoals dit door Motivaction in kaart is gebracht. Het hoofdstuk eindigt met de presentatie van cijfers rond de ontwikkelingen van de leden- en vriendenaantallen van de Remonstrantse Broederschap vóór en tijdens de vriendenwerfcampagne.

In hoofdstuk 4 wordt de overgang gemaakt van theorie naar praktijk. In het hoofdstuk wordt eerst een samenvatting gegeven van het literatuuronderzoek om op basis daarvan te komen tot de verantwoording van de topiclijst voor de interviews. Daaropvolgend worden enkele opmerkingen gemaakt met betrekking tot de voorbereiding en het verloop van het verrichte empirische onderzoek met daarbij een verantwoording van de keuze voor de drie gemeenten waarbinnen de interviews zijn afgenomen en een profielschets van deze gemeenten.

In hoofdstuk 5 worden de empirische data gepresenteerd. In de verschillende paragrafen worden de gerapporteerde antwoorden op de deelgebieden van het onderzoek weergegeven. Aan het begin van het hoofdstuk worden de in de interviews genoemde toetredingsmotieven en verwachtingen gecategoriseerd. Aansluitend wordt vermeld wat de geïnterviewden zeggen over hoe hun motieven en verwachtingen passen bij wat ze in de geloofsgemeenschappen hebben aangetroffen en ervaren. Daarna komt het verband tussen de motieven van de geïnterviewden en hun deelname aan activiteiten binnen de geloofsgemeenschap aan de orde alsmede hun visie op de kerkdiensten en hun suggesties voor de Remonstrantse Broederschap. Tenslotte wordt in dit hoofdstuk de interviewopbrengst uit de drie gemeenten waarbinnen interviews zijn afgenomen vergeleken.

In hoofdstuk 6 wordt de theorie verbonden met de praktijk. Nadat de inzichten uit de literatuur zijn gekoppeld aan de empirische data, wordt naar aanleiding van het verrichte onderzoek een conclusie geformuleerd, waarmee de onderzoeksvragen worden beantwoord. Het hoofdstuk eindigt met een discussie, waarin wordt teruggeblikt op het onderzoek en aanbevelingen worden gedaan voor toekomstig onderzoek.

Tot besluit zijn een persoonlijk nawoord met eigen reflecties en aanbevelingen voor het beleid en aanbod van de Remonstrantse Broederschap en een bibliografie opgenomen. De topiclijst voor de interviews is te vinden in bijlage 1.

2 Een beweging naar buiten: kerk zijn in Nederland anno 2017

Dit hoofdstuk beoogt de maatschappelijke context, waarbinnen de Remonstrantse Broederschap zich profileert en waarbij zij aansluiting wil vinden, in perspectief te plaatsen. Om te beginnen wordt een beeld geschetst van de hedendaagse vormgeving en beleving van religiositeit en zingeving. Daarna wordt de veranderde maatschappelijke en kerkelijke participatie in Nederland beschreven. Vervolgens zullen aan de hand van de bevindingen uit de eerste drie paragrafen verwachtingen voor de actuele toetredingsmotieven worden benoemd. Tevens komen enkele in de literatuur vermelde aansluitingsmotieven van nieuwe leden en vrienden van de Remonstrantse Broederschap aan bod. Naar aanleiding van de opgedane inzichten zal aan het eind van het hoofdstuk een aantal uitdagingen voor de Remonstrantse Broederschap worden genoemd.

2.1 De hedendaagse vormgeving en beleving van religiositeit

De Remonstrantse Broederschap treedt met haar mediacampagne naar buiten in een religieus landschap, dat wordt gekenmerkt door een aantal ontwikkelingen. De belangrijkste religieuze trends in Nederland, die samenhangen met maatschappelijke ontwikkelingen, zijn individualisering, informalisering en een nadruk op ervaring, beleving en intuïtie.⁵ Hieronder worden deze drie ontwikkelingen toegelicht, waarna nog kort wordt ingegaan op de eigenheid van de nieuwe spiritualiteit, die ook haar stempel drukt op het karakter van de religiositeit in Nederland.

Individualisering

De hedendaagse religiositeit in Nederland is sterk geïndividualiseerd. In de huidige hoogmoderne samenleving zijn er geen gedeelde, richtinggevende, normatieve waarden meer, zodat het individu meer ruimte heeft om het eigen leven vorm te geven.⁶ De individualisering manifesteert zich in de ontzuiling en ontkerkelijking, maar ook in de toegenomen pluriformiteit en afgenomen orthodoxie. Mensen zoeken met gebruikmaking van verschillende bronnen en tradities naar een eigen vorm van levensbeschouwing,⁷ kiezen hun eigen woorden voor wat ze geloven en laten zich leiden door het verlangen naar zelfontplooiing en individuele vrijheden. Religie vormt geen overkoepelend verhaal meer, waar een meerderheid van de Nederlanders zich naar richt en zich door laat motiveren,⁸ maar is hooguit een stukje van onze werkelijkheid.⁹ Doordat de persoonlijke spiritualiteit moeilijk in een hokje geplaatst kan worden, zijn de grenzen tussen verschillende levensbeschouwelijke tradities en het onderscheid tussen geloven en niet geloven fluïde geworden. Meervoudige religieuze betrokkenheid komt vaker voor dan voorheen en de eigen religiositeit wordt vaker als hybride en subjectief beschouwd.¹⁰

⁵ Bernts & Berghuijs, 2016, p. 7-8.

⁶ Sengers, 2006, p. 3.

⁷ Anbeek, 2013, p. 27.

⁸ Bernts & Berghuijs, 2016, p. 182.

⁹ Nissen, 2013, p. 4.

¹⁰ Bernts & Berghuijs, 2016, p. 140.

Informalisering

De informalisering komt tot uiting in de afbrokkeling van hiërarchische relatievormen en het ontnemen van normen en gezag aan directe contacten. Er is een verschuiving zichtbaar van een nadruk op langdurige betrokkenheid naar het aangaan van tijdelijke verbanden en van het gebruik van traditionele naar nieuwe media.¹¹ Mensen blijven zoeken naar gemeenschap, maar kiezen door het dynamische karakter van de huidige tijd minder vaak voor een duurzame binding aan een groep of institutie.¹² Doordat de sterke betrokkenheid met religieuze gemeenschappen verdwenen is, voelen veel mensen zich ontheemd en blijven zij rusteloos zoeken naar de bevrediging van hun religieuze en spirituele verlangens.¹³

Een nadruk op beleving, ervaring en intuïtie

Binnen de Nederlandse religiositeit is de nadruk komen te liggen op de ervaringsdimensie. Het belang van doen van wat je gevoel je ingeeft in lijn met wie je bent is toegenomen.¹⁴ Kenmerkend voor de hedendaagse beleving van religiositeit is dat zij strikt persoonlijk en daarmee moeilijk bespreekbaar is en dat zij losgekoppeld is van de waarheidsvraag.¹⁵ Veel kerkleden benadrukken bij de beschrijving van de beleving van hun religiositeit en spiritualiteit hun gerichtheid en afhankelijkheid van God, terwijl buitenkerkelijken die zich gelovig of spiritueel noemen de nadruk leggen op hun verantwoordelijkheid, een goede omgang met medemensen en het gevoel deel uit te maken van een groter geheel.¹⁶

De nieuwe spiritualiteit

De afgelopen jaren is er binnen en in mindere mate ook buiten de kerken een beweging zichtbaar van traditionele naar nieuwe vormen van religie en spiritualiteit. Hoewel de nieuwe spiritualiteit in Nederland sterk geïndividualiseerd is, blijkt er bij belangrijke nationale of autobiografische momenten nog wel behoefte te zijn aan collectief beleefde rituelen, waarbij kerken een dienstverlenende rol wordt toegedicht.¹⁷ De nieuwe spiritualiteit, die vooral wordt aangehangen door zogeheten "ongebonden spirituelen", komt onder andere tot uitdrukking in *civil religion*, seculiere zingeving en fenomenen als astrologie, sjamanisme, meditatie, magie en paranormaliteit. De basisideologie van de nieuwe spiritualiteit is breed gedragen, maar heeft ten opzichte van 2006 wel aan aanhang ingeboet.¹⁸ Ze wordt gekenmerkt door zelfspiritualiteit (zoeken naar je eigen innerlijke, goddelijke kern en loskomen van je ego en aangeleerde levenswijze), syncretisme (het combineren van elementen uit verschillende tradities tot wat voor jou waar, goed en helpend is) en holisme (het idee dat alles en iedereen nauw verbonden is door middel van een levenskracht of energie).¹⁹ Het streven naar zelfinzicht, de verbinding met mens, wereld en natuur, een persoonlijke doordenking van de zin van het leven en het geloof in reïncarnatie hebben terrein gewonnen op de christelijke geloofswaarheden en het geloof in een persoonlijke God en het hiernamaals.²⁰

¹¹ Bernts & Berghuijs, 2016, p. 7.

¹² Dijkstra & Stoppels, 2017, p. 73.

¹³ Anbeek, 2013, p. 27.

¹⁴ Bernts & Berghuijs, 2016, p. 7-8.

¹⁵ Dekker, 2011, p. 71-72.

¹⁶ Bernts & Berghuijs, 2016, p. 120.

¹⁷ Bernts & Berghuijs, 2016, p. 146.

¹⁸ Bernts & Berghuijs, 2016, p. 172.

¹⁹ Bernts & Berghuijs, 2016, p. 150.

²⁰ Bernts & Berghuijs, 2016, p. 147-149 & 173.

2.2 Veranderde maatschappelijke en kerkelijke participatie in Nederland

In deze paragraaf wordt een beeld gegeven van de actuele vorm van maatschappelijke en kerkelijke participatie en het maatschappelijke en kerkelijke landschap waarin deze participatie plaatsvindt, omdat deze invloed hebben op de manier waarop verenigingen en kerkgenootschappen leden kunnen werven en aan zich kunnen binden.

De afgelopen decennia is de maatschappelijke participatie in verenigingsverband in Nederland sterk veranderd. Klassieke organisatievormen en -patronen zijn verdwenen om plaats te maken voor nieuwe gemeenschapsvormen.²¹ Sinds de ontzuiling is het verenigingsleven niet langer een verlengstuk van de levensbeschouwelijke scheidslijnen in de samenleving.²² Waar traditionele verenigingen als kerken, vakbonden en politieke partijen, die vroeger sterk verzuild waren, veel leden hebben verloren, hebben veel mensen zich aangesloten bij nieuwe, seculiere organisaties.²³ Er is een beweging zichtbaar in de richting van individualistische participatie in niet-kerkelijke clubs die opkomen voor een bepaald deelbelang of drijven op persoonlijke fascinaties voor bepaalde thema's. Het lidmaatschap van dergelijke verenigingen sluit aan bij de persoonlijke voorkeuren en heeft vaak een direct en tastbaar nut of voordeel, maar soms sluit men zich ook aan om de publieke goederen en collectieve belangen die de vereniging nastreeft.²⁴

De kerkelijke participatie is eveneens veranderd. Door de secularisatie en ontkerkelijking hebben vooral de vrijzinnige en *mainline* kerken veel leden verloren.²⁵ Mensen participeren minder aan kerkelijke rituelen.²⁶ Mogelijke factoren voor de ontkerkelijking zijn een discrepantie tussen de religieuze behoefte en de aangeboden kerkelijke vormen, de opkomst van monotheïsme en het protestantse wereldbeeld, structurele en maatschappelijke differentiatie, individualisme en privatisering, pluriformiteit en relativisme en de opkomst van de moderne, neutrale (welvaarts)staat.²⁷

Met de verandering van de kerkelijke participatie is ook de positie van de kerk binnen de samenleving gewijzigd. De kerk situeert zich niet langer in het centrum van de maatschappij en speelt nauwelijks nog een rol binnen andere domeinen van de samenleving.²⁸ In vijftig jaar tijd is de kerk van een meerderheidspositie in een minderheidspositie terechtgekomen.²⁹ Zij is van een volkskerk geworden tot een keuzekerk.³⁰ Veel buitenkerkelijken lijken de kerk niet meer nodig te hebben en zijn van mening dat de kerk niet aansluit bij hun levensvisie.³¹ Doordat veel mensen tegenwoordig niet bekend zijn met de inhoud van de christelijke traditie, is de kerk een vreemde, onbegrijpelijke wereld voor hen geworden.³²

²¹ Stoppels, 2013, p. 23.

²² Bekkers & de Graaf, 2002, p. 338-339.

²³ Bekkers & de Graaf, 2002, p. 353.

²⁴ Bekkers & de Graaf, 2002, p. 340.

²⁵ Vermeer, 2013, p. 370.

²⁶ Bernts & Berghuijs, 2016, p. 18.

²⁷ Sengers, 2006, p. 6 & 17.

²⁸ Bernts & Berghuijs, 2016, p. 14 & 184; Plaisier, 2016, p. 111.

²⁹ Bernts & Berghuijs, 2016, p. 22; Heitink, 2007, p. 77.

³⁰ Bernts & Berghuijs, 2016, p. 11; Stoppels, 2013, p. 58.

³¹ Heitink, 2007, p. 22-23; Bernts & Berghuijs, 2016, p. 28.

³² Bernts & Berghuijs, 2016, p. 181.

Hoewel het maatschappelijke draagvlak van de kerken is afgenomen, kunnen zij aspecten van religie faciliteren die in de samenleving belangrijk worden gevonden. Een meerderheid van de Nederlanders vindt dat religie nog een belangrijke rol speelt rond biografische overgangsmomenten, rampen en nationale gebeurtenissen.³³ Kerken zouden vanuit dit perspectief namens of ten behoeve van een groot deel van de bevolking herdenkingen, sociale zorg en morele oproepen kunnen behartigen. Zij kunnen ook een rol spelen bij het behoud van normen en waarden en het opvoeden van kinderen. Het belang van de maatschappijkritische en identiteitsvormende rol van religie wordt minder breed onderschreven. Kerken moeten dienstbaar zijn aan de samenleving, maar moeten geen bepalende rol spelen.³⁴

2.3 Actuele motieven voor kerklidmaatschap en kerkelijke betrokkenheid

Wat motiveert mensen om in de context van het huidige maatschappelijke en religieuze klimaat lid te worden van een kerk en hoe kunnen hun keuze en motieven worden begrepen in het licht van de beschreven karakterisering van de maatschappelijke en kerkelijke participatie in Nederland anno 2017?

In de literatuur zijn slechts enkele motieven te vinden die mensen noemen voor hun kerklidmaatschap in deze tijd. Kijkend naar de beschreven hedendaagse maatschappelijke en kerkelijke situatie en participatie worden eerst verwachtingen genoemd van waarom mensen zich bij de kerk zouden aansluiten. Vervolgens worden enkele in de literatuur genoemde motieven aangehaald van nieuwe leden en vrienden van de Remonstrantse Broederschap.

Gekoppeld aan de drie beschreven religieuze ontwikkelingen kunnen drie hoofdmotieven worden genoemd, waarvan verwacht kan worden dat deze bij hedendaagse toetreders een rol spelen. Op grond van de individualisering zou men zich mogelijk bij de kerk kunnen aansluiten om ruimte en inspiratie te vinden voor de persoonlijke reflectie op zingeving met het oog op de samenstelling van de eigen levensvisie. De informalisering maakt het aannemelijk dat men binnen de kerk een ruimte zoekt voor de vervulling van de eigen religieuze behoeften, het vinden van antwoorden op de eigen zingevingsvragen en het aangaan van persoonlijke contacten, waaraan men de eigen normen en waarden kan ontlene. De nadruk op de beleving doet vermoeden dat men zich bij een kerk zou kunnen aansluiten voor de persoonlijke en collectieve ervaring van gemeenschap, steun en/of het hogere.

In lijn met wat geschreven is over de huidige verenigingsparticipatie zou verwacht kunnen worden dat nieuwe leden tot een kerk toetreden, omdat de kerk aansluit bij hun persoonlijke voorkeuren, individuele voordelen biedt of collectieve belangen nastreeft. Bij het inspelen op persoonlijke voorkeuren kan het gaan om religieuze behoeften, zoals religieuze verdieping of beleving, maar ook om andere voorkeuren, zoals het soort activiteiten dat wordt aangeboden, de liturgische vormen, het soort muziek dat wordt gebruikt en de vorm en inhoud van de preek. Individuele voordelen die het lidmaatschap van een kerk zou kunnen bieden zijn de sociale steun, de contacten en het netwerk dat het kerklidmaatschap met zich meebrengt en het gevoel "uitverkoren" te zijn en ergens bij te horen. De kerk behartigt in haar boodschap en middels de diaconie collectieve belangen en streeft publieke goederen na.

³³ Bernts & Berghuijs, 2016, p. 38-41.

³⁴ Ibid.

Uit het onderzoek van Motivaction blijkt dat persoonlijke contacten en kennismaking met de broederschap via een kennis, vriend of familielid een grote rol speelden bij de toetreding van nieuwe remonstranten. De vrijzinnige geloofsvulling, de vertrouwdheid van de vormen en inhoud en het gevoel thuis te zijn bij de remonstranten waren belangrijke motieven voor hun toetreding.³⁵ Andere toetredingsmotieven van remonstrantse vrienden en leden zijn de ruimdenkende en warme gemeenschap waarin je gekend bent, de inspirerende kerkdiensten, de bijzondere vieringen (bijvoorbeeld op Palmzondag en Goede Vrijdag), de rituelen in de diensten (bijvoorbeeld het doorgeven van het licht in de adventstijd) en de aangeboden cursussen en lezingen.³⁶ Ook noemden nieuwe vrienden hun huwelijk en de doop van hun kind als motief voor hun lidmaatschap, wat aansluit bij de stelling dat de kerk nog een belangrijke rol speelt bij biografische overgangsmomenten. Andere toetredingsmotieven zijn het verlangen naar zingeving, de positieve houding van de kerk richting homo's, de prettige sfeer en ontvangst rond de kerkdiensten, de ruimte om zelf na te denken, het niet-dogmatische karakter van de kerkdiensten en de ontmoeting met mensen die vrij in het geloof staan.³⁷

Liesbeth Orthel, medewerker van het Landelijk Bureau van de Remonstrantse Broederschap, geeft aan dat de toetreding van nieuwe leden en vrienden veelal een meer doordachte keuze is dan van tevoren werd verwacht. Volgens haar konden en kunnen mensen over het algemeen goed motiveren waarom ze zich melden. Pas de laatste twee jaar ziet ze ook impulsieve inschrijvingen van mensen die vaak na korte tijd weer vertrekken.³⁸ Op basis van haar contacten met nieuwe leden en vrienden noemt ze de volgende motieven voor toetreding:

- Veel mensen die van huis uit remonstrant waren of gedoopt zijn in een remonstrantse gemeente melden zich weer aan om de remonstranten te steunen. Vooral aan het begin van de campagne hebben veel vrienden zich met dit motief ingeschreven.
- Veel LHBT'ers melden zich aan, mogelijk door de aandacht voor deze groep in de campagne.
- Mensen voelen zich aangesproken door het gedachtegoed gekoppeld aan het optreden in de (sociale) media.

³⁵ Jobsen & Metaal, 2014, p. 12.

³⁶ Hendriks, 2013, p. 7.

³⁷ Kleinjan, 2016, p. 10.

³⁸ Persoonlijke communicatie, 3-8-2017.

2.4 In het hier en nu: uitdagingen voor de remonstranten in deze tijd

Hieronder worden enkele uitdagingen voor de kerk in het algemeen aangestipt, die ook voor de Remonstrantse Broederschap van belang zijn. Bij het formuleren van deze uitdagingen is onder meer gebruikgemaakt van algemene ecclesiologische literatuur, zoals *Levend lichaam, Marginaal en missionair, Een kerk met karakter, Oefenruimte, Aantrekkelijke kerk* en *Voor een missionair kerk*, en op remonstrantse literatuur, zoals *Vitale vrijzinnigheid* en *Schrijven in het zand*. Deze bronnen zijn aangevuld met het Motivaction-onderzoeksrapport *Doelgroepdefinitie ledengroei Remonstrantse Broederschap* en artikelen uit het nummer van *AdRem* over de toekomst van de Remonstrantse Broederschap. In paragraaf 6.1.3 worden de uitdagingen uitgewerkt en verbonden met de resultaten van de interviews. De uitdagingen worden als volgt gecategoriseerd:

- Het opstellen van een heldere visie en een concreet plan van aanpak;³⁹
- De kerk maken tot een vrijzinnige plaats van (identiteits)vorming, verdieping en zingeving;⁴⁰
- Verandering van de vorm van kerkelijke participatie;⁴¹
- Uitbreiding en versterking van het aanbod met nieuwe vormen;⁴²
- Het bieden van ruimte voor ervaring en beleving;⁴³
- Zorgen voor duidelijke communicatie van het aanbod;⁴⁴
- Uitbesteden en samenwerken;⁴⁵
- Het realiseren van een gerichtheid op de buitenwereld;⁴⁶
- De versterking van de maatschappelijke rol en zichtbaarheid van de kerk;⁴⁷
- Werken aan de toegankelijkheid en begrijpelijkheid van de kerk en haar boodschap;⁴⁸
- Investeren in jongerenwerk;⁴⁹
- Aandacht besteden aan de rol van de predikant;⁵⁰
- Zorgen voor een vraaggericht aanbod.⁵¹

Middels haar beleidsplan en de vriendenwerfcampagne heeft de Remonstrantse Broederschap met een aantal van deze uitdagingen al iets proberen te doen. Een beschouwing van het proces rond het opstellen van het nieuwe beleidsplan en de campagne wordt gegeven in hoofdstuk 3.

³⁹ Dicou & Klijnsma, 2001, p. 36; Brouwer et al., 2007, p. 185; Plaisier, 2016, p. 112; Dekker, 2011, p. 189; Putter & Vijgen, 2010, p. 45; Boogaard, 2015, p. 3; Hendriks, 2010, p. 45.

⁴⁰ Peters, 2013a, p. 6; Hendriks, 2013, p. 6; Jobsen & Metaal, 2014, p. 13.

⁴¹ Dicou & Klijnsma, 2001, p. 23; Nissen, 2013, p. 5; Plaisier, 2016, p. 113-114; Heitink, 2007, p. 352; Jobsen & Metaal, 2014, p. 13; Stoppels, 2013, p. 12-13.

⁴² Nissen, 2013, p. 5; Van Koppen, 2013a, p. 11; Peters, 2013b, p. 11.

⁴³ Heitink, 2007, p. 354; Goud, 2000, p. 16; Dekker, 2011; Jobsen & Metaal, 2014, p. 27.

⁴⁴ Dicou & Klijnsma, 2001, p. 1; Jobsen & Metaal, 2014, p. 27; Pollefeyt, 2007, p. 12; Sengers, 2006, p. 42; Sieverink, 2013b, p. 10; Van Esveld, 2013, p. 9.

⁴⁵ Dicou & Klijnsma, 2001, p. 3; Sieverink, 2013a, p. 8.

⁴⁶ Algemene Vergadering van Bestuur van de Remonstrantse Broederschap, 2014, p. 42; Heitink, 2007, p. 351; Nissen, 2013, p. 4; Putter & Vijgen, 2010, p. 1; Peters, 2013a, p. 7; Boogaard, 2015, p. 3.

⁴⁷ Hendriks, 2010, p. 18; Plaisier, 2016, p. 109-110; Hendriks, 2013, p. 7; Sieverink, 2013a, p. 8; Dicou & Klijnsma, 2001, p. 2; Peters, 2013a, p. 7; Van Koppen, 2013b, p. 16; Nissen, 2013, p. 5.

⁴⁸ Nissen, 2013, p. 4; Algemene Vergadering van Bestuur van de Remonstrantse Broederschap, 2014, p. 41-42; Peters, 2013a, p. 7; Stoppels, 2013, p. 117-120; Jobsen & Metaal, 2014, p. 13.

⁴⁹ Heitink, 2007, p. 351; Dicou & Klijnsma, 2001, p. 3.

⁵⁰ Brouwer et al., 2007, p. 193-194; Goud, 2000, p. 16-18; Van Koppen, 2013b, p. 16.

⁵¹ Algemene Vergadering van Bestuur van de Remonstrantse Broederschap, 2014, p. 32; Sengers, 2006, p. 23.

3 De remonstranten: 'misschien is het wel wat voor jou'

In dit hoofdstuk zal de remonstrantse vriendenwerfcampagne verder worden gesitueerd. Daarbij wordt allereerst ingegaan op het dalende ledenaantal van de Remonstrantse Broederschap als aanleiding voor de campagne. In de tweede paragraaf wordt de verhouding tussen kerk en marketing geschetst. Vervolgens wordt in kort bestek aangegeven hoe de Remonstrantse Broederschap voorafgaand aan de campagne een beleidsplan heeft opgesteld, waarin zij onder andere heeft beschreven wat haar identiteit is en op welke wijze zij zich in haar reclame-uitingen wil presenteren. Tot besluit van het hoofdstuk wordt aangegeven op welke doelgroep de remonstranten zich in hun mediacampagne hebben gericht.

3.1 Een dalend ledenaantal: reden voor actie

Binnen de vrijzinnige kerken is een breed gedragen besef opgekomen dat het tijd is om de bakens te verzetten. Veel gemeenten hebben door de teruggelopen ledenaantallen en door de vergrijzing moeite om het hoofd boven water te houden. Op veel plaatsen wordt daarom nieuw beleid ontwikkeld, dat een antwoord vormt op de maatschappelijke en religieuze ontwikkelingen.⁵² Gezien de omvang en het onderwerp van deze scriptie blijven de kerken buiten beschouwing die op een kritische en antithetische manier op de geconstateerde trends reageren en teruggrijpen op de traditie.⁵³ De kerken die proberen aan te sluiten bij de maatschappelijke ontwikkelingen trachten de geloofwaardigheid, relevantie en integriteit van de kerk te vergroten door het opstellen van beleidsstukken, het zoeken naar en experimenteren met nieuwe vormen en het werken aan gemeenteopbouw.⁵⁴ Ze geloven dat er verandering mogelijk is en dat de kerk meer mensen zou kunnen aanspreken.⁵⁵ Hier lijken ook aanwijzingen voor te zijn. Hoewel religie in Nederland niet sterk geïnstitutionaliseerd is, is de belangstelling voor religie en zingeving constant en vrij hoog.⁵⁶ Evenals veel andere organisaties probeert de Remonstrantse Broederschap deze latente belangstelling te stimuleren en te organiseren.⁵⁷

Voordat de mediacampagne in 2014 begon, werd er binnen verschillende remonstrantse gemeenten al getracht nieuwe leden en vrienden binnen te halen. Een van de meest gebruikte methodes was om bij activiteiten of diensten nieuwe mensen aan te spreken, een introductiegesprek aan te bieden, te wijzen op de mogelijkheid om lid of vriend te worden en hen daarna nogmaals te benaderen.⁵⁸ Een ander beproefd middel voor ledenwerving is het organiseren van activiteiten die speciaal zijn gericht op belangstellende buitenstaanders. Veel remonstrantse gemeenten zorgen voor een programma voor een breed publiek met bijvoorbeeld lezingen, cursussen en meditatie.⁵⁹

⁵² Dicou & Klijnsma, 2001, p. 2-3.

⁵³ Stoppels, 2013, p. 33.

⁵⁴ Erwich, 2008, p. 20.

⁵⁵ Heitink, 2007, p. 20.

⁵⁶ Erwich, 2008, p. 15; Heitink, 2007, p. 20-21.

⁵⁷ Sengers, 2006, p. 1.

⁵⁸ Dicou & Klijnsma, 2001, p. 23.

⁵⁹ Dicou & Klijnsma, 2001, p. 18.

Zoals vermeld, was de remonstrantse vriendenwerfcampagne een onderdeel van het toekomstgerichte beleidsplan van de Remonstrantse Broederschap. Het doel van de campagne was om nieuwe leden en vrienden te werven en zo het voortbestaan van de broederschap te waarborgen. Dit doel was verankerd in het verlangen om in de gekozen vormen meer aansluiting te vinden bij de hedendaagse tijdgeest en de (religieuze) behoeften van potentiële leden. Het ging de remonstranten bij de werving om het behouden van een "kritische massa" en niet om het worden van een omvangrijke kerk.⁶⁰

Een instrument dat werd ingezet bij het nastreven van de gewenste ledengroei was een mediacampagne, waarmee reclame werd gemaakt voor de remonstranten. In de volgende paragraaf zal een reflectie worden gegeven op de verhouding tussen kerk, marketing en reclame.

3.2 Kerk, religie en reclame: een moderne manier van verkondigen?

Marketing en religie lijken op het eerste gezicht niet goed bij elkaar te passen. Marketing gaat over commercie, geld verdienen en winst behalen, terwijl de kerk hele andere doelen heeft.⁶¹ Vanuit dit perspectief zou de kerk zich moeten richten op haar inhoud en niet op getalsmatige groei.⁶² De kerk is immers geen bedrijf en heeft geen klanten.⁶³ Zij biedt geen producten of diensten aan, maar activiteiten die gericht zijn op de wensen en de verlangens van de mensen die bij de kerk betrokken zijn.⁶⁴ Binnen de grote kerken hebben marketingtechnieken en -concepten weinig ingang gevonden, omdat marketing vaak wordt geassocieerd met slinkse reclamecampagnes en suggestieve manieren van het verkopen of "opdringen" van producten.⁶⁵

Wanneer marketing wordt begrepen als een poging om een (vrijwillige) reactie op te roepen door een zo aantrekkelijk mogelijk aanbod te doen en daarmee een relatie tot stand te brengen die voor de aanbieder en de consument van voordeel is, kan marketing goed aansluiten bij de doelen van een kerk.⁶⁶ Met een beroep op de bijbelse opdracht om het geloof kenbaar te maken aan anderen, zou het juist goed zijn als de kerk meer reclame maakt.⁶⁷

Hoewel de moderne vorm van marketing van oudsher niet veel gebruikt wordt door kerken, zijn er de laatste jaren in Nederland, België en Amerika verschillende kerkgenootschappen die reclame hebben gemaakt voor hun boodschap en activiteiten.⁶⁸ Na de Remonstrantse Broederschap hebben ook de Protestantse Kerk in Nederland en het Apostolisch Genootschap reclamespotjes uit laten zenden.⁶⁹ Deze keuze kan worden beschouwd als een reactie op het verdwijnen van het traditionele gezag en de plausibiliteitsstructuur van deze instituties.⁷⁰

⁶⁰ Algemene Vergadering van Bestuur van de Remonstrantse Broederschap, 2014, p. 18.

⁶¹ Pollefeyt, 2007, p. 3; Sengers, 2006, p. 145.

⁶² Dijkstra & Stoppels, 2017, p. 130-131 & 138.

⁶³ Dekker, 2011.

⁶⁴ Alblas, 2014, p. 7.

⁶⁵ Sengers, 2006, p. 144.

⁶⁶ Sengers, 2006, p. 37.

⁶⁷ Pollefeyt, 2007, p. 3.

⁶⁸ Pollefeyt, 2007, p. 1.

⁶⁹ Jungmann, 2017.

⁷⁰ Vermeer, 2013, p. 381.

De kerk in een marktsituatie

In de huidige tijd wordt de keuze voor religie en kerkelijke betrokkenheid niet langer bepaald door automatisme of een sociale verplichting, maar door individueel keuzegedrag.⁷¹ Veel mensen zoeken naar een geloofsgemeenschap waar ze zich sociaal en geestelijk thuis voelen.⁷² Kerken bevinden zich in een marktsituatie, waarin veel religieuze opties en aanbieders beschikbaar zijn, die met elkaar concurreren en ieder voor zich proberen een zo groot mogelijk aandeel van de religieuze markt te krijgen.⁷³ In plaats van een vanzelfsprekende binding en inzet wordt de kerkelijke markt gekenmerkt door een grote keuzevrijheid, vrijblijvendheid en het streven naar een goede ervaring voor de bezoekers.⁷⁴ Doordat de betrokkenheid bij een religieuze organisatie wisselend is en de participatie wordt bepaald door persoonlijke voorkeuren, is de kerk overgeleverd aan de dynamiek van de markt van vraag en aanbod, keuze en voorkeur en van trends en mode.⁷⁵

Kerken dienen hun aanbod aan te passen aan de vraag van de markt. Ze dienen zich te specialiseren op een bepaalde niche om hun eigen marktsegment te bedienen.⁷⁶ Met behulp van goede communicatie en public relations kan de kerk zich naar buiten toe profileren op een manier die aansluit bij haar context.⁷⁷ Met deze presentatie wil zij een bepaald beeld van zichzelf neerzetten, dat is bedoeld om haar imago te beïnvloeden.

Imago

Het werken aan het imago van een organisatie is een belangrijk concept binnen marketing, omdat een positief beeld van een organisatie mensen aantrekt.⁷⁸ Advies- en onderzoeksbureau Motivaction heeft onderzocht hoe bekend de remonstranten zijn en wat voor beeld men van de broederschap heeft. Aangezien het gewenste beeld van de remonstranten afwijkt van het feitelijke beeld, willen zij actie ondernemen. Mensen die de Remonstrantse Broederschap van vroeger kennen, associëren de remonstranten als eerste met deftig, stoffig en grijs.⁷⁹ Naast positieve eigenschappen wordt het gezicht van de remonstranten bepaald door begrippen als "ons kent ons, elitair, hoog opgeleid, rationalistisch, gesloten, wit, bovenmodaal, bejaard, behoudend".⁸⁰ Het voortbestaan van dit beeld heeft mogelijk te maken met gaten in de marketing van het imago dat remonstranten graag zouden willen hebben.⁸¹ Een goed imago van de kerk zou kunnen worden gekenmerkt door eigenschappen als bezielend, authentiek en opmerkelijk humaan.⁸²

⁷¹ Sengers, 2006, p. 36-37; Vermeer, 2013, p. 381.

⁷² Brouwer et al., 2007, p. 14.

⁷³ Heitink, 2007, p. 209; Sengers 2006, p. 31-34; Anbeek, 2013, p. 26.

⁷⁴ Dijkstra & Stoppels, 2017, p. 74.

⁷⁵ Sengers, 2006, p. 31.

⁷⁶ Sengers, 2006, p. 33-34.

⁷⁷ Heitink, 2007, p. 353.

⁷⁸ Sengers, 2006, p. 40.

⁷⁹ Dicou & Klijsma, 2001, p. 33.

⁸⁰ Ibid.

⁸¹ Ibid.

⁸² Putter & Vijgen, 2010, p. 45.

Vraag en aanbod

De Remonstrantse Broederschap probeert haar aanbod af te stemmen op de vragen en ontwikkelingen op de religieuze markt.⁸³ In termen van marketing en commercie kunnen de inhoud en vorm die de remonstranten kiezen, worden beschouwd als het aanbod. De broederschap maakt reclame voor de wijze waarop ze haar waarden naar voren brengt, toepast in activiteiten en institutionaliseert binnen een kerkgenootschap. In de volgende paragraaf wordt besproken hoe de remonstranten hun aanbod en identiteit willen presenteren.

3.3 Beleid, identiteit en presentatie van de Remonstrantse Broederschap

Binnen het traject waarin nieuw beleid werd ontwikkeld werden gesprekken gevoerd over hoe de Remonstrantse Broederschap kon inspelen op wat er in de buitenwereld gebeurde, hoe zij de gebruikte vormen in lijn kon brengen met de moderne inhoud en tijdgeest en hoe zij nieuwe groepen kon aanspreken en tegelijkertijd bestaande leden kon vasthouden. In 2014 stelde de hiertoe ingestelde commissie in samenspraak met verschillende interne en externe partijen een beleidsplan op om in de hedendaagse ontkerkelijkte samenleving duurzaam zichtbaar en relevant te zijn. In dit plan werd een werkrichting aangegeven om de boodschap van het evangelie naar voren te brengen op een wijze die aan zou sluiten bij de behoeften en het referentiekader van nieuwe geïnteresseerden.⁸⁴ In de antwoorden op de vraag aan remonstrantse predikanten, kerkenraadsleden en leden van de CoZa wat hun droom voor de Remonstrantse Broederschap was, is de volgende lijn aan te geven: "Remonstranten bieden een tehuis voor ontmoeting en bemoediging en maken het verschil in religieus Nederland".⁸⁵

De Remonstrantse Broederschap ziet zichzelf als verdraagzaam en zeer open voor allerlei geloofsopvattingen.⁸⁶ Voor de Remonstrantse Broederschap zijn belangrijke en onderscheidende onderdelen van haar identiteit het kunnen schrijven van je eigen geloofsbelijdenis, een kritische bijbellezing en een geschiedenis van voorop lopen in vernieuwingen als vrouwen op de kansel en het zegenen van relaties van paren van gelijk geslacht.⁸⁷ In 2013 noemden deelnemers aan een bijeenkomst voor het vaststellen van nieuw beleid als bestaansgrond van de remonstranten een verdraagzaam christendom, denkend geloven en de aanwezigheid van een lokale geloofsgemeenschap.⁸⁸

In samenwerking met een reclamebureau heeft de Remonstrantse Broederschap haar identiteit voor het voetlicht willen brengen met behulp van posters en reclamespotjes. Zij presenteert zich in haar mediacampagne als een kerk waar ruimte is om vrij te geloven. Geïnteresseerden worden uitgenodigd om langs te komen en hun eigen mening te geven, na te denken over hun persoonlijke vragen of hun eigen gedachten te vormen. De slogans die beginnen met de woorden "Mijn God," sluiten aan bij de aanbeveling aan kerken om deelnemers uit te nodigen om hun eigen antwoord te formuleren op de vraag wie God voor hen is en hierover in gesprek te gaan.⁸⁹ Daarnaast spelen de slogans in op de individualisering van de religiositeit.⁹⁰

⁸³ Sengers, 2006, p. 31.

⁸⁴ Algemene Vergadering van Bestuur van de Remonstrantse Broederschap, 2014, p. 11.

⁸⁵ Algemene Vergadering van Bestuur van de Remonstrantse Broederschap, 2014, p. 14.

⁸⁶ Algemene Vergadering van Bestuur van de Remonstrantse Broederschap, 2014, p. 15.

⁸⁷ Jobsen & Metaal, 2014, p. 16.

⁸⁸ Algemene Vergadering van Bestuur van de Remonstrantse Broederschap, 2014, p. 15.

⁸⁹ Van den Eynde, 2016, p. 40-43.

⁹⁰ Dijkstra & Stoppels, 2017, p. 71.

De Remonstrantse Broederschap wil in de campagne en in haar aanbod laten zien dat het evangelie een vooruitstrevende boodschap bevat, waar ook toekomstige generaties zich aan kunnen laven.⁹¹ De remonstranten willen zich profileren als een kerk die inspeelt op de belangstelling die bij een breed publiek leeft.⁹² De keuze om in te zetten op het aantrekken van nieuwe vrienden (en niet op het aantrekken van leden) past bij de trend om te kiezen voor tijdelijke verbanden en een flexibele binding aan een organisatie.⁹³

3.4 Beoogde doelgroep: een profiel van de potentiële vrienden

Door het onderscheiden van doelgroepen kunnen bij marketing de vaak schaarse middelen van een organisatie effectief worden ingezet. Tevens kunnen op die manier de specifieke behoeften en belangen van bepaalde groepen worden gezien en erkend en kan worden gepoogd hieraan te voldoen.⁹⁴ Voor de remonstranten was een definitie van de doelgroep extra belangrijk, omdat de naamsbekendheid van het kerkgenootschap in de Nederlandse samenleving te gering is om zonder gerichte ledenwerfcampagne leden of vrienden voor zich te winnen.⁹⁵ De remonstranten hebben Motivaction gevraagd om als onderdeel van het marktonderzoek een doelgroep voor de campagne vast te stellen. Hoewel iedereen welkom is, wilde men voor de ledengroei bepalen waar tijd, geld en energie op gericht werden.⁹⁶

Bij een raadpleging van de remonstrantse predikanten, kerkenraadsleden en leden van de CoZa in het kader van het onderzoek van de beleidscommissie adviseerden veel geënquêteerden dat de remonstranten zich zouden moeten richten op betrokken en trouwe mensen, maar ook open moesten staan voor anderen.⁹⁷ Motivaction adviseerde de remonstranten om zich te richten op mensen die (van huis uit) een kerkelijke achtergrond hebben en geïnteresseerd zijn in religie en zingeving. De voorgestelde doelgroep bestond uit (voormalige) kerkleden bij wie de Remonstrantse Broederschap beter aansloot dan hun huidige kerkgenootschap of de kerk waar ze van huis uit deel van uitmaakten. De broederschap zou als gemeenschap goed aansluiten bij hun behoeften, aangezien zij vrij is van dogma's en binnen een kerkelijke setting collectieve vormen van zingeving aanbiedt. Geïnteresseerden in zingeving en spiritualiteit werden eveneens van belang geacht, maar door de afstand tussen hun behoeften en het aanbod van de remonstranten werden zij niet als primaire doelgroep beschouwd.⁹⁸ De meeste ledengroei zou te behalen zijn bij hoogopgeleide 45-plussers, omdat zij de meeste waarden delen met de Remonstrantse Broederschap en de tijd en de financiële middelen hebben om de continuïteit van het kerkgenootschap veilig te stellen. Mensen van deze leeftijd zijn eerder geneigd om zich langdurig aan een organisatie te binden dan jongeren, als dit op een moderne manier kan en er ruimte is voor een eigen invulling van hun lidmaatschap.⁹⁹ De mediacampagne zou tevens hoogopgeleide 45-plussers zonder kerkelijke achtergrond kunnen aanspreken, die de waarden van de remonstranten onderschrijven.¹⁰⁰

⁹¹ Algemene Vergadering van Bestuur van de Remonstrantse Broederschap, 2014, p. 6.

⁹² Algemene Vergadering van Bestuur van de Remonstrantse Broederschap, 2014, p. 33.

⁹³ Dijkstra & Stoppels, 2017, p. 71.

⁹⁴ Sengers, 2006, p. 37.

⁹⁵ Algemene Vergadering van Bestuur van de Remonstrantse Broederschap, 2014, p. 33.

⁹⁶ Jobsen & Metaal, 2014, p. 26.

⁹⁷ Algemene Vergadering van Bestuur van de Remonstrantse Broederschap, 2014, p. 14.

⁹⁸ Jobsen & Metaal, 2014, p. 24.

⁹⁹ Jobsen & Metaal, 2014, p. 25.

¹⁰⁰ Jobsen & Metaal, 2014, p. 28.

3.5 Resultaten van de campagne: de cijfers op een rij

Op moment van schrijven loopt de remonstrantse vriendenwerfcampagne twee jaar en negen maanden. De campagne gaat nog door, maar er kan wel een tussentijdse balans worden opgemaakt van de resultaten tot nu toe. In deze paragraaf worden enkele cijfers gepresenteerd van de ontwikkeling van het aantal leden en vrienden vóór en tijdens de campagneperiode.¹⁰¹

In augustus 2017 waren er in twee jaar en negen maanden tijd circa 763 vrienden ingestroomd. Een overzicht van de instroom van het aantal vrienden per campagnejaar staat in tabel 1.

