

Juliane Kleemann, Hans-Hermann Pompe

GOTTESDIENST ERLEBEN.

Der Back to Church Sunday in Deutschland

midi

INHALT

- 3** **VORWORT**
Über das Projekt „Gottesdienst erleben“
- 6** 1. Erfahrungen von Gemeinden mit „Gottesdienst erleben“
- 10** **GRUNDLAGEN**
2. Die Kernidee
- 10** 3. Ziele und Rahmenbedingungen
- 11** 4. Voraussetzungen für das Gelingen
- 14** **PROJEKTPLANUNG**
5. Vorbereitung in 5 Schritten
- 16** 6. Tipps für die Umsetzung
- 17** 7. Konzeptionelle Öffentlichkeitsarbeit für einen „Gottesdienst erleben-Sonntag“
- 20** 8. Risiken und Nebenwirkungen
- 22** **MATERIALHINWEISE**
- 24** **IMPRESSUM**

Gottesdienst erleben:

Die Idee, gezielt Menschen zum Gottesdienst einzuladen, stammt aus England. Seit mehr als zehn Jahren werden dort sehr erfolgreich die „Back to Church Sundays“ gefeiert.

Die Evangelische Kirche in Deutschland (EKD) wirbt mit der Ev. Arbeitsstelle midi für die Aktion in Deutschland und unterstützt Dekanate und Kirchenkreise bei der Durchführung.

Nach einer landesweiten Auswertung haben in Großbritannien im Jahr 2011 dank des „Back to Church Sunday“ etwa 77.000 Menschen zusätzlich einen Gottesdienst besucht.

In Deutschland hat sich zum Beispiel das Evangelische Dekanat Wiesbaden unter dem Motto „Spürbar Sonntag“ erfolgreich der „Gottesdienst erleben“-Kampagne angeschlossen.

Weitere Informationen: www.gottesdiensterleben.de

ÜBER DAS PROJEKT „GOTTESDIENST ERLEBEN“

Die geniale Grundidee ...

... stammt aus England¹ und ist ebenso einfach wie herausfordernd: „Inviting someone you know to something you love – lade Deine Bekannten zu etwas ein, was dir viel bedeutet – zum Gottesdienst“.

In England ruft die anglikanische Kirche einmal im Jahr den „Back to Church Sunday“ aus, an dem Gemeinden Gottesdienste für Freunde und Bekannte gemeinsam anbieten und bewerben.

Dazu gibt es im Vorfeld gemeinsame Vorbereitungen, unterstützendes Material, Aufmerksamkeit durch Öffentlichkeitsarbeit – und vor allem Engagierte, die andere persönlich zum Gottesdienst einladen.

Der Startimpuls zu dieser Initiative kam einst aus Manchester und hat sich in kurzer Zeit in der gesamten anglikanischen Kirche ausgebreitet. Inzwischen ist der Funke aber auch auf andere Kirchen und Länder übersprungen. Auswertungen zeigen: Wo eingeladen und begleitet wird, kommen Menschen in beachtlicher Zahl, die sonst kaum im Gottesdienst auftauchen.

Ein missionarisches Ziel ist deutlich: Gebt Menschen eine Chance, etwas von Gott zu erfahren und öffnet ihnen damit in den Gemeinden mögliche Kontaktpunkte zum Glauben.

Auch in Deutschland ...

... ist diese Idee schon in einigen Regionen aufgegriffen worden und es gibt erste gute, auch wiederholt gute Erfahrungen. Viele Menschen in den Gemeinden entdecken ihre normalen Gottesdienste neu als Erfahrungszeiten von Gastfreundschaft, als neu belebende Chance zur Gottesbegegnung und als Kontaktfläche zu interessierten Unbeteiligten.

Gemeinsam vorbereitet laden Gemeinden einer Region zu einem bestimmten Termin gezielt Menschen in ihre Gottesdienste ein: Freunde und Bekannte, Neugierige, Distanzierte, Ausgetretene, Zweifler und religiös Unmusikalische. Die Aktion wird miteinander vorbereitet, beworben, durchgeführt und anschließend ausgewertet.

Auf der Webseite zum Projekt www.gottesdiensterleben.de sind Beispiele, Materialien und vieles andere Wissenswerte zu finden.

Die Idee kann gelingen, wenn Sie ...

... den Gottesdienst für etwas halten, das sich lohnt bekannt gemacht und beworben zu werden.

- Sie sehen sich als einladende Gemeinde oder möchten eine solche Grundhaltung gerne entwickeln.
- Sie wollen engagierte Menschen vor Ort motivieren, andere zum Gottesdienst einzuladen.
- Sie sind überzeugt, dass eine gemeinsame Durchführung stärkere öffentliche Resonanzen haben wird als gemeindliche Einzelaktionen.
- Sie haben Interesse, in Ihrem Kirchenbezirk (Dekanat, Kirchenkreis, Propstei) eine regionale Gottesdienst-Einladung mit den Gemeinden und kirchlichen Orten Ihrer Region zu entwerfen, durchzuführen und auszuwerten.

Es braucht also Neugier auf ungewohnte Wege, Vertrauen auf die Ausstrahlung einladender Gottesdienste, den Mut vieler Engagierter zum persönlichen Einladen, Bereitschaft zu regionaler Kooperation und die Sehnsucht nach gastfreundlichen Gemeinden, die sich freuen auf neugierige, suchende, skeptische oder distanzierte Mitmenschen.

¹ — Nach Bischof John Finney, GB beim badischen Innovationstag am 27.09.2014 in Graben-Neudorf: „Es begann 2003 als Experiment einer Gemeinde in Manchester. Der Pastor schlug vor, dass jedes Gemeindeglied jemand zum Gottesdienst einlädt am letzten Sonntag im September. Es gab spürbare Begeisterung unter den Gemeindegliedern, und die Gottesdienst-Teilnahme stieg an dem Tag beachtlich. Der Pastor berichtete den Erfolg dieses Experiments dem Bischof von Manchester. Dieser fand, die Idee könnten andere nachmachen und ermutigte seine Gemeinden, es auszuprobieren. Die Idee breitete sich blitzschnell aus – zwei Jahre später hatte ungefähr die Hälfte aller Diözesen diese Idee eingeführt und andere Denominationen sie ebenfalls übernommen. Inzwischen findet dies in jeder Diözese in England statt sowie in z. Zt. zwölf Ländern – aber alles begann mit einem Pastor in einer Gemeinde, der ein Experiment wagte, und seinem Bischof, der die Idee verbreitete. Es ist außerdem ein gutes Beispiel für die Macht des Internets, Ideen zu streuen.“ (Übersetzung von Hans-Hermann Pompe)

Die Idee hat ein Ziel, ein evangelistisches: Gebt Menschen eine Chance, etwas von Gott zu erfahren und öffnet ihnen damit mögliche Kontaktpunkte zum Glauben.

