



## golife auf feste Füße stellen

### Abschlussbericht der zweiten Staffel

#### Inhaltsübersicht

[1] Gottesdienste und der Prozess dahinter.....	2
[2] Die Gemeinde-Pflanzung.....	2
[3] Das kleine Expertentreffen.....	2
[4] Das große Expertentreffen.....	2
[5] Die veränderte Förderpraxis.....	3
[6] Die zweite Staffel von golife.....	3
[7] Der Missio Fonds.....	3
[8] Der OpenSpace.....	3
[9] Der Abschied von der „eigenen Gemeinde“.....	4
[10] „Nachschlag“.....	4
[11] Die Marke golife.....	4
[12] Schlüsselstellung Musik.....	4
[13] Gelungenes.....	4
[14] Verbesserungswürdiges.....	5
[15] Das Selbstverständnis der Initiativgruppe.....	5
[16] „Von Meißen bis Meißen“ – innerkirchliche Öffentlichkeitsarbeit.....	5
[17] Ziele- Diskussion.....	5
[18] Fazit.....	6
[19] Ausblick: Das Rundkino.....	6
Anlage 1 Auswertung der Gottesdienste.....	7
A. Besucherzahlen, Zusammensetzung, Mitwirkende.....	7
B. Anteil Zielgruppe.....	7
C. Besucherverhalten, Altersverteilung, Werbewirksamkeit, Bewertungen.....	7
D. Vergleich der Bewertungen Zielgruppe/ Insider.....	12
E. Sonstige Fakten.....	12
Anlage 2 Dokumentation OpenSpace.....	13
A) Protokolle der Workshops.....	14
B) Zusammenfassung.....	19
Anlage 3 Vergleich „1. Programm“ und „2. Programm“.....	20
Anlage 4 Lebensstile und Kirchenmitgliedschaftstypen.....	21
Anlage 5 Presseschau.....	22



## [1] Gottesdienste und der Prozess dahinter

Für die Öffentlichkeit erschien die erste Staffel von golife „nur“ als eine Folge von 7 Gottesdiensten im Afrika-haus im Zoo Dresden. Dahinter verbarg sich jedoch ein Prozess von 25 Monaten (April 2000 bis Juni 2002) mit 47 Beratungen des Leitungskreises.

Zwischen den beiden Staffeln war eine vollkommene Ruhepause von 14 Monaten.

Für die Öffentlichkeit erschien auch die zweite Staffel „nur“ als Folge von 3 Gottesdiensten, für einige wenige auch als eine Folge von 4 Veranstaltungen. Aber auch hier waren die wenigen öffentlichen Auftritte eingebettet in einen Prozess, der sich über einen Zeitraum von 26 Monaten erstreckte (von September 2003 bis Oktober 2005) und 35 Beratungen umfaßte.

Die Zitate in den Rahmen stammen aus dem Buch „Gottesdienst à la carte. Warum wir zielgruppenorientierte Gottesdienste brauchen“ von Jörg Knoblauch und Heiko Bräuning, Projektion J

Prof. Dr. Knoblauch ist u.a. Geschäftsführer der tempus GmbH und Inhaber der Website [www.ziele.de](http://www.ziele.de).

Die konkrete landeskirchliche Förderung bezog sich zwar nur auf diese vier Veranstaltungen, aber diese waren in der zweiten Staffel eigentlich nicht um ihrer selbst willen da, sondern auch sie waren einer von vielen Versuchen, golife „auf feste Füße“ zu stellen.

## [2] Die Gemeinde-Pflanzung

Am Beginn des Prozesses in der zweiten Staffel war der Gedanke vorherrschend, daß zu den golife- Gottesdiensten noch weitere Aktivitäten hinzutreten müßten, damit golife dauerhaft etabliert werden könnte. Es müsse praktisch eine eigene Gemeinde oder jedenfalls einen eigenen festen Mitarbeiterkreis geben. Mitbestimmend für diesen Gedanken waren Erfahrungen der Church-Planting-Bewegung in England.

Heute ist kritisch festzustellen, daß diese Gedanken aus der ersten Staffel herstammten und dort allerdings nur von Mitarbeitenden und Insidern geäußert wurden („Nacharbeit“, Integration“, „Das kann doch nicht alles sein“). Die Zielgruppe selbst äußerte solche Wünsche nicht.

