

„Wir wollen unsere Kirchenmitglieder wertschätzen“

Mitgliederorientierung (MOT) ist kein einfacher Begriff.

Er steht für einen Arbeitsbereich der Abteilung Kommunikation und Fundraising. Diese Arbeit war auch bei der Synode ein Thema. Andrea Müller, die dafür verantwortliche Pfarrerin, erklärt im Interview mit „ekiba intern“, was es damit auf sich hat.

Was steckt hinter MOT?

Bei MOT geht es um eine Haltung und Denkweise, wie wir unsere kirchliche Arbeit gestalten. MOT bedeutet, sich von der Perspektive der Amtskirche zu lösen hin zu einem Blick auf die Mitglieder - ihre Vielfalt, ihre Fragen und Bedürfnisse. Wir wollen herausfinden, wie sie „ticken“. Meist kennen wir unsere Kerngemeinde recht gut und wissen, was sie interessiert. Aber 80 Prozent der Mitglieder kennen wir kaum. Daraus ergeben sich viele Fragen, die wir beantworten wollen. Welche Möglichkeiten gibt es, mit ihnen in Kontakt zu kommen? Wer besucht unsere Veranstaltungen, wer nicht – und warum nicht? Wie können wir sie ansprechen und wertschätzen?

Müssen Sie Ihren Auftrag alleine stemmen?

Zurzeit sind wir zu dritt mit insgesamt 150 Prozent Stellenanteil. Daher konzentrieren wir uns in der Mitgliederkommunikation momentan auf zwei Ansätze: Wie können Gemeinden ihre Mitglieder ansprechen, und was organisieren wir zentral? Mit der Aktion „Brot & Salz“ stellen wir Gemeinden Materialien zur Verfügung und geben Impulse, wie sie Neuzugezo-

gene mit Brot und Salz begrüßen können. Das Material erhalten die Gemeinden per e-Shop und kümmern sich ums Verteilen. 15 Prozent aller badischen Gemeinden haben sich im letzten Jahr beteiligt, und wir hoffen, dass es noch mehr werden. Beim Umzug ist es sinnvoll, wenn der Kontakt vor Ort geschieht. Wir erwarten nicht, dass die Begrüßten deswegen sofort in den Gottesdienst kommen. Wir wünschen uns aber, dass sie sich wertgeschätzt fühlen und spüren: Ihr gehört zu uns, und wir freuen uns, dass ihr da seid. Erst dann kann eine Beziehung entstehen. Eine ähnliche Aktion, „Kleine willkommen“, gibt es ab dem Sommer für Eltern von Neugeborenen.

Welche Aktion läuft aktuell?

MOT versendet gerade die „Kirchenpost“ an Jugendliche und junge Erwachsene in sechs ausgewählten Dekanaten. Dort erhalten z.B. alle 15-jährigen Evangelischen einen peppig aufgemachten Selfmailer (Faltbrief ohne Umschlag) zum Thema Sonne, Sommer, Spaß, mit einer Einladung zu Freizeiten der Evangelischen Jugend oder des CVJM. Weitere Briefe zum Thema „Hoffnung/Changemaker sein“ gehen an die 13-Jährigen mit

Fotos: Ulji Naeften; MOT; Sigrun Graham



Andrea Müller (l.) präsentierte die Angebote der Mitgliederorientierung während der Frühjahrstagung. Bei Kirchenrätin Anne Heitmann kam das Konzept offensichtlich gut an.

KLEINE
willkommen
EVANGELISCHE KIRCHE





Das jüngste Projekt nennt sich „Kleine willkommen“: Frischgebackenen Eltern wird damit zur Geburt ihres Kindes gratuliert. MOT stellt den Gemeinden Glückwunschkarten und ein Geschenk-Mulltuch mit Wal- oder Schäfchen-Motiven zur Verfügung. Es wird derzeit in Indien aus biologischer Baumwolle und unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt. Außerdem können die Gemeinden ihr Angebot für junge Familien und die Einladung zur Taufe mitschicken. In einem zweiten Schritt soll es Materialien zur Taufe des Kindes und zum ersten Geburtstag geben.

dem Hinweis auf evangelische Jugendgruppen und den Konfi-Unterricht. Gemeinsam kann man sich gegenseitig ermutigen, aktiv zu werden: etwas gegen Klimawandel tun, den eigenen ökologischen Fußabdruck feststellen usw. Per QR-Code wird weiterverlinkt auf die Webseite www.kirchenpost-ekiba.de oder zu den Jugendgruppen der Gemeinden und dem EJW.