Paul Bayes, Bischof von Hertford: „Back to Church Sunday is simple. It’s about inviting someone you know to something you love. I encourage even more churches to register .. and host a special welcoming service. It’s a fantastic initiative that really does work.“²

Wir unterstützen gern

Die bundesweite Projektgruppe „Gottesdienst erleben“, koordiniert von der Evangelischen Arbeitsstelle für missionarische Kirchenentwicklung und diakonische Profilbildung (midi), begleitet und unterstützt Sie in Ihrer Region bei der gemeinsamen Projektentwicklung, Vorbereitung, Fortbildung, mit unterstützendem Material, guten Ideen und fachlicher Auswertung.

Juliane Kleemann und Hans-Hermann Pompe,
unter Mitarbeit von Hilmar Gattwinkel (Berlin)
und Michael Wolf (München)
Evangelische Arbeitsstelle midi,
Berlin im Januar 2020

² – Zit. nach: www.churchofengland.org/media-centre/news/2013/04/registration-opens-for-back-to-church-sunday-2013.aspx (2017).



1. ERFAHRUNGEN VON GEMEINDEN MIT „GOTTESDIENST ERLEBEN“.

„ICH KOMME JA SONST NICHT!“

Superintendent i.R. Gerd Bohlen, Rhauederfehn, besuchte 2017 im Kirchenkreis Friesland-Wilhelmshaven einen „Gottesdienst erleben-Sonntag“. Im Anschluss ging er auf einige Gottesdienstbesucher zu und fragte sie nach ihren Eindrücken.

Die erste Person fragte er:

„Waren denn heute mehr Menschen hier als sonst?“

„Das müssen Sie mich nicht fragen. Ich komme ja sonst nicht!“

Die zweite Person fragte er:

„Fanden Sie den Gottesdienst heute irgendwie anders?“

„Was weiß ich. Kann ich Ihnen nicht sagen. Ich bin ja sonst nie hier!“

Die dritte Person sagte ihm:

„Ich bin heute mit meiner Enkelin gekommen. Ich bin eigentlich keine Kirchgängerin. Aber das habe ich mir vorgenommen: Ich werde mir das in Zukunft öfter mal anschauen.“

**„DAS PRINZIP, JEMANDEN PERSÖNLICH EINZULADEN –
DAS FUNKTIONIERT EINFACH“**

„Menschen zum Gottesdienst einladen, die selten oder noch nie in der Kirche waren – das ist die Idee der Aktion „Spürbar Sonntag“ [...] in den Kirchengemeinden des Evangelischen Dekanats Wiesbaden [...].

In Auringen hat eine Konfirmandin drei Verwandte per Postkarte eingeladen – alle drei sind tatsächlich gekommen. „Diese Konfirmandin war so stolz – das war sehr schön zu sehen“, sagt Pfarrerin Bea Ackermann.

Sie selbst hat 50 Einladungskarten an die Auringer Kinder mit der Hand geschrieben und verschickt, um ihre Kindergottesdienstgemeinde nach den Sommerferien wieder neu zu motivieren – und die Kinder kamen.“³

3 – Pressemitteilung des Ev. Dekanats Wiesbaden, 09.10.2016, „Wenn nur ein Besucher mehr kommt, hat es sich schon gelohnt“. Evangelische Gemeinden fragen nach spürbaren Gottesdinnerfahrungen.

Bild: Ev. Dekanat Wiesbaden



„BACK TO CHURCH“ PASST ZU UNS ALS GEMEINDE

Kathrin Bohe, Pfarrerin in Senden (Dekanat Neu-Ulm, Bayern):

„Als ich von dem Projekt „back to church“ gehört habe, dachte ich: „Mensch, das passt ja super zu unseren Überlegungen.“ Wir waren nämlich dabei, an unseren Gottesdiensten zu arbeiten und setzen dort einen Schwerpunkt unserer Reformations- und Reorganisations-Bemühungen.

Nun gab es also im April 2016 unseren ersten back to church.

Wir waren als Gemeinde sehr angetan. Ich denke es liegt daran, dass es gerade so gut zu uns passt. Es haben sich etliche aus dem Mitarbeiterkreis gefunden, die andere eingeladen haben. Im Gottesdienst selber waren vielleicht ca. 20 Personen mehr als sonst (95 statt 75), einige (wenige), die sonst nie kommen und mancher, der aus Neugier auf den besonderen Gottesdienst da war.“

Interesse am Gottesdienst neu wecken

GLAUBE Gemeinden im Kirchenkreis Friesland-Wilhelmshaven starten das Projekt „Reinschnuppern“

Mit persönlichen Einladungen sollen Anknüpfungspunkte geschaffen und Scheu abgebaut werden.

SANDE/06 – Mit „Reinschnuppern“ wird im Kirchenkreis Friesland-Wilhelmshaven ein neues Projekt aufgelegt, um einzeln bei Kirchentagen oder dienstlichen Menschen das Interesse am Gottesdienst neu zu wecken und andererseits ihre eigenen Glauben bei regelmäßigen Gottesdienstbesuchen zu vertiefen.

ANZEIG

Feuerlöscher

lehrt und prüft Feuerwehrleute HEGE GmbH 04221 Senden, Telefon 04221 712

Alle 31 Filialgemeinden des Kirchenkreises engagieren sich für dieses Projekt. Obwohl begonnen schon jetzt die Vorbereitungen, die auf einen



Die Pastoren Frank Morgenstern (links) und Christian Schreier stellen die Kampagne „Reinschnuppern“ vor, die die Neugier auf Gottesdienste wecken soll.

gesteigert zu geben, einen Anknüpfungspunkt zu haben, einen Gottesdienst zu besuchen, denn durch die persönliche Einladung, gemeinsam hinzugehen, wickeln Unsicherheiten und Scheu genommen, so Schreier.

Die Idee kommt aus England, dort gebe es einen „Back-to-Church-Day“, der schon viel Erfolg gezeigt habe, erklärte Morgenstern. Die Kampagne soll im Kirchenkreis Friesland-Wilhelmshaven aber nicht nur darauf hinauslaufen, einen Tag mit besonders vielen Kirchen zu erreichen. „Uns geht es vielmehr darum, einen qualitativen Prozess in Gang zu setzen, bei dem auch der Gottesdienst selber kritisch in den Blick genommen wird“, sagte Schreier. Unterstützung können Gemeinden und Pastoren übrigens auch bei zwei frisch ausgebildeten „Gottesdienstbeiräten“ erhalten. Frank Morgenstern und Pastorin Melke von Fintel aus Heppens haben sich entsprechend fortbilden lassen.

