

# Kirche: hat was

Newsletter – Januar 2006

## Abschluss der Pilotphase

Letzter Workshop in Heiden

**Kirche: hat was. Das haben die Teilnehmenden am letzten Workshop der Pilotphase unter Beweis gestellt. In den zwei Jahren gemeinsamer Arbeit ist viel gelernt, überlegt, ver- und erarbeitet worden. Ein wichtiges Ergebnis der Arbeit ist im letzten Jahr vorgestellt worden: Eine umfangreiche Ideensammlung, die Basis für die weitere Arbeit sein kann.**



*Motivierte Runde: (v.li.) Brigitte Fenner, Sabine Kahle, Susanne Schüring-Pook, Gaby Kracht, Dieter Bökemeier, Uwe Wiemann, Viktoria Tintelnot und Fred Niemeyer (Team).*

Die Pilotgemeinden trafen sich unter Leitung von Wolfgang Kroeber (re.), Kommunikations-trainer und -berater, begleitet von Fred Niemeyer und Renate Tegtmeier.



Die Kirchengemeinden Heiden und lutherisch Bad Salzuflen haben sich einen Zeitpunkt gesetzt, bis zu dem sie ihr Vorhaben umsetzen wollen. Wer sich interessiert, kann in

### **Bad Salzuflen**

**ab 1. November 2006** und **Heiden**

**ab 1. Januar 2007**  
nachfragen.

Der Abschluss-Workshop im Mai 2005 musste ausfallen, er konnte aber am 14. Januar dieses Jahres nachgeholt werden. Trotz der großen Zeitspanne von acht Monaten gelang allen Beteiligten ein schneller

Einstieg. In drei großen Schritten wurden zwei Kampagnen in den Gemeinden Heiden und lutherisch Bad Salzuflen vorbereitet. Erster Schritt war, die Zielgruppe, die erreicht werden soll, zu bestimmen. In einem zweiten Schritt wurde gesammelt, was für diese Gruppe angeboten werden soll. In einem dritten Schritt wurde eine Kernaussage/ein Slogan formuliert, unter dem eine konkrete Maßnahme geplant wurde.

In **Bad Salzuflen** war die Zielgruppe schnell definiert: Die über 60-Jährigen sollten angesprochen werden, die Einheimischen so wie die vielen Älteren, die im Alter dorthin ziehen. Für Sie sollte es Möglichkeiten geben, ihren Lebensabschnitt nicht als Endstation, sondern als Neuland zu sehen und zu entdecken. Aus den Überlegungen kristallisierte sich der Slogan heraus:

### **Gemeinde: Heimat mit Zukunft**

Aus den gesammelten Angeboten wurde die Idee einer Erzählbörse weiter entwickelt und eine Art Auftaktveranstaltung skizziert: Ein Rocknachmittag von und mit echten Rockern der 1950iger Jahre. Das linke Plakat zeigt, wie dafür Werbung gemacht werden könnte.

Die Gemeinde wird die Idee bis zum Herbst 2006 mit einer Projektgruppe weiter entwickeln und ausbauen.

Die Zielgruppe in **Heiden** war nicht so eindeutig: Kirchenleute und Outsider sollten angesprochen werden, dazu sollte die Besonderheit des Kirchdorfs Heiden berücksichtigt werden: die anderen Dörfer, die dazu gehören, sollten eingebunden werden.

Bei der Sammlung der Bedürfnisse dieser Zielgruppen entstand beinahe im Nebenbei der Slogan, der für alle passte:

### **Für alle Fälle: Eine Gemeinde**



Die „Fälle“ wurden in einer Art Jahreskalender aufgenommen. Beispiel: Erntedank. Im Mittelpunkt steht das Wort „Danke“. Auf die Straße gemalt, auf einfachen Zetteln „Danke für das tägliche Brot“ beim Bäcker oder „Danke für die Gesundheit“ in der Apotheke und vieles mehr: Ein Dorf unter dem Wort „Danke“.

Auch für Heiden geht jetzt die Arbeit weiter, die Ideensammlung muss auf ihre Machbarkeit überprüft und konkretisiert werden.

Fazit einer Teilnehmerin:

„Endlich wird es konkret!“



Rocknachmittag von und mit echten Rockern der 50er Jahre  
Evangelisch-lutherische Kirchengemeinde Bad Salzuflen.  
Martin Luther Haus Martin Luther Strasse 7 a