„Die einzige Erklärung, warum dies (Gemeinde-pflanzung wie in England) in Deutschland nicht geht, ist die, dass wir keine „gemeindlichen Eltern im zeugungsfähigen Alter“ haben.“ (S. 117)

„Gemeindepflanzung scheint in Deutschland nur über Gottesdienste zu gehen.“ (S. 118)

Das Bemühen um eine Gemeinde-Pflanzung bestimmte die Monate Oktober 2003 bis Juli 2004.

Es muß offen bleiben, ob diese Bemühungen allein

schon deshalb scheiterten, weil sie zur Unzeit geäußert wurden (Nov 2003: „Vorlage 33“), ob sie deshalb scheiterten, weil dieses englische Modell grundsätzlich nicht auf sächsische Verhältnisse übertragbar ist (und es bislang auch sonst in Deutschland keine positiven Beispiele dafür gibt), ob es nur kein Weg für golife ist oder ob es daran scheiterte, daß sich der Leitungskreis über weite Strecken selber unsicher war über den weiteren Weg und den Anträgen und Konzepten immer auch ein Hauch von Unsicherheit anhaftete.

In dieser Zeit waren wir jedenfalls mehrfach zu Gast im Kirchenvorstand Prohlis, mehrfach zu Gast im Landeskirchenamt und der Superintendent war zu Gast bei uns. Dennoch: Zwei Jahre nach dem Ende der ersten Staffel und nach 10 Monaten intensiver Bemühungen standen wir wieder ganz am Anfang. Denn eine „neue“ Gemeinde war für uns zu jener Zeit nur möglich mit einigen hauptamtlichen Mitarbeitern wie sie auch herkömmliche Gemeinden haben.

## [3] Das kleine Expertentreffen

In dieser Lage haben wir für September 2004 zu einem Expertentreffen eingeladen. Jede und jeder aus der Leitungsgruppe hat zwei Personen gebeten, sich unsere Situation anzuhören und uns Rat zu geben. Das Treffen war durchaus angenehm für die Gruppe, weil uns viel Respekt für die Gottesdienste gezollt wurde, dem Gedanken der Gemeindepflanzung wurde jedoch viel Skepsis entgegengebracht. Eine Teilnehmerin arbeitet seither im Leitungskreis mit, ein anderer hat eine verantwortliche Position in der zweiten Staffel bekleidet, aber bezüglich der Frage, wie golife auf feste Füße gestellt werden könnte, blieb Ratlosigkeit.

## [4] Das große Expertentreffen

Es kam der Gedanke auf, in diesem Sinne die große Schar aller an golife Interessierten zu befragen und sie um Unterstützung zu bitten. Dies könnte im Rahmen einer Open-Space-Konferenz geschehen. Um die potentiellen Teilnehmenden zu finden, zu informieren, zu animieren schien das Voranstellen einer kleinen Serie von Gottesdiensten geeignet zu sein.

## [5] Die veränderte Förderpraxis

Inzwischen hatte das LKA die Förderbedingungen geändert. Jetzt waren auch Folgeprojekte förderfähig. Die



zweite Staffel wurde geboren. Sie sollte aus drei Gottesdiensten und einem OpenSpace bestehen. Wir konnten weitgehend auf das Know-how der ersten Staffel zurückgreifen, so daß der Antrag, das Finden der Termine, die Verhandlungen mit dem Zoo um weitgehend kostenlose Nutzung des Raumes und das Finden der Themen und Titel innerhalb von fünf Wochen (vom 26.10.-30.11.2004) erledigt werden konnte.

## [6] Die zweite Staffel von golife

Am ersten Abend kamen etwa so viele Gäste wie am ersten Abend der ersten Staffel. Während die Besucherzahl in der ersten Staffel erst beim fünften Mal deutlich anstieg, war der Raum in der zweiten Staffel bereits am zweiten Abend überfüllt (bei 110 regulären Sitzplätzen etwa 200 Personen anwesend).

Als deutlichste Konsequenz bleibt festzuhalten, daß eine dritte Staffel – so schön auch das Ambiente im Afrikahaus und so angenehm auch die Gastfreundschaft dort war – jedenfalls in einem größeren Raum stattfinden muß.