Die Kampagne „Reinschnuppern“ wird beworben mit Plakaten und Faltblättern, auf denen die drei bekanntesten Stichwörter der Bibel zu finden sind: Glaube – Liebe – Hoffnung.

SANDE/06 **thek, In** **06/2016** **sonntags** **tags** **SANDE/06** **heft, 11** **ab 14** **und 18**

Ausflug **A 29** **gespe**

SANDE/06 **der laute** **Stille** **Autobahn** **und Dies** **stellen** **zu** **treffen** **u** **schon** **8** **und** **Auf** **beiden** **der** **An** **Lehman** **von** **8** **h** **schl** **Umlauf** **schle**

Sand **soll** **e** **SANDE/06** **deshalb** **wand** **den** **jetzt** **man**

Bild: Artikel über das „Gottesdienst erleben“-Projekt „Reinschnuppern“ des Kirchenkreises Friesland-Wilhelmshaven im Jeverschen Wochenblatt vom 19.11.2016.

„ICH HATTE EIN GEMEINSCHAFTSGEFÜHL, OBWOHL ICH NIEMANDEN KANNTE“

Pfarrerin Anika Rehorn aus Oberursel hat 2016 als Vikarin einen

„Gottesdienst erleben-Sonntag“ in einer ihr unbekannten Gemeinde besucht:

„Ein großes Banner an der Straße ließ mich wissen, dass ich hier richtig bin. An der Tür wurde ich freundlich von zwei jungen Männern begrüßt und willkommen geheißen. Mit mir fanden sich nach und nach sicher an die 100 Menschen in der Kirche ein. Mit einer modernen Orgelimprovisation begann der Gottesdienst und machte direkt deutlich: hier versteht jemand etwas vom Fach und auch von moderner Musik.

Ich erlebte einen thematisch abgestimmten und runden Gottesdienst. Mit bekannten Gesangbuchliedern und moderner Anbetungszeit. Es fiel nicht schwer, in den Ablauf zu kommen, da die gesamte Liturgie seitlich an die Wand projiziert wurde. Am Fürbitten-Teil konnte sich jeder beteiligen, indem Zettel mit Gebetsanliegen gesammelt wurden.

So entstand ein Gemeinschaftsgefühl, obwohl ich diese Menschen um mich herum noch nie gesehen hatte.“



GRUNDLAGEN.

2. Die Kernidee

3. Ziele und Rahmenbedingungen

4. Voraussetzungen für das Gelingen

2. DIE KERNIDEE

2.1 Gemeinden

Das Projekt kommt aus einer Ortsgemeinde. Als gemeindebasierte Initiative wird alles darauf ankommen, ob sich die Gemeinden damit identifizieren.

2.2 Einladung

Die missionarische Breiten- und Tiefenwirkung entsteht mit Gottesdiensten als zentralem Angebot des christlichen Glaubens. Sie verknüpft Neugier auf Liturgie, Musik, Verkündigung und Begegnung mit persönlichen Beziehungen. Sie bietet Gastfreundschaft an ohne Verpflichtungen oder versteckte Erwartungen.

2.3 Wertschätzung des Bestehenden

Vorhandene Ressourcen wie der (Sonntags-)Gottesdienst werden genutzt und verknüpft. Die Wertschätzung und Beteiligung der Ortsgemeinden und der Engagierten ist der Schlüsselfaktor: Sie machen etwas an einem gemeinsamen Datum gemeinsam besonders gut, was sie sowieso regelmäßig (und meist auch gut) anbieten.⁴

2.4 Zentrale Koordination als Auslöserin und Ermöglicherin

Das Zusammenspiel von lokaler, regionaler und nationaler Ebene stärkt lokale Kernangebote, also eine Unterstützung der Gemeinden durch Bezirke, Landeskirchen und EKD.

2.5 Gottesdienst

Mit ‚Gottesdienst‘ wird das zentrale Handlungsfeld der evangelischen Kirche gewählt. Zugleich spiegeln die Kirchenmitgliedschaftsuntersuchungen die Offenheit vieler Menschen für und ihre Erwartungen an gelingende Gottesdiensterfahrungen wider.⁵

3. ZIELE UND RAHMENBEDINGUNGEN

3.1 Missionarisches Ziel

Ziel ist, Menschen eine gelingende und wertschätzende Gottesdiensterfahrung zu ermöglichen, die unregelmäßig, selten oder nie zum Gottesdienst kommen.

Sie werden einmalig zum Gottesdienst der teilnehmenden Gemeinden eingeladen, um dort gute Erfahrungen von Lebensrelevanz, Gastfreundschaft, Überzeugendem und Berührendem zu machen.

Mögliche Folgen („Ich komme bald mal wieder vorbei“) sind natürlich erwünscht, aber keine Bedingung. Der eigentliche Knackpunkt dieser Idee: Ladet ein, sprecht die Einladung aus, bereitet die Gottesdienste und damit Euch so vor, dass Menschen sich eingeladen und willkommen fühlen. Das ist das eigentliche und damit das missionarische Ziel.

Es geht nicht um die Steigerung der Gottesdienst-Feiernden-Zahl. Das ist wenn, dann ein schöner Effekt. Aber das wirkliche Ziel ist es, dass eine Einladung ausgesprochen wird, gemeinsam Gottesdienst zu feiern, eine Einladung zum ersten oder erneuten Versuch, im Gottesdienst für das eigene Leben eine Relevanz Erfahrung zu machen. Ob das dann geschieht, ist dem Wirken des Heiligen Geistes überlassen. Die Einladung aber auszusprechen, ist dabei der menschliche Auftrag.

4 – Für über 80 % der Probanden in der Greifswalder Konversionsstudie war der reguläre Gottesdienst wichtig für ihre persönliche geistliche Reise hin zum oder zurück zum Glauben.

Vgl. Johannes Zimmermann/Anna-Konstanze Schröder (Hg.), *Wie finden Erwachsene zum Glauben? Einführung und Ergebnisse der Greifswalder Studie, Aussaat 2010*, 115ff.

5 – Vgl. W. Huber u.a. (Hg.), *Kirche in der Vielfalt der Lebensbezüge. Die vierte EKD-Erhebung über Kirchenmitgliedschaft*, Bd 1, Gütersloh 2006, 81, 453 u.ö. – *Evangelische Kirche in Deutschland* (Hrsg.), *Engagement und Indifferenz. Kirchenmitgliedschaft als soziale Praxis*, V. EKD-Erhebung über Kirchenmitgliedschaft, Hannover 2014, 45-47 u.ö.

3.2 Zielgruppen

Neugierige, Distanzierte, Ausgetretene, Zweifler und religiös Unmusikalische sind in beachtlicher Zahl ansprechbar sowie offen für erstmalige oder erneute Erfahrungen mit ansprechenden Gottesdiensten.

