

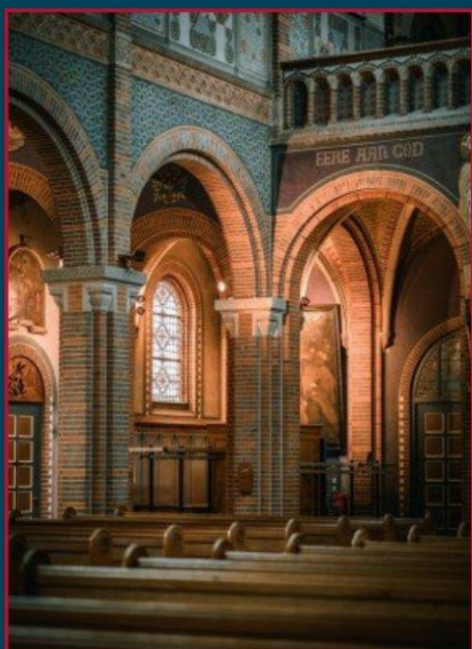


Beleidsplan 2025/26- 2028

*Stichting Kerken
Kijken Utrecht*



1 OKTOBER 2025



Inleiding

Kerken Kijken Utrecht (KKU) faciliteert de openstelling van een groot aantal binnenstadskerken in Utrecht. KKU werd opgericht als een onderdeel van de gemeente Utrecht, maar de organisatie functioneert sinds 2019 als een zelfstandige stichting. Gedurende de zomerperiode zijn de kerken van dinsdag t/m zaterdag open voor bezoekers. In de herfst, winter en het voorjaar beperkt de openstelling zich bij de meeste kerken tot de zaterdag. Kern van onze zichtbare activiteiten is de doorlopende openstelling van inmiddels 13 binnenstadskerken in Utrecht waar circa 200 gidsen bezoekers gastvrij welkom heten en waar zij informatie geven over de bezienswaardigheden in de kerken. De drempel voor het bezoek is laag, mede door de nog altijd gratis toegang die we bieden. Bovendien doen ook de promotiematerialen - banieren, posters aan de entree en flyers bij de VVV - en de aankondigingen via de nieuwsbrief en de social media hun werk. De diverse samenwerkingsverbanden bleven deze zomer niet onopgemerkt; met de klank van muziekinstrumenten en zang, de gesprekken over kunst met de hedendaagse kunstenaars, thematisch bezoek voor de besloten tuinen tijdens Open Tuinendag en de samenwerking met Open Monumenten Dag verwelkomden we dit jaar 55.799 bezoekers zonder de Domkerk en 218.011 met de Domkerk. We zijn nog in afwachting van de resultaten van het onderzoek onder bezoekers van Utrecht Marketing, maar voorzichtig gaan we met de vele enthousiaste gesprekken met bezoekers uit van een zeer geslaagde editie. Deze ervaringen steunen ons in de plannen voor de komende jaren. Daarover meer in het activiteitenplan voor de jaren 2025/2026-2028.

Een nieuwe wind

Op 10 februari 2025 kondigde de gemeente Utrecht de beëindiging van de vaste subsidierelatie aan met Stichting Kerken Kijken Utrecht. De overgang naar een nieuw subsidiesysteem was een belangrijke reden voor deze koerswijziging, maar ons ingediende beleidsplan voor de jaren 2025-2030 kon eveneens op weinig steun rekenen. De kritiek had betrekking op veel onderdelen: de scholing van de gidsen was onduidelijk, het bereiken van nieuwe doelgroepen miste helderheid, de meerstemmigheid bleef ondermaats en de strategie leek weinig uitgewerkt om meer bezoekers uit de



stad te verwelkomen. Met de komst van de nieuwe voorzitter per maart 2025 heeft het bestuur het afgelopen zomerseizoen gebruikt om een scherp beeld te krijgen van de hele organisatie en hebben we ons ook de kritische woorden ter harte genomen.

We nemen u graag mee in onze aangescherpte plannen om in de voorliggende jaren stapsgewijs aan een steviger fundament van KKU te bouwen als hét professionele podium voor gastvrijheid en informatie in de Utrechtse binnenstadskerken. Zo worden we een plek waar een steeds bredere bezoekersgroep geniet van de meerstemmige verhalen, waar de gidsen goed getraind de gasten te woord staan, waar de informatievoorziening actueel en toegankelijk is en in vele talen beschikbaar en waar het samenspel met andere (Utrechtse) culturele organisaties zichtbaar is. Een fundament waar u als gemeente trots op bent.

BELEIDSPLAN 2025/26 – 2028

Een terugblik van het zomerseizoen 2025

Op maandag 9 juni, Tweede Pinksterdag, deed KKU met zeven kerken mee met de landelijke Open Kerkendag. Deze dag vindt meerdere weken voor de start van ons zomerseizoen plaats en daarom werd er advertentieruimte in DUIC gekocht om de potentiële bezoeker te interesseren en hebben we



middels een nieuwe flyer de bezoekers van de kerken gewezen op gidsvacatures in de kerken. Deze landelijke Open Kerkendag bood een goede gelegenheid om het zomerseizoen in Utrecht breed en bijtijds te promoten.

Het zomerseizoen van KKU strekte zich uit van 28 juni tot en met 13 september 2025. De opening vond plaats op 20 juni in de Jacobikerk. Aanleiding was het gerestaureerde Van Call-uurwerk aldaar en de presentatie van een boek over dit restauratieproces van auteur Wouter Iseger. Wethouder Rachel Streefland opende deze editie van KKU.

Aan deze 43ste editie deden 13 kerken mee; de St. Aloysiuskerk in Utrecht-Oost maakte zijn entree in de samenwerking en werd opengesteld op de zaterdagen. Onderstaand een kort verslag van Hans Heijs, voorzitter van het Aloysiusberaad.

