Werben für den Kindergottesdienst

Ziele

- es kommen ... mehr Teilnehmende
  - kurzfristig bzw. punktuell
  - langfristig bzw. kontinuierlich
- es gibt ... mehr Mitarbeitende
  - kurzfristig bzw. punktuell
  - langfristig bzw. kontinuierlich
- der KiGo hat ein positives Image
- eine Zielgruppe hat die nötigen Informationen
- ein Wissen ist verbessert
- eine Einstellung ist verändert
- ein Bedürfnis ist geweckt/angesprochen
- Verantwortungsbewusstsein ist geweckt, ein Verhalten ist verändert
- die Offenheit für den Glauben ist größer
- Familien mit wenig Kontakt zur Gemeinde erinnern sich an eine gute Erfahrung mit Kirche
- Kontakte und Beziehungen in der Gemeinde sind enger geworden

Zielgruppen

- nicht/wenig kirchlich verbundene Öffentlichkeit
- mit der Gemeinde verbundene Kirchenmitglieder
- Verantwortliche / Multiplikatoren in der Gemeinde
- Eltern
  - Familiensituationen? (zusammenlebend, getrennt, alleinerziehend, "Patchwork" ...)
  - neu zugezogen/ alteingesessen?
  - soziale Situation?
  - kultureller Hintergrund, "Milieus"?
  - Konfession/ Kirchennähe?
  - Ortschaften/Verkehrssituation?
- Paten
- Großeltern
- Kinder
  - Altersgruppe(n)?
  - Jungen/Mädchen?
  - soziale/kulturelle Situationen?
  - Bildungssituationen?
  - Konfession/Kirchennähe?

Grundhaltungen

- "Nicht die Quantität, sondern die Qualität steht im Vordergrund"
- "Wir sollten einen möglichst hohen Anteil aller Kinder erreichen"
- "Wichtig ist, dass die Menschen zur Kirche kommen"
- "Wir als Kirche müssen dorthin gehen, wo die Menschen sind"
- "Wir machen ein Angebot vor allem für die evangelischen Kinder"
- "Wir wollen auch nicht-evangelischen Kindern unseren Glauben näherbringen"
- "Wir müssen mit den anderen Freizeit- und Unterhaltungs-Angeboten konkurrieren"
- "Wir müssen deutlich machen, was uns von den anderen Freizeit-angeboten unterscheidet"
- "Wir wollen eine höhere Resonanz auf ein möglichst unverändertes bestehendes Angebot"
- "Wir sind offen, unser Angebot neu an den Bedürfnissen anderer auszurichten"
- "Eigentlich ist der KiGo ein Auslaufmodell"

Quelle: www.kirche-mit-kindern.de/werbung, Ergänzungsmaterial zur Praxishilfe „Da ist doch noch mehr drin! Werben für Kindergottesdienst & Co.“