3.3 Ausrichtung

Die öffentlich und gemeinsam beworbenen Gottesdienste der teilnehmenden Gemeinden haben an diesem Tag ein örtlich geplantes und verantwortetes „Besucher-Design“, sie stellen sich in Sprache, Kultur, Atmosphäre und Kontext auf Menschen ein, denen viele unserer Traditionen, Gewohnheiten und Abläufe fremd sind.⁶

Aber: Diese Gottesdienste sind meist keine besonderen und außergewöhnlichen Gottesdienste. Vielmehr wird der „normale“ Gottesdienst genutzt und stärker als im Normalfall aus der Perspektive der seltenen oder zum ersten Mal-Gäste gestaltet. Es geht im besten Sinne darum, das Normale gut zu machen. So gut es geht und es seine Möglichkeiten zulassen. Aber eben genau mit dieser Perspektive: Was ist an unseren ganz normalen Gottesdiensten veränderbar, damit sie ausstrahlen: Hier ist jede*r willkommen, ganz so wie er oder sie ist. Und: Er oder sie könnten auch an einem anderen Sonntag wiederkommen und es wäre nicht fremd und weniger gastfreundlich.

3.4 Standards

Einige wenige Parameter werden allen beteiligten Gemeinden als Standard vorgeschlagen, z.B.: Lebens-Relevanz der Verkündigung, praktische Gastfreundschaft (anschl. Kaffee oder Imbiss etc.), Offenheit für Neugierige, musikalische u/o künstlerische Kreativität und Elementarisierung des Ablaufes. Zusätzliche Gottesdienste sind nicht notwendig, aber auch nicht ausgeschlossen.

3.5 Einladung

Entscheidend wird – neben guter Gottesdienstvorbereitung – die persönliche Einladung an Freunde und Bekannte durch engagierte Gottesdienst-Teilnehmende sein (vgl. KMU 5⁷). Hier ist der Kern jeder Wirkung über den Kreis der sowieso schon Erreichten hinaus zu erwarten – eine ernstgemeinte und persönliche Einladung und freundliche Kommunikation ist notwendig, aber v. a. unterstützend. Insofern werden Information und Motivation der Engagierten vor Ort Schlüsselaufgaben in diesem Projekt sein.⁸

4. VORAUSSETZUNGEN FÜR DAS GELINGEN

4.1 Mentalität

Im Kern will dieses Projekt weder neue Termine noch Formate einführen, sondern eine Haltung und Einstellung fördern: Gäste sind im Gottesdienst willkommen, und sie sind uns alle Gastfreundschaft wert.

4.2 Offenheit

Es gibt die offene Erwartungshaltung Neugieriger in Bezug auf Gottesdienst als Kernkompetenz der Kirche(n). Viele Menschen sind bereit, eine neue oder erneute Gottesdienst-Erfahrung zu machen. Gottesdienste genießen – trotz mancher schwieriger Erfahrungen von Langeweile oder verweigerter Kommunikation – einen Vertrauensvorschuss.

6 – Einen Workshop zu einladenden Gottesdiensten und eine Checkliste finden Sie auf www.gottesdiensterleben.de.

7 – Vgl. Engagement und Indifferenz, 43-49 u.ö.

8 – Auch zur Ermutigung zum Einladen gibt es einen Workshop auf www.gottesdiensterleben.de.

4.3 Ressourcenschonung

Das Projekt hat etwas bestechend Einfaches: Die teilnehmenden Gemeinden müssen keine zusätzliche Veranstaltung einführen. Sie werden nur herausgefordert, das ihnen Mögliche an diesem Sonntag so gut wie möglich vorzubereiten und so einladend wie möglich durchzuführen.

4.4 Kooperation

Notwendig (und so etwas wie der geheime Clou) ist ein einheitlicher Termin, der Beteiligung (Einklinken) ermöglicht, dabei Gemeinden und Regionen nicht nötigt (top down) und regionale wie lokale Aufmerksamkeit sichert.

Eine gemeinsame Vorbereitung und Bewerbung, eine transparente Kommunikation des Zieles der Aktion in die Gemeinden hinein und dann mit den Gemeinden ist eine weitere innerkirchliche vertrauensbildende Maßnahme.

4.5 Kommunikation

Sinnvoll ist eine gemeinsame Bewerbung in der Region oder in größerem Rahmen, die bei guten Erfahrungen landeskirchen- oder bundesweit ausdehnbar ist.⁹

4.6 Wirkung

Ein unaufdringliches Verfahren zur Erfassung der Wirkung (Nullmessung etc.) als Teil des Projektes sichert eine valide Auswertung und ggf. eine überzeugende Motivation zur Fortsetzung.

4.7 EKD

Die Verantwortung von EKD und Landeskirchen bündelt Kompetenzen wie Erfahrungen und verhindert, dass diese Idee zu schnell von lokalen oder regionalen Interessen verbraucht und zerfleddert wird.

9 – Eine Verknüpfung mit einer regionalen oder bundesweiten kirchlichen Werbekampagne ist denkbar, solange sie aus den Gemeinden gewollt und dort genutzt wird – die neuapostolische Kirche macht so etwas seit längerem bundesweit für Erntedank.

PROJEKTPLANUNG.

5. Vorbereitung in 5 Schritten

6. Tipps für die Umsetzung

7. Konzeptionelle Öffentlichkeitsarbeit
für einen „Gottesdienst erleben-Sonntag“

8. Risiken und Nebenwirkungen

5. VORBEREITUNG IN 5 SCHRITTEN

5.1 Wie kommt das Projekt in der Region überhaupt zustande?

Auslöser kann ein Impuls sein, der von außen kommt. Die Idee wird von Interessierten / Verantwortlichen aufgegriffen. Über midi oder landeskirchliche Dienste (z.B. Missionarische Dienste, Gottesdienststellen) werden Informationen eingeholt.

5.2 Standards

Folgende formale Standards sollten eingehalten werden:

- Die Beteiligten finden einen gemeinsamen regionalen Termin für die Gottesdienste.
- Die Beteiligten bilden eine regionale Steuerungsgruppe. Diese sollte, das erhöht die regionale Attraktion, vom entsprechenden Leitungsgremium der mittleren Ebene (Kreiskirchenrat, Kreissynodalvorstand, Dekanatsvorstand) mit einem Mandat für das Projekt ausgestattet werden.
- Die Beteiligten verabreden die Elemente einer begleitenden Öffentlichkeitsarbeit.
- Die Beteiligten klären ihr Verständnis von „Einladend sein“, „Offenheit“ und „missionarische Zielsetzung“.

5.3 Aufgaben der Steuerungsgruppe

- Sie klärt, welche Mindestanzahl von Gemeinden, Initiativen, kirchlichen Orten sinnvollerweise am Projekt beteiligt sein sollten, damit es eine regio-lokale Wirkung und Aufmerksamkeit erzeugt.
- Sie sucht einen gemeinsamen Termin, der nach Möglichkeit nicht durch lokale oder regionale Traditionen belegt ist. Konkurrenzen sollten vermieden werden. Ein Sonntag im Frühjahr ist ebenso denkbar wie einer im Herbst. Wie bereits erwähnt: es sollte kein besonderer Sonntag sein.
- Sie findet ein gemeinsames Motto für den „Gottesdienst erleben-Sonntag“ (siehe 5.4).
- Sie koordiniert den regionalen Prozess und begleitet die Gemeinden.
- Sie ist Ansprechpartnerin für die nationale Koordination und für die Auswertung.

5.4 Motto finden

Der englische Begriff „Back to Church Sunday“ greift ein in der britischen Gesellschaft fest verankertes Wort (Back to school) auf.

Im Deutschen gibt es dazu kein Äquivalent. Das Verbindende in Deutschland ist ein gemeinsames Layout mit dem Untertitel „Gottesdienst erleben“. Als Titel können eigene Ideen genutzt werden (z.B. in regionaler Dialektform), oder aus einer Reihe von Vorschlägen ausgewählt werden, zum Beispiel:

- Tatort Gottesdienst
- Treffpunkt: Kirche
- Himmel, Herrgott, Sakrament
- Spürbar Sonntag
- So geht Sonntag ...
- Sonntacheles
- Ziemlich beste Freunde ... deine Kirche
- Du bist da – Gottesdienst
- Bis Sonntag!
- Sonntakte

- Wie für uns gemacht: Sonntag
Grundsätzlich soll bei der Gestaltung der bundesweit einheitliche Untertitel stehen, wie in diesem Beispiel:



Bild: „Gottesdienst erleben“-Flyermotiv vom Ev. Dekanat Wiesbaden

5.5 Zeitplan

Die Vorbereitung für einen „Gottesdienst erleben-Sonntag“ kann bis zu einem Jahr dauern. Ein Planungsablauf könnte so aussehen:

- Impuls
- Beschluss und Bildung einer Steuerungsgruppe
- Termin und Titel finden
- Infoveranstaltung(en), Motivation der Gemeinde
- Rückmeldungen, Teilnahmelust erfassen
- Konkrete Planung des Gottesdienstes und Öffentlichkeitsarbeit (ca. ab dem 4. Monat des Prozesses)
- Schulung: Qualität und Zielgruppe des Gottesdienstes
- Schulung: Wie laden wir ein?
- Schulung: Multiplikation, einladende Gestaltung
- Durchführung „Gottesdienst erleben-Sonntag“
- Auswertung, Dank, Feier



Bild: Planungstreffen einer „Gottesdienst erleben“-Steuerungsgruppe

6. TIPPS FÜR DIE UMSETZUNG

6.1 Regionale Schulungen

Gemeinsame regionale Vorbereitung bzw. Schulung zu folgenden Aspekten planen.

Vorstellen, Motivation, Multiplikatoren:

- eine motivierende und inspirierende Startveranstaltung für potentielle Umsetzer*innen
- Warum wollen wir das Projekt „Gottesdienst erleben“? Was wollen wir damit erreichen? Welche Ziele verfolgen wir?
- Woher kommt unsere Motivation für dieses Projekt? (Initiativkreis)
- Auf welcher Ebene ist mit welchem Schneeballeffekt zu rechnen?
- Motivation zu Inhalten und Beteiligungsfähigkeit?

Einladen:

- Was heißt das? Wie macht man das? Welche Barrieren sind vorhanden?
- Beziehungen, Kontakte, Freundschaften thematisieren (Denn ohne persönliche Einladung wird kaum jemand neu hinzukommen)
- Begleitende und unterstützende Materialien nutzen

6.2 Lokale Verständigungen

Für Gespräche und Verständigungen in den Ortsgemeinden:

Einladende Gemeinde:

- Wo sind wir schon einladend?
- Wo können wir neue Menschen einladen?
- Wie kann für den „Gottesdienst erleben-Sonntag“ eingeladen werden?
- Welche Zielgruppen wollen wir besonders in den Blick nehmen für diesen Gottesdienst?
- Wie können wir Gemeindeglieder motivieren, andere Menschen persönlich einzuladen?¹⁰

Gastfreundliche Gemeinde:

- Wo sind wir schon gastfreundlich?
- Wo ist bei uns noch Entwicklungspotential?
- Wie soll der „Gottesdienst erleben-Sonntag“ gastfreundlich gestaltet werden?

Im Blick auf Zielgruppen:

- Was wäre ein guter Gottesdienst für die Zielgruppen (bezogen auf Qualität, Inhalt, Kultur und Atmosphäre)?
- Welche Formate passen zu uns? (Identität der jeweiligen Gemeinde berücksichtigen)
- Welches Interesse haben wir an anderen Zielgruppen?
- Welche Qualität passt zur anzusprechenden Zielgruppe?
- Liturgische Gestaltung? Musik? Thema? Gemeinschaftsaspekte? Kirchenkaffee? Liedblatt? Ablaufzettel?

6.3 Auswertung / Evaluation¹¹

Wie bei jedem Projekt oder allem, was ausprobiert wird, lohnt ein auswertender Blick zurück. Die folgenden Fragen können dabei hilfreich sein:

- Wie haben wir das Einladen erlebt? Was ist dabei gut gelungen, was war schwieriger?
- Wenn etwas im Gottesdienst anders war als sonst: Was war es?
- Wie viele sind der Einladung gefolgt, die sonst (noch) nicht kamen?
- Wie haben diese den Gottesdienst erlebt?

10 — Idee zur Anregung: Eine Gemeinde im Dekanat Augsburg hat zwei Wochen vor dem Einladungstermin (nach einer Predigt übers Einladen) die Menschen im Gottesdienst eingeladen, diejenige Person auf ein bereitgelegtes Post-it zu schreiben, an die sie jetzt denken. Anschließend wurden die Post-its ans Kreuz geklebt und in der Fürbitte für die Einladungen gebetet.

11 — Auf www.gottesdiensterleben.de steht ein einfacher Evaluationsbogen.

6.4 Abschluss des Projektes „Gottesdienst erleben“

Auch das Ende im Blick zu haben gehört mit zum Aufgabenbereich der Steuerungsgruppe. Der Abschluss z.B. als Dank-Gottesdienst, kombiniert mit Berichten und gemeinsamen Essen oder einer anderen angemessen dankenden Form wird durch die Steuerungsgruppe bedacht, geplant und beworben.

Die Hauptzielgruppe sind die Vertreter*innen der Gottesdienstorte. Darüberhinaus ist es eventuell auch sinnvoll, das Leitungsteam des Kirchenkreises/Dekanates/Kirchenbezirks einzuladen oder andere, die aus Sicht der Steuerungsgruppe im und für das Projekt wesentlich gewesen sind.



Bild: „Spürbar“, ein „Gottesdienst erleben-Sonntag“ in Wiesbaden

7. KONZEPTIONELLE ÖFFENTLICHKEITSARBEIT FÜR EINEN „GOTTESDIENST ERLEBEN-SONNTAG“

7.1 Konzeptionelle Öffentlichkeitsarbeit – Vorbemerkung

„Konzeptionelle Öffentlichkeitsarbeit“ ist ein eher sperriges Wort mit drei Wortteilen:

- In der Mitte steht die Öffentlichkeit, also eine kleinere oder größere Menge von Menschen, deren Kennzeichen bestimmt sind (zum Beispiel: Die Menschen, die über 14 Jahre alt sind und bei uns im Stadtteil wohnen) und deren Kennzeichen beschreibbar sind: In ihrer Altersstruktur, ihren unterschiedlichen Verbundenheiten mit der Kirche, ihren Arbeits- und Lebenswirklichkeiten, ihren Arten, Medien zu benutzen.
- Die Arbeit der Öffentlichkeitsarbeit besteht für die Absender*innen darin, bei diesen Menschen bekannt zu sein und sie möglicherweise zu Handlungen zu bewegen.
- Das Konzept für die Öffentlichkeitsarbeit bilden Überlegungen und Entscheidungen zu Fragen, wer die Adressat*innen denn nun wirklich sind, welches Ziel verfolgt wird und was als bester Weg zur Zielerreichung scheint.

7.2 Haltungen in der konzeptionellen Öffentlichkeitsarbeit

Innerhalb der konzeptionellen Öffentlichkeitsarbeit gibt es unterschiedliche Absichten, aus denen heraus unterschiedliche Arbeit erwächst.

Die Spanne verläuft zwischen den folgenden Absichten:

- Adressat*innen sachlich informieren (z.B. durch Presse- und Medienarbeit),
- in den Adressat*innen Bilder prägen (durch praktische Öffentlichkeits-

arbeit wie etwa Imagebroschüren) und

- Adressat*innen zu konkreten Handlungen bewegen (Werbung für die Teilnahme an Veranstaltungen).

Jede dieser drei Absichten hat ihr Recht, aber für einzelne Maßnahmen in der konzeptionellen Öffentlichkeitsarbeit müssen sich die Absender*innen immer wieder entscheiden: Was ist jetzt dran, welche der möglichen drei Haltungen soll im Vordergrund stehen?

Für „Gottesdienst erleben“ kann das so aussehen:

- Absicht »sachlich informieren«: Etwa eine regelgerechte Medienmitteilung, in der die Grundinformationen stehen; beispielsweise: In der Region XY feiern die evangelischen Gemeinden an diesem Sonntag Gottesdienste, die unter einem gemeinsamen Motto stehen. Zu diesen Gottesdiensten haben die Gemeinden in besonderer Weise eingeladen: Menschen, die noch wenig Kontakt mit Kirche und ihren Gottesdiensten haben, sind persönlich angesprochen worden. (...); Hinweis: Eine solche Medienmeldung muss, damit Zeitungen sie wirklich verwenden können, frei sein von werbenden Aspekten.
- Absicht »Bilder prägen«: Etwa ein Vorbericht in einem Gemeindebrief; beispielsweise als Interview mit einem/einer verantwortlichen Person zum Hintergrund der Aktion, zu Chancen und Risiken und zur Absicht. Hinweis: Ein solcher Vorbericht darf auf die schriftliche Einladung zum Kommen verzichten. Es genügt, dass Lesende das Vorhaben kennen und ein positives Gefühl dazu entwickeln.
- Absicht »zu Handlungen bewegen«: Etwa ein Kurztext, der im Rahmen der gottesdienstlichen Abkündigungen verwendet wird; beispielsweise eine Skizze des Vorhabens mit einem klaren Nutzenversprechen für die, die aktiv einladen, mit Hinweisen auf die Termine von Schulungen und vom Gottesdienst selber und mit Angeboten zu Nachfragen.

7.3 Öffentlichkeitsarbeit vom Vorhaben her denken

„Gottesdienst erleben“ funktioniert im Wesentlichen als beziehungsgestützte und gefühlvolle Kommunikation zwischen Menschen: „Lade jemand ein, den Du kennst, zu etwas, was Du liebst.“

Das Projekt setzt also bereits bestehende Beziehungen zwischen Menschen voraus („den Du kennst“) und bewegt sich im Rahmen personaler Kommunikation, also am besten im direkten Kontakt und mit mündlicher Ansprache („Lade jemand ein“).

Im Folgenden werden die Einladenden als Absender*innen bezeichnet, die Einzuladenden als Adressat*innen.

7.4 Adressat*innen bestimmen und identifizieren

Aus der Sicht der Veranstaltenden (Organisierenden) eines Vorhabens im Rahmen von „Gottesdienst erleben“, also aus Sicht der Absender*innen, bieten sich drei unterschiedliche Gruppen von möglichen Adressat*innen an:

- a) die Personen, die schon jetzt in unterschiedlicher Regelmäßigkeit mit einer Gemeinde Gottesdienst feiern und die als Einladende gewonnen werden sollen (»Mitmachende« als eigene Absender*innen)
- b) die Personen, die dann von den Mitmachenden eingeladen werden (»Gäste«)
- c) die Personen, die – verbunden mit der Gemeinde – über „Gottesdienst erleben“ informiert sein wollen, ohne selber einzuladen (»Verstehende«)

7.5 Angebote nach Adressat*innen differenzieren

Zweckdienliche konzeptionelle Öffentlichkeitsarbeit für „Gottesdienst erleben“ aus der Sicht der Veranstaltenden (Organisierenden) besteht in fünf einzelnen Bereichen, die zwar verbunden sind, aber unterschiedlich gedacht werden können:

- zu Gruppe a: »Werbung« I; Durch direkte Ansprache und durch Abkündigungen in den Gottesdienstgemeinden, die sich beteiligen (Ergebnis: Mitmachende werden gewonnen)
- zu Gruppe b: »Werbung« II; Durch die ausgesprochene mündliche Einladung der Einladenden im Rahmen eines bereits bestehenden Kontakts; dazu helfen eventuell Schulungen: »gastfreundlich sein« und »gewinnend Einladen« (Ergebnis: Gäste werden eingeladen); im weiteren Sinn wäre auch das Angebot, die Gäste zu Hause abzuholen und auf ihrem Weg zum Gottesdienst zu begleiten, ein Handeln im Sinne der Öffentlichkeitsarbeit
- zu Gruppe b: »Werbung« III; Gegebenenfalls durch ein einfaches Unterstützungsmedium wie etwa eine Karte mit allen beteiligten Gemeinden und deren gottesdienstlichen Orten an diesem Sonntag, vielleicht auch mit Freifeld für einen Gruß, Namen, Verabredungen (Ergebnis: Gäste werden erinnert)
- zu Gruppe c: »Praktische Öffentlichkeitsarbeit«; Durch kurze vorlaufende Hinweise in gemeindeeigenen Medien, die Bilder prägen, nicht zum Kommen aufrufen (Ergebnis: Mit der Gemeinde Verbundene verstehen: »Das machen unsere Gemeinden«)
- zu Gruppe c: »Praktische Öffentlichkeitsarbeit«; Durch nachlaufende Berichterstattung in gemeindeeigenen Medien (Website, Gemeindebrief) (»So ist uns das Einladen gelungen«, »Das haben wir dabei erlebt«, »Das lernen wir daraus«), (Ergebnis: Mit der Gemeinde Verbundene kennen die Aktion und fühlen sich noch stärker verbunden)

In der frühzeitigen Planung werden alle diese fünf Bereiche von den Absender*innen bedacht und in einen zeitlichen Zusammenhang gesetzt: Wann muss – aus dem Kreis der drei Adressat*innen – wer welche Kommunikation erleben (Inhalte, Kommunikationskanäle)?

7.6 Angebote praktisch gestalten

Das könnte konkret für eine Gemeinde, die sich an „Gottesdienst erleben“ beteiligen will, so aussehen:

- Kurzen Abkündigungstext für den gottesdienstlichen Einsatz erstellen (vielleicht einen gemeinsamen Text mit den anderen beteiligten Gemeinden), mit werbendem Charakter
- Schulungen vorbereiten (am besten im Zusammenhang mit anderen beteiligten Gemeinden)
- Eventuell für alle beteiligten Gemeinden ein Unterstützungsmedium entwerfen (lassen), das nur mit einer mündlichen Einladung zusammen verteilt wird
- Textbaustein für den Gemeindebrief erstellen, eher informierend als werbend; ähnlich auch für digitale Medien
- Im Nachgang einen individuellen Folgetext für den Gemeindebrief erstellen, in Form eines Interviews, eines Berichtes oder einer Reportage; ähnlich auch für digitale Medien

7.7 Weniger ist mehr – Angebote, die unterstützen können

Weitere Maßnahmen und Medien der Öffentlichkeitsarbeit sind möglich, aber nicht nötig oder gar entscheidend. So könnte die zentrale Projektidee von „Gottesdienst erleben“ begleitet und unterstützt werden durch:

- Presse- und Medienarbeit in lokalen und / oder regionalen Medien¹²
- Plakate für Schaukästen oder gemeindliche / kommunale Zettelwände
- Werbebanner an beteiligten Kirchen

Solche flankierenden Maßnahmen können das eigentliche Projektziel („ausgesprochene Einladung“) dann verhindern, wenn sie eine trügerische Sicherheit erzeugen („es wurde ja eingeladen“) und so die persönlichen Einladungen ersetzen.

Dann wird aus „Gottesdienst erleben“ eine Werbung für den Gottesdienst insgesamt: Eine „weitere“ Öffentlichkeit soll für den Gottesdienst gewonnen werden. Das ist zwar legitim, aber im Projektrahmen von „Gottesdienst erleben“ nicht gedacht. Alle Erfahrungen zeigen: Wo persönlich intensiv eingeladen wurde, sind auch neue Interessierte gekommen. Wo man vor allem auf Plakate etc. gesetzt hat, blieb man weitgehend unter sich.

Bleibt es bei den Maßnahmen und Medien, die in den Schritten fünf und sechs skizziert sind, dann erweist sich die Öffentlichkeitsarbeit für „Gottesdienst erleben“ genauso schlank und einfach wie das Projekt selber.

7.8 Anregungen aufnehmen, weiterentwickeln und anwenden

Andere haben „Gottesdienst erleben“ schon geplant und gemacht. Auf der zentralen projektbegleitenden Website www.gottesdiensterleben.de stehen Anregungen und Beispiele von Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung. Und dort können auch eigene Ideen und Materialien eingestellt werden.

8. RISIKEN UND NEBENWIRKUNGEN

8.1 Einschränkungen

Eine Reduktion auf vorhandene Sonntags-Gottesdienste schließt manche aus, etwa Sonntags-Erwerbstätige. Pragmatisch wird man eine Häufung der angebotenen Gottesdienste am Sonntag-Vormittag erwarten.

Andererseits liegt dieser Entscheidung Realismus zu Grunde: Was neu begonnen werden soll, muss in einer Zeit der Überlastung an Vorhandenes anknüpfen.

In einer Region können sich die Angebote in Formaten, Zeitpunkt, Musik, Ort etc. ausgezeichnet ergänzen und weit über den Sonntag-Vormittag hinausreichen. Eine Ausweitung auf andere Zeiten als den Vormittag und auf ggf. an diesen Sonntag angebundene Wochentage ist kein Problem.

Außerdem ist ein Umfeld von nicht-parochialen Gottesdiensten (Krankenhaus, Schulen, Freiluft, Citykirchen, Jugendgottesdienste etc.) mit ihren sowieso eigenen Settings denkbar.

Es gibt vielerorts etablierte regionale Aktionen wie „Nächte der offenen Kirchen“, „church night“ (Reformationstag für Jugendliche), regionale Tauffeste, „Zweite Programme“ (Gottesdienste für Suchende), Schulanfänger-Gottesdienste usw. Eine Auswertung dieser Erfahrungen kann helfen, eine größere regionale Zielgruppen-Streuung zu erreichen.

Zielgruppen-Gerechtigkeit ist bei einer großen Reichweite vermutlich nur grob zu erreichen. Es werden trotzdem Klassikfreunde in eher Pop-orientierten Gottesdiensten landen und umgekehrt; ähnliches gilt für verschiedene Generationen, für divergierende Kulturen, Milieus und Lebens-

¹² — Ein Beispiel für gelungene Pressearbeit aus dem Kirchenkreis Bayreuth (Oberfranken): Alle Gemeinden des Dekanatsbezirks Wunsiedel führten am 17.02.2019 geschlossen einen „Gottesdienst erleben-Tag“ durch. In einer über-regionalen Zeitung kündigten sie die Aktion an. Am Aktionstag selber waren teilweise 70-80% mehr Gottesdienstbesucher in der Kirche. Der Zeitungsbericht hatte sogar Auswirkungen auf den benachbarten Dekanatsbezirk: In Selb waren am 17.02.2019 plötzlich auffällig viele Menschen in den Gottesdiensten. Die Pfarrerinnen und Pfarrer wunderten sich – und merkten schließlich, dass dies eine Auswirkung der Aktion „Gottesdienst erleben“ aus dem Nachbardekanat Wunsiedel war.

welten. Das ist in Kauf zu nehmen, weil das ganze Projekt mit zu viel Ansprüchen kompliziert und vermutlich kaum effektiv durchführbar wird.