‘Afhankelijk van de weersomstandigheden heeft dit gemiddeld bijna 60 bezoekers per zaterdag opgeleverd. Elke zaterdag trok zo zijn eigen bezoekers, waarbij veel gehoorde opmerkingen waren: ‘wat een mooie kerk’ en ‘ik wist niet dat dit er van binnen zo uitzag’. Er werd dan steevast verwezen naar de vele glas-in-loodramen met afbeeldingen van o.a. St. Aloysius en St. Antonius, maar ook de fraaie kruiswegstaties, de prima akoestiek en toegankelijke opstelling van de banken werden geroemd. Als kers op de taart werd er op 6 en 13 september nog verder uitpakket door een tentoonstelling van een selectie van oude zeer mooie kazuïfels en de Oekraïense lijkwade. Beide met een korte toelichting. Verder draaide er een doorlopende fotovoortelling met afbeeldingen van de St. Aloysiusparochie over de afgelopen 101 jaar en werd er passende muziek verzorgd door het Gemengde Koor en het Mixtuurkoor, aangevuld met orgelspel. Wij kijken terug op een geslaagde deelname.’

Communicatie

Voor een sterkere zeggingskracht van onze communicatie werkten we samen met Utrecht Marketing, de VVV en het nieuwe platform Heilige Huisjes Utrecht van de Kerkvernieuwers. Voor een verbreding van onze activiteiten sloegen we de handen ineen met Utrechtse culturele organisaties. Onze eigen geïntensiverde communicatie paste goed in deze ontwikkeling. Meer hierover leest u bij de toelichting van de activiteiten.

Bezoekers

In het 'oude' meerjarenplan formuleerden we een streefaantal van tenminste 50.000 bezoekers. Inmiddels weten we uit de tellingen van alle afzonderlijke kerken dat we deze zomer maar liefst 55.799 en 218.011 (respectievelijk zonder en met de Domkerk) bezoekers mochten verwelkomen.

De uitkomsten van het BEMU-onderzoek zijn op het moment van schrijven nog niet binnen, dus hebben we nog geen bevestiging van onze geïntensiveerde communicatie. Wat we wel weten: het platform Heilige Huisjes Utrecht, samen met onze eigen website, de nieuwsbrief, een uitgestippelde en uitgebalanceerde social mediacampagne, aangevuld met advertenties, hebben stellig bijgedragen aan een veel betere zichtbaarheid en een gericht bezoek aan de afzonderlijke kerken.

Activiteiten

- **Kerken Kijken en Kunst: *A match made in heaven*** i.s.m. de Kerkvernieuwers

Deze zomer stelden drie kerken hun deuren open voor het kunstproject 'A match made in heaven'. Kerken en kunst vormen een vanzelfsprekende combinatie. Terwijl de kunst in de kerken logischerwijs een religieus karakter heeft en al dan niet de liturgische aspecten ondersteunt, is de kunst in 'A match made in heaven' van andere aard. Nona Hoogland, Tom Haakman en Katharina Bush, drie jonge recent afgestudeerde kunstenaars aan de HKU, waren deze zomer te gast bij de Sint-Gertrudiskathedraal, de Nicolaïkerk en de Lutherse kerk. Zij gingen in gesprek met bezoekers, werkten ter plekke en presenteerden elk op de afsluitende dag van het seizoen, 13 september, hun uiteindelijke werk.

- **Barth Kerken Kijken** i.s.m. het Bartholomeus Gasthuis

Via bestuurslid Hans de Smalen kwamen we als KKKU in contact met de activiteitencoördinator van het Bartholomeus Gasthuis, Christiaan Licht. Samen besloten we om het buurtinitiatief 'Barth in de Buurt' uit te breiden met gerichte wandelingen naar de Utrechtse kerken waar ze een rondleiding krijgen. Barths Kerken Kijken is begonnen bij de Pieterskerk met twee bezoekers en is mede door de inzet van straatambassadeurs in rap tempo gegroeid naar gemiddeld 25 bezoekers per wandeling.

We kijken terug op een mooie eerste samenwerking omdat het initiatief het religieus erfgoed van de Utrechtse binnenstad zichtbaar én toegankelijk maakt, terwijl het buurtbewoners een inspirerende en gezellige dag uit biedt. Zo brengt dit initiatief niet alleen mensen naar de kerken, maar ook dicht bij elkaar.

Bijgaand een herinnering van Christiaan Licht:

"Tijdens een Barths Kerken Kijken-bezoek aan de Ste. Gertrudiskathedraal kwam een man mee uit Maarssen. Hij had via een straatambassadeur van Barth in de Buurt over het initiatief gehoord en besloot mee te gaan. Als kind wandelde hij namelijk al vaak met zijn vader langs de Singel, maar de Ste. Gertrudiskathedraal bleef altijd een mysterie. Tijdens de rondleiding was hij positief verrast door wat hij aantrof achter de hoge muren. Hij vond het zo interessant, dat hij nu van plan is om elke maand mee te gaan en alle twaalf kerken in de binnenstad te ontdekken."



- **Kerken Luisteren** i.s.m. ZimiHC

De akoestiek in kerken is vaak van ongekennde kwaliteit. Niet voor niets zijn veel van de Utrechtse kerken in de zomer als locatie opgenomen in de programmering van het festival Oude Muziek en het festival voor de jonge muziekpionier Gaudeamus. Alle reden voor ons om de samenwerking met

ZimiHC, de vereniging voor amateurkunst in Utrecht, te hervatten. Via een oproep aan hun achterban, heetten we deze zomer zeven ensembles welkom in onze kerken. De concerten vonden plaats in de periode 4 juli tot 22 augustus in de Geertekerk, de Pieterskerk, de Nicolaïkerk en de Lutherse kerk. De optredens waren zeer gevarieerd, met enthousiaste luisteraars en bevlogen uitvoerende musici. In totaal ontvingen we enkele honderden bezoekers.

De belangrijke doelstellingen werden bereikt:

- het verbinden van monumentale Utrechtse kerken met een breed publiek door middel van laagdrempelige middagconcerten;
- het vergroten van de culturele diversiteit in de stad door samenwerking met ZimiHC en het presenteren van uiteenlopende muziekgenres.