Tabel 1 Instroom per campagnejaar¹⁰²

Jaar	Landelijke vrienden	Gemeentevrienden	Lokale instroom	Totaal
2014 (jan-okt)	24		34	58
2014 (nov-dec)	39	54	56	149
2015	49	97	81	227
2016	49	122	89	260
2017 (tot 2 aug)	30	52	45	127
	-----	-----	-----	-----
Totaal	167	325	271	763

¹⁰¹ De gepresenteerde cijfers zijn gebaseerd op documenten die in het kader van de scriptie op verzoek zijn aangeleverd door het Landelijk Bureau van de Remonstrantse Broederschap. De cijfers over de ontwikkeling van het aantal leden en vrienden in relatie tot de campagne uit tabel 1 zijn ontleend aan het document Ontwikkelingen in ledenbestand van de Remonstranten 2010-2017, dat is gemaakt voor de Algemene Vergadering 2017. In tabel 2 tot en met 5 zijn deze gegevens aangevuld met de cijfers uit de Personele staten uit de jaarverslagen van 2010 tot en met 2017 en het document "Leden- en vriendenaantallen 2000-2015", die corresponderen met het bestand van de ledenadministratie. De cijfers zijn indicatief en niet geheel betrouwbaar. Op sommige plekken ontbreken gegevens. Door de overgang naar een nieuwe centrale digitale ledenadministratie in 2012, de handmatige telling van in- en uitschrijvingen en de soms wat vertraagde doorgifte van de gegevens van de lokale gemeenten aan het landelijk bureau kunnen de cijfers iets afwijken van de werkelijke aantallen.

¹⁰² In deze tabel en tabel 2 en 3 wordt een onderscheid gemaakt tussen verschillende soorten leden. Landelijke vrienden hebben bij hun inschrijving via de website van de remonstranten gekozen om zich niet bij een gemeente aan te sluiten, waardoor zij in het landelijk register zijn opgenomen. Gemeentevrienden zijn mensen die zich via de landelijke website van de remonstranten als vriend van een bepaalde gemeente hebben aangemeld. Lokale vrienden zijn mensen die zich via een plaatselijke gemeente als vriend hebben ingeschreven. Over 2014 is alleen de lokale instroom over het gehele jaar bekend. De verdeling van de lokale instroom over januari - oktober en november - december is geschat op basis van de verhouding van de toename van het aantal landelijke vrienden in beide periodes. De lokale instroom voor 2017 is nog niet bekend, maar is ingeschat op basis van de gemiddelde lokale instroom in 2015-2016, gecorrigeerd met de gemiddelde afwijking van de instroom van het aantal landelijke en gemeentevrienden in 2017 ten opzichte van de gemiddelde instroom van deze groep over 2015-2016. Door deze toevoeging ontstaat een nauwkeuriger beeld van de instroom gedurende de eerste helft van 2017 en de totale instroom gedurende de campagneperiode.

In de campagneperiode (2015-2016) stroomden jaarlijks gemiddeld 244 vrienden in, tegenover 16 in de periode 2010-2013. De uitstroom van veelal lang ingeschreven vrienden nam in dezelfde periode ook toe. Waarschijnlijk is de reden hiervoor dat vertrekken voor bedankers minder emoties oplevert, sinds de drempel om vriend te worden is verkleind.¹⁰³ De ledeninstroom is door de campagne nauwelijks gestegen, op een kleine stijging via de gemeenten in 2014 na, en de ledenuitstroom is gelijk gebleven. De ontwikkelingen van het aantal vrienden en leden van 2010 tot en met 2016 is weergegeven in tabel 2.

Tabel 2 Instroom vóór en tijdens de campagne¹⁰⁴

Landelijke Vrienden en Leden										
	Vrienden	Vrienden	Vrienden	Vrienden	Leden	Leden	Leden	Leden	V + L	V + L
Jaar	Aantal	Toename	Afname	Mutatie	Aantal	Toename	Afname	Mutatie	Aantal	Mutatie
2010	2	22	-2	20	62	9	-12	-3	64	17
2011	22	34	-15	19	59	17	-12	5	81	24
2012	41	19	-16	3	64	8	-4	4	105	7
2013	44	9	-3	6	68	11	-5	6	112	12
2014	50	69	-5	64	74	26	-10	16	124	80
2015	114	49	-21	28	90	6	-4	2	204	30
2016	142	56	-32	24	92	8	-6	2	234	26
Lokale Vrienden en Leden										
	Vrienden	Vrienden	Vrienden	Vrienden	Leden	Leden	Leden	Leden	V + L	V + L
Jaar	Aantal	Toename	Afname	Mutatie	Aantal	Toename	Afname	Mutatie	Aantal	Mutatie
2010	1855	130	-113	17	3782	36	-167	-131	5637	-114
2011	1872	105	-160	-55	3651	25	-161	-136	5523	-191
2012	1817	101	-126	-25	3515	10	-197	-187	5332	-212
2013	1792	84	-133	-49	3328	20	-170	-150	5120	-199
2014	1743	138	-101	37	3178	10	-171	-161	4921	-124
2015	1780	178	-102	76	3017	23	-166	-143	4797	-67
2016	1856	204	-114	90	2874	17	-135	-118	4730	-28
Totale instroom Remonstrantse Broederschap										
	Vrienden	Vrienden	Vrienden	Vrienden	Leden	Leden	Leden	Leden	V + L	V + L
Jaar	Aantal	Toename	Afname	Mutatie	Aantal	Toename	Afname	Mutatie	Aantal	Mutatie
2010	1857	152	-115	37	3844	45	-179	-134	5701	-97
2011	1894	139	-175	-36	3710	42	-173	-131	5604	-167
2012	1858	120	-142	-22	3579	18	-201	-183	5437	-205
2013	1836	93	-136	-43	3396	31	-175	-144	5232	-187
2014	1793	207	-106	101	3252	36	-181	-145	5045	-44
2015	1894	227	-123	104	3107	29	-170	-141	5001	-37
2016	1998	260	-146	114	2966	25	-141	-116	4964	-2
	Vrienden	Vrienden	Vrienden	Vrienden	Leden	Leden	Leden	Leden	V + L	V + L
Gemiddelde	Aantal	Toename	Afname	Mutatie	Aantal	Toename	Afname	Mutatie	Aantal	Mutatie
2010 - 2016	1876	171	-135	36	3408	32	-174	-142	5283	-106
2010 - 2014	1848	142	-135	7	3556	34	-182	-147	5404	-140
2015 - 2016	1946	244	-135	109	3037	27	-156	-129	4983	-20

¹⁰³ Liesbeth Orthel, persoonlijke communicatie, 16-8-2017.

¹⁰⁴ In deze en volgende tabellen betekenen "Vrienden Aantal" en "Leden Aantal" respectievelijk het aantal vrienden en leden op 1 januari van de aangegeven jaren.

Binnen de groep die in tabel 2 is aangeduid als lokale vrienden kan een onderscheid worden gemaakt tussen vrienden die zich hebben aangemeld via de landelijke website en via de plaatselijke gemeente. Van deze groepen is alleen de toename en niet de afzonderlijke afname bekend. Het aantal aanmeldingen per groep in de campagnejaren is weergegeven in tabel 3.

Tabel 3 Aanmeldingen lokale vrienden en leden

Jaar	Via landelijke website	Via gemeenten
2014	54	84
2015	97	81
2016	122	82
2017	22	

Waar in de periode 1993-2014 het aantal vrienden per jaar gemiddeld slechts met 8 vrienden toenam en er zeven jaren waren waarin het aantal vrienden afnam, is de gemiddelde toename van het aantal vrienden in de campagnejaren gestegen tot 109. De ontwikkeling van het aantal vrienden en leden in deze periode is weergegeven in tabel 4 en grafiek 1.

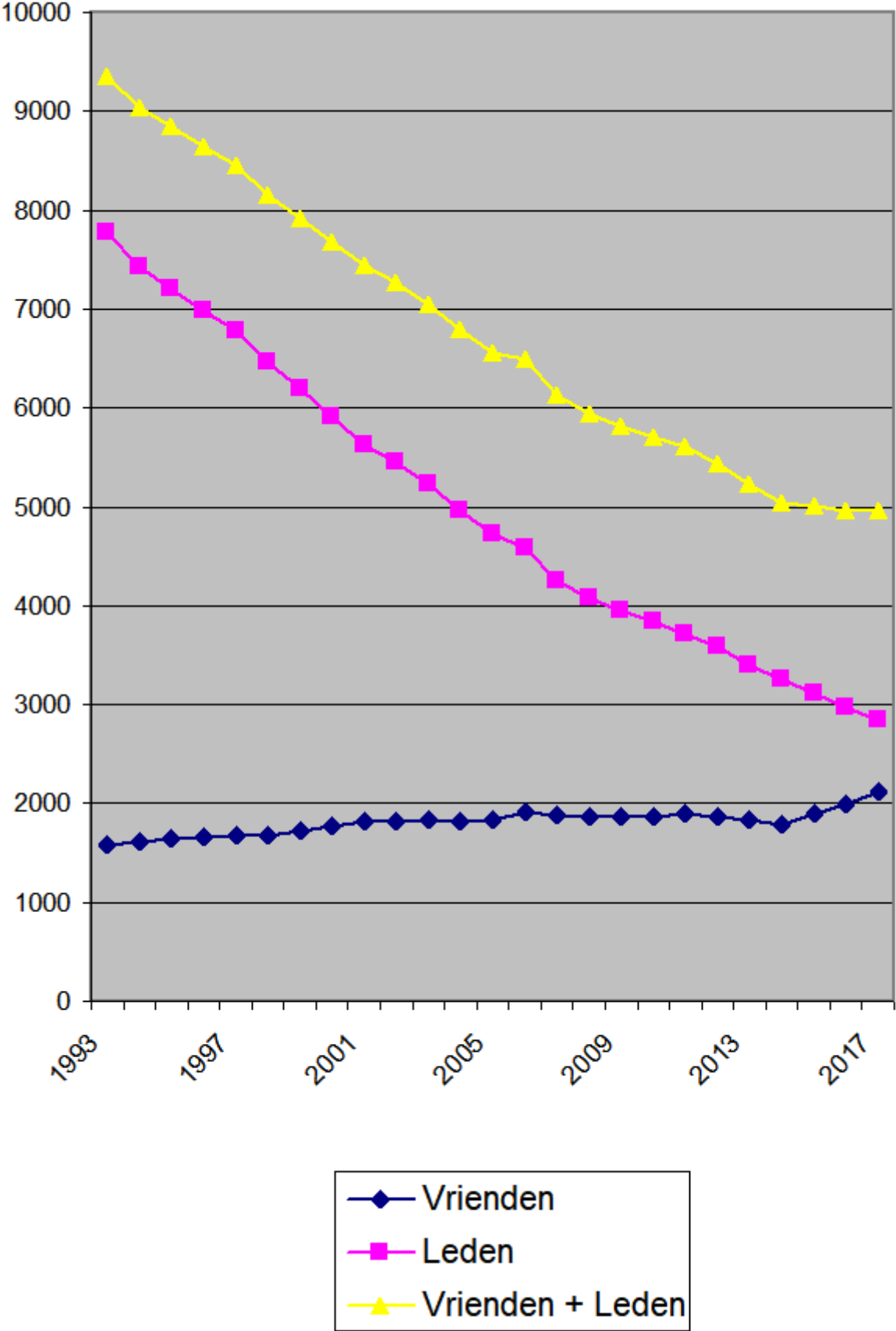
Tabel 4 Ontwikkeling vrienden en leden 1993-2017¹⁰⁵

Jaar	Vrienden	Vrienden	Leden	Leden	Vrienden + Leden	Vrienden + Leden
	Aantal	Mutatie	Aantal	Mutatie	Aantal	Mutatie
1993	1580	39	7768	-343	9348	-304
1994	1619	20	7425	-218	9044	-198
1995	1639	20	7207	-218	8846	-198
1996	1659	20	6989	-218	8648	-198
1997	1679	-3	6771	-302	8450	-305
1998	1676	44	6469	-279	8145	-235
1999	1720	44	6190	-280	7910	-236
2000	1764	45	5910	-279	7674	-234
2001	1809	7	5631	-186	7440	-179
2002	1816	9	5445	-222	7261	-213
2003	1825	-1	5223	-261	7048	-262
2004	1824	12	4962	-239	6786	-227
2005	1836	79	4723	-142	6559	-63
2006	1915	-33	4581	-333	6496	-366
2007	1882	-20	4248	-167	6130	-187
2008	1862	8	4081	-135	5943	-127
2009	1870	-13	3946	-102	5816	-115
2010	1857	37	3844	-134	5701	-97
2011	1894	-36	3710	-131	5604	-167
2012	1858	-22	3579	-183	5437	-205
2013	1836	-43	3396	-144	5232	-187
2014	1793	101	3252	-145	5045	-44
2015	1894	104	3107	-141	5001	-37
2016	1998	114	2966	-116	4964	-2
2017	2112	82	2850	-7	4962	75
(aug) 2017	2194		2843		5037	

Gemiddelden over	Vrienden	Vrienden	Leden	Leden	Vrienden + Leden	Vrienden + Leden
	Aantal	Mutatie	Aantal	Mutatie	Aantal	Mutatie
1993-2017	1809	25	4971	-197	6780	-172
1993-2014	1782	14	5243	-212	7026	-198
2014-2016	1946	109	3037	-129	4983	-20

¹⁰⁵ De totale vrienden- en ledenaantallen van de desbetreffende jaren in deze en voorgaande tabellen zijn afkomstig uit een document van de landelijke ledenadministratie. In dat document is steeds de stand op 31 december vermeld. Aangezien in de andere tabellen van deze scriptie met het oog op de overzichtelijkheid van de mutaties wordt gewerkt met de stand op 1 januari, is de eindstand van een jaar hier beschouwd en gepresenteerd als de beginstand van het daaropvolgende jaar. Aangezien de cijfers ontbreken voor 1995, 1996, 1999 en 2000, zijn deze geïnterpoleerd.

Grafiek 1 Vrienden- en ledenaantal en totaal vrienden en leden 1993-2017



Helaas daalt het aantal leden door bedanken en overlijden nog wel in zo'n sterke mate dat er ondanks de toename van vrienden sprake is van een marginale krimp van de broederschap. Deze is echter wel een stuk kleiner dan vóór de campagne. In de loop van de tijd is een trend zichtbaar, waarbij de vrienden een steeds groter deel gaan uitmaken van de totale groep vrienden en leden. De verhouding tussen vrienden en leden is weergegeven in tabel 5.

Tabel 5 Verhouding vrienden en leden¹⁰⁶

Jaar	Percentage vrienden	Percentage leden
1993	16.9%	83.1%
1994	17.9%	82.1%
1995	18.5%	81.5%
1996	19.2%	80.8%
1997	19.9%	80.1%
1998	20.6%	79.4%
1999	21.7%	78.3%
2000	23.0%	77.0%
2001	24.3%	75.7%
2002	25.0%	75.0%
2003	25.9%	74.1%
2004	26.9%	73.1%
2005	28.0%	72.0%
2006	29.5%	70.5%
2007	30.7%	69.3%
2008	31.3%	68.7%
2009	32.2%	67.8%
2010	32.6%	67.4%
2011	33.8%	66.2%
2012	34.2%	65.8%
2013	35.1%	64.9%
2014	35.5%	64.5%
2015	37.9%	62.1%
2016	40.2%	59.8%
2017	42.6%	57.4%

In dit hoofdstuk en de voorgaande hoofdstukken is de remonstrantse vriendenwerfcampagne gepositioneerd binnen de huidige Nederlandse maatschappelijke en religieuze context. Daarbij is de identiteit van de Remonstrantse Broederschap geschetst en de mediacampagne in een breder kader van kerk en marketing geplaatst. Voordat in hoofdstuk 5 wordt overgegaan naar de presentatie van de resultaten van het empirische onderzoek, worden in het volgende hoofdstuk eerst de bevindingen uit het theoretisch kader samengevat om op grond daarvan te komen tot een verantwoorde topiclijst voor de interviews.

¹⁰⁶ Voor het berekenen van de verhouding is voor de jaren 1995, 1996, 1999 en 2000 gebruikgemaakt van de geïnterpoleerde cijfers uit tabel 4.

4 Van theorie naar praktijk: de inzichten toegepast

In dit hoofdstuk wordt de overgang gemaakt van het theoretische naar het empirische deel van dit onderzoek. Allereerst worden de belangrijkste inzichten uit de literatuurstudie nog eens naar voren gebracht. Op basis daarvan wordt in lijn met de hoofdvraag en subvragen van deze scriptie een verantwoording gegeven van de topiclijst voor de interviews. In de laatste paragraaf van dit hoofdstuk wordt enige informatie gegeven over het empirisch onderzoek en wordt een verantwoording gegeven van de drie gemeenten waarbinnen interviews zijn afgenomen. Tevens is een korte profielschets van de gemeenten opgenomen.

4.1 Samenvatting van het literatuuronderzoek

In relatie tot de onderzoeksvragen van deze scriptie is voor de afname van de interviews met betrekking tot de toetredingsmotieven met name van belang wat in hoofdstuk 2 is geschreven over wat mensen ertoe beweegt om in deze tijd vriend of lid te worden van een geloofsgemeenschap. Op grond van de beschreven actuele ontwikkelingen van de religiositeit en kerkelijke participatie in Nederland wordt verwacht dat mensen zich aansluiten bij de kerkgemeenschap, omdat zij verwachten dat deze gemeenschap hen iets te bieden heeft. Waarschijnlijk zullen hun toetredingsmotieven hoofdzakelijk voortkomen uit veronderstelde individuele voordelen of collectieve belangen. In een tijd waarin mensen voornamelijk kiezen voor tijdelijke en flexibele vormen van binding aan een organisatie is de verwachting dat toetreders behoefte hebben aan het gevoel onderdeel uit te maken van de gemeenschap, maar dat zij de mate en vorm van hun participatie wensen af te stemmen op hun eigen behoefte. Op basis van de individualisering, informalisering en de nadruk op ervaring en beleving is de aanname dat men verwacht binnen de (doopsgezinde-)remonstrantse gemeenten het volgende te kunnen vinden:

- inspirerende en verrijkende activiteiten, die het eigen verlangen naar zingeving voeden en ruimte bieden voor een eigen invulling en vormgeving van het geloof;
- persoonlijke contacten, gesprekken, uitwisseling, gemeenschap, vorming en steun;
- ruimte voor individuele en collectieve geloofsbeleving en esthetische ervaringen.

Op grond van de in hoofdstuk 3 beschreven presentatie van de remonstranten en het profiel van de campagnedoelgroep wordt aangenomen dat de geïnterviewden eerder aangesloten waren bij een ander kerkgenootschap, maar zich bij de (doopsgezinde-)remonstrantse geloofsgemeenschap hebben aangesloten om de openheid richting de individuele geloofsinhoud en -beleving van haar leden en vrienden. Waarschijnlijk verwachten ze dat de remonstranten of de vrijzinnige samenwerkingsgemeenten gastvrij, verdraagzaam en ondogmatisch zijn. Het is aannemelijk dat ze verwachten dat er binnen de geloofsgemeenschap belangstelling is voor wat je gelooft en vindt en waar je zelf op een vrijblijvende manier vorm kunt geven aan je geloof. Daarnaast wordt vermoed dat de nieuwe leden en vrienden verwachten dat de remonstranten een vooruitstrevende en maatschappelijk relevante boodschap uitdragen en daarbij gebruikmaken van moderne vormen.

4.2 Verantwoording van de topiclijst

Aan de hand van het voorgaande is voor de interviews een topiclijst opgesteld.¹⁰⁷ De vragen zijn uitwerkingen van de hoofdvraag en subvragen, die in paragraaf 1.3 zijn geformuleerd.

Vraag 1 tot en met 4 van het interview zijn inleidende vragen om een beeld te krijgen van de achtergrond van de geïnterviewde, het moment van toetreding en de wijze waarop men voor het eerst over de gemeente en de broederschap heeft gehoord. Deze vragen zijn onder meer van belang om te bepalen in hoeverre de geïnterviewde in de campagnedoelgroep valt en om zicht te krijgen op de diversiteit binnen de groep geïnterviewden.

Vraag 5 en 6 hebben betrekking op de wijze waarop de kennismaking met de gemeente is verlopen. Hiermee kan onder andere worden ontdekt wat mensen ertoe heeft bewogen om voor het eerst langs te gaan, hoe zij de activiteit waar zij aan deelnamen en hun ontvangst door de gemeente hebben ervaren en welke stappen zij en de gemeente hebben gezet voor een verdere kennismaking. Dit is van belang om de later genoemde motieven beter te duiden en helder te krijgen hoe de gemeenten zich opstellen tegenover nieuwe geïnteresseerden. Vraag 9 en 10 borduren hierop voort door in te gaan op de ervaringen gedurende de eerste tijd binnen de gemeente. Aangezien de geïnterviewden recent zijn toegetreden, kunnen zij hun eerste ervaringen waarschijnlijk nog redelijk goed terughalen. De terugkoppeling van wat hen wel en niet aansprak, vormt nuttige informatie om het instroombeleid te evalueren en bij te stellen.