Die Kopplung mit der kommerziell betriebenen hauseigenen Gaststätte war zwar praktisch, aber nicht ganz stressfrei. Denn wir können weder ausreichend Gäste noch ausreichend Umsatz garantieren. Andererseits will auch nicht jeder golife-Besucher noch eine Gaststätten-Rechnung bezahlen, möglicherweise aber gern noch ein wenig Kommunikation pflegen. Bei einer nächsten Staffel sollte daher ernsthaft geprüft werden, ob nicht eine Cafeteria selbst betrieben werden könnte. Das hat weitere Vorteile: 1. Es könnten auch Angebote im untersten Preissegment gemacht werden. 2. Viele Menschen sehen ihre Begabungen gerade in diesem Bereich.

„Wo immer in der Volkskirche ein Zweitgottesdienst eröffnet wird, passiert das Unglaubliche: Bereits bei der ersten Veranstaltung sind über 100 Besucher da.“ (S. 78)

Zu weiteren Unterschieden zur ersten Staffel, den sonstigen Mitarbeiter- und Besucherzahlen wird auf die gesonderte Auswertung in Anlage 1 verwiesen.

## [7] Der Missio Fonds

Im Februar 2005 offerierte das Landesjugendpfarramt den Gemeinden den Missio-Fonds. Während die landeskirchliche Förderung innovativer missionarischer Projekte im wesentlichen eine Sachkosten-Förderung ist und Personalkosten eher schwer unterzubringen sind, ist der Missio-Fonds eine reine Personalkosten-Förderung. Da unsere Initiative im Jahr zuvor im Besonderen an den vermeintlich zu hohen Personalkosten (zu vielen hauptberuflich Beteiligten) gescheitert war, könnte eine Kombination beider Förderungen zielführend sein. Also wurden erneut Verhandlungen mit der Kirchgemeinde Prohlis geführt.

Der Antrag – eine Weiterentwicklung des Antrages vom April 2004 – wurde schließlich nicht eingereicht, weil für den Kirchenvorstand die Finanzierung immer noch zu vage war. Erschwerend kam hinzu, daß die Antragsfrist 15.4.05 äußerst knapp bemessen war. Gerade in den 8 Wochen zuvor war der Leitungskreis voll und ganz mit dem „Tagesgeschäft“ beschäftigt, denn auch die Vorbereitungszeit für die einzelnen Gottesdienste war kürzer als im Durchschnitt der ersten Staffel.

Ungünstig war auch, daß der Antrag scheinbar etwas vorwegnahm, was zum OpenSpace zwei Wochen später erst einmal zur Diskussion gestellt werden sollte. Und schließlich war auch die Kirchgemeinde Prohlis in jenen Wochen mit einer Reihe anderer wichtiger Dinge beschäftigt.

Möglicherweise scheiterte die Antragstellung aber auch dieses Mal an der Zielunklarheit innerhalb der Projektgruppe – in Verbindung mit all den anderen ungünstigen Faktoren – oder der Enttäuschung über die Teilnahme am OpenSpace..

## [8] Der OpenSpace

Zum eigentlichen Ablauf, den verhandelten Themen, den Gesprächsgängen und den zusammenfassenden Voten der Gruppen vergleiche man die Dokumentation zum OpenSpace (Anlage 2).

Das eindeutige Signal des OpenSpace hieß: Golife soll weitergehen. Diesen Wunsch der Mitarbeitenden und Gäste kannte der Leitungskreis bereits. Ihm ging es um das Wie. Dazu kamen aber nur einzelne zaghafte Vorschläge.

Zu wissen, WIE golife auf feste Füße gestellt werden könnte, war das Ziel des OpenSpace. Dies wurde nicht erreicht.

Selbstkritisch muß der Leitungskreis feststellen, daß er nicht vermocht hatte, den Gottesdienst-Gästen die Wichtigkeit dieser Veranstaltung für das Fortbestehen von golife zu vermitteln. Es ist uns nicht gelungen zu zeigen, daß neben den gut vorbereiteten Gottesdiensten noch ein weiterer Prozess lief. Wir haben den Gästen – und auch den meisten der ganz aktiv Mitarbeitenden – keinen Anteil gegeben an den vielfältigen Aktivitäten, die in diesem Bericht hier beschrieben werden.

Die größte Enttäuschung für den Leitungskreis war die Zahl der Teilnehmenden: 21+5. Wenn in einer freikirchlichen Gemeinde in Berlin oder in der eigenen landeskirchlichen Gemeinde in Dresden zur konzeptionellen



Mitarbeit an einem wichtigen Gemeindefest aufgerufen wird und sich daraufhin 21 meldeten, würde das allergrößte Verwunderung auslösen, denn in der Regel sind das 4 bzw. 2 Personen (die nicht gleichzeitig Angestellte oder Vorständler sind).

„Der Prozentsatz der Pioniere (2%) und der Aufgeschlossenen (18%) in einer Gemeinde ist eher gering.“ (S. 104)

Ein halbes Jahr vor dem OpenSpace haben wir uns mit der Turnhalle des St.-Benno-Gymnasiums für einen Raum entschieden, der Entfaltungsmöglichkeiten für 200 Personen ermöglicht. Das war die Besucherzahl, die wir maximal im Afrikahaus erwarteten und die dort auch erreicht wurde.

Unsere Erwartungen waren völlig überzogen. 21 Teilnehmer ist das 5 -10 fache dessen, was in einer ähnlichen Situation in den Gemeinden kommen würde, also insofern ein hervorragendes Zeichen.

## [9] Der Abschied von der „eigenen Gemeinde“

Der schmerzliche Prozess zweier gescheiterter Antrags- Versuche und die Erkenntnis, daß sich nicht selbstverständlich die Mehrheit der Gäste oder Mitarbeitenden auch verantwortlich fühlen für die Zukunft von golife läßt den Leitungskreis Abschied nehmen von der Bemühung, die Kontinuität durch eine Form eigener Gemeinde zu erreichen. Die Mehrzahl der Gäste und die Mehrzahl der Mitarbeitenden wünscht sich weiter nichts als schöne Gottesdienste der Marke golife, dies aber relativ kontinuierlich und an einem Ort, wo sie nicht jedesmal die ganze Zeit stehen müssen.

Deshalb ist die wichtigste Erkenntnis aus dem langen Prozess, daß es schlicht mit guten Gottesdiensten weitergehen muß an einem Ort, der wenigstens 300 Sitzplätze bereithält. Dadurch kann dieses Angebot ohne Gewissensbisse auch von jenen besucht werden, die schon sonst Gottesdienste besuchen. Die größere Gästezahl erfordert eine größere Zahl an Mitarbeitenden.

„Ein Drittel der Besucher sollten Mitarbeiter sein.“ (S. 100)

Diesen größeren Menschenmassen – wenn sie denn eines Tages da sind – braucht man weder eine eigene noch zuständige Territorial- Gemeinde zuordnen – sie **sind** Gemeinde.

## [10] „Nachschlag“

Ungeachtet des eben Gesagten soll in einer nächsten Staffel ein zusätzliches Angebot von Treffen im kleineren Kreis versucht werden, bei denen einerseits das Thema des letzten Gottesdienstes vertieft, andererseits ein Forum geboten werden soll, bei dem alle ihre Mitarbeit eruierten oder ihre Kritik artikulieren können.

## [11] Die Marke golife

Nach 10 Veranstaltungen ist diese Art Gottesdienst zum Warenzeichen geworden. Die Gäste können sich darauf verlassen, daß sie auch in Zukunft eine bestimmte Art der Musik, eine bestimmte Qualität der Musik, eine Moderation, ein künstlerisches Element, eine Predigt, ein Kreuzverhör, eine bestimmte Art des Gebetes und ein bestimmtes Ambiente vorfinden werden. Wo golife draufsteht, wird auch golife drin sein. Man wird seinen Freund zu einem Gottesdienst mitbringen können, ohne sich zu schämen.

Der Leitungskreis wird mit Sorgfalt und Behutsamkeit diese Marke schützen. Das heißt nicht, daß nicht eine gewisse Variation und Weiterentwicklung möglich ist.

## [12] Schlüsselstellung Musik

Musik nimmt eine Schlüsselstellung im golife ein. Deshalb war in dieser Staffel neben Manfred Höntsch (Projektleitung) auch Thomas Neumeister als der für die Musik Verantwortliche hauptberuflich tätig (beide jeweils 25%).

„Die Art der Musik bestimmt, wer kommt. Die Qualität der Musik bestimmt, wie viele kommen.“ (S. 91)

„Ihr erster hauptamtlicher Mitