



Mitgliederkampagne

Bericht in der Sitzung der 15. Landessynode am **26. November 2014**

Vor über zwei Jahren wurde mit Überlegungen begonnen, die nun zum Vorhaben des *Ideenwettbewerbs* geführt haben. Damals hatten sich u. a. Oberkirchenrat und Finanzausschuss mit der Frage befasst, was zur Mitgliedergewinnung und Mitgliederbindung (Stichwort Mitgliederkampagne) getan werden muss. Schon für das Jahr 2013 wurde die Summe von 5 Mio. € in den Plan für die kirchliche Arbeit aufgenommen, obwohl noch nicht feststand, welche konkreten Maßnahmen damit finanziert werden sollen.

Dieses Vorhaben wurde dann in das 10 Mio. € Paket für das Reformationsjubiläum überführt, in dem auch die Anliegen des Schwerpunkttags Evangelisch in Württemberg gebündelt wurden. Klar war, es muss ein stark nach außen, in die gesamte Gesellschaft hinein gerichtetes Projekt sein. Es soll zudem einen Teil der Öffentlichkeitsarbeit für das Reformationsjubiläum leisten und mit einem deutlich kleineren Finanzvolumen verwirklicht werden.

Eine herausragende Bedeutung soll in diesem Öffentlichkeitsprojekt die Frage der *Beteiligung* im Sinne des *Priestertums aller Gläubigen* erhalten.

Es geht um die Aufgabe, einen Weg zur Kommunikation mit der Öffentlichkeit aufzubauen, so dass Ideen aus der Gesellschaft gesammelt, darüber entschieden und für deren Umsetzung gesorgt wird. Der von der Agentur Leonhardt & Kern vorgestellte Entwurf überzeugte alle in die Entscheidungsfindung eingebundenen Gremien, weil er die Frage der *Beteiligung* überzeugend aufnimmt und auch die Umsetzung der Ideen zeitnah ermöglicht.

Die Vorbereitungen des Ideenwettbewerbs sind gut fortgeschritten. Inzwischen wurde die Thementdefinition für den Wettbewerb, die Definition der Wettbewerbsregeln und Überlegungen zur Gewinnung einer kompetenten Jury geleistet sowie die technischen Voraussetzungen geschaffen.

Darüber wurden die Ausschussvorsitzenden und wird jetzt die gesamte Synode informiert. Als nächstes erfolgt eine allgemeine Information der Kirchengemeinden und die Kommunikation mit den Ehrenamtlichen mit dem Ziel der Aufmerksamkeit und der Einbindung möglichst vieler.

Der eigentliche Titel (bzw. Claim) der Kampagne wird erst zu deren Start im 1. Quartal 2015 bekannt gegeben. Die beauftragte Agentur wird Ihnen nun die Grundidee und das Grobkonzept vorstellen, aber – aus guten Gründen – ohne gleich alles zu verraten.

Oberkirchenrat Prof. Dr. Ulrich Heckel