Publiciteit

De concerten waren opgenomen in de agenda's van UitAgenda Utrecht, TivoliVredenburg, ZimiHC, Kerken Kijken Utrecht en Heilige Huisjes Utrecht. Kerken Kijken Utrecht, ZimiHC en de musici hebben elk concert aangekondigd op de eigen social mediakanalen. Ook onze eigen communicatie, waaronder een social mediacampagne maakte melding van de optredens.

"Wat een ontzettend mooie plek om te mogen spelen! De ontvangst was heel hartelijk en lief. En er kwam ook best veel publiek, dat hadden we niet meteen verwacht. Volgend jaar doen we graag weer mee!" - Artiest, optreden Lutherse Kerk

De concertreeks liet zien dat er in Utrecht grote belangstelling bestaat voor laagdrempelige culturele programmering in monumentale kerken. Bezoekers waardeerden de combinatie van deze specifieke locaties en intieme concerten; de beleving werd omschreven als laagdrempelig, inspirerend en verrassend. Veel bezoekers en KKU-gidsen gaven aan dat zij een jaarlijkse voortzetting van Kerken Luisteren wensen. Voor het seizoen 2026 spraken we kort geleden de wens uit om de samenwerking verder te intensiveren, het aantal optredens gestaag te doen groeien en uit te breiden met poëzie. Door de samenwerking met ZimiHC weten we ons verzekerd van een prachtige spreiding van deelnemers uit de verschillende wijken van Utrecht en van hun persoonlijke, zeer diverse achterban.

Een verkenning, het onderwijs

De Gemeente Utrecht heeft bij herhaling het belang aangegeven van de samenwerking met het onderwijs. Binnen het verband van KKU doen zich twee projecten voor die mogelijk op termijn een vaste plek in ons programma kunnen krijgen. We maakten kennis met de Klassendag, een speciaal door de Open Monumentendag Utrecht georganiseerde dag voor het basisonderwijs op de vrijdag voorafgaand aan het weekend. Harke Hofman, leerkracht van groep 8 van de Johan de Wittschool in Oog en Al en KKU-gids in de Doopsgezinde kerk neemt al jaren deel aan de Klassendag en voegt stevast één of twee kerken toe aan het programma. In 2025 mocht Annelore Scholten, de nieuwe voorzitter, als extra begeleider meefietsen en genoot zij van de rondleidingen in de Fundatie van Renswoude en de toelichtingen in de Doopsgezinde kerk en de Domkerk. Met KKU gaan we het seizoen 2026 benutten om te zien of Klassendag een zinvol groeimodel is.

Een ander project dat we als KKU gaan bestuderen is het al bestaande programma dat de Nicolaïkerk heeft ontwikkeld voor de ontvangst van schoolklassen.

ACTIVITEITENPLAN 2025/2026 - 2028

Herfst en winter 2025, voorjaar 2026

De openstelling van de kerken in de herfst en winter beperkt zich grotendeels tot de zaterdag. De organisatie gebruikt deze periode dan ook vooral om achter de schermen te werken aan de verdere professionalisering van de organisatie. We gaan nieuwe gidsen werven en trainen, we herijken de promotiematerialen en bespreken in gezamenlijkheid nieuwe projecten en besluiten over verlenging van samenwerkingsverbanden. Een sterkere en meer frequente samenspraak tussen bestuur en teamleiders, gastpersonen en gidsen vormt een belangrijk vertrekpunt om de kracht en het potentieel van het bijzondere samenwerkingsverband extra te benadrukken.

Werving, training en inroosting van nieuwe rondleiders

In het achterliggende seizoen bleek er enige krapte in de bezetting onder de gastpersonen en gidsen. Reden voor het bestuur om, in nauwe samenspraak met de teamleiders, nieuwe gastpersonen en gidsen te werven. Voor alle duidelijkheid: de gastpersoon verwelkomt de bezoeker en overhandigt de informatie terwijl de gids de bezoeker ook desgewenst toelichting geeft bij de bezienswaardigheden. We zetten in op de gebruikelijke vermeldingen (website, social media, flyers en vrijwilligerscentrale). Daarnaast benutten we de contacten met Oud Utrecht en RTV Utrecht om een heel gerichte oproep te doen voor nieuwe, en liefst ook jongere, gidsen.

De werving van nieuwe gidsen gaat hand in hand met een gefaseerd trainingsprogramma. Onder leiding van Arja van Veldhuizen, erfgoedsspecialist in educatie en publieksbereik, en al jaren zelf gids in de Domkerk, begeleiden we iedere (nieuwe) vrijwillige gids met een palet aan trainingen. Deze kunnen gaan over gastvrijheid, het proces van rondleiden, het rondleiden van kleine gezelschappen en stemgebruik. De inhoudelijke training over de kerk en de bezienswaardigheden wordt in iedere kerk verzorgd door de teamleiders, ook daar zien we kansen om de professionaliteit verder te vergroten.



In 2025 introduceerden we het digitale rooster, de mogelijkheid om de inroosting in één oogopslag te overzien en flexibel in te tekenen voor openstaande diensten. Vijf kerken gingen ermee aan de slag en kijken er met volle tevredenheid op terug. Het bestuur zal, in samenspraak met diverse teamleiders, het gebruik van deze digitale tool verder onder de aandacht brengen.

SEIZOEN 2026

Informatie

In 2025 namen drie kerken de QR-code in gebruik. Met deze digitale informatievoorziening activeert de bezoeker op zijn eigen mobiele telefoon in zijn eigen taal informatie over de bezienswaardigheden in de kerk. De QR-code is een professionele toevoeging aan alle beschikbare informatie en een prachtig gebaar aan onze internationale en nationale bezoekers. In de geplande najaarsbijeenkomst met de teamleiders gaan we de toepassing nogmaals met hen bespreken en aangevuld met het enthousiasme van de eerste gebruikers werken we deze winter aan de introductie van de QR-code in alle kerken.



Samenwerking

In dit zomerseizoen hebben we belangrijke stappen gezet om de interne samenspraak tussen bestuur, teamleiders, gastpersonen en gidsen te intensiveren, beleidsvoornemens toe te lichten en afspraken over professionaliteit in het gastheerschap verder te bestendigen. Waar in het zomerseizoen de contacten zich beperken tot de opening, afsluiting en een enkele tussentijdse vergadering, bieden juist de andere seizoenen ruimte voor veel nieuwe gesprekken en ontmoetingen. Het bestuur is voornemens om nieuwe projecten in werkgroepverband te verkennen. Aan de werkgroepen nemen steevast enkele teamleiders en/of gidsen en gastpersonen deel. Zo werken we aan een breder gedragen beleid en een grotere mate van persoonlijke ontmoeting.

Terugkerende activiteiten in de zomer van 2026

- **Open Kerken Dag (25 mei)**

Dit jaar vindt de landelijke Open Kerkendag ruim vooraf aan ons zomerseizoen plaats. De positieve ervaring van het voorgaande jaar geeft alle aanleiding om opnieuw mee te doen. Deze dag biedt ons een uitgelezen kans om kennis te maken met potentieel nieuwe kerken. We kunnen deze beoogde toetreders begeleiden in de werving en training van vrijwilligers, ons meerjarenbeleid toelichten om ons ervan te verzekeren dat het netwerk van samenwerkende kerken met hun toetreding ook in kwalitatieve zin groeit.

- **Het Groei & Bloei Open Tuinen Weekend (20 en 21 juni)**

Dit weekend gaat iets vooraf aan het officiële zomerseizoen van KKKU. De samenwerking met Florence Hanselaar (voormalig coördinator van OMD Utrecht) en de vrijwilligers van de Nicolaïkerk, de Doopsgezinde kerk, de Pieterskerk en de Domkerk passen hier goed bij.

- **Kerken Luisteren** met een mogelijke uitbreiding naar poëzie i.s.m. Zimihc.
Voor 2026 streven we naar tenminste 10 optredens, verspreid in de maanden juli en augustus. De samenwerking in 2025 was voor alle betrokkenen reden voor een vervolg. Onderstaand een quote van mede-organisator Zimihc:

“Geweldig dat we dit jaar opnieuw de prachtige kerken in de binnenstad als podium konden aanbieden aan amateurkunstenaars uit Utrecht. Samen met Kerken Kijken Utrecht kunnen we dit eenvoudig organiseren. Ook het publiek is enthousiast over het aanbod, juist in deze periode wanneer de reguliere programmering van veel culturele instellingen een zomerstop heeft.”

- **Barth Kerken Kijken** i.s.m. het Bartholomeus Gasthuis
Natuurlijk vervolgen we de wandelingen met buurtbewoners naar de kerken van KKKU waarbij we aansluiting zoeken met eventuele andere activiteiten die er plaatsvinden, zoals speciale toelichtingen in de kerken of de concerten van amateurmusici.
- **Klassendag** (11 september) i.s.m. Open Monumentendag Utrecht
Op vrijdag 11 september vindt de eerder genoemde Klassendag plaats. Met de positieve ervaring opgedaan in 2025 verkennen we in 2026 de kansen om hier structureel en met meer kerken aan deel te nemen. In de huidige opzet bezoeken klassen van de bovenbouw van het basisonderwijs de meer dan 90 opengestelde monumenten en wandelen en fietsen de leerlingen door de stad langs iconische bouwwerken. Een bezoek aan enkele kerken past moeiteloos in deze rondgang. De organisatie van Open Monumentendag Utrecht ontwikkelt lesmateriaal bij het jaarthema.
Ook bestuderen we in 2026 de mogelijkheden om het voorbeeld van de Nicolaïkerk met de ontvangsten van het basisonderwijs in meer kerken te laten plaatsvinden.
- **Open Monumenten Dag** (12 september)
Op zaterdag 12 september sluiten we traditioneel het zomerseizoen af met onze deelname aan het Open Monumentenweekend. In samenspraak met de teamleiders verkennen we de aanknopingspunten met het gekozen thema ‘erfgoed in gevaar’. Op voorhand denken we dat de geschiedenis van onze schuilkerken hier goed bij kan aansluiten. De Doopsgezinde kerk en de Ste. Gertrudiskathedraal zijn er treffende voorbeelden van.

Publiek en nieuwe publieksgroepen

Naast onze aandacht voor de dagbezoeker die meestal op eigen gelegenheid de kerken bezoekt, buigen we ons in het zomerseizoen 2026 ook over publieksgroepen voor wie die gang niet vanzelfsprekend is. We denken nu aan mensen met beginnende dementie en de nieuwkomer die zich buigt over de Nederlandse taal (NT2 cursist).

Mensen met dementie

Binnen ons bestand aan teamleiders, gidsen, gastpersonen en bestuursleden zitten veel mensen met bijzondere kennis van zaken en/of van doelgroepen waar we graag nieuwe producten voor ontwikkelen. Helma van 't Land, een van de teamleiders in de Pieterskerk, is in het dagelijks leven verbonden aan Alzheimer Nederland als coördinator van het maandelijkse Jungheimer Cafe (Alzheimer voor jongeren mensen) in Utrecht. En onze voorzitter Annelore Scholten is bij Rijksmuseum Boerhaave betrokken geweest bij de ontwikkeling van rondleidingen voor mensen met beginnende dementie. Deze rondleidingen werden in nauwe samenspraak met Alzheimer Nederland ontwikkeld.

In het seizoen 2026 gaan we als stichting aan de slag om in een pilot in de Pieterskerk te kijken of we ook in de Utrechtse kerken op termijn begeleide rondleidingen en ontvangsten voor mensen met beginnende dementie mogelijk kunnen maken. Voor deze pilot werken we samen met Jacqueline Sturkenboom, activiteitenbegeleidster bij Lieven de Kei, de woonzorginstelling in Zuilen voor mensen met dementie. Vanuit KKU sluiten Helma van 't Land en Annelore Scholten aan. We gaan eveneens in gesprek met de collega's in de Domkerk waar de gidsen van de educatieve dienst getraind worden voor dit type rondleiding.

De pilot is er in eerste instantie op gericht om te weten welk aanbod we gaan ontwikkelen. Als we daar meer zicht op hebben, gaan we gericht nieuwe gidsen werven en trainen. De introductie van een dementievriendelijke ontvangst als vast onderdeel in ons aanbod verwachten we in 2027 echt in gebruik te nemen.

NT2

Binnen het bestuur weten we ons verzekerd van bruikbare ervaringen en contacten op dit gebied. Voorzitter Annelore Scholten heeft bij Rijksmuseum Boerhaave bruikbare ervaring opgedaan met de ontvangsten van rondleidingen voor NT2 cursisten. De term NT2 staat voor Nederlands als tweede taal. Oftewel: mensen die een andere moedertaal hebben dan het Nederlands. Dergelijke mensen hebben een diploma Staatsexamen Nederlands als tweede taal (NT2) nodig als ze hier willen inburgeren. De praktische organisatie is in handen van een taalcoach. We stellen ons voor dat ook de Utrechtse kerken mooie verhalen opleveren die voor de inburgering en het te ontwikkelen taalgevoel en vocabulaire heel welkom zijn. We verwachten dat we tijdens de zomeropenstelling in 2026 een pilot van de NT2 rondleiding kunnen aanbieden. We verkennen de samenwerking met [taalgroepen](#) / taalscholen met een Blik op Werk Keurmerk. Ook een samenwerking met DOCK zou mogelijk passen. Binnen het eigen KKU-verband gaan we in gesprek met de Domkerk die onderdeel is van de route van de EropUit-wandeling voor inburgeraars, een initiatief van de gemeente om inburgeraars kennis te laten maken met plekken in de stad.

Nieuwe partnerschappen

- **Literatuur** met de Universiteit, Rederijkerskamer en Zimihc

In 2026 bestaat de Universiteit Utrecht 390 jaar en viert haar 78e lustrum. Het thema wordt 'Samenwerking in stad en regio' en biedt KKU volop mogelijkheden om hierbij aan te sluiten. Op dit moment weten we dat de literatuur en leesbevordering deel uitmaken van het programma. KKU heeft zich bij de lustrumcommissie gemeld als een (pilot)podium voor literaire ontmoetingen.

Eén andere partner is de Koninklijke Rederijderskamer Jan van Beers. Binnen het eigen bestuur is vicevoorzitter Arie Noordermeer hierbij betrokken. De Rederijderskamer - een vereniging van mensen die samenkomen om de literatuur (met name de poëzie) te beoefenen - viert in 2026 het 165 jarig bestaan.

In een voorgesprek met het management van Zimihc werd de poëzie als extra uiting bij muzikale ontmoetingen genoemd - denk aan de (muzikale) spoken word traditie. We gaan er zeker een programmalijn mee maken.

- **Rondleidingen met Gilde Utrecht**

Deze organisatie organiseert veelal architectuur en stadsrondleidingen in de Utrechtse binnenstad. Op de route liggen vaak enkele kerken uit het KКУ verband. Tijd om de kerken te bezichtigen is er tijdens deze wandelingen vaak niet. In het zomerseizoen 2025 heeft het bestuur kennis gemaakt met de directie van het Gilde en de wens uitgesproken om enkele wandelingen aan te passen zodat een bezoek aan een KКУ-kerk aan de kop of de staart van de Gilde-wandeling tot de mogelijkheden kan behoren. De directie stond er niet onsympathiek tegenover en komt er in het vroege voorjaar 2026 op terug. Ook hebben we als bestuur de wens uitgesproken om speciale wandelingen aan te bieden die ook de minder centraal gelegen St. Aloysiuskerk kunnen aandoen.

- **Thematische rondleidingen met de Universiteit Utrecht, faculteit Geesteswetenschappen**

In de zoektocht naar nieuwe gidsen zetten we ook in op studenten en jongeren die wellicht op enkele momenten in de zomer thematische rondleidingen kunnen organiseren. We denken aan rondleidingen die maximaal drie kerken uit het KКУ verband aandoen en waar de aandacht is gericht op een gemeenschappelijke bezienswaardigheid. Te denken valt aan thematische rondleidingen over uurwerken of specifieke kunstvormen, zoals de beeldhouwkunst, schilderijen, glas-in-loodramen en orgels.



We vermijden de concurrentie met het Gilde Utrecht omdat we geenszins de aantrekkelijkheid van thematische rondleidingen door de binnenstad willen overnemen. Onze aandacht gaat gericht uit naar de bijzondere details in de kerken zelf die een korte route kansrijk maken. De thematiek biedt veel kansen voor de publiciteit waarmee we nieuwe bezoekers naar de kerken halen.

We verkennen de samenwerking met de Universiteit Utrecht en in het bijzonder met de faculteit Geesteswetenschappen met studies als (kunst)geschiedenis, religiewetenschappen en letterkunde.

SEIZOEN 2027

Activiteiten en samenwerking

De samenwerking met amateurmusici en de amateurvereniging Zimihc rond Kerken Luisteren, met Barth Kerken Kijken voor wandelingen naar kerken met wijkbewoners, met de studenten van de Universiteit Utrecht voor de thematische toelichtingen in de kerken en met Gilde Utrecht voor een alternatief parcours van de bestaande stadswandelingen nemen we in gebruik of zetten we voort. Van doorlopend belang blijft de werving van nieuwe teamleiders, gidsen en gastpersonen voor de reguliere openstelling. In dit nieuwe seizoen is er ook ruimte voor vernieuwing. Deze heeft betrekking op de volgende aspecten binnen KKU.

- **Nieuwe kerken**

We streven ernaar om het netwerk gestaag uit te breiden met kerken uit de perifere wijken van Utrecht. Door een geleidelijke groei garanderen wij goede informatie (website, QR-code ontsluiting, promotiematerialen) en werken we aan goed opgeleide gastpersonen en gidsen. Aansluiting bij de uitgangspunten van openstellingen en deelname aan werkgroepen en vergaderingen maken ook deel uit van het samenwerkingsverband.

- **Premiere**

Ontvangst en rondleidingen voor mensen met dementie (i.s.m. Jungheimer café en Alzheimer NL). Na de geslaagde verkenningen in het seizoen 2026 introduceren we in het voorjaar en de zomermaanden minstens driewekelijks een ontvangst van mensen met dementie. Uit de verkennende gesprekken is duidelijk geworden dat er bij de zorginstellingen grote behoefte is aan dergelijke goed begeleide uitstapjes. Natuurlijk intensiveren we de frequentie als we zeker weten dat er voldoende gekwalificeerde begeleiders en gidsen beschikbaar zijn. Of we ook reguliere rondleidingen gaan organiseren, is op dit moment nog onduidelijk.

- **Introductie NT2 rondleidingen** (i.s.m. Taal doet meer en Gilde Educatie)

De kerk is van oudsher een plek voor verhalen. Na een goede pilot in 2026 en de al bestaande positieve ervaringen binnen het bestuur introduceren we in 2027 NT2 rondleidingen. We slaan de handen ineen met Gilde Educatie en Taal doet meer. We werven eigen gidsen die zich in de verschillende kerken met de ontvangst en begeleiding van de NT2 cursisten willen bezighouden. Hoe leuk en verrassend zou het zijn als we uit deze groep ook nieuwe gidsen en gastpersonen kunnen rekruteren. Het is geen doelstelling op zich, maar we staan er zeker voor open.

- **Klassendag 2027**

De verkenning met de Klassendag in 2026 en de ervaring van bestaande onderwijsprogramma's en excursies resulteren in een samenwerking met scholen in de perifere wijken van de stad.

SEIZOEN 2028

Dit seizoen staat in het teken van het bestendigen van alle tot dan toe bereikte resultaten. De werving en training van vrijwillige gidsen blijft een continu aandachtspunt door de veelal hoge leeftijd van onze huidige gidsen. Ook van doorlopend belang zijn de onderlinge samenwerking en het overleg met alle betrokkenen in de vorm van werkgroepen en vergaderingen.

Netwerk kerken

Het ligt voor de hand om het netwerk van kerken gestaag uit te breiden. We rekenen erop dat we in ieder geval tijdens de landelijke Open Kerken Dag met een groot aantal Utrechtse kerken open zijn. Ons streven is erop gericht om het bezielde verband van de KKU verder te vergroten. De toetreding kan niet impulsief gebeuren omdat de toetreding hoge kosten met zich meebrengt. Vooral alle promotiematerialen (posters, website, flyers en brochure) behoeven met de toetreding van een nieuwe kerk een onmiddellijke aanpassing. Een aanpassing die we overigens graag doen.



Marketing en communicatiestrategie

Kerken Kijken Utrecht is een culturele erfgoedinstelling die sinds vele decennia bezoekers in de zomer welkom heet in de Utrechtse binnenstadkerken. Het aantal bezoekers stelt ons al jaren tevreden. Toch blijven we op zoek naar een aanscherping van onze marketingstrategie om interessant te blijven voor de bestaande bezoekers en tegelijk aantrekkelijk te worden voor nieuwe doelgroepen.

Uit het Bezoekers Effect Monitor Utrecht (BEMU) onderzoek van Q3 2024 weten we het volgende. De dagbezoeker uit de regio bezoekt de stad vaak voor een bezoek aan de binnenstad. In de eerste associaties gaat het om 'grachten, terrassen, winkels en de Domtoren'. Dat er zoveel bijzondere kerken gratis te bezoeken zijn, is vaak onbekend. Het bezoek aan een kerk berust nogal op toeval; de kerk ligt op een route naar een andere bestemming. Deze bezoekers zijn volwassen bezoekers die vaak in een klein gezelschap de kerken binnenstappen.

Voor de internationale dagbezoeker speelt toeval een geringe rol. Het bezoek is goed gepland, de bezoeker gaat gericht op pad om de samenhang tussen historie en de unieke hospitality van de Utrechtse binnenstad met haar grachten, terrasjes, pleinen en winkels te verkennen. Een bezoek aan een van de gunstig gelegen kerken past daar goed bij. Dat de toegang gratis is en de informatie in een veelheid aan talen beschikbaar is, maakt het bezoek zeer aantrekkelijk. Onze gidsen zijn getraind om de buitenlandse gast welkom te heten en met gemak over de bijzondere aspecten van de kerk te vertellen. Die lijn houden we uiteraard vast.

De uitslag van het onderzoek dat deze zomer (Q3 2025) werd gehouden, verwachten we binnenkort. Kennis over onze doelgroep en inzichten in hun 'klantreis' zijn van eminent belang. Het najaar 2025 stellen we in het teken om ons hierin te professionaliseren. We schuiven aan bij een themadag over de klantreis om hier met aangescherpte inzichten mee aan de slag te gaan.

Doelstellingen van de meerjarencampagne

Met een gerichte strategie verbeteren we de naamsbekendheid en presenteren we de Utrechtse kerken, mede door de nieuwe samenwerkingsverbanden, als aantrekkelijke plekken in het centrum van de historische binnenstad. Juist in een tijd waarin waarden onder druk staan en er sprake is van

groeierende polarisatie positioneert KKU zich als een culturele vrijhaven waar iedereen welkom is, waar toegang gratis is en waar een podium geboden wordt aan een veelheid van culturele uitingen.

- Naamsbekendheid vergroten binnen Utrecht en de regio;
- Diversiteit in vrijwilligers en publiek vergroten;
- Publieksbereik verbreden: jongere bezoekers (18 tot 35 jaar), families met jonge kinderen (4 tot 12 jaar), mensen met een migratieachtergrond en bezoekers met dementie of NT2-doelen;
- Imago versterken als gastvrije, professionele en cultureel relevante erfgoedorganisatie;
- Bezoekers aantrekken: jaarlijks groeiende aantallen, meer herhaalbezoek en zorgen voor meer doelbewuste/gerichte bezoekers (niet alleen toevallige bezoekers);
- Vrijwilligers enthousiasmeren en behouden door betere interne communicatie (tussen het bestuur, de teamleiders en vrijwilligers in de kerken), zichtbaarheid en meer draagvlak binnen de gehele organisatie voor ontwikkelingen m.b.v. thema-werkgroepen waar iedereen aan kan deelnemen.

Kernboodschappen

- Gastvrij en laagdrempelig: toegang is gratis, iedereen is welkom;
- Veelstemmige verhalen: (kunst)historisch, religieus erfgoed, artistiek en maatschappelijk;
- Levend erfgoed: kerken zijn plekken voor ontmoeting, muziek, kunst en reflectie (stilte/rust);
- Samenwerking: onderdeel van de stad en haar culturele netwerken.

Doelgroepen & aanpak

Publiek

- Dagbezoekers uit stad en regio (cultureel geïnteresseerden, wandelaars, gezinnen);
- Internationale bezoekers (toeristen, expats);
- Nieuwe publieksgroepen: jongeren (18-35 jaar), families met jonge kinderen (4-12 jaar), NT2-cursisten, mensen met beginnende dementie;
- Partners & stakeholders: gemeente Utrecht, Utrecht Marketing, culturele instellingen, kerken en andere religieuze organisaties in de stad.

Intern

- Vrijwilligers in de kerken (gidsen en gastheren/-vrouwen) en teamleiders.



Doelgroep	Bereiken	Aanbod in kerken	Planning
<i>Dagbezoeker uit de stad en regio</i>	Samenwerking met Gilde Utrecht en toeristische partners; thema rondleidingen; vermelding in digitale agenda's en flyers bij o.a. de VVV en in kerken.	Huidige aanbod thematiseren	Verder uitbouwen, al gestart.
<i>Jongeren (18-35 jr.)</i>	Actieve social media (vooral instagram) en website met visuele, persoonlijke verhalen van vrijwilligers.	Kunstprojecten en creatieve activiteiten, evenementen in de kerken. Speciale QR-route met 'jong' taalgebruik? Of een verdiepende QR-route?	Verder uitbouwen, al gestart. Verkennen mogelijkheden in 2026.
<i>Internationale bezoeker</i>	Eigen website, Utrecht Marketing, TripAdvisor-listings, samenwerking met hotels.	Meertalige website met informatie, QR-codes in de kerken.	Verder uitbouwen, al gestart.
<i>Families met jonge kinderen (4-12 jr.)</i>	Speurtocht & pelgrimspas vernieuwen; Via wijkbibliotheken en scholen: koppelen aan speciale dagen zoals OMD.	Speciale QR-route voor kinderen (onder- en bovenbouw basisschool)? Plattegrond, pelgrimspas, kleurplaat actualiseren.	Eventueel: QR-route uitrollen in 2027, basismaterialen gereed in 2026.
<i>Speciale doelgroepen</i>	Mensen met dementie en NT2-cursisten: gericht bereik via Alzheimer, NL, Taal Doet Meer/Dock, zorginstellingen.	Speciale rondleidingen.	Pilots in 2026, in gebruik 2027.
<i>Vrijwilligers (jong & divers)</i>	Gerichte wervingscampagne via RTV Utrecht, Oud Utrecht, HKU, UU en social media.	Meer verdieping o.a. door cursussen; mogelijkheid voor eigen (kunst)historisch of religieus onderzoek in een van de kerken; flexibel rooster.	Najaar 2025 starten en uitrollen in voorjaar 2026.

Communicatiemiddelen & acties

Huisstijl

- Ontwikkelen van een nieuw campagnebeeld en logo met een wervende uitstraling voor de website, posters, flyers en de socials;
- Professionele fotografie en video met o.a. verhalen van bezoekers en vrijwilligers.

Website

De website biedt een goed gedocumenteerd overzicht van de historische bezienswaardigheden in de kerken met 360 graden filmopnames van het hoofdinterieur, aangevuld met (kunst)historische informatie. De nadruk ligt op de religieuze erfgoedaspecten. De website is meertalig en brengt iedere kerk goed in beeld. Of de website momenteel als promotie dient, betwijfelen we. Daarvoor ontbreekt de menselijke factor. Interviews met gidsen, gastpersonen en bezoekers en korte opnames van culturele evenementen in de kerken verlevendigen de website en zorgen ervoor dat er een grotere promotionele aansporing tot een bezoek vanuit gaat.

Acties

- Herontwerp: modern, persoonlijk, interactief;
- Meer menselijk & promotioneel: korte interviews, reels van concerten, “plan je route”-functie;
- Portretten van vrijwilligers (van de bestuursleden en voor de andere vrijwilligers wie willen), betere zichtbaarheid van artikelen en updates of nieuws;
- Meer visuele verhalen (video's, foto's, interviews);
- Betere zichtbaarheid van de meertaligheid;
- Evenementenkalender op homepagina;
- Interactie: veld voor vragen en/of ideeën.

Social media

We zetten ook in op de eigen sociale mediakanalen van de stichting (instagram, Facebook en LinkedIn). Sociale media zijn immers een ideaal middel om op een laagdrempelige manier rechtstreeks met verschillende en omvangrijke (nieuwe) doelgroepen te communiceren en betrokkenheid en interactie te creëren. Een actieve social media-campagne (ca. 4 tot 6 berichten of *stories* per week) zetten we in bij de opening van het zomerseizoen. In het laagseizoen blijven we in mindere mate actief (ca. 1 bericht of *story* per week). Op Facebook (367 volgers) en Instagram (1.049 volgers) plaatsen we gedurende het zomerseizoen enkele (betaalde) advertenties met als doel onze digitale zichtbaarheid en naamsbekendheid onder een jonger publiek te vergroten, aangevuld met posts op LinkedIn. Ook de E-nieuwsbrief (312 abonnees) maakt deel uit van ons palet aan eigen middelen en is vooral gericht op het zomerseizoen.



