

# Kirchenmarketing: Die Gemeinde zwischen Gott und der Welt

**Blockaden**, Anforderungen, **Wege**

**Dieter Becker**  
Pfarrer & Strategieberater

Medien-Messe  
365 Tage Kommunikation  
25. Mai 2002 – FFFZ Düsseldorf

# Einleitung

„Es ist eine Illusion einiger Protestanten, man könne das Christentum in eine Religion des Diesseits verwandeln.“ Adolf von Harnack

# Betrachtungsbereiche

- **Strukturen** für kirchliches Marketing (Strategie)
- **Ressourcen** für Marktbearbeitung (Personal)
- **Inhalte** der kirchlichen Botschaft (Aufgabe)

# Vorstellung: Dieter Becker



- Agentur – aim
- Sitz: Frankfurt
- Mitarbeiter: 12
- Schwerpunkte:  
Organisationsberatung (OE)  
und Strategieentwicklung
- Seminare, Schulungen  
zu den Agentur-  
Schwerpunkten
- Branche:  
Automobil, Finanz,  
Metall, Dienstleister

- GF der Agentur – aim
- OE-Berater
- Ev. Pfarrer  
(seit 1.8.2001 beurlaubt)
- Dozent FH Heilbronn
- Beratung in der Kirche:
  - Akademie Arnoldshain
  - Div. Landeskirchen
  - Diakonie
  - Kirchengemeinden

# Blockaden und Anforderungen

## Blockaden & Illusionen

**B-1:** Strukturelle Illusion  
Gemeinde = Kirche

**B-2:** Personelle Illusion  
Pfarrer=Primus inter pares

**B-3:** Inhaltliche Illusion  
Soziales Engagement first

## Anforderungen

**A-1:** Gemeinde immer nur  
als KIRCHENGemeinde

**A-2:** Pfarrer immer nur als  
Kirchenbeauftragter

**A-3:** Evangelium ist  
religiöse Aufgabe

# A-1: Strukturelle Anforderungen

Gemeinde ist immer nur KIRCHENgemeinde

- Gemeinde muss sich als Teil der Landeskirche verstehen und sich ausrichten, sonst ist sie Sekte
- Kirche repräsentiert eine MARKE
- MARKEN brauchen eindeutige SYMBOLE und klare INHALTE
- Leitbilder und Führungskräfte mit Charisma - keine Kirchen-Politiker - sind gefragt

## **Anregung:**

Jeder (Kirchen-)Gemeindebrief enthält einen gesamt- oder regionalkirchlichen Teil, der in allen Gemeindebriefen identisch ist (→ Identität)

# A-2: Personelle Anforderung

Pfarrer sind Kirchen-BEDIENSTETE

- Pfarrer sind DIE Repräsentanten der Kirche und somit Träger der MARKEN (Stichwort: „Outfit“)
- Religious worker statt social worker (Eindeutiges religiöses „Handwerk“ ist gefragt)
- Klassisches Ehrenamt ist passé - Strategische Mitarbeiterentwicklung ist die Anforderung
- Straffe Überwachung von Zielsetzung sowie Kennzahlenbildung für pastorale und kirchliche Arbeit

## **Anregung:**

Marktstrategie durch personelle Ressourcenplanung. Mitgliederkartieren auf die Kompetenzen durchfrosten und gezielte Ansprache (→ Integration)

# A-3: Inhaltliche Anforderung

## Religiöse Dienstleistung als Inhalt und Aufgabe

- Religiöse Rede von der Erlösung und Begrenztheit der Menschen
- Reden vom Jenseits statt Diesseits
- Soziales Engagement muss FOLGE nicht Bedingung sein für kirchliches Handeln
- Aufgeben der kirchlichen ‚Minderheiten‘-Blockade (Meinung, wir müssten für jegliche Minderheit bedingungslos eintreten)
- Transformation religiöser Inhalte (Evangelisches Konzil für neues Glaubensbekenntnis ist erforderlich)

### **Anregung:**

Etablierung von zeitgerechten religiösen Angeboten  
(→ Dienstleistung)

# Blockadefreier Weg

- Analyse ohne ‚kirchliche Brille‘  
(Was ist wie?)
- Zielsetzungen mit messbaren Kriterien  
(Was soll wie sein?)
- Umsetzung und Bereitstellen von Ressourcen  
(Geld, Personal, Zeit, ...)  
Wie soll was werden?
- Erfolgskontrolle  
(Was ist wie geworden?)

# Beispiel\*: Kosten pro Gottesdienst ca. 1250 €

## Abschreibungskosten

- Gebäude: Abschreibung 1 Millionen €  
(2 % = 20.000 € / Jahr)
- Jährliche Gebäudeunterhaltung (2 %  
Gesamtkosten = 20.000 € / Jahr)
- Inventar: Orgel, Paravente, Beschallung,  
Gesangbücher, Kunst, ...  
(25 % der Gebäudekosten (250 TSD €)  
bei 2 % Abschreibung = 5.000 € / Jahr)
- Unterhalt des Inventars: 5.000 € / Jahr
- **Summe: 50.000 € / Jahr**  
**(ca. 720 € / Nutzung)**

## Laufende Kosten / Nutzung

- Pfarrer (1 MT) 250 €
- Organisten 40 €
- Küster 40 €
- Blumen, Schmuck 50 €
- Heizung, Strom,  
Versicherung, Reinigung  
etc.  
15.000 € / Jahr oder 150 € /  
Nutzung
- **Summe: 530 € / Nutzung**
- Evtl. zusätzlich  
ehrenamtliche Mitwirkung

\*Gebäude wird fast ausschließlich für Gottesdienste (70) genutzt

# Summe für kirchliche Marktstrategie

- Dienstleister der Branche Religion
- Klare strategische Struktur (Landeskirche)
- Eindeutige personelle Ressourcen und
- Angemessene inhaltliche Vermittlung
- Höchster Identifikationsgrad von Kirche:
  - A) PfarrerInnen als Repräsentanz von Kirche und kirchlichen Inhalten
  - B) Gemeindebriefe als größte Verbreitung

# Vielen Dank!



aim - Agentur f. innovatives Management  
Funckstr. 18, 60486 Frankfurt  
Tel. 069-9799100 / Fax 069 – 97 99 10 25  
[www.agentur-aim.com](http://www.agentur-aim.com) / [becker@agentur-aim.com](mailto:becker@agentur-aim.com)

Präsentation unter

[www.agentur-aim.com](http://www.agentur-aim.com) als PDF Datei verfügbar.