Arbeiten Sie mit anderen Landeskirchen zusammen?

Die Kirchenpost ist eine bayrische Initiative, die von der württembergischen Landeskirche weiterentwickelt und von uns übernommen wurde. Wir profitieren von den positiven Erfahrungen der anderen. Wir setzen bei der Kirchenpost auf U30, weil viele in diesem Alter oft nur noch wenig Kontakt zu Kirche haben und austreten. Die angeschriebenen Jugendlichen bekommen mit, was wir ihnen als Kirche anzubieten haben. Die Adressaten fühlen sich besser informiert und mit der Kirche mehr verbunden. Wir übernehmen die Vorlagen von den Württembergern und passen sie nach Rücksprache mit der Zielgruppe an. Auf die Briefe an Paare, die ein Jahr zuvor standesamtlich geheiratet haben, gab es schon begeisterte Reaktionen. Eine Karte zum 18. Geburtstag wird nicht nur für die Kirchengemeinden in den Projektdekanaten, sondern für alle im e-Shop erhält-

i Die Angebote des Bereichs Mitgliederorientierung (MOT) finden Sie über die Homepage www.ekiba.de/mot sowie im e-Shop: www.shop.ekiba.de. Ein Handout, welches die Angebote der MOT anschaulich zusammenfasst, finden Sie zum Herunterladen ab Ende April 2024 ebenfalls auf www.ekiba.de/mot.



lich sein. Auch bei unserem neuen Projekt „Kleine willkommen“ werden wir mit Württemberg kooperieren. Ein Resultat ist, dass auf dem Geschenk für Neugeborene (siehe Kasten) kein badisches Landeskirchenlogo mehr drauf ist. So ist es in vielen Landeskirchen einsetzbar. Die Personalisierung und den lokalen Aspekt bringen die Gemeinden mit dem ekiba-Logo auf dem Anschreiben zum Ausdruck.

Muss MOT Hürden überwinden?

Der Perspektivwechsel ist nicht so einfach. Manche fragen sich, ob die Leute wegen unserer Aktivitäten wirklich aktiv in die Gemeinden kommen.

Für uns sind die Aktionen der MOT vertrauensbildende Maßnahmen. Wir wollen unsere Kirchenmitglieder wertschätzen. Erfolg ist für uns, wenn sich die Kirchenmitglieder wahrgenommen und gesehen fühlen. Um die Wirksamkeit zu messen, sind Umfragen geplant, aber wir wollen die Leute auch nicht nerven.

Gibt es positive Überraschungen?

Wir freuen uns sehr über jede Unterstützung im EOK. So viele Menschen sind beteiligt – von den Mitarbeitenden im e-Shop über das Meldewesen bis hin zum Datenschutz. Ohne deren Hilfe und Knowhow könnten wir diese Projekte gar nicht umsetzen.

Es ist uns klar, dass die Kommunikationsmaßnahmen, die wir bewerben, Gemeinden zusätzliche Arbeit machen, obwohl sie schon am Anschlag sind. Wenn dann die Rückmeldung kommt, dass Kollegen/-innen oder Ehrenamtlichen vor Ort die Materialien gefallen und sie damit gerne auf ihre Mitglieder zugehen – dann beflügelt uns das.

Was planen Sie für die Zukunft?

Wir wollen uns mit regelmäßigen Aktionen an den Höhepunkten im Leben orientieren und eine Art „member journey“ entwickeln: Das geht von der Geburt bis zum Eintritt in den Ruhestand und das Lebensende. Dabei sind wir auch im fachlichen Gespräch über die Kasualien: Hochzeiten, Taufen, Beerdigungen oder der Weihnachtsgottesdienst. Für viele Mitglieder sind das die einzigen Kontakte zu Kirche. Insofern sind Kasualien unsere „Visitenkarte“ und sollten attraktiv sein.

Ich selbst muss den Perspektivwechsel ständig üben. Ich wünsche mir, dass wir uns als Kirche öffnen, weiter werden und die Themen der Mitglieder immer mehr entdecken. Dass wir formulieren, wo unser Glaube relevant und wichtig ist. Wenn wir es schaffen, dafür die passenden Worte zu finden, dann ist das auch vitalisierend für uns.

Die Fragen stellte Sabine Eigel