Vraag 7 heeft betrekking op de wijze waarop de keuze om toe te treden tot stand is gekomen, wat de aanleiding hiervoor was en welke motieven hierbij een rol speelden. Dit is een van de belangrijkste vragen uit het interview, omdat deze vraag correspondeert met de hoofdvraag van het onderzoek. Vraag 8 richt zich op de verwachtingen en het beeld van de geïnterviewden ten aanzien van de remonstranten. De verwachtingen zijn waarschijnlijk gerelateerd aan de motieven, omdat de geïnterviewden blijkens hun kennismaking en latere toetreding menen dat hun motieven passen bij het beeld dat zij van de remonstranten hebben.

Aangezien de kerkdiensten een belangrijk onderdeel zijn van het aanbod van (doopsgezinde-)remonstrantse gemeenten, wordt in vraag 11 gevraagd naar de ervaring van de kerkdiensten en de wijze waarop deze ervaring in de loop van de tijd mogelijk is veranderd. Deze informatie kan voor de broederschap nuttig zijn voor een bezinning op de vraag of het gewenst is om nieuwe geïnteresseerden juist uit te nodigen om kerkdiensten te bezoeken, zoals binnen de campagne onder andere met enkele reclamespotjes is gedaan.

Met vraag 12 is beoogd te achterhalen in hoeverre de geïnterviewden binnen de gemeenten hebben aangetroffen en ervaren wat zij hadden verwacht en hoe hun beeld is veranderd. Deze vraag is van belang voor het reflecteren op het uitgestraalde beeld in de campagne en het bijstellen van het aanbod. Vraag 13, 14 en 15 zijn bedoeld om inzicht te verkrijgen in de activiteiten waaraan nieuwe leden en vrienden deelnemen en hoe deze aansluiten bij de door hen genoemde verwachtingen en toetredingsmotieven. Het is interessant om te weten welke activiteiten populair zijn onder nieuwe geïnteresseerden en waarom zij juist voor deze activiteiten kiezen, omdat op deze activiteiten dan extra kan worden ingezet.

¹⁰⁷ Zie bijlage 1.

In vraag 16 en 17 wordt gevraagd naar kritische noties, suggesties en aanbevelingen voor de remonstranten. De antwoorden op deze vragen kunnen de broederschap helpen om haar landelijke en lokale aanbod beter af te stemmen op de behoefte van nieuwe geïnteresseerden. Daarnaast kan het een mogelijkheid bieden om vanuit een perspectief van mensen die nog niet zo lang bij het kerkgenootschap betrokken zijn naar de eigen cultuur en traditie te kijken.

Met vraag 18 en 19 is getracht in kaart te brengen wat de geïnterviewden hebben meegekregen van de mediacampagne, hoe de zelfpresentatie van de remonstranten in de campagne zich verhoudt tot het beeld dat de geïnterviewden in de praktijk hebben gekregen en hoe hun ervaring van en verhouding tot de remonstrantse identiteit is. Deze vraag kan worden gebruikt voor de evaluatie van de campagne en het afstemmen van het aanbod op het uitgedragen profiel.

Vraag 20 is opgenomen als afsluitende vraag om de geïnterviewden de gelegenheid te geven nog iets toe te voegen.

4.3 Opmerkingen m.b.t. het empirisch onderzoek

Voordat de resultaten uit het empirisch onderzoek worden gepresenteerd, worden eerst nog enkele algemene opmerkingen over de vorm van de dataverzameling gemaakt.

Voor dit onderzoek zijn negen interviews afgenomen binnen drie verschillende gemeenten. Per gemeente zijn drie mensen geïnterviewd, die vanaf 2014 lid of vriend zijn geworden van de Remonstrantse Broederschap of zich in het geval van een samenwerkingsgemeente hebben aangesloten als vriend van de geloofsgemeenschap. Het beperkte aantal respondenten en gemeenten hangt samen met de aard en omvang van deze scriptie. Binnen de doopsgezinde-remonstrantse gemeente Hoorn zijn twee remonstrantse leden en een vriend van de samenwerkingsgemeente geïnterviewd en binnen de doopsgezinde-remonstrantse gemeente Leiden en de remonstrantse gemeente Schoonhoven zijn drie remonstrantse vrienden geïnterviewd. Bij de keuze voor de drie gemeenten was een voorwaarde dat er in ieder geval zou worden deelgenomen door een remonstrantse gemeente in een grotere stad, een kleinere remonstrantse gemeente in een dorp en een samenwerkingsgemeente. De keuze voor deze specifieke gemeenten was vooral praktisch. Bij de selectie van de geïnterviewden is geprobeerd zoveel mogelijk diversiteit te realiseren door te kiezen voor mensen uit verschillende leeftijdscategorieën en een balans tussen het aantal mannen en vrouwen. Er zijn vijf vrouwen en vier mannen geïnterviewd. Met het oog op de vraagstelling van het onderzoek werden uit de aanmeldingen eerst de remonstrantse leden en vrienden geselecteerd. Aangezien in Hoorn slechts twee remonstrantse toetreders zich voor het onderzoek hadden aangemeld, is op deze plaats tevens een vriend van de samenwerkingsgemeente geïnterviewd. Doordat na het versturen van de uitnodigingsbrief voor het onderzoek in Schoonhoven slechts drie mensen aangaven dat zij deel wilden nemen, heeft hier geen selectie plaatsgevonden. Twee geïnterviewde vrienden van de remonstrantse gemeente Schoonhoven zijn met elkaar getrouwd. Doordat slechts twee leden zijn geïnterviewd, is in het onderzoek geen onderscheid gemaakt tussen leden en vrienden. In Hoorn en Leiden zijn de interviews afgenomen in het kerkgebouw van de geloofsgemeenschap en in Schoonhoven bij de geïnterviewden thuis. In Leiden is een van de respondenten op een later moment elders geïnterviewd, omdat hij op de dag van de interviews ziek was.

4.4 Profielschets van de drie gemeenten

Om een indruk te krijgen van de drie gemeenten waarbinnen interviews zijn afgenomen, wordt hieronder per gemeente een korte profielschets gegeven.

De doopsgezinde-remonstrantse gemeente Hoorn

De doopsgezinde-remonstrantse gemeente Hoorn omschrijft zichzelf als "een moderne en vrije christelijke geloofsgemeenschap".¹⁰⁸ Het Foreestenhuis, waar de gemeenschap huist, "wil een thuis zijn voor mensen die op hun eigen manier op zoek zijn naar inspiratie en zingeving."¹⁰⁹ De gemeenschap zet zich naar eigen zeggen in voor rechtvaardigheid, vrede en duurzaamheid in onze samenleving. Op de website staat dat iedereen welkom is voor geloofsbeleving en gesprek met anderen. Om de week is er een kerkdienst. Verder zijn er lees- en gesprekskringen en worden er doordeweekse activiteiten georganiseerd.

Op de website is verder te lezen: "De Doopsgezinde-Remonstrantse Gemeente Hoorn is een christelijke geloofsgemeenschap in de vrijzinnige traditie. Zij laat zich inspireren door de bijbel, maar kent geen leerregels. Leden en vrienden worden uitgenodigd zelf invulling te geven aan hun geloofsleven. Van belang is het onderling gesprek, dat gevoerd wordt in alle openheid en met respect voor andere meningen. Onze gemeente wil een plaats zijn:

- waar we verwondering over het bestaan verbinden met het geloof in de God waar de christelijke traditie van getuigt, de bron van ons bestaan;
- waar persoon en leven van Jezus bron van inspiratie en bezinning zijn. We houden ons in diensten en kringen bezig met bezinning op en navolging van de waarden die Jezus ons geleerd heeft en met de toepassing daarvan in het persoonlijk en maatschappelijk leven;
- waar leden en gasten, in vrijheid en verdraagzaamheid, in gesprek met de cultuur in brede zin, onderzoeken wat geloven voor hen betekent.

We willen een open en gastvrije gemeente zijn en bieden graag breed aan wat wij in huis hebben."¹¹⁰

Medio 2017 had de gemeente 32 vrienden en 22 remonstrantse en 33 doopsgezinde leden. De gemeenschap maakt geen onderscheid tussen remonstrantse en doopsgezinde vrienden: nieuwe vrienden worden om en om bij de twee kerken aangemeld, tenzij men aangeeft bij het andere kerkgenootschap ingeschreven te willen worden. Tabel 6 toont de ontwikkeling van het aantal vrienden en remonstrantse leden van de gemeente in de afgelopen jaren.

Tabel 6 Ontwikkeling vrienden en leden Hoorn¹¹¹

	Vrienden	Vrienden	Vrienden	Vrienden	Leden	Leden	Leden	Leden	V + L	V + L
Jaar	Aantal	Toename	Afname	Mutatie	Aantal	Toename	Afname	Mutatie	Aantal	Mutatie
2013	24	6	-2	4	21	0	-2	-2	45	2
2014	28	0	-2	-2	19	0	-2	-2	47	-4
2015	26	3	-2	1	17	2	0	2	43	3
2016	27	6	0	6	19	0	-1	-1	46	5
2017	33				18	3			51	

¹⁰⁸ <http://www.foreestenhuis.nl/over-de-gemeente>, geraadpleegd 22-8-2017.

¹⁰⁹ Ibid.

¹¹⁰ Ibid.

¹¹¹ De leden- en vriendenaantallen in tabel 6, 7 en 8 zijn gebaseerd op de beginstand van de desbetreffende jaren.

De doopsgezinde-remonstrantse gemeente Leiden

De dore-gemeente Leiden is een samenwerkingsverband tussen de doopsgezinde en de remonstrantse gemeente in Leiden. Beide gemeenten werken intensief samen. Ze hebben gezamenlijk jeugd- en jongerenwerk, één diaconie en één kerkblad. Het kringwerk is merendeels gezamenlijk. Er is een aparte doopsgezinde en remonstrantse kerkenraad, die regelmatig ook gezamenlijk vergaderen. De gemeenten hebben een eigen doopsgezinde en remonstrantse predikant. Op zondagen zijn er afwisselend doopsgezinde en remonstrantse kerkdiensten en een paar keer per jaar zijn er gezamenlijke kerkdiensten. De gemeente organiseert gesprekskringen en gemeenteavonden en in het kader van de campagne zijn er ook speciale remonstrantse activiteiten om nieuwe belangstellenden aan te spreken, zoals de preek van de leek, een vriendendienst en een allerzielenvesper. Op de website van de gemeente staat: "Voor deelname aan de activiteiten van de gemeente hoeft men geen lid of vriend te zijn; iedereen is van harte welkom, ook bij de viering van het Avondmaal, dat enige malen per jaar tijdens de kerkdienst plaatsvindt."¹¹²

De remonstrantse gemeente Leiden heeft in augustus 2017 100 leden en 67 vrienden. Men kan zich voor een periode van maximaal een jaar inschrijven als vriend van het samenwerkingsverband, waarna men een keuze moet maken om belangstellende of lid van de doopsgezinden of vriend of lid van de remonstranten te worden. Tabel 7 toont de ontwikkeling van het aantal remonstrantse leden en vrienden in de periode 2010-2017.

Tabel 7 Ontwikkeling vrienden en leden Leiden

	Vrienden	Vrienden	Vrienden	Vrienden	Leden	Leden	Leden	Leden	V + L	V + L
Jaar	Aantal	Toename	Afname	Mutatie	Aantal	Toename	Afname	Mutatie	Aantal	Mutatie
2010	61			4	135			-17	196	-13
2011	65			-8	118			0	183	-8
2012	57			-3	118			0	175	-3
2013	54			1	118			-6	172	-5
2014	55			2	112			-4	167	-2
2015	57	6	-1	5	108	0	-3	-3	165	2
2016	62	6	-3	3	105	2	-7	-5	167	-2
2017	65				100				165	

De remonstrantse gemeente Schoonhoven

De remonstrantse gemeente Schoonhoven presenteert zichzelf online als "een kleine gemeente midden in het groene hart met een groeiend aantal leden en vrienden". De gemeente schrijft het volgende over zichzelf: "De oorsprong van deze Remonstrantse gemeente ligt in de tijd van prins Maurits, maar de blik van de kerkenraad in samenwerking met de voorganger en gemeente is naar de toekomst gericht. Het enthousiasme wordt vertaald in allerlei activiteiten in en om de gemeente, zoals Kruispoortlezingen, koorzang, kringgesprekken, excursies, enzovoort."¹¹³

¹¹² <http://www.doreleiden.nl/gemeente/gemeente.asp>, geraadpleegd 22-8-2017.

¹¹³ <https://schoonhoven.remonstranten.nl/wie-zijn-wij/>, geraadpleegd 22-8-2017.

Op de website is de volgende hoofdvisie van de gemeente te lezen: "Al vanaf de oprichting van hun broederschap hebben Remonstranten gezocht naar vrijheid en verdraagzaamheid in zaken van geloof. Ruimte is voor Remonstranten een essentieel begrip. Ruimte voor ieder, die op zoek wil gaan naar een actuele manier van geloven, zonder zijn/haar eigenheid te verliezen en met respect voor de eigenheid van een ander. Remonstranten gaan uit van de volstrekte gelijkwaardigheid van mensen en komen op voor gelijke rechten ongeacht geslacht, seksuele geaardheid, etnische achtergrond, inkomen of politieke geaardheid. Remonstranten proberen te reageren op de vragen van vandaag met een open oog voor eigentijdse ontwikkelingen in maatschappij en cultuur. Zij leveren een bijdrage aan de vernieuwing van kerk en theologie."¹¹⁴

Begin 2017 had de remonstrantse gemeente Schoonhoven 16 leden en 55 vrienden. Een overzicht van de ontwikkelingen van het aantal vrienden en leden in de afgelopen jaren is te zien in tabel 8.

Tabel 8 Ontwikkeling vrienden en leden Schoonhoven

	Vrienden	Vrienden	Vrienden	Vrienden	Leden	Leden	Leden	Leden	V + L	V + L
Jaar	Aantal	Toename	Afname	Mutatie	Aantal	Toename	Afname	Mutatie	Aantal	Mutatie
2013	61	0	-10	-10	27	0	-5	-5	88	-15
2014	51	2	-5	-3	22	0	-2	-2	73	-5
2015	48	4	-1	3	20	0	-2	-2	68	1
2016	51	5	-1	4	18	0	-2	-2	69	2
2017	55				16				71	

In dit hoofdstuk is de overgang gemaakt van theorie naar empirie. Nu de methode en de context van het empirische deel van het onderzoek is geschetst en verantwoord, zullen in het volgende hoofdstuk de data worden gepresenteerd.

¹¹⁴ <https://schoonhoven.remonstranten.nl/>, geraadpleegd 22-8-2017.

5 Presentatie empirisch materiaal

Bij de presentatie van de opbrengst uit de interviews in dit hoofdstuk zal de volgorde van de interviews en daarmee de opbouw van het theoretisch kader worden aangehouden. De antwoorden en uitkomsten worden sec gepresenteerd, waarbij de interviews wel gecategoriseerd en met elkaar in verband gebracht zijn. De duiding van de belangrijkste bevindingen uit het empirisch onderzoek volgt in het volgende hoofdstuk.

5.1 Profiel van de geïnterviewden

De geïnterviewden zijn op een 25-jarige respondent na 55-plus en zijn hoger opgeleid (meestal HBO). Alle geïnterviewden hebben van huis uit een kerkelijke achtergrond. R7, 8 en 9 komen uit een orthodoxe kerk (Gereformeerde Gemeenten, Gereformeerde Bond), R1, 2 en 3 uit een *mainline* kerk (de Rooms-Katholieke Kerk of een kerkgenootschap dat is opgegaan in de PKN) en R4, 5 en 6 komen uit een vrijzinnige kerk (NPB, de Oud-Katholieke kerk of een doopsgezinde gemeente). R1, 2, 4, 5, 6 en 7 hebben een (vrijwel) directe overstap gemaakt van hun voormalige kerkgenootschap naar een (doopsgezinde)remonstrantse geloofsgemeenschap. De andere respondenten hebben op een zeker moment voor de kerk bedankt en hebben zich bijna twintig jaar (R3) of ongeveer veertig jaar (R8, 9) bewust afzijdig gehouden van de kerk. R4 is overgestapt naar de remonstranten vanwege het verdwijnen van zijn voormalige geloofsgemeenschap uit zijn woonplaats en R5 vanwege haar verhuizing naar een andere plaats. De andere directe overstappers hebben zich aangesloten bij een (doopsgezinde-)remonstrantse gemeente, omdat ze zich in hun voormalige kerk minder of niet meer thuis voelden.

De geïnterviewden die zich niet meer prettig voelden in de kerk waar ze eerder deel van uitmaakten, noemen hier verschillende redenen voor: strubbelingen en onenigheid binnen de geloofsgemeenschap (R1), het gevoel dat de geloofsgemeenschap erg in zichzelf opgesloten was (R1), een toenemende aanscherping van regels (R2), een negatieve omgang met vrouwen en homoseksualiteit (R2), vaste waarden en dogma's (R3, 8), het automatisme van de wekelijkse viering van de eucharistie als een "riedel" (R6), niet inspirerende preken (R7), de drukte binnen de gemeente, een slechte verhouding met de predikant (R7) en de verkondigde "hel en verdoemenis" (R8, 9).

De geïnterviewden typeren hun huidige levensbeschouwelijke visie als vrijzinnig-christelijk, humanistisch (R4) of boeddhistisch (R8). R2, 3, 8 en 9 zijn getrouwd en R1, 4, en 5 zijn gescheiden. R1, 2, 5, 6 en 7 hebben een betaalde baan. De andere respondenten zijn gepensioneerd of arbeidsongeschikt.

5.2 Kennismaking met de gemeente en de Remonstrantse Broederschap

De meeste geïnterviewden hebben de geloofsgemeenschap leren kennen via bekenden, via persoonlijke contacten met remonstrantse vrienden of kennissen of in het geval van R1 via een toevallige ontmoeting met de predikant van de gemeente. Andere manieren waarop mensen voor het eerst van de geloofsgemeenschap hebben gehoord, zijn het bezoeken van interkerkelijke gespreksgroepen of oecumenische diensten (R1, 3), de website van de remonstranten (R2) en op buitenstaanders gerichte concerten of lezingen (R4, 8, 9). Men heeft voor het eerst gehoord van de Remonstrantse Broederschap in uitzendingen van "het Vermoeden" met Joost Röselaers en Jaap Marinus (R2, R8), via de "Goddeeltjes" (R2, 9), het internet (R5, 9), de reclamecampagne (R2), de studie (R6), collega's (R5) en ouders (R4). Men heeft de broederschap beter leren kennen via informatie vanuit het Landelijk Bureau en AdRem (R1, 2, 8, 9) en de sociale media (R9). Verschillende geïnterviewden geven aan dat zij voor hun kennismaking met de gemeente niet bekend waren met de landelijke broederschap en dat de broederschap voor hen nog wel iets ingewikkelds is (R1, 3, 8, 9). De meeste respondenten zeggen dat zij zich vooral verbonden voelen met de plaatselijke gemeente.

5.3 Categorisering van de genoemde motieven

Met de motieven worden in dit onderzoek de intrinsieke drijfveren van de geïnterviewden bedoeld om richting de (doopsgezinde-)remonstrantse gemeente te gaan. De geïnterviewden noemen de volgende motieven om voor het eerst langs te gaan bij de gemeenschap:

De behoefte aan een passende geloofsgemeenschap:

- Ik voelde me niet meer thuis in de kerk waarin ik zat (R1, 2, 6, 7).
- Ik zocht een vrijzinnige kerk waar voor mij belangrijke waarden centraal stonden (R4).
- Ik zocht ondogmatische zingeving binnen een op het woord gerichte gemeenschap (R6).
- Ik had behoefte aan contact met gelijkgestemden in een gedeelde religieuze taal (R5).

Persoonlijk verlangen:

- Door mijn verlangen naar zingeving zocht ik een gemeenschap om in te participeren (R3).
- Ik wilde me voeden en persoonlijke en aansprekende geloofstaal vinden (R5).
- Ik wilde compact en concreter kunnen duiden wat ik over God dacht (R5).

Nieuwsgierigheid / belangstelling:

- De remonstranten leken me interessant (R7) / ik wilde meer over hen te weten komen (R2).
- Ik was geïnteresseerd in de lezing die ik bezocht en de spreker die de lezing hield (R8, 9).
- Ik ging gewoon eens langs op uitnodiging / advies van een vriend / kennis (R3, 6, 9).

De respondenten noemen de volgende motieven voor hun toetreding als lid of vriend:

Goed gevoel:

- Ik voelde me thuis / goed binnen de gemeenschap (R2).
- Het voelde na mijn eerste kennismaking gelijk helemaal goed (R9).

Verantwoordelijkheid voor de gemeenschap en haar voortbestaan in daad en gebaar:

- Ik vond alleen deelnemen zonder me formeel te binden te vrijblijvend (R2, 6).
- Ik wilde niet alleen consumptief wat halen (R6).
- Ik wilde me verantwoordelijk voelen, dingen voor de gemeenschap doen / bijdragen (R3, 8).
- Ik wilde een tegenreactie geven op de leegloop van de kerken (R6).
- Ik wilde de organisatie / groep ondersteunen (R8) en mijn steun betuigen (R6).
- Ik wil dat remonstrantse / vrijzinnige geloofsgemeenschappen blijven bestaan (R5, 8, 9).

Het verlangen ergens bij te horen:

- Een gevoel van: ik kan niet niets zijn en moet me ergens bij aansluiten (R4).
- De overtuiging dat ik zelf iets moest doen om me ergens bij aan te sluiten (R5).

Herkenning en aansluiting:

- Ik kon me vinden in de remonstrantse beginselen en belijdenis en vond deze mooi (R1, 2, 6).
- Het gedachtegoed paste bij mij (R8).
- Ik herkende me in het geloof van de predikant (R7) en de andere deelnemers (R8).
- Wat ik zei, kwam naar mijn gevoel goed aan (R8).

Aantrekkelijke activiteiten:

- Ik vond de lezingen en kerkdiensten mooi / interessant (R7).
- De vorm van de vieringen (R1) en het behandelen van de wezenlijke dingen daarin (R8).

Open sfeer en betrokken gemeenschap:

- De sfeer, steun, persoonlijke aandacht, gemeenschap (R1) en verbondenheid (R8).
- De openheid naar mijn / ieders gedachten en naar andere religies (R2).
- De houding "geloof begint bij jou" (R2).
- Het niet-dogmatische / niet "zo zit het" en de bereidheid om van elkaar te leren (R2).

Persoonlijke nieuwsgierigheid / interesse:

- Ik was geprikkeld door de campagne (R5).
- Ik wilde me verdiepen in het christendom (R7).

Autobiografische motieven:

- Ik zocht steun voor mijn persoonlijke situatie (R1).
- De geschiedenis van mijn ouders en mijn achtergrond (R4).

Extrinsieke / negatieve motieven:

- Ik vond dat lid worden erbij hoorde: wie A zegt, moet ook B zeggen (R2).
- Na mijn kennismaking met de geloofsgemeenschap werd er flink aan me getrokken (R7).
- Ik zou niet weten waar ik me anders bij aan zou moeten sluiten (R5).

5.4 Categorisering van de genoemde verwachtingen

De respondenten noemden de volgende verwachtingen van de geloofsgemeenschap:

Maatschappelijk engagement en activisme:

- De mogelijkheid mee te helpen aan het actief zijn van een maatschappelijk betrokken en naar buiten gerichte geloofsgemeenschap (R1).
- De ruimte om iets te doen en in de stad iets uit te dragen / te laten horen van mijn geloofsinspiratie (R1).
- Activisme, bijvoorbeeld voor vrede en het milieu (R4).
- Een actuele en sociaal-maatschappelijk georiënteerde lezing van de bijbel (R5).

Open gesprekken:

- Het openstaan voor jouw gedachtegang en wat jou beweegt (R2).
- Mogelijkheden tot discussie in plaats van het verkondigen van dogma's (R2).
- Ruimte voor uitwisseling, gesprek, verdieping en het gezamenlijk ontdekken (R3).

Aansluiting op het gebied van levensbeschouwing en zingeving:

- De nadruk op waarden als openheid, tolerantie, vrijheid, vrede en verantwoordelijkheid, die voor mij belangrijk zijn (R4).
- De aanwezigheid van een geloof dat bij me zou passen (R7).
- Een taalveld dat aansluit bij wat ik voel en waar ik sta (R5).
- Bezinning op de waarde van bijbelteksten om het leven van nu vol te houden (R5).

Een zware, intellectuele geitenwollensokkenkerk:

- Ik was bang dat de remonstranten zwaar zouden zijn (R6).
- Mijn beeld van de remonstranten was een links-liberale geitenwollensokkenkerk (R6).
- Ik was een beetje bang voor het intellectuele en vreesde dat ik het niet zou bijbenen (R7).

Blanco:

- Ik had (helemaal) geen verwachtingen van de remonstranten (R6, 8, 9).

5.5 Eerste indruk en ervaringen binnen de geloofsgemeenschappen

De respondenten typeren hun eerste indruk van hun geloofsgemeenschap als volgt:

Een open sfeer en vriendelijke houding:

- Een prettige sfeer (R1), open (R3, 5), gastvrij (R3), vriendelijk, gezellig, toegankelijk, (R5), ruimte en respect, niet-dogmatisch (R8).
- Ik vond het fijn / plezierig binnen de gemeenschap (R4).
- Een open en positieve houding (naar elkaar toe) (R1, 2), de mensen zijn leuk en lief, helpen me goed (R7), warm, hartelijk, geïnteresseerd in mij, stapten op me af (R6), positief, benaderbaar (R8).
- Ik kon met de predikant en mensen binnen de gemeente spreken als met vrienden (R9).
- Een betrokken gemeenschap door diaconale initiatieven (R1).
- Ik bleek veel mensen binnen de geloofsgemeenschap al van elders te kennen (R9).

Een uitnodigende houding richting nieuwkomers:

- De mensen waren - zeker de eerste paar keer - hartelijk en toeschietelijk (R5).
- Ik voelde me welkom (R5).
- De belangstellende en uitnodigende houding van de predikant (R2).

Vrijheid en ruimte:

- Ruimte om te geloven wat en zoals ik geloof (R9).
- De uitwisseling en de bespreekbaarheid en bediscussieerbaarheid van dingen (R3).
- De breedte en de vrijheid van denken (R8).

Een sobere liturgie:

- Een andere liturgie dan binnen de rooms-katholieke kerk (R2).
- De remonstranten houden niet van toeters en bellen (R7).

De volgende zaken spraken de respondenten aan:

Aandacht en ruimte:

- De aandacht voor ieder als persoon (R1, 3), de gastvrijheid (R3) en de hartelijkheid (R5).
- De belangstelling voor wat ik belangrijk vind (R2).
- De ruimte voor iedereen om te zeggen wat hij of zij vindt en gelooft (R8).

Goede gesprekken:

- De contacten en leuke gesprekken, onder andere bij de koffie na de diensten (R4).
- De intensieve en goede gesprekken over levensbeschouwing (R8).
- Ik ontmoette in de kerk bekenden van me uit de buurt (R2).

Omgang met elkaar:

- De gemeenschap, de open houding (R2), de prettige sfeer (R2) en de vrijheid (R9).
- De uitnodigende houding: ik mocht gaan zitten en mocht ervaren hoe het voor mij was (R5).
- Ik mocht er gewoon zijn en mocht me aansluiten zonder dat ik me voor iets hoefde te verantwoorden (R5).
- De geëxpliciteerde vrijheid om zelf te kiezen of en wanneer ik naar de kerk wilde gaan (R9).
- De bereidheid om waar nodig te helpen en in te springen (R1).

Een prettige liturgie:

- De viering van het avondmaal en het ontbreken van de schuldbelijdenis (R2).
- De traditionele vorm en de moderne inhoud spreken me aan (R6).
- De persoon en de wijze van voorgaan van de predikant (R6).
- Fantastische preken met ongebruikelijke manieren om het geloof anno 2017 te duiden (R6).
- Er wordt actueel en gepassioneerd gepreekt (R6).
- De predikant spreekt vanuit haar perspectief en niet vanuit een universeel denken (R8).
- De oecumenische samenwerking (R2, 3) en de openheid naar andere religies (R2).
- Veel remonstrantse predikanten kiezen een zijspoor en zitten op de boeddhistische lijn (R8).
- De diensten zijn geen mantra, die telkens worden herhaald (R6).
- De aanwezigheid van kinderen in de dienst als teken van verjonging (R5).

De volgende zaken spraken de geïnterviewden minder aan:

Omgang met elkaar en samenwerking:

- Ik moest wennen aan de grapjes over het geloof, die ik inmiddels wel prettig vind (R1).
- Aanvankelijk moest ik wennen aan de doopsgezinde-remonstrantse samenwerking (R2).
- De hooghartigheid en afstandelijkheid richting mij van de mensen die ik ontmoette (R7).

Een traditionele liturgie:

- Het traditioneel-christelijke karakter van de gemeenschap en de formele liturgie (R4).
- Het stappen in een traditie en de vorm van de christelijke liturgie, die een gewoonte kan worden (R8).
- De liederen met traditionele teksten (R4) en een traag tempo (R5).
- Het louter putten uit de christelijke traditie en niet uit andere bronnen (R4).
- De gedeelde politieke opvattingen schuren soms met mijn eigen politieke visie (R6).
- De kerkdiensten op zondagmorgen en het zitten in de kerkbanken (R9).

5.6 De visie op de kerkdiensten

De geïnterviewden zeggen het volgende over hun visie op de kerkdiensten:

Eigenheid en gevoel:

- De diensten zijn direct (R1).
- Ik kom graag naar de kerkdiensten (R2): ze zijn plezierig (R6), meestal heel goed (R7), waardevol en herkenbaar (R9).
- Ik heb moeite met vorm en kom vooral voor de inhoud (R8).
- Mijn ervaring van de diensten hangt af van mijn eigen stemming en van de voorganger (R3).
- De vrijheid tijdens de diensten en het koffiedrinken na afloop vind ik prettig (R9).
- Diensten hoeven niet te goed in elkaar te zitten: ik geniet van wat niet perfect loopt (R9).

Preek:

- De preek moet ergens over gaan, inspireren en uit het hart komen (R2).
- De preken zijn over het algemeen goed (R4), echt en inspirerend (R7).
- Mooi dat in de preken dingen in een bredere context worden geplaatst (R8).
- Ik vind het mooi als iemand bijna gedurfd iets anders doet dan hoe het normaal gaat (R8).
- De remonstrantse preken zijn hoofdwerk: ze zijn doordacht, maar raken me niet (R5).
- Preken van gastvoorgangers roepen bij mij soms weerstand op door de andere inhoud (R9).

Liederen:

- De liederen zijn vaak traag en vrolijke liederen klinken niet blij (R5).
- Het samen zingen van liederen van Huub Oosterhuis zijn hoogtepunten voor mij (R5).
- Het lied voor de kinderen en de samenwerking met de jonge musici vind ik erg mooi (R5).
- De liederen (R7, 9) en de muzikale begeleiding door gemeenteleden vind ik erg mooi (R7).
- We hebben twee enthousiaste organisten, die voor een goede sfeer zorgen (R8).
- Ik ben enthousiast over de herkenbare en goed zingbare traditionele liederen (R6).
- De remonstranten zijn gelukkig niet geforceerd modern (R6).

5.7 Wat zeggen de geïnterviewden over hoe hun verwachtingen passen bij wat ze in de geloofsgemeenschappen vinden?

De meeste geïnterviewden geven aan dat hun verwachtingen grotendeels overeenkomen met wat ze in hun geloofsgemeenschap hebben gezien en ervaren. Zo heeft men de verwachte openheid naar elkaar (R1) en naar buiten (R2) gevonden evenals ruimte, aandacht en steun (R1). Ook de verwachtingen van het betrokken zijn op elkaar (R2), goede preken, gezelligheid, goede bijeenkomsten en een geloof dat aansluit bij het eigen geloof (R7) zijn uitgekomen. R4 had binnen de gemeenschap meer maatschappelijke betrokkenheid en activisme verwacht dan hij heeft aangetroffen. R5 heeft de verwachte manier van bijbel lezen en de moderne taal binnen de geloofsgemeenschap gevonden, maar het traditioneel christelijke godsbeeld wordt naar haar gevoel minder ter discussie gesteld dan zij van tevoren had gedacht. De door R5 verwachte ruimte om te komen en te ontdekken wat je zou willen halen is uitgekomen, maar de openheid zorgt voor haar gevoel ook voor een zo grote vrijblijvendheid dat er geen verbinding ontstaat. R6 heeft ervaren dat zijn beeld dat de Remonstrantse Broederschap een geitenwollensokkenkerk is, niet klopt. Het is zijns inziens wel een enigszins elitaire kerk voor intellectuelen, maar hij zegt dit in principe prima te vinden, omdat je hier dan gelijkgestemden ontmoet. R3 waardeerde dat er met een bijeenkomst over de ziekenzalving binnen de geloofsgemeenschap meer ruimte was voor rituelen dan zij had verwacht. R9 geeft aan dat ze bij de remonstranten veel meer heeft gevonden dan waar ze van tevoren op had gerekend en zegt dat ze met de remonstranten echt een schat heeft ontdekt.

5.8 Verband tussen motieven, verwachtingen en de deelname aan activiteiten

De respondenten die aangaven dat ze wilden bijdragen aan de geloofsgemeenschap en haar voortbestaan, geven aan dat hun participatie aan activiteiten ook op dit motief gericht is (R1, 6, 8, 9). De mensen die zochten naar openheid, uitwisseling en ruimte voor gesprekken, vinden deze zaken in de activiteiten waaraan ze deelnemen, zoals de gesprekskringen en het koffiedrinken na de diensten (R2, 3). Het motief om verdieping te vinden en kennis op te doen sluit ook aan bij de lezingen en de kringen waaraan mensen deelnemen (R3, 7). Voor sommige geïnterviewden is de aard van de activiteiten minder belangrijk en gaat het er vooral om of in die activiteiten bepaalde waarden naar voren komen (R4, 8).

Met betrekking tot het verband tussen de verwachtingen van de remonstranten en de deelname aan activiteiten stelt R1 dat ze door haar activiteiten voor vluchtelingen, die ze binnen de geloofsgemeenschap organiseert, bezig kan zijn met groepen die in de verdrukking raken. Hoewel R4 minder sociaal activisme heeft gevonden dan hij had gehoopt, gaat het binnen de activiteiten waaraan hij deelneemt wel over de waarden die hij belangrijk vindt. R7 stelt dat ze graag naar de kerkdiensten gaat, omdat ze hier iets over het soort geloof hoort dat bij haar past en waar ze naar op zoek was. R2 en R5 stellen dat ze aan te weinig activiteiten hebben deelgenomen om iets te kunnen zeggen over het verband tussen hun verwachtingen en hun deelname aan activiteiten. R6, R8 en R9 kunnen de vraag niet beantwoorden, omdat ze zeggen dat ze van tevoren geen verwachtingen hadden.

5.9 Kritische noties en suggesties van de respondenten

Onder de geïnterviewden leven de volgende kritische noties ten aanzien van wat zij bij de remonstranten aantreffen:

- Er zijn weinig mensen beschikbaar voor de kerkenraad en andere functies (R1).
- De muziek, die mij niet raakt, is voor mij een reden om weg te blijven uit de diensten (R5).
- Door de onregelmatige kerkgang wordt de kennismaking met mensen vertraagd (R5).
- Doordat veel activiteiten overdag zijn, lijkt het aanbod gericht te zijn op ouderen (R5).
- Er wordt wel eens over politiek gepreekt, terwijl dat hier mijns inziens niet thuishoort (R6).
- Het lijkt soms of remonstranten het allemaal wel erg met elkaar eens zijn (R7).
- De traditie vind ik best ingewikkeld (R9).

De geïnterviewden noemen de volgende suggesties voor de remonstranten:

Aanbod:

- Schep de mogelijkheid om een kaarsje aan te steken, zoals in de katholieke kerk (R2).
- Besteed naast het religieuze ook aandacht aan muziek en literatuur (R4).
- Zorg voor een gevarieerde planning, zodat werkenden ook mee kunnen doen (R5).

Contact binnen de geloofsgemeenschap:

- Zorg dat je nieuwkomers zoekt en naast bekenden ook met buitenstaanders praat (R4).
- Schep niet op over wat je gedaan hebt en geef niet te veel af op orthodoxe organisaties (R7).

Presentatie van het aanbod:

- Zorg voor een professionele website, omdat je daarmee jongeren aantrekt (R6).
- Zorg voor een goede presentie op Facebook (R9).
- Ga door met de campagne en laat blijvend van je horen (R3).

De vorm van kerkdiensten en liturgie:

- Zoek een balans tussen losheid en vertrouwdheid of vastigheid in de vorm en liturgie (R8).
- Geef mensen meer ruimte om tijdens een dienst te doen wat in hen opkomt (R9).
- Maak gebruik van nieuwe vormen en wijk soms af van de traditie (R9).
- Zorg - ook in de opleiding - dat predikanten niet te veel in de vorm gaan zitten (R8).
- Zorg naast nieuwe taal ook voor nieuwe beelden (R5).
- Zorg dat vrolijke liederen vrolijk worden uitgevoerd en zing uit verschillende bundels (R5).
- Doe in een dienst eens iets met modern ballet op een manier die aansluit bij het thema (R7).

Overige suggesties:

- Betrek jongeren bij de kerk door hen te helpen bij het organiseren van waar zij naar op zoek zijn. Vraag hen wat zij nodig hebben en breng ouderen en jongeren bij elkaar (R1).
- De remonstranten mogen meer maatschappelijk betrokken en minder traditioneel zijn (R4).
- Uitwisselingen tussen gemeenten zijn positief (R8).

5.10 Visie op en invloed van de remonstrantse vriendenwerfcampagne

De meeste respondenten hebben de posters van de reclamecampagne gezien. R1 en R5 hebben ook de radiospotjes van de remonstranten gehoord. Daarnaast noemen de geïnterviewden de uitzendingen van "het Vermoeden" met Joost Röselaers en Jaap Marinus (R2, 8), de kaarten van het Landelijk Bureau (R2) en "Goddeeltjes" (R2, 5) als door hen opgemerkte campagnemiddelen. De respondenten vonden de campagne positief. Ze vonden dat de remonstranten met de campagne op een goede manier in de belangstelling kwamen en dat ze de PR op een goede wijze hadden ingezet (R1). De campagne wordt beschouwd als een goede manier om als geloofsgemeenschap van je te laten horen, te laten zien waar je voor staat en mensen uit te nodigen om langs te komen (R3). De campagne zet aan tot nadenken en geeft een ander beeld van de kerk dan veel mensen zullen hebben (R6). R5 vond de campagne uitdagend en prikkelend, omdat de reclame-uitingen appelleerden aan iets wat ze wilde weten of horen of wat ze vond. R5 en R9 vonden vooral de aandacht voor homoseksuelen in de campagne positief. R7 vond de campagne-uitingen soms wat grof, maar zag wel het belang van de campagne om jongeren aan te trekken. De respondenten vinden dat het beeld van de remonstranten, dat in de campagne wordt neergezet, goed past bij wat zij in de geloofsgemeenschappen hebben gezien en ervaren.

5.11 Vergelijking van de interviewopbrengst uit de drie gemeenten

In de antwoorden op de vragen zijn geen grote verschillen te zien tussen respondenten uit de drie gemeenten. Het aantal respondenten is zo klein dat individuele verschillen moeilijk geduid kunnen worden als typisch voor een bepaalde gemeente. De grootte en locatie van de drie gemeenten lijkt op basis van de gegeven antwoorden geen duidelijke invloed te hebben op de wijze waarop de respondenten de activiteiten, de kerkdiensten en de sfeer binnen de gemeente beleven. De persoon van de predikant lijkt wel een stempel te drukken op de beleving van de geïnterviewden. Bij het bekijken van de antwoorden van de geïnterviewden van de doopsgezinde-remonstrantse gemeente Hoorn valt op dat deze gemeente meer maatschappelijk betrokken lijkt te zijn en meer oecumenische samenwerking zoekt dan de andere twee gemeenten. Een lijn in de reacties van de Leidse respondenten is dat de kerkdiensten als tamelijk traditioneel worden ervaren en dat de remonstrantse preken van hoog niveau zijn. In Leiden wordt een duidelijk onderscheid gerapporteerd tussen de doopsgezinde en de remonstrantse kerkdiensten en tussen de doopsgezinde en remonstrantse leden en vrienden, terwijl Hoornse respondenten het moeilijk vinden om de verschillen tussen doopsgezinden en remonstranten en het typisch remonstrantse te benoemen. Tot slot is opmerkelijk dat de Hoornse geïnterviewden eerder waren aangesloten bij *mainline* kerken, de geïnterviewden uit Leiden van huis uit vrijzinnig christelijk zijn en de respondenten in Schoonhoven in een orthodox-christelijk milieu zijn opgegroeid. Mogelijk heeft dit te maken met de geografische locatie van de geloofsgemeenschappen en het kerkelijke landschap in die plaatsen.

6 Conclusie, beantwoording onderzoeksvraag en discussie

In dit laatste hoofdstuk van de scriptie zullen de empirische data uit het vorige hoofdstuk worden verbonden met het theoretisch kader uit hoofdstuk 2 en 3. Vervolgens zullen de hoofdvraag en subvragen van het onderzoek worden beantwoord. Tot besluit zijn in de discussie enkele kanttekeningen bij het onderzoek en aanbevelingen voor toekomstig onderzoek opgenomen.

6.1 Verbinding theoretisch kader en empirische data

Hieronder zullen de verschillende thema's uit het theoretisch kader worden verbonden met een analyse van de verzamelde data.

6.1.1 Religieuze trends

Bij de analyse van het empirisch materiaal valt op dat de drie trends van de actuele religiositeit in Nederland in de antwoorden van de geïnterviewden zijn terug te vinden. Als het gaat om de individualisering, geven de respondenten met name het belang aan van ruimte om te zoeken naar een eigen vorm van levensbeschouwing gevormd uit verschillende bronnen en het vinden van eigen woorden voor wat men gelooft. Men zoekt naar een vrijheid in vorm en inhoud en waardeert de pluriformiteit binnen de gemeenschap. De meeste respondenten voelen zich thuis binnen de (doopsgezinde-)remonstrantse geloofsgemeenschappen, maar in de antwoorden van twee geïnterviewden is het in de literatuur beschreven fenomeen van rusteloos blijven zoeken naar een geschikte geloofsgemeenschap terug te zien.

De informalisering is terug te zien in het verlangen van mensen om door onderlinge uitwisseling tot een bepaalde overtuiging te komen in plaats van door de autoriteit van de voorganger, de bijbel of de traditie. Ook zoekt men naar een flexibele binding: men wil zelf bepalen wanneer men komt en aan welke activiteiten men wil deelnemen. De meeste respondenten hebben de voorkeur gegeven aan vriend worden boven het lidmaatschap, omdat ze verwachten dat deze vorm van binding een grotere vrijheid met zich meebrengt en omdat ze eerst willen kijken of de gemeenschap wel echt iets voor hen is.