8.2 Widerstand

Die Reaktion auf Top-Down-Kampagnen von EKD oder Landeskirchen ist bei den Gemeinden flächendeckend kritisch. Zu viele Ressourcen sind schon in Kampagnen, Sparprozessen, erzwungenen Kooperationen oder Evaluationen verbraucht worden, als dass mit großer Begeisterung zu rechnen ist.

Deshalb schlagen wir einen umgekehrten Weg vor: Von klein zu größer wachsen lassen.

- Das bedeutet Freiwilligkeit: Interessierte Regionen finden sowie mit ihnen planen, durchführen und auswerten.
- Wirkung von good practice: Anschließend mit den gemessenen Ergebnissen um weitere Beteiligte werben und dort durchführen, wo Bereitschaft geweckt ist.
- Auf einen Sogeffekt setzen: „Warum machen wir da eigentlich nicht mit, wir wollen doch auch Neue im Gottesdienst!“
- Mit Unvollständigkeit (Flickenteppich) rechnen und sich an Gelingendem freuen.

8.3 Schutz der Kernidee

Wenn das Projekt wachsenden Erfolg haben soll und eine Option auf eine bundesweite (ggf. sogar ökumenische!) Wirkung besteht, ist die gemeinsame Marke „Gottesdienst erleben“ wichtig. Damit ist gewährleistet, dass die gleiche Idee an verschiedenen Orten die Feiernden und Erlebenden unter Gottes Wort vereint.

Nicht der Partikularismus bestimmt, sondern das gemeinsame Wissen, dass alle unter dem einen Segen Gottes versammelt sind.

Der Wiedererkennungseffekt stärkt das Gemeinsame, auch wenn manche Gemeinden kleiner werden – mit dieser Idee hat der Gottesdienst die Chance, die Gemeinschaft auch über die eigenen geographischen Grenzen hinaus zu stärken.

8.4 Ökumene

Ökumenische Offenheit ist frühzeitig an andere christliche Kirchen zu kommunizieren – schon in der Projektphase spricht nichts gegen ökumenisch abgesprochene und verantwortete Pilotregionen. Möglicherweise gibt es Interesse von anderen Kirchen und Denominationen bereits in der frühesten Planungsphase.

1. WEBSEITE WWW.GOTTESDIENSTERLEBEN.DE

Die Internetseite zum Projekt bietet u.a. die Informationen dieser Broschüre sowie weitere Dateien für die Arbeit in Region und Gemeinden, außerdem Werbematerial, Beteiligungsmöglichkeiten, Erfahrungen aus Durchführungen, einen Überblick zu Pilotregionen, Inhalte und Schulungen sowie Infos zum bundesweiten Team.

- Werbematerial für Öffentlichkeitsarbeit ist in Arbeit, z.B. Motive samt Logo, Plakate, Handzettel etc.
- Als eine ausgezeichnete Einführung hat sich der kurze Erklärfilm zur Aktion erwiesen („Gottesdienst erleben“, 2:16): <https://www.youtube.com/watch?v=elnCp6zsfK8> (auch unter www.gottesdiensterleben.de/videos/)
- Die Internetseite bietet neben weiteren Filmen ein Experteninterview sowie einen Durchführungsbericht aus den Dekanaten Bergstraße und Schweinfurt: www.gottesdiensterleben.de/videos/
- Der aktuelle Stand sowie Zugriffs- oder Bestellmöglichkeiten finden sich jeweils nach Erscheinen auf www.gottesdiensterleben.de.
- Auswertung: Rahmendaten und Befragungen zur Auswertung in den Pilotregionen werden ebenfalls auf der Webseite eingestellt.



Erklärfilm und weitere Videos:
www.gottesdiensterleben.de/videos/

2. LINKS

- www.gottesdiensterleben.de
- <http://seasonofinvitation.co.uk/>, die weiterentwickelte Seite der Initiative in GB (ursprünglich: backto-church.com.uk). Wichtigste Veränderung in 2015: Kirchenjahrsorientierte Ausdehnung der Einladungs-Fenster auf fünf mögliche Zeitfenster. Material, Videos, Anmeldung etc.
- <http://vimeo.com/87778923> (Dauer 3:34), „A season of invitation“: Ein kurzer Fernsehspot zu Hintergrund und Praxis. Schwerpunkt beim Einladen.
- Michael Harvey, Koordinator der Aktion in Großbritannien, hat mehrere Videos eingestellt: <http://vimeo.com/61114128> (Dauer 16:30). Ein Interview mit Harvey über Ergebnisse: Why we are afraid to invite. „Christianity has always been a battle between faith and fear. We need to put our faith where our fear is.“ Weltweite Erfahrungen mit dem Projekt.
- <http://vimeo.com/101912263>: Three key messages (Dauer 2:43) – die drei wichtigsten Erfahrungen der Aktion in drei Minuten. Eine Fassung mit deutschen Untertiteln finden Sie auf www.gottesdiensterleben.de/material
- Die US-Adaption: <http://www.backtochurch.com>

3. LITERATUR

- Juliane Kleemann, Hans-Hermann Pompe, Gottesdienst erleben: Der Back to Church Sunday in Deutschland. midi.Praktisch. Nr. 1. 3. überarb. Auflage. Ev. Arbeitsstelle midi. Berlin 2020.
- Michael Harvey, Ich glaub, ich lad ein: Vom erstaunlichen Potential der Gemeinde - Gottesdienst erleben: Der Back-to-church-Sunday in Deutschland (dt. Übersetzung) Taschenbuch. Neukirchen 2017.
- Katharina Wiefel-Jenner, Einladend Kirche sein: Der „Freundschafts-Sonntag“, Studienbrief A 92 in Brennpunkt Gemeinde 1/2013.



midi

Evangelische Arbeitsstelle für
missionarische Kirchenentwicklung
und diakonische Profilbildung

Impressum

midi.Praktisch. Nr. 1
3. überarbeitete Auflage
Herausgeber: midi / Ev. Werk für
Diakonie und Entwicklung e.V.

Redaktion

Hilmar Gattwinkel
Juliane Kleemann
Hans-Hermann Pompe
Michael Wolf

Gestaltung

Louisa Winkler

Kontakt

midi / Ev. Werk
für Diakonie und Entwicklung e.V.

Caroline-Michaelis-Straße 1
10115 Berlin
030 652 111 862
info@mi-di.de
mi-di.de / @hallo_midi

Fotografie & Gestaltungskonzept
Social Social