

Ziel 4: „Die EKHN hat in Zusammenhang mit der EKD neue Modelle der Zugehörigkeit und Kommunikation entwickelt und ausprobiert und die Mitgliederorientierung gestärkt.“

(Neue Modelle der Zugehörigkeit und Kommunikation entwickeln und Mitgliederorientierung stärken)

1. Zugehörigkeit jenseits traditioneller Mitgliedschaft denken

- Aktuell wird EKD-weit die Mitgliedschaft in der Kirchengemeinde („Heimatgemeinde“) begründet und gilt zugleich für die jeweilige Gliedkirche (bei uns: EKHN). Ergänzend zur formalen Mitgliedschaft sollten neue Modelle der Zugehörigkeit entwickelt werden. Gleichzeitig sollte auch gefragt werden, welche Formen von Zugehörigkeit bereits vorhanden sind. Es gibt eine Spannung zwischen institutioneller Bindung und subjektiver Verbundenheit.
- Zugehörigkeit kann durch strukturelle Verbindung wie durch das Bekenntnis zu gemeinsamen Werten gestärkt werden.
- Zum Thema Zugehörigkeit gehört auch die Frage: Wo generieren wir Fremdheits- und Ausgrenzungserfahrungen? Es ist wichtig, Zugangshindernisse zu erkennen und abzubauen und eine Willkommenskultur (auch für neu Hinzukommende) zu entwickeln.
- Menschen definieren und gestalten ihre Zugehörigkeit selbst. Dafür braucht es flexible Modelle wie temporäres Commitment oder themenbezogene Engagementformen.
- Fördermitgliedschaften für bestimmte kirchliche oder diakonische Zwecke wurden diskutiert, allerdings auch mit der Sorge, eine Zwei-Klassengesellschaft in der Kirche zu schaffen: zwischen denen, die mehr oder weniger finanzkräftig sind, aber auch zwischen den mehr oder weniger bzw. nicht Engagierten. Örtliche Mittelakquise sollte nicht das gesamtkirchliche Solidarsystem der Kirchensteuer gefährden. Der Solidargedanke und die Frage der Gerechtigkeit im Einsatz der Finanzmittel müssen im Blick bleiben.

2. Bessere Kommunikation und öffentliche Wahrnehmung

- Kirche tut viel, aber es wird zu wenig darüber gesprochen. Mehr Sichtbarkeit durch gezielte Kommunikation ist notwendig: „Sprecht mehr darüber, was wir als Kirche an unterschiedlichsten Stellen tun.“
- Unklare digitale Strukturen, schwer erreichbare Pfarrämter und veraltete Webseiten erschweren die Kontaktaufnahme. Hier muss Kirche professioneller werden. Das kann auch durch Profis geschehen, die Ehrenamtliche, welche sich um Webseiten kümmern, unterstützen. Überhaupt ist das gezielte Unterstützen von Ehrenamtlichen eine Form von Wertschätzung.
- Mitglieder wollen wissen, wofür ihre Kirchensteuer verwendet wird – Transparenz ist entscheidend.

3. Mitgliederorientierung (mehr als „Vereinslogik“)

- Auch wenn das Zusammengehörigkeitsgefühl wichtig ist und auch positiv gestärkt werden kann (Bsp.: Kontakte nutzen, Merch etc.): Kirche ist kein Verein. Sie ist eine Glaubensgemeinschaft, die auf dem christlichen Glauben beruht und sich als Teil einer größeren Gemeinschaft versteht. Ihre Aufgabe ist Sinnstiftung. Sie muss ihre besondere Identität bewahren und gleichzeitig offener für Suchende sein.
- Die Kirche erreicht aktuell nur ca. 5 % ihrer Mitglieder aktiv. Es braucht neue Wege, um mit den übrigen 95 % in Kontakt zu kommen und vielfältiger zu werden. Mitgliederorientierung muss über die sog. „Kerngemeinde“ hinausgehen. Bisher v. a. Kinder/Jugend und Senior*innen im Blick.
- Die Zielgruppe „alle“ ist keine Zielgruppe. Kirchenmitglieder sind heute so verschieden wie nie zuvor. Es geht um differenziertes Hinschauen und Wahrnehmen, welche Menschen da sind und wo/wie sie sich einbringen wollen („wahrnehmende und hörende Kirche“). Durch die Vielzahl der Nachbarschaftsräume ergeben sich neue Möglichkeiten, zielgruppenorientierte Angebote zu schaffen (z. B. durch Schwerpunktarbeit in der Ortsgemeinde) und damit mehr als 5 % der Mitglieder zu erreichen.
- Projekte zur Mitgliederorientierung wie das Philippus-Projekt wurden als Beispiele genannt, um neue Kontaktpunkte zu schaffen, Menschen in unterschiedlichen Lebensphasen zu begleiten und ihre Bindung an die Kirche zu stärken.
- Ehrenamtliche dürfen nicht als „Lückenbüsser“ für fehlende Hauptamtliche wahrgenommen werden. Sie sollten differenziert wahrgenommen werden: Wie sehen Ehrenamtliche sich selbst? Wie sehen Kontaktsuchende zur Gemeinde vor Ort bzw. zur EKHN diese Ehrenamtlichen? Eine gemeinsame Klärung und Benennung der Funktion, Aufgabenbereiche und Befugnisse Ehrenamtlicher sind zielführend, um die Unterschiede zu Hauptamtlichen zu beschreiben. Das Engagement Ehrenamtlicher muss wertgeschätzt und gezielt gefördert werden.

4. Sozialraumorientierung als Chance für neue Formen von Zugehörigkeit

- Kirche muss sich stärker an den realen Lebenswelten der Menschen orientieren und nicht nur an bestehenden Gemeindestrukturen. Sie sollte Kirche sein, die Menschen sieht und auf sie zugeht, auch und gerade im öffentlichen Raum. („Kirchliche Bubble“ vs. Sozialraum).
- Haltung ändern: Nicht: alleine für mich/meine Gemeinde denken und dann erst die anderen einbeziehen. Gemeinden sollten nicht Ressourcen „bunkern“, sondern weitherzig, offen und experimentierfreudig neue Wege der Zugehörigkeit und Gemeinschaft erproben.

Fazit

Zugehörigkeit muss über klassische Mitgliedschaft hinausgedacht werden. Kirche braucht flexible Formen der Bindung, eine aktive und professionelle Kommunikation und eine starke Vernetzung im Sozialraum. Transparenz, Wertschätzung und Offenheit sind dabei zentrale Erfolgsfaktoren.