Op grond van de interviews lijkt de ervaringsdimensie binnen het remonstrantse aanbod niet zo nadrukkelijk aanwezig te zijn. Op enkele belevingsgerichte uitzonderingen na, zoals de paaswake, de vespers, het gezamenlijk zingen van liederen en de ziekenzalving, lijkt het aanbod van de remonstranten vooral een rationeel en cognitief karakter te hebben. De preken worden als inspirerend omschreven, maar zijn volgens een respondent ook vooral hoofdwerk. Hoewel de remonstranten door de geïnterviewden worden getypeerd als intellectueel, blijkt uit de suggesties van de respondenten dat er wel behoefte is aan aandacht voor de ervaringscomponent, zoals de mogelijkheid tot het aansteken van een kaarsje en het zingen van liederen op een manier die meer tot het hart spreekt.

Slechts bij één respondent zijn in de antwoorden elementen terug te vinden die kenmerkend zijn voor de nieuwe spiritualiteit, hoewel de bijeenkomsten rond het boek "Een cursus in wonderen" hier ook mee in verband gebracht kunnen worden. De meeste geïnterviewden duiden hun levensbeschouwelijke visie in open, vrijzinnig-christelijke taal. De toegenomen horizontale transcendentie is niet direct terug te zien in de interviews, hoewel een aantal respondenten wel het belang van maatschappelijke betrokkenheid benadrukt.

6.1.2 Motieven voor en wijze van kerkelijke participatie

In lijn met wat in het theoretisch kader is gesteld over actuele participatie binnen kerken en verenigingen komen de participatie- en toetredingsmotieven van de respondenten voort uit individuele voordelen en het meewerken aan de collectieve belangen en het "maatschappelijk nut" van de kerk. Motieven die gekoppeld zijn aan individuele voordelen, zijn onder andere interessante en inspirerende activiteiten, de mogelijkheid tot gesprekken en uitwisseling, persoonlijke aandacht en steun voor de eigen situatie en het vinden van passende geloofstaal. De genoemde collectieve belangen zijn maatschappelijke betrokkenheid, sociaal activisme, vanuit geloofsinspiratie iets voor de samenleving betekenen en een vrijzinnig geluid laten horen in de samenleving. Waar de participatie binnen verenigingen in toenemende mate wordt bepaald door materiële voordelen en de toename van status, spelen deze voordelen geen rol in de door de respondenten gerapporteerde motieven. Veel respondenten noemen zelfs onbaatzuchtige motieven: ze willen bijdragen aan de organisatie en haar doelen, ook zonder hier zelf direct de vruchten van te plukken. Ze vinden het belangrijk om niet alleen iets bij de gemeenschap te halen en te consumeren, maar ook zelf iets bij te dragen. De in de literatuur genoemde constatering dat veel mensen zich bij een organisatie aansluiten vanwege hun persoonlijke fascinatie of voorkeuren lijkt ook van toepassing te zijn op de geïnterviewden. De opmerking uit de literatuur dat kerken steeds minder de rol van volkskerk hebben, wordt ondersteund door de visie van de geïnterviewden dat de remonstranten een kleine groep van vrijzinnige intellectuelen trekken. Van de motieven voor kerkelijke participatie die in de literatuur worden genoemd, rapporteren de geïnterviewden vooral de zoektocht naar zingeving en het verlangen onderdeel te zijn van een passende, ondogmatische geloofsgemeenschap. De verwachting dat men voor de gemeenschap kiest vanwege de liturgische vormen en de inhoud en vorm van de preek, wordt voor een deel ondersteund door de interviewopbrengst. Sommige mensen worden aangesproken door de liturgie en de preek, terwijl anderen juist moeite hebben met de traditionele liturgie of de academische of doordachte preken.

6.1.3 Uitdagingen en suggesties

In het theoretisch kader zijn enkele aan algemene ecclesiologische literatuur en remonstrantse bronnen ontleende uitdagingen voor de remonstranten genoemd, zowel met betrekking tot de organisatie als met betrekking tot het aanbod. Deze uitdagingen zullen hier worden uitgewerkt en worden verbonden aan de uitdagingen die de geïnterviewden noemen.

Het opstellen van een heldere visie en een concreet plan van aanpak

De eerste uitdaging voor de Remonstrantse Broederschap is het onder woorden brengen van haar identiteit, haar boodschap, de wijze waarop zij deze wil uitdragen en de doelen die ze daarbij nastreeft.¹¹⁵ Een heldere, inspirerende en geleefde visie maakt de kerk aantrekkelijk en relevant.¹¹⁶ Zij helpt om prioriteiten aan te brengen en geeft richting, eenheid en samenhang.¹¹⁷ De geïnterviewden doen geen aanbeveling om een nieuwe visie op te stellen of de huidige visie te herzien. Zij doen wel andere aanbevelingen die een herziening van de visie- en beleidsdocumenten van de remonstranten wenselijk zouden maken.

De kerk maken tot een vrijzinnige plaats van (identiteits)vorming, verdieping en zingeving

De Remonstrantse Broederschap zou mensen kunnen faciliteren bij de vorming van hun identiteit.¹¹⁸ Aandacht voor zingeving en thema's als vrijheid en levensvragen zou de remonstranten kunnen helpen om hun kerkgenootschap weg te halen uit het frame van dogma's, angst en dwang.¹¹⁹ Ook deze uitdaging is niet als zodanig terug te vinden in de antwoorden van de geïnterviewden, omdat zij van mening zijn dat de gemeenten de in hun ogen belangrijke rol van aanbieder van vorming en zingeving al voldoende innemen.

Verandering van de vorm van kerkelijke participatie

De remonstranten zouden een vorm van participatie en betrokkenheid kunnen organiseren die een flexibel of pop-up karakter heeft.¹²⁰ Met de mogelijkheid voor netwerkachtige participatie zouden de remonstranten tegemoet kunnen komen aan het verlangen naar korte en persoonlijke momenten van zingeving en losse verbanden.¹²¹ Verschillende respondenten geven aan dat zij het belangrijk vinden om de vrijheid te hebben om zelf te bepalen wanneer ze participeren. Deze vrijheid ervaren zij ook binnen de gemeenten. Een van de respondenten is kritisch over de grote vrijheid, omdat die tot vrijblijvendheid en een vertraging van de kennismaking met gemeenteleden leidt.

¹¹⁵ Dicou & Klijsma, 2001, p. 36.

¹¹⁶ Brouwer et al., 2007, p. 185; Plaisier, 2016, p. 112; Dekker, 2011, p. 189; Putter & Vijgen, 2010, p. 45; Boogaard, 2015, p. 3.

¹¹⁷ Hendriks, 2010, p. 45.

¹¹⁸ Peters, 2013a, p. 6.

¹¹⁹ Hendriks, 2013, p. 6; Jobsen & Metaal, 2014, p. 13.

¹²⁰ Dicou & Klijsma, 2001, p. 23; Nissen, 2013, p. 5; Plaisier, 2016, p. 113-114.

¹²¹ Heitink, 2007, p. 352; Jobsen & Metaal, 2014, p. 13; Stoppels, 2013, p. 12-13.

Uitbreiding en versterking van het aanbod met nieuwe vormen

De remonstranten zouden er goed aan doen om meer dynamische en flexibele kerkvormen te ontwikkelen.¹²² De remonstrantse gemeenten zouden naast hun traditionele aanbod ook nieuwe inspirerende initiatieven kunnen ontwikkelen en zouden met elkaar moeten uitwisselen welke activiteiten in de praktijk succesvol zijn gebleken.¹²³ Deze uitdaging kwam in de interviews met verschillende respondenten terug. Zij pleiten voor vernieuwing en variatie in de liturgie, zoals het zingen van minder traditionele liederen, het putten uit verschillende, ook niet-christelijke bronnen, het aandacht schenken aan muziek en literatuur en het gebruikmaken van nieuwe elementen, zoals ballet. Ook zouden vormen uit andere tradities overgenomen kunnen worden. Zo geeft een respondent aan dat hij meer ruimte voor ritualiteit en de mogelijkheid om een kaarsje aan te steken zou waarderen. De respondenten raden de remonstranten aan om bij de vormgeving van de kerkdiensten zowel rekening te houden met mensen die op zoek zijn naar nieuwe vormen als mensen die hechten aan vertrouwde vormen. Ten slotte geeft een respondent aan dat het belangrijk is dat er in kerkdiensten meer ruimte komt voor improvisatie. Deelnemers zouden meer vrijheid moeten krijgen om te doen wat spontaan in hen opkomt, bijvoorbeeld het voordragen van een gedicht.

Het bieden van ruimte voor ervaring en beleving

Het aanbod van de remonstranten moet niet alleen een cognitief karakter hebben, maar moet ook inspelen op de toegenomen behoefte aan beleving, emotionaliteit en ervaring.¹²⁴ Vooral voor protestantse kerken is dit een uitdaging, omdat hun traditie een rationeel en verbaal karakter heeft gekregen en veel zinzoekers daardoor minder aanspreekt.¹²⁵ De hierboven genoemde aanbeveling van een geïnterviewde om meer te doen met rituelen en de aanbeveling van een respondent om preken niet alleen hoofdwerk te laten zijn en liederen te zingen op een wijze die past bij de inhoud van het lied, sluiten bij deze uitdaging aan. Er zijn echter ook respondenten die binnen de kerk juist cognitieve verdieping zoeken en het intellectuele aspect belangrijker vinden dan de persoonlijke beleving. De respondenten doen geen aanbevelingen voor het organiseren van ervaringsgerichte activiteiten.

Zorgen voor duidelijke communicatie van het aanbod

De Remonstrantse Broederschap moet geloven in het succes van haar "product" en moet dit ook uitstralen.¹²⁶ Ze dient haar aanbod duidelijk en in begrijpelijke taal te communiceren, zodat geïnteresseerden weten wat de broederschap hen kan bieden.¹²⁷ Marketing kan hier een goed middel voor zijn.¹²⁸ De remonstrantse gemeenten moeten open, laagdrempelig en gastvrij zijn, zodat mensen die normaal niet naar de kerk komen eens een dienst bezoeken.¹²⁹ In de interviews wordt het belang van een duidelijke communicatie van het aanbod onderschreven. De geïnterviewden vinden het belangrijk dat de remonstranten laten zien wat zij in huis hebben. In de interviews wordt gewezen op het belang van de aanwezigheid van de remonstranten op sociale media en een professionele website voor de gemeenten.

¹²² Nissen, 2013, p. 5.

¹²³ Van Koppen, 2013a, p. 11; Peters, 2013b, p. 11.

¹²⁴ Heitink, 2007, p. 354; Goud, 2000, p. 16.

¹²⁵ Dekker, 2011; Jobsen & Metaal, 2014, p. 27.

¹²⁶ Dicou & Klijsma, 2001, p. 1.

¹²⁷ Jobsen & Metaal, 2014, p. 27.

¹²⁸ Pollefeyt, 2007, p. 12; Sengers, 2006, p. 42.

¹²⁹ Sieverink, 2013b, p. 10; Van Esveld, 2013, p. 9.

Uitbesteden en samenwerken

Om een goed aanbod te kunnen blijven verzorgen met de inzet van een vrij kleine groep vrijwilligers, zullen remonstrantse kerkenraden taken en activiteiten moeten uitbesteden en zullen zij moeten samenwerken met kerken in de buurt.¹³⁰ Deze uitdaging komt niet naar voren in de interviews. Een van de respondenten geeft aan dat men binnen de geloofsgemeenschap bereid is om elkaar te helpen, zodat taken wel uitgevoerd worden. Het probleem van beperkte menskracht wordt door de geïnterviewden onderkend. Voor een aantal van hen is de ondersteuning van de kleine geloofsgemeenschap ook een motief geweest om toe te treden en taken op zich te nemen.

Het realiseren van een gerichtheid op de buitenwereld

De kerk moet zich naar buiten richten en zich rekenschap geven van haar zending en "cultuuroopdracht".¹³¹ In haar gerichtheid op en haar beweging naar buiten moet de kerk de dialoog aangaan met andere stromingen en tradities.¹³² De uitgedragen boodschap moet gecontextualiseerd, geloofwaardig en relevant zijn en dient de afstand tussen kerk en wereld, geloof en leven en evangelie en context te verkleinen.¹³³ Twee respondenten geven aan dat zij het belangrijk vinden dat de kerk vanuit de eigen inspiratie betekenisvol aanwezig is in haar omgeving en in gesprek gaat met buitenstaanders.

De versterking van de maatschappelijke rol en zichtbaarheid van de kerk

Het zou goed zijn als de broederschap haar maatschappelijke rol en functie versterkt.¹³⁴ De remonstranten mogen in de samenleving een tegengeluid laten horen en moeten, zeker waar de menselijkheid in het geding komt,¹³⁵ argumenten in het maatschappelijk debat naar voren brengen die anders onderbelicht blijven.¹³⁶ De remonstranten dienen hun zichtbaarheid in de samenleving te bevorderen.¹³⁷ Ze kunnen missionair zijn met hun nadruk op vrijzinnigheid, zodat bepaalde thema's met de remonstranten geassocieerd gaan worden.¹³⁸ De Remonstrantse Broederschap moet aanwezig zijn op internet,¹³⁹ maar moet ook de behoefte aan echte, fysieke ontmoetingen blijven vervullen.¹⁴⁰ Twee respondenten zijn van mening dat remonstrantse geloofsgemeenschappen maatschappelijk betrokken en activistisch moeten zijn. De geïnterviewden vinden de remonstrantse mediacampagne positief, omdat deze de zichtbaarheid van de Remonstrantse Broederschap vergroot en een instrument is om een stukje van de remonstrantse boodschap en identiteit uit te dragen. Aangezien enkele respondenten het optreden van Joost Röselaers en Jaap Marinus in "Het Vermoeden" waarderen, zou het voor remonstrants predikanten een uitdaging kunnen zijn om vaker op televisie te verschijnen.

¹³⁰ Dicou & Klijnsma, 2001, p. 3; Sieverink, 2013a, p. 8.

¹³¹ Algemene Vergadering van Bestuur van de Remonstrantse Broederschap, 2014, p. 42; Heitink, 2007, p. 351; Nissen, 2013, p. 4; Putter & Vijgen, 2010, p. 1.

¹³² Peters, 2013a, p. 7.

¹³³ Boogaard, 2015, p. 3.

¹³⁴ Hendriks, 2010, p. 18; Plaisier, 2016, p. 109-110.

¹³⁵ Hendriks, 2013, p. 7; Sieverink, 2013a, p. 8.

¹³⁶ Sieverink, 2013a, p. 8.

¹³⁷ Dicou & Klijnsma, 2001, p. 2.

¹³⁸ Peters, 2013a, p. 7.

¹³⁹ Van Koppen, 2013b, p. 16.

¹⁴⁰ Nissen, 2013, p. 5.

Werken aan de toegankelijkheid en begrijpelijkheid van de kerk en haar boodschap

Een volgende uitdaging is om de kloof tussen de kerk en de buitenwereld te verkleinen door concrete en algemeen begrijpelijke taal te spreken en nieuwe gebaren te ontwikkelen.¹⁴¹ De traditie kan worden ingezet om mensen van binnen en buiten de kerk met elkaar in gesprek te brengen en uit te dagen om na te denken en in actie te komen.¹⁴² De kerk zou blijvend moeten onderzoeken hoe de verwoording van haar identiteit door buitenstaanders wordt verstaan.¹⁴³ In de interviews is deze uitdaging niet terug te vinden. Hoewel de respondenten vinden dat de remonstranten in gesprek moeten treden met de haar omringende wereld, ervaren zij geen kloof tussen de kerk en de buitenwereld. Verschillende respondenten vinden het van belang dat in de preken ook niet-traditionele woorden en beelden worden gebruikt. Dit heeft echter te maken met hun eigen voorkeur en geloof en niet met de begrijpelijkheid voor buitenstaanders.

Investeren in jongerenwerk

Door de vergrijzing dienen remonstrantse gemeenten een goed jongerenbeleid te ontwikkelen en te investeren in jongerenwerk.¹⁴⁴ Doordat kinderen van remonstrantse ouders niet vanzelfsprekend naar de kerk blijven gaan, is het tevens van belang dat de remonstranten geïnteresseerden van buiten aan zich weten te binden.¹⁴⁵ De geïnterviewden onderschrijven het belang van jongerenwerk binnen de geloofsgemeenschappen. Zij adviseren de broederschap om jongeren te vragen waar zij behoefte aan hebben en wat zij hiervoor nodig hebben. Vervolgens zou het goed zijn als de kerk hen ondersteunt bij het opzetten van eigen initiatieven. De geïnterviewden noemen een moderne en professionele website en de mediacampagne als middelen waarmee jongeren kunnen worden aangetrokken.

Aandacht besteden aan de rol van de predikant

De rol en houding van de predikant verdienen aandacht als het gaat om de revitalisering en vernieuwing van geloofsgemeenschappen.¹⁴⁶ De predikanten moeten een niet-kerkelijke taal spreken, dienen zich als vriend op te stellen en zouden hun diensten als (geestelijk) coach aan een breder publiek kunnen aanbieden.¹⁴⁷ Een van de geïnterviewden is van mening dat predikanten veel vrijheid moeten krijgen en dat in hun opleiding moet worden gezorgd dat zij niet te veel "in de vorm gaan zitten".

Zorgen voor een vraaggericht aanbod

De remonstranten zouden kunnen proberen meer vraaggericht te werken.¹⁴⁸ Ze zouden kunnen inspelen op het verlangen om iets aan een religieuze organisatie te hebben en zouden mensen kunnen uitdagen om te ervaren waar het om gaat.¹⁴⁹ Voor de respondenten lijkt het aanbod van de geloofsgemeenschappen al voldoende aan te sluiten bij hun vragen.

¹⁴¹ Nissen, 2013, p. 4; Algemene Vergadering van Bestuur van de Remonstrantse Broederschap, 2014, p. 41-42; Peters, 2013a, p. 7; Stoppels, 2013, p. 117-120.

Algemene Vergadering van Bestuur van de Remonstrantse Broederschap, 2014, p. 41-42.

¹⁴³ Jobsen & Metaal, 2014, p. 13.

¹⁴⁴ Heitink, 2007, p. 351.

¹⁴⁵ Dicou & Klijsma, 2001, p. 3.

¹⁴⁶ Brouwer et al., 2007, p. 193-194.

¹⁴⁷ Goud, 2000, p. 16-18; Van Koppen, 2013b, p. 16.

¹⁴⁸ Algemene Vergadering van Bestuur van de Remonstrantse Broederschap, 2014, p. 32.

¹⁴⁹ Sengers, 2006, p. 23.

Het aantrekkelijker maken van het aanbod

Het aantrekkelijker maken van het aanbod, zowel in inhoud als in vorm, is een uitdaging die niet in de literatuur is gevonden, maar wel door de geïnterviewden wordt genoemd. In het aanbod moet volgens een respondent niet alleen ruimte zijn voor het religieuze, maar ook voor muziek en literatuur. Voor mensen die werken is het volgens de geïnterviewden belangrijk dat bij het vormgeven van het aanbod wordt gezorgd voor een gevarieerde planning, zodat zij ook 's avonds of in het weekend aan activiteiten kunnen deelnemen.

Het werken aan een gastvrije houding

Tenslotte benadrukken de geïnterviewden het belang van een open en gastvrije houding van remonstrantse leden en vrienden, waarbij nieuwkomers actief worden opgezocht. De remonstranten moeten volgens een geïnterviewde niet te veel opscheppen over wat ze hebben gestudeerd om te zorgen dat ook mensen die minder hoogopgeleid zijn zich binnen de gemeenschappen thuis voelen. Deze uitdaging is niet gevonden in de literatuur.

6.1.4 De remonstrantse vriendenwerfcampagne

De geïnterviewden staan over het algemeen positief tegenover de remonstrantse vriendenwerfcampagne en vinden dat deze moet worden voortgezet. Ze zien de noodzaak van de actie en vinden de campagne-uitspraken aansprekend en prikkelend. Ook het optreden van remonstranten in de media, zoals in "Het Vermoeden", wordt goed beoordeeld. Geen van de geïnterviewden geeft aan dat reclame maken niet bij de kerk past. De respondenten vinden juist dat de remonstranten door de campagne goed onder de aandacht zijn gekomen. Volgens hen wordt in de campagne een vernieuwend en verrassend beeld van de kerk gegeven, waarmee haar imago kan veranderen. In de totale interviewopbrengst komen alle in paragraaf 3.3 genoemde karakteristieken terug van het beeld dat de remonstranten van zichzelf willen geven. De meeste geïnterviewden zijn te plaatsen binnen de primaire doelgroep van de remonstrantse vriendenwerfcampagne: het zijn mensen die zich niet meer thuis voelden in hun voormalige kerk en daarom na korte of langere tijd zijn overgestapt naar de (doopsgezinde-)remonstrantse gemeente. Een uitzondering vormen de twee respondenten die door een verhuizing of de opheffing van hun voormalige geloofsgemeenschap zijn overgestapt. Op een na zijn alle geïnterviewden 55-plus en hoger opgeleid.

6.2 Conclusie en beantwoording van de onderzoeksvraag

De centrale onderzoeksvraag van deze scriptie was welke toetredingsmotieven en verwachtingen mensen noemen die sinds de start van de remonstrantse vriendenwerfcampagne in 2014 lid of vriend zijn geworden van de remonstranten of vriend zijn geworden van een doopsgezinde-remonstrantse samenwerkingsgemeente en hoe deze motieven en verwachtingen aansluiten bij wat zij in de geloofsgemeenschappen aantreffen. Deze vraag is onderzocht langs theoretische en empirische weg. Op basis van de literatuur over religie en verenigingsparticipatie werd verwacht dat nieuwe leden en vrienden zich zouden aansluiten met het oog op individuele voordelen, de collectieve belangen die de geloofsgemeenschap nastreeft en het gevoel ergens bij te horen. Tevens werd verondersteld dat nieuwe toetreders bij de remonstranten een inspirerend en aantrekkelijk aanbod, gemeenschap en persoonlijke contacten en ruimte voor (geloofs)beleving zouden verwachten. Uit de interviews komt een grote diversiteit aan motieven en verwachtingen naar voren. De gerapporteerde motieven van de geïnterviewden zijn veelal verbonden met hun autobiografie, levensbeschouwelijke visie, sociale netwerk en persoonlijke interesses en voorkeuren.

De meeste respondenten zijn naar de (doopsgezinde-)remonstrantse gemeente gekomen, omdat ze een geloofsgemeenschap zochten waar ze zich beter thuis zouden voelen dan in hun voormalige kerk. Het ondogmatische en open karakter van de remonstranten en de belangstelling en betrokkenheid van de mensen binnen de gemeente sprak hen aan. De in de literatuur genoemde motieven voor toetreding om onderdeel van een gemeenschap te willen zijn, contact te hebben met gelijkgestemden en aansprekende en passende zingeving en geloofstaal te vinden zijn terug te zien in de interviews. Andere toetredingsmotieven die de respondenten noemen, zijn nieuwsgierigheid, het gevoel thuis te zijn binnen de gemeenschap, de prettige sfeer en de openheid naar andere ideeën.

Bij de analyse van de genoemde toetredingsmotieven valt op dat mensen niet alleen lid of vriend zijn geworden om wat de geloofsgemeenschap hen te bieden had, maar juist ook omdat zij iets wilden bijdragen aan de gemeenschap en haar voortbestaan. Enkele respondenten zeggen dat ze binnen de geloofsgemeenschappen zochten naar een flexibele en vrijblijvende vorm van binding en participatie, zoals op basis van de literatuur was verwacht. Opmerkelijk was dat er ook een respondent was die vond dat de losse binding en de niet frequente kerkgang van de vrienden en leden leidde tot zo'n sterke vrijblijvendheid dat dit de kennismaking met de mensen binnen de gemeente vertraagde.

De verwachtingen van de remonstranten die in de literatuur worden vermeld komen grotendeels overeen met de door de respondenten gerapporteerde verwachtingen. De geïnterviewden noemen enkele verwachtingen, die niet in de literatuur terug te vinden zijn. Opvallend is dat enkele respondenten bij de remonstranten een sterke maatschappelijke betrokkenheid en sociaal activisme hadden verwacht, terwijl sommige van hen dit niet daadwerkelijk in de geloofsgemeenschap hebben aangetroffen. Ook de verwachting van geïnterviewden dat men binnen de geloofsgemeenschap steun voor de persoonlijke situatie en persoonlijke en spirituele voeding zou krijgen om het leven vol te houden is in de literatuur niet genoemd. Tevens was op basis van het literatuuronderzoek niet verwacht dat er ook geïnterviewden zouden zijn die vooraf geen verwachtingen van de remonstranten hadden. De aanname vanuit de literatuur dat de respondenten in de geloofsgemeenschappen ruimte zouden verwachten voor ervaring en beleving is door de hen niet gerapporteerd.

Beantwoording van de subvragen

Hieronder worden de subvragen van het onderzoek kort beantwoord.

- Welke motieven en verwachtingen van nieuwe leden en vrienden komen overeen met de motieven en verwachtingen die in het onderzoek van Motivaction worden genoemd van mogelijke nieuwe doelgroepen voor de remonstranten?

Motieven die in de onderzoeksrapportage van Motivaction worden genoemd en terugkomen in de interviews zijn het verlangen naar een meer passende, vrijzinnige geloofsgemeenschap en naar zingeving en de waardering en herkenning van het remonstrantse gedachtegoed. Door de respondenten gerapporteerde verwachtingen die in lijn zijn met de verwachtingen uit het rapport van Motivaction zijn de open sfeer, ruimte voor gesprekken en verdieping en de nadruk op waarden als vrijheid, tolerantie en verantwoordelijkheid. De verwachting van de respondenten dat de remonstranten een intellectuele en elitaire groep zijn, past bij het door Motivaction beschreven beeld dat buitenstaanders van de remonstranten hebben.

- Wat zeggen nieuwe leden en vrienden over het verschil en de overeenkomst tussen het beeld dat zij van de remonstranten kregen door de reclamecampagne en het beeld dat zij hebben van de remonstrantse geloofsgemeenschap waar zij nu lid of vriend van zijn?

De respondenten zijn van mening dat het beeld dat de remonstranten in hun mediacampagne van zichzelf geven over het algemeen goed aansluit bij het beeld dat zij in de praktijk van de remonstranten hebben gekregen. Waar zij wel enkele verschillen rapporteren in hun verwachtingen en de ervaren praktijk, noemen zij geen discrepanties tussen hun verwachtingen op basis van de campagne en wat ze bij de geloofsgemeenschappen hebben ervaren. De niet uitgekomen verwachtingen, zoals de grote maatschappelijke betrokkenheid, het niet-traditioneel christelijke karakter van de gemeenschappen en de afwezigheid van een traditioneel godsbeeld, waren dus niet gebaseerd op de mediacampagne. Enkele respondenten gaven aan dat ze de vraag naar de verhouding tussen het in de campagne uitgedragen beeld en de ervaren praktijk wel lastig vonden. Meestal was de reden hiervoor dat ze niet goed wisten te duiden wat binnen de geloofsgemeenschap (typisch) remonstrants was, zodat zij dit niet konden relateren aan wat zij uit de campagne hadden meegenomen.

- Aan welke activiteiten doen de nieuwe leden en vrienden mee en hoe sluiten deze aan bij hun motivatie en verwachtingen?

De respondenten rapporteren een breed scala aan activiteiten waaraan zij deelnemen. Kerkdiensten, lezingen en gesprekskringen worden hierbij het meest genoemd. Enkele respondenten geven aan dat ze aan meer activiteiten hadden en zouden willen deelnemen, maar dat hun volle agenda, de planning van de activiteiten of een lichamelijke beperking dit verhindert. De geïnterviewden vinden het moeilijk om hun motieven en verwachtingen te relateren aan de activiteiten waaraan zij deelnemen, aangezien hun participatie vaak samenhangt met hun interesse en beschikbaarheid. De activiteiten sluiten wel aan bij hun motieven en verwachtingen. Zo kunnen ze door diaconale activiteiten iets doen met hun maatschappelijke betrokkenheid, in kerkdiensten zingeving en passende geloofstaal vinden en bij gesprekskringen en het koffiedrinken na de diensten contact en uitwisseling hebben. Men kiest uit het aanbod datgene wat past bij wat men bij de gemeenschap zoekt, maar kiest soms ook vanuit nieuwsgierigheid of de verbondenheid met de gemeenschap voor een activiteit.

6.3 Discussie

Bij het verrichte onderzoek zijn verschillende kanttekeningen te plaatsen. Door het kleine aantal respondenten heeft het onderzoek een exploratief karakter en kunnen er geen algemene conclusies aan de uitkomsten worden verbonden.

Hoewel hier niet op geselecteerd is, hadden alle geïnterviewden van huis uit een kerkelijke achtergrond. Dit maakt dat de groep geïnterviewden tamelijk homogeen is. Er zijn geen nieuwe toetreders geïnterviewd die in het rapport van Motivaction "zinzoekers" worden genoemd. Aangezien zij wel als secundaire doelgroep voor de remonstranten worden beschouwd en uit de literatuur blijkt dat veel niet-kerkelijke Nederlanders op zoek zijn naar zingeving, is het vanuit kerkelijk en maatschappelijk perspectief van belang dat hun visie en behoefte in toekomstig onderzoek worden meegenomen. Tevens zijn er geen leden en vrienden geïnterviewd die gedurende de campagneperiode zijn toegetreden, maar zich inmiddels ook weer uit hebben laten schrijven. Het verdient aanbeveling om in vervolgonderzoek te inventariseren wat de motieven van "bedankers" zijn om uit te treden. Het zou goed zijn om zowel uittreeders te interviewen die al lang lid of vriend waren als mensen die relatief kort bij de broederschap stonden ingeschreven.

Door de beperkte omvang van de scriptie konden slechts binnen drie gemeenten interviews worden afgenomen, waardoor geen inzicht is verkregen in de toetredingsmotieven van nieuwe leden en vrienden van de Remonstrantse Broederschap als geheel. Om dezelfde reden is bij het afnemen van de interviews gekozen voor een gerichtheid op de vraagstelling van het onderzoek. Doordat het onderzoek een eerste verkenning betrof, kon niet diep op de verschillende deelonderwerpen worden ingegaan, waardoor achterliggende motieven mogelijk buiten beschouwing zijn gebleven en er slechts een beperkte differentiatie tussen de verschillende deelonderwerpen is ontstaan. Door het geringe aantal toetreders en aanmeldingen voor het onderzoek, kon niet altijd een ideale selectie van respondenten worden gerealiseerd en was het niet mogelijk om een onderscheid te maken in de antwoorden van leden en vrienden. Dit laatste zou wel aan te bevelen zijn voor toekomstig onderzoek.

Om de anonimiteit van de geïnterviewden te waarborgen, hebben belangrijke autobiografische elementen bij de presentatie van de interviews weinig aandacht gekregen. Door het kleine aantal toetreders per gemeente en het openbare karakter van de scriptie, zouden de antwoorden anders gemakkelijk herleid kunnen worden tot de geïnterviewden. Op aanvraag is het interviewmateriaal beschikbaar voor vervolgonderzoek, zodat de autobiografische elementen, ervaringen en belevingen uit dit en soortgelijk toekomstig materiaal kunnen worden gebruikt voor een ander soort beschrijving, waarin de persoonlijke elementen en achterliggende motieven meer aandacht krijgen. Met het oog op het verkrijgen van een dieper inzicht in de persoonlijke beweegredenen zou onder andere kunnen worden gevraagd naar wat de zoektocht naar zin in hun leven voor de geïnterviewden betekent en welke voedingsbronnen ze bij deze zoektocht gebruiken. Het zou nuttig zijn als door vervolgonderzoek ook meer inzicht wordt verkregen in hoe mensen ruimte geven aan zingeving in hun leven en hoe dit aansluit bij wat ze bij de remonstranten aantreffen.

De gepresenteerde cijfers van de leden- en vriendenaantallen van de Remonstrantse Broederschap en de gemeenten zijn indicatief. Hoewel ze zijn aangeleverd door het Landelijk Bureau en de gemeenten, kunnen ze licht afwijken van de werkelijke cijfers.

Op een aantal plaatsen zouden kanttekeningen kunnen worden geplaatst bij wat in de literatuur gevonden is. Zo is de doelgroepdefinitie van Motivaction niet ter discussie gesteld, terwijl er wel argumenten zijn om voor een bredere doelgroep te kiezen dan alleen de "potentiële *switchers*". Ook als het gaat om de actuele religieuze trends en het beleid dat in verschillende kerken wordt ontwikkeld, zijn nuances aan te brengen en tegenbewegingen te noemen, die vanwege de beperkte ruimte achterwege zijn gebleven. De beperkte omvang heeft er eveneens toe geleid dat de geformuleerde veelal praktische uitdagingen voor de remonstranten sec zijn gepresenteerd zonder dat zij geïncorporeerd zijn in een bredere theologische visie. De resultaten van het onderzoek vormen wel een uitnodiging voor remonstrantse theologen om in publicaties, beleid en het gesprek binnen de broederschap een theologische richting te schetsen, die inspeelt op de motieven en verwachtingen van nieuwe toetreders. Daarbij kunnen enkele uitdagingen nader worden uitgewerkt, bijvoorbeeld rond de opleiding van remonstrants predikanten, nieuwe vormen van kerkdiensten, meer ruimte voor beleving en een gerichtheid op de buitenwereld.

De gekozen beschouwende en religiewetenschappelijke onderzoeksbenadering heeft met zich meegebracht dat de gepresenteerde aanbevelingen en conclusies zijn gebaseerd op de literatuur en de interviews. De eigen suggesties zijn bewust opgenomen in het nawoord, zodat er een duidelijk onderscheid wordt gemaakt tussen de bevindingen uit de literatuur en de interviews enerzijds en de eigen opvattingen anderzijds. Daarmee is beoogd het brede scala aan ervaringen van de geïnterviewden zonder oordeel weer te geven en deze niet direct te gebruiken als middel om de eigen visie te ondersteunen. Ook ervaringen die in tegenspraak zijn met de eigen visie zijn zeer waardevol, omdat zij de pluriformiteit aan opvattingen onder nieuwe toetreders laten zien.

De interviews geven een eerste indruk van de toetredingsmotieven, verwachtingen en ervaringen van een kleine groep nieuwe leden en vrienden van (doopsgezinde)-remonstrantse gemeenten. De suggesties en aanbevelingen van de geïnterviewden vormen een aanleiding om het aanbod en de campagne kritisch te evalueren en aan te scherpen. In vervolgonderzoek dienen deze uitdagingen verder te worden uitgewerkt en te worden aangevuld met aanbevelingen en suggesties van andere leden en vrienden.

De hoop is dat deze scriptie leidt tot grootschaliger vervolgonderzoek, waarin de motieven, verwachtingen en ervaringen van een grotere groep toetreders in kaart worden gebracht. Tenslotte zou het te wensen zijn dat dit onderzoek bijdraagt aan de actuele inhoudelijke theologische discussie over de rol en koers van de Remonstrantse Broederschap.

Nawoord: persoonlijke reflecties op het onderzoek

In deze scriptie heb ik vanuit wetenschappelijk perspectief de toetredingsmotieven van een aantal nieuwe leden en vrienden van (doopsgezinde-)remonstrantse gemeenten in kaart gebracht. Met een religiewetenschappelijke benadering heb ik een beschouwing gegeven van de remonstrantse vriendenwerfcampagne en het beleid van de Remonstrantse Broederschap. Hoewel ik omwille van het onderzoek heb gekozen voor een zekere distantie in de bespreking van het thema, ben ik als vriend van de remonstranten en als remonstrants predikant in opleiding ook persoonlijk bij de vragen van het onderwerp betrokken. De toekomst van de samenleving, de kerk en de Remonstrantse Broederschap gaan mij zeer aan het hart. Om mijn eigen vooronderstellingen en ideeën te expliciteren en een impuls te geven aan de discussie binnen de Remonstrantse Broederschap over haar rol, uitdagingen en beleid, zal ik in kort bestek beschrijven wat mij bij het uitvoeren van het onderzoek heeft getroffen. Daarbij zal ik aangeven wat mij in de literatuur en de interviews in het bijzonder heeft aangesproken en wat mijn eigen suggesties voor de remonstranten zijn. Tevens zal ik uiteenzetten welke praktisch-theologische accenten ik zelf wil leggen met betrekking tot de wijze waarop de Remonstrantse Broederschap in de huidige tijd kerk kan zijn. Gezien de omvang van de scriptie schets ik slechts enkele contouren zonder een volledige theologische visie uit te werken.

De maatschappelijke rol van de kerk

In mijn denken over de kerk neemt haar maatschappelijke rol en functie een centrale plaats in. Bij het bestuderen van de literatuur rond kerk zijn in de huidige tijd, werd ik vooral getroffen door de opmerking van Peter Nissen dat geloofsgemeenschappen onderdeel vormen van een bezielde verband. De gemeenschappen komen op "wanneer mensen met elkaar relaties rond zingeving en barmhartigheid aangaan, wanneer zij daarover met elkaar communiceren, in vieringen of andersoortige bijeenkomsten, en wanneer zij samen de handen uit de mouwen steken om te werken aan een wereld van barmhartigheid, vrede en gerechtigheid".¹⁵⁰ Deze definitie van een vloeibare kerk geeft voor mij de kern aan waar het in de kerk om draait. Geloofsgemeenschappen worden gevormd door mensen die gedreven zijn door het visioen van een goede en humane wereld, waarin er zorg en aandacht is voor al wat leeft en er verantwoordelijk met de wereld wordt omgegaan.

In de interviews is te zien dat de respondenten eigen accenten leggen in het geloven met hoofd, hart en handen. Juist door deze pluriformiteit kan de Remonstrantse Broederschap de waarden uit het evangelie, waarin zij volgens haar beginselverklaring geworteld is, blijven toepassen op actuele sociale situaties en de maatschappij. Tevens kan zij deze waarden door de diversiteit aan geloofsvormen verwoorden in moderne taal, verbinden aan oude en nieuwe bronnen van wijsheid en doorleefd handen en voeten geven. Doordat er een trend is te constateren, waarbij verticale transcendentie wordt ingeruild voor horizontale transcendentie,¹⁵¹ zouden de remonstranten juist in maatschappelijke betrokkenheid hun wens om "God te dienen" tot uitdrukking kunnen brengen. De ontmoeting en ondersteuning vanuit het verlangen om vanuit gelijkwaardigheid naast mensen in een kwetsbare positie te staan, is belangrijk voor een kerk die zich niet binnen haar eigen muren wil opsluiten en vanuit haar inspiratie iets wil betekenen voor de haar omringende wereld.

¹⁵⁰ Nissen, 2013, p. 5.

¹⁵¹ Bernts & Berghuijs, 2016, p. 148.

Beleid ontwikkelen voor de instroom van nieuwe vrienden en leden lijkt onvermijdelijk te zijn, maar de groei en het voortbestaan van de kerk in haar huidige vorm is voor mij geen doel op zich. Het is veel belangrijker om bezig te zijn met waarden als vrede, gerechtigheid, duurzaamheid, solidariteit en liefde en met het in praktijk brengen daarvan. Daar is de kerk mijns inziens voor bedoeld. Zorgen om het voortbestaan van de kerk mogen deze opdracht nooit in de weg staan. Nadenken over het beleid van de kerk is wel vruchtbaar wanneer dit dienstbaar is aan deze "roeping". Naar mijn mening dienen geloofsgemeenschappen maatschappelijk engagement voorop te stellen en dit te vertalen in sociale initiatieven en projecten. In de scriptie zagen we daar al voorbeelden van binnen de doopsgezinde-remonstrantse gemeente Hoorn, waar maaltijden voor daklozen worden georganiseerd en mensen van de gemeenschap in de stad van betekenis willen zijn voor kwetsbare groepen.

De sociale inzet hoort van oudsher bij de kerk. Hoewel veel remonstranten ook buiten kerkelijk verband actief zijn in maatschappelijke organisaties en verenigingen, denk ik dat het goed is dat de geloofsgemeenschappen deze inzet stimuleren en waar mogelijk faciliteren. Zij kunnen actief samenwerken met sociale instellingen in de buurt, zoals de voedselbank, een verpleeghuis of een hospice. Ook zouden gemeenschappen kunnen inventariseren wat nodig is in de eigen buurt. Zo zouden zij mensen op de been kunnen brengen om taallessen voor vluchtelingen te verzorgen of eenzame ouderen te bezoeken.

Net als een van de respondenten uit het onderzoek mis ik het sociale activisme binnen de kerk. De inspiratie die bij veel remonstranten leeft, bijvoorbeeld op het gebied van vrede en het milieu, mag naar mijn gevoel met meer overtuiging en moed worden uitgedragen. Dit zou de kerk naar mijn idee zeker aantrekkelijker maken voor mensen die zelf maatschappelijk betrokken zijn en bij de remonstranten een gemeenschap zoeken waarin zij met andere aan de verwezenlijking van hun idealen kunnen werken.

Naast het praktische werk lijkt het me goed als de remonstranten hun stem laten horen in het maatschappelijk debat.¹⁵² Het laten horen van een tegengeluid zie ik als een belangrijke taak. Remonstrantse theologen zouden zich door publicaties in dagbladen en het optreden in televisieprogramma's in het publieke debat kunnen mengen. Plaatselijke gemeenten kunnen bijeenkomsten organiseren rond actuele maatschappelijke kwesties. Een voorbeeld uit de scriptie hiervan zijn de avonden over en met vluchtelingen, die de doopsgezinde-remonstrantse gemeente Leiden heeft georganiseerd.

Vormgeving van de kerkdiensten

Persoonlijk ben ik over het algemeen tevreden met de remonstrantse liturgie. Bij mijn visie op de liturgie onderschrijf ik de opvatting van een geïnterviewde dat het belangrijk is om te streven naar een balans tussen vertrouwde en nieuwe vormen. Zo geldt het bijvoorbeeld ook voor de liedkeuze. Zelf word ik het meest geraakt door liederen met een open en vrijzinnige tekst, maar omwille van mensen die houden van meer traditionele en herkenbare liederen vind ik het belangrijk dat deze liederen eveneens gezongen worden. Met een van de respondenten ben ik van mening dat preken praktisch mogen zijn. Deze dienen ook dienstbaar te zijn aan het doel van de kerk om de barmhartigheid in de wereld en de naastenliefde te bevorderen. Daardoor is het belangrijk dat mensen weliswaar stof tot nadenken krijgen, maar het gehoorde ook kunnen verbinden met en toepassen in hun dagelijks leven.

¹⁵² Sieverink, 2013a, p. 8.

Vernieuwende initiatieven voor kerkdiensten juich ik toe. Deze kunnen mijns inziens het beste functioneren als aanvulling op en niet als vervanging van de gangbare vieringen. Door diensten met popmuziek of initiatieven als "de preek van de leek" kan de geconstateerde kloof tussen kerk en wereld worden verkleind. Naar mijn mening zou in de kerkdiensten meer ruimte moeten komen voor de inbreng van leden en vrienden van de gemeenschappen. Zij zouden kunnen meedoen in de voorbereiding van de vieringen, maar zouden ook onderdelen voor hun rekening kunnen nemen. In alternatieve vieringen zouden zij bijvoorbeeld ook een persoonlijke reflectie kunnen geven op de preek of de lezingen of zouden zij aansluitend bij het thema van de dienst iets kunnen vertellen over wat hen drijft of inspireert. De oecumenische diensten, zoals deze in Hoorn worden georganiseerd, zouden wat mij betreft ook in andere geloofsgemeenschappen mogen worden gehouden. Mogelijk zouden er ook interreligieuze samenkomsten kunnen worden georganiseerd. Dergelijke diensten en samenkomsten zijn verrijkend en maken dat de eigen traditie nog eens tegen het licht wordt gehouden.

Ruimte voor ervaring en beleving

De remonstrantse geloofsgemeenschappen zouden kunnen inspelen op het toegenomen belang van ervaring en beleving in de huidige religiositeit. Hoewel de geïnterviewden het intellectuele en cognitieve karakter van het remonstrantse aanbod waarden, wordt er binnen de literatuur een breed gedragen verlangen geconstateerd naar belevingsgerichte activiteiten. Door andersoortige kerkdiensten te organiseren, zoals vespers, stiltebijeenkomsten en Taizé- of Ionavieringen, zou aan dit verlangen tegemoet gekomen kunnen worden. Ook het aanbod van meditatiebijeenkomsten binnen verschillende geloofsgemeenschappen draagt hieraan bij.

Bij het ervaringsaspect hoort ook de herbezinning op de rol van rituelen. Het was voor mij een mooie ontdekking dat een van de geïnterviewden vertelde dat er binnen de doopsgezinde-remonstrantse gemeente in Hoorn ruimte is om een ziekenzegen te ontvangen. Een van de geïnterviewden gaf aan dat hij graag de mogelijkheid zou hebben om in de kerk een kaarsje aan te steken. Mijns inziens is het belangrijk dat kerken deze verzoeken serieus nemen en inventariseren aan welke rituelen mensen binnen de gemeente behoefte hebben. Op basis van de literatuur vind ik dat het vooral belangrijk is om rituelen aan te bieden rond autobiografische overgangsmomenten en om bij rampen dienstbaar te zijn aan de samenleving door ruimte te bieden voor rouw of gesprekken.

Andere vormen van kerk zijn

De hierboven beschreven definitie van de kerk brengt met zich mee dat de kerk verschillende vormen kan aannemen. De uiterlijke vorm van de kerk is minder belangrijk dan wat zij doet. Met elkaar eten of deelnemen aan sociale projecten in de buurt is net zo goed kerk zijn als het houden van een kerkdienst. Hoewel de huidige plaatselijke geloofsgemeenschappen naar mijn idee de basis en drijvende kracht van de Remonstrantse Broederschap moeten blijven, zou het wenselijk zijn om met een concreet doel voor ogen, dat aansluit bij de opdracht van de kerk, vernieuwingsplekken op te richten. Deze gemeenschappen kunnen helpen om te experimenteren met nieuwe vormen en om een publiek aan te spreken dat in andere diensten weinig aandacht krijgt, zoals jongeren of mensen die zijn aangeduid als "zinzoekers". Het zou goed zijn als binnen vernieuwingsplekken meer met ritualiteit wordt gedaan en interactie en sociale actie een belangrijke plaats krijgen. Het is belangrijk dat deze vernieuwingsplekken laagdrempelig zijn en worden geleid door mensen die weten wat er leeft in de buurt.

De predikantsopleiding

Als het gaat om de rol van de predikant, kan ik me grotendeels vinden in het "Toekomstig profiel theoloog predikant".¹⁵³ Het belangrijkste daarbij vind ik de aanbeveling die hierin aan predikanten wordt gedaan om actuele maatschappelijke vraagstukken te duiden in algemeen begrijpelijke, niet-kerkelijke taal. Voor de opleiding van predikanten is het mijns inziens van belang dat studenten worden geschoold in het duiden en becommentariëren van dergelijke kwesties. Studenten zouden bijvoorbeeld de opdracht kunnen krijgen om hun visie te geven op een bepaald maatschappelijk thema of iets uit de actualiteit te relateren aan een bijbeltekst of gedicht. Deze vaardigheid hebben ze nodig om relevante preken te schrijven en zich te mengen in het publieke debat. Daarnaast zou het goed zijn als zij zich in hun opleiding al oriënteren op de vraag in welk soort gemeente zij graag zouden willen werken en wat zij op persoonlijk en professioneel vlak voor een dergelijke gemeente zouden willen betekenen.

Vanwege de liturgische pluriformiteit binnen de broederschap en de oecumenische en interreligieuze samenwerking is het belangrijk dat studenten kennismaken met verschillende liturgische vormen, zodat zij vertrouwd raken met traditionele en vernieuwende vormen. Het is van belang dat zij reflecteren op wat de verschillende vormen met hen doen, bij welke vormen zij zich thuis voelen en hoe ze waar nodig ook een weg kunnen vinden in het participeren en voorgaan in een liturgie die niet direct aansluit bij hun eigen voorkeur.

De doelgroep voor de remonstranten

Vanuit marketingperspectief is het mijns inziens verstandig dat de Remonstrantse Broederschap bij haar mediacampagne heeft gekozen voor een beperkte doelgroep van mensen die zich niet meer thuis voelen in de kerk waar ze bij zitten of afscheid van hebben genomen. Door deze beperking van de doelgroep konden de beschikbare middelen zo efficiënt mogelijk worden ingezet. Vanuit theologisch en ecclesiologisch perspectief denk ik echter dat de remonstranten bij het opstellen van het instroombeleid voor een bredere doelgroep zouden kunnen kiezen. Daarbij denk ik met name aan een verbreding van de leeftijds categorie en het opleidingsniveau. De kerk dient ook aandacht te hebben voor de instroom van 45-minners, waarbij jongvolwassenen bijzondere aandacht dienen te krijgen, en van mensen die laag of gemiddeld zijn opgeleid. De broederschap mag meer benadrukken en uitstralen dat iedereen welkom is, zoals wel wordt gesteld in het remonstrantse beleidsplan. Zoals gezegd, zouden vernieuwingsplekken zich op bepaalde groepen kunnen richten. Voor gemeenten geldt dat zij het beste kunnen proberen een breed publiek aan te spreken.

Door het karakter en de identiteit van de remonstrantse geloofsgemeenschappen verwacht ik niet dat de Remonstrantse Broederschap in staat zal zijn om een grote groep zinzoekers zonder vertrouwdheid met kerkelijke vormen en tradities zodanig aan zich te binden dat zij zullen toetreden. Het is belangrijk dat de gemeenschappen deze zinzoekers betrekken bij activiteiten die aansluiten bij hun wensen en interesses, maar door de kloof tussen de identiteit van de gemeenten en de behoefte van niet-kerkelijke zinzoekers die door Motivaction is geconstateerd, is het niet reëel om te verwachten dat zij zich ook zullen inschrijven als lid of vriend. Doordat de remonstrantse gemeenten zich mijns inziens terecht op een vrijzinnige wijze verbinden met de christelijke traditie, zullen veel zinzoekers zonder kerkelijke achtergrond zich niet als lid of vriend inschrijven.

¹⁵³ Algemene Vergadering van Bestuur van de Remonstrantse Broederschap, 2014, p. 41-44.

Het lijkt me onwenselijk dat de Remonstrantse Broederschap zich zou profileren als "een algemene zingevingsclub". Dit profiel sluit niet aan bij de praktijk binnen de gemeenten, de oriëntatie van remonstrantse leden en vrienden en bij de expertise en vaardigheden van de remonstrantse predikanten. Naar mijn mening zijn andere organisaties hier beter in en zijn de remonstrantse geloofsgemeenschappen juist heel sterk in een vrijzinnige benadering van de christelijke traditie. Daarnaast vind ik het van belang dat de Remonstrantse Broederschap ergens voor staat en door het uitdragen van bepaalde waarden en een toekomstvisioen ook een levensvisie aanreikt.

Hoewel de ruimte voor de ideeën en persoonlijke antwoorden op levensvragen van vrienden, leden en geïnteresseerden terecht de kracht is van de Remonstrantse Broederschap, mag de kerk best stelling nemen, zoals ik al heb betoogd in mijn visie op de maatschappelijke rol van de kerk. Dit zal een organisatie die gericht is op de facilitering van de individuele zingeving van haar leden minder snel doen.

Ontwikkelpunten voor de remonstranten

Samenvattend ben ik van mening dat de Remonstrantse Broederschap vooral dient te werken aan haar betrokkenheid op en haar zichtbaarheid in de samenleving. Het is belangrijk dat zij de waarden die voor haar belangrijk zijn, zoals barmhartigheid, vrede en gerechtigheid, uitdraagt en in praktijk brengt in een taal en op een wijze die aansluit bij de huidige tijd. Daarmee kan zij haar verbinding met het evangelie versterken en haar doelstelling om God te dienen verwezenlijken. Waar de remonstranten in sociaal opzicht idealistischer mogen zijn, mogen zij als het gaat om het werven van vrienden realistischer zijn met betrekking tot de praktijk in de gemeenten. De aandacht dient te worden verschoven van zorgen om het eigen voortbestaan naar een gerichtheid op de buitenwereld. In haar aanbod dienen de remonstrantse gemeenten aandacht te hebben voor een brede doelgroep, waaronder ook zinzoekers. Hierbij moeten zij dienstbaar aan hen zijn zonder ernaar te streven dat zij ook lid of vriend worden.

De Remonstrantse Broederschap zou in kunnen spelen op actuele religieuze ontwikkelingen door binnen de gemeenten aanbod te ontwikkelen waarin ritualiteit en beleving centraal staan. Ook zou zij mensen kunnen ondersteunen bij hun zoektocht naar antwoorden op levensvragen door hen in gesprek te brengen met elkaar en met de christelijke traditie. Binnen vernieuwingsplekken kunnen de remonstranten experimenteren met nieuwe vormen van kerk zijn voor doelgroepen die binnen de gemeenten minder aandacht krijgen. Door predikanten toe te rusten voor het werk in een gemeente die bij hen past en het leveren van een bijdrage aan het maatschappelijke debat kunnen de remonstranten zichtbaar en relevant blijven.

De onderzoeksresultaten als aansporing voor gesprek

In dit nawoord heb ik aangegeven wat ik van belang vind voor het beleid van de Remonstrantse Broederschap. Deze visie is een van de vele visies, die binnen de broederschap zijn geformuleerd. Gezien de uiteenlopende antwoorden van de geïnterviewden ben ik van mening dat er niet één remonstrantse theologie mogelijk is. Toch is het van groot belang dat remonstrantse theologen hun visie geven op het beleid en de toekomst van de broederschap. Ook is het goed als zij aangeven welke accenten zij leggen in hun theologisch denken. De pluriformiteit aan opvattingen is belangrijk, omdat zo een goede uitwisseling ontstaat. De verschillende visies zijn verrijkend en kunnen helpen om ieders denken aan te scherpen.

Bibliografie

Alblas, A.W.A. (2015). *Hoe verkoopt de Protestantse Kerk zichzelf? of Op welke manier presenteerde de Protestantse Kerk in Nederland zichzelf ten tijde van haar totstandkoming, hoe heeft men voor zoveel verschillende kerken één identiteit kunnen kiezen en welke marketingprincipes kunnen daarop worden losgelaten?* Utrecht: scriptie Universiteit Utrecht.

Algemene Vergadering van Bestuur van de Remonstrantse Broederschap (2014). *Beleidsplan remonstranten*. Geraadpleegd op 23 juli 2017, van <https://www.remonstranten.nl/wp-content/uploads/2015/05/beleidsplan.pdf>.

Anbeek, C.W. (2013). *Aan de heidenen overgeleverd. Hoe theologie de 21^{ste} eeuw kan overleven*. Utrecht: Ten Have.

Bekkers, R. & de Graaf, N.D. (2002). Verschuivende achtergronden van verenigingsparticipatie in Nederland. *Mens en maatschappij* 77 (4), 338-360.

Bernts, A.P.J. & Berghuijs, J. (2016). *God in Nederland 1966-2015*. Utrecht: Ten Have.

Boogaard, A. (2015). *De kerk, het einde voorbij: essay over de toekomst van de kerk*. Geraadpleegd op 12 juli 2017, van http://www.adrianboogaard.nl/uploads/4/8/1/8/48183789/toekomst_van_de_kerk.pdf.

Brouwer, R. et al. (2007). *Levend lichaam: dynamiek van christelijke geloofsgemeenschappen in Nederland*. Kampen: Kok.

Dekker, W. (2011). *Marginaal en missionair: kleine theologie voor een krimpende kerk*. Zoetermeer: Boekencentrum.

Dicou, A. & Klijnsma, J. (2001). *Vitale vrijzinnigheid: verslag van een onderzoek*. Utrecht/Zwolle: Remonstrantse Broederschap/Vrijzinnige Geloofsgemeenschap NPB.

Dijkstra, N. & Stoppels, S. (2017). *Back to basics: zeven cruciale vragen rond missionair kerk zijn*. Utrecht: Boekencentrum.

Erwich, R. (2008). *Veelkleurig verlangen: wegen van missionair gemeente-zijn*. Zoetermeer: Boekencentrum.

Esveld, J. van (2013). Gouda wil krachtige basis uitstralen. *AdRem*, 24 (6), 9.

Eynde, I. van den (2016). Als zout van de aarde. In J. Renkema & L. van Straaten (Reds), *Kerk van de toekomst* (pp. 36-45). Amsterdam: Sjabbolet.

Goud, J.F. (2000). *Schrijven in het zand: predikantschap in de 21^{ste} eeuw*. Kampen: Theologische Universiteit van de Gereformeerde Kerken in Nederland.

Heitink, G. (2007). *Een kerk met karakter: Tijd voor heroriëntatie*. Kampen: Kok.

Hendriks, J. (2010). *Kerkvernieuwing... een uitdaging! : op weg gaan met visie en vertrouwen*. Heeswijk-Dinther: Abdij van Berne.

Hendriks, J. (2013). Toekomstvisie Groningen: Groningen zoekt de frisse blik. *AdRem*, 24 (6), 7.

Jobsen, P. & Metaal, S. (2014). *Doelgroepdefinitie ledengroei Remonstrantse Broederschap: onderzoeksresultaten en aanbevelingen*. Amsterdam: Motivaction.

Jungmann, B. (2017, 2 februari). Kerken gaan leegloop tegen met reclamespotjes: "Ben jij tevreden met jezelf?". *De Volkskrant*. Geraadpleegd op 18 juli 2017, van <https://www.volkskrant.nl/binnenland/kerken-gaan-leegloop-tegen-met-reclamespotjes-ben-jij-tevreden-met-jezelf~a4457118/>.

Kleinjan, G.J. (2016, 4 juni). De nieuwe vrienden van de remonstranten. *Trouw*, p. 10. Geraadpleegd op 18 juli 2017, van <https://www.trouw.nl/home/de-nieuwe-vrienden-van-de-remonstranten~a0a11411>.

Koppen, V. van (2013a). Rotterdam: "wij zullen steeds meer een regiofunctie krijgen". *AdRem*, 24 (6), 11.

Koppen, V. van (2013b). In gesprek met voorzitter Mirjam Sterk remonstrantse beleidscommissie 2013+. *AdRem*, 24 (6), 16.

Nissen, P.J.A. (2013). Kerk op zoek naar nieuwe vormen. *AdRem*, 24 (6), 4-5.

Peters, M. (2013a). Eindhoven heeft vertrouwen in de eigen traditie. *AdRem*, 24 (6), 6-7.

Peters, M. (2013b). Twente bereidt zich voor op de storm. *AdRem*, 24 (6), 12.

Plaisier, A.J. (2016). Van religieus bedrijf naar 'zie, hier ben ik'. In J. Renkema & L. van Straaten (Reds.), *Kerk van de toekomst* (pp. 108-116). Amsterdam: Sjobbolet.

Pollefeyt, D. (2007). *Geloof te koop? Rond kerk en marketing/religie en reclame*. Leuven: Thomas.

Putter, B. & Vijgen, J. (red.) (2010). *Voor een missionaire Kerk. Verzamelde opstellen bij gelegenheid van het 12½-jarig bestaan van het Grootseminarie*. Vogelenzang: de Tiltenberg.

Sengers, E. (2006) *Aantrekkelijke kerk: nieuwe bewegingen in kerkelijk Nederland op de religieuze markt*. Delft: Eburon.

Sieverink, C. (2013a). Hilversum bevecht zich plek in de samenleving. *AdRem*, 24 (6), 8.

Sieverink, C. (2013b). Oosterbeek: "Dorp vraagt andere aanpak dan grote stad". *AdRem*, 24 (6), 10.

Stoppels, S. (2013). *Oefenruimte: gemeente en parochie als gemeenschap van leerlingen*. Zoetermeer: Boekencentrum.

Vermeer, P. (2013). De moderne kerk: over de toekomst van christelijke geloofsgemeenschappen in een moderne samenleving. *Religie en samenleving*, 8 (3), 366-388.

Internetbronnen

Doopsgezinde-Remonstrantse gemeente Hoorn. *Over de gemeente*. Geraadpleegd op 22 augustus 2017, van <http://www.foreestenhuis.nl/over-de-gemeente>.

Doopsgezinde-Remonstrantse gemeente Leiden. *De gemeente: wie zijn wij*. Geraadpleegd op 22 augustus 2017, van <http://www.doreleiden.nl/gemeente/gemeente.asp>.

Remonstrantse gemeente Schoonhoven. *Wie zijn wij*. Geraadpleegd op 22 augustus 2017, van <https://schoonhoven.remonstranten.nl/wie-zijn-wij>.

Remonstrantse gemeente Schoonhoven. *Tussen God en de mens mag niemand staan*. Geraadpleegd op 22 augustus 2017, van <https://schoonhoven.remonstranten.nl>.

Bijlage 1 Topiclijst voor de interviews

1. Zou u om te beginnen iets over u zelf willen vertellen (leeftijd, woonplaats, opleiding, levensbeschouwelijke achtergrond, etc.)?
2. Op welk moment bent u lid/vriend geworden van de (doopsgezinde-)remonstrantse gemeente in ...?
3. Wanneer en hoe heeft u deze gemeente leren kennen? Welke mensen of middelen hebben daarbij een rol gespeeld?
4. Was u voor de kennismaking met deze gemeente al bekend met de Remonstrantse Broederschap? Hoe heeft u de broederschap leren kennen?
5. Wat was voor u de aanleiding om langs te gaan bij de gemeente? Was de kennismaking een onderdeel van een zoektocht van uzelf naar een geschikte geloofsgemeenschap? Met welke vragen ging u naar de gemeente?
6. Hoe is het proces van kennismaken met de gemeente en de broederschap bij u verlopen?
7. Hoe is de keuze om u als lid/vriend in te schrijven tot stand gekomen? Wat was de aanleiding voor u om uiteindelijk toe te treden? En welke motieven speelden een rol rond uw toetreding?
8. Wat waren uw verwachtingen van de remonstranten, voordat u de eerste keer een activiteit of dienst bezocht? Wat was uw beeld van de remonstranten? Waar waren die verwachtingen en dat beeld op gebaseerd?
9. Wat was uw eerste indruk bij de eerste stappen die u binnen de gemeente zette?
10. Wat sprak u in de eerste tijd aan? En wat sprak u minder aan?
11. Hoe heeft u de remonstrantse kerkdiensten ervaren? Hoe was uw ervaring bij de eerste kerkdiensten die u bijwoonde? Is die ervaring in de loop van de tijd veranderd?
12. Kunt u iets zeggen over hoe uw verwachtingen van de remonstranten passen bij wat u in de gemeente heeft aangetroffen en ervaren? Hoe verhoudt het beeld dat u van de remonstranten had zich tot het beeld dat u in de praktijk van hen heeft gekregen?
13. Aan welke activiteiten heeft u na uw kennismaking met de remonstranten deelgenomen? En aan welke activiteiten neemt u nu deel?
14. Hoe sluiten de activiteiten waaraan u deelneemt aan bij de motieven die u had om lid/vriend te worden?
15. Hoe sluiten deze activiteiten aan bij de verwachtingen die u had van de remonstranten?
16. Welke kritische noties leven er bij u ten aanzien van wat u bij de remonstranten aantreft?

17. Wat voor suggesties of aanbevelingen heeft u voor de remonstranten om het aanbod binnen de gemeente of landelijk nog aantrekkelijker of actueler te maken?

18. In dit onderzoek richt ik me onder andere op de remonstrantse vriendenwerfcampagne. Wat heeft u van deze campagne meegekregen? Heeft de campagne een rol gespeeld bij het participeren binnen de gemeente en uw uiteindelijke toetreding? En hoe verhoudt het beeld dat de remonstranten in de campagne van zichzelf neerzetten zich tot uw beeld van de remonstranten?

19. Wat beschouwt u binnen de gemeente waar u lid/vriend bent als typisch remonstrants? (Indien van toepassing: u bent lid/vriend geworden van een samenwerkingsgemeente. Welke rol speelde de remonstrantse identiteit bij de keuze om hier toe te treden? Kunt u iets zeggen over of u vooral af bent gekomen op het vrijzinnige karakter van de gemeente of op het specifiek remonstrantse? Als u lid of vriend bent van de geloofsgemeenschap en niet van de Remonstrantse Broederschap, hoe verhoudt u zich dan tot de remonstrantse identiteit?)

20. Is er nog iets wat u toe wilt voegen aan wat u gezegd heeft?