Gerichte acties

- Social media: 4–6 berichten per week tijdens het zomerseizoen: mix van foto's, vrijwilligersportretten, korte verhalen, agenda-items en partners. Zie het document van zomerseizoen 2025 ter inspiratie;
- Betaalde advertenties gericht op jongeren (18 tot 35-jarigen) en toeristen;
- LinkedIn: inhoudelijke berichten en werving van nieuwe vrijwilligers en partners;
- Professionele video en fotografie: inzetten voor promotie (vooral interviews, korte sfeerimpressies, vrijwilligers in beeld).

Nieuwsbrief

Frequentie verhogen naar 1x per maand;

Meer storytelling van vrijwilligers in de kerken en bezoekers;

We streven naar een gestaag groeiend aantal abonnees. Met een duidelijke aanmeldknop voor de nieuwsbrief op onze website, bij andere communicatie-uitingen alsook in de kerken en bij onze aanwezigheid bij infomarkten.

Drukwerk

- Panelen: houders vervangen of repareren;
- Inhoud op panelen actualiseren;
- Brochures: Engels en Nederlands herdrukken in nieuwe huisstijl;
- Flyers: corrigeren van de plattegrond, integratie nieuwe huisstijl;
- Pelgrimspas: moderniseren (betere beloning, duidelijk ophaalpunt en eigentijds ontwerp);
- Wervingsfolder en Vriendenflyer: standaard huisstijl, maar jaarlijks updaten;
- Stoepborden en posters, vlaggen, banners: gefaseerde overstap naar nieuwe huisstijl.

Overige

- Kinderspeurtochten: heractiveren en promoten;
- Buttons: behouden (blijven geliefd);
- QR-code kaartjes: uitbreiden en integreren in nieuwe huisstijl;
- Banieren, A0-posters, flyers bij VVV, in bibliotheken, supermarkten en horeca;
- Samenwerking: Utrecht Marketing en Heilige Huisjes Utrecht voor digitale agenda's.

Media & partners

Persberichten bij seizoensopening en start projecten, kunstuitingen en pilots (dementie/NT2).

Cross-promotie met ZimiHC, Universiteit Utrecht, Gilde, Open Monumentendag en Heilige Huisjes Utrecht.

Tijdslijn (globaal)

- **Najaar 2025:** herijking middelen, nieuwe huisstijl ontwikkelen, adressenbestand opschonen, contentkalender opstellen. In het winterseizoen moeten socials (in mindere mate) actief blijven, denk aan 1 bericht of *story* per week;
- **Voorjaar 2026:** lancering vernieuwde website, start intensieve social media-campagne (4 tot 6 berichten per week), introductie vernieuwde flyers en pelgrimspas;
- **Zomerseizoen 2026:** actieve campagne (evenementen, partners, social media), eerste pilots (NT2, dementievriendelijke rondleidingen);
- **2027:** opschalen pilots, verankeren in programma, uitbreiding netwerk van de kerken;
- **2028:** bestendiging communicatie, onderhoud website/huisstijl, structurele samenwerking met onderwijs en partners.

Randvoorwaarden

- Nieuwe huisstijl & campagnebeeld (2026);
- Voldoende middelen (afhankelijk van subsidie);
- Continuïteit in vrijwilligerscommunicatie;
- Samenwerking met partners voor zichtbaarheid (Utrecht Marketing, ZimiHC, Gilde, Universiteit Utrecht, Heilige Huisjes Utrecht).

BEGROTING

	2026	2027	2028
UITGAVEN			
Organisatiekosten			
Projectcoördinatie	€ 17.000	€ 17.500	€ 18.000
Bestuurskosten	€ 2.500	€ 2.500	€ 2.500
Onkosten gidsen (reiskosten)	€ 500	€ 500	€ 500
Excursie gidsen	€ 3.500	€ 3.500	€ 3.500
Opening seizoen	€ 3.000	€ 3.000	€ 3.000
Bankkosten	€ 300	€ 300	€ 300
Hostingkosten en webonderhoud	€ 1.750	€ 1.800	€ 1.850
Kosten exploitatie het digitale rooster	€ 1.150	€ 1.150	€ 1.150
Onvoorzien	€ 3.500	€ 3.500	€ 3.500
Opleidingsbudget			
Opleiding en Training gidsen (jaar 1 en 2)	€ 1.250	€ 1.250	€ 1.250
Ontwikkeling en opleiding themarondleiders		€ 750	€ 750
Marketing en Communicatie			
Actualisering en uitbreiding website	€ 1.500	€ 1.500	€ 1.500
Ontwikkeling campagnebeeld	€ 3.000	nvt	nvt
Actualisering en productie publiciteitsmaterialen	€ 5.000	€ 5.000	€ 5.000
Advertenties	€ 1.500	€ 2.500	€ 2.500
Projecten			
Demensievriendelijke rondleidingen		€ 750	€ 750
NT2 ontvangsten		€ 750	€ 750
UITGAVEN TOTAAL	€ 42.950	€ 43.750	€ 44.300
DEKKINGSPLAN			
Subsidie Gemeente Utrecht (max.)	€ 25.000	€ 25.000	€ 25.000
Fondsenwerving*:			
Culturele fondsen	€ 4.000	€ 4.000	€ 4.000
Maatschappelijke fondsen	€ 2.500	€ 2.500	€ 2.500
Overige fondsen	€ 4.500	€ 4.500	€ 4.500
Inzet Kku	€ 1.950	€ 2.250	€ 1.800
Sponsoren	€ 5.000	€ 5.500	€ 6.500
TOTAAL INKOMSTEN	€ 42.950	€ 43.750	€ 44.300



TOTAAL INKOMSTEN	€ 45.000	€ 47.000	€ 47.000
-------------------------	-----------------	-----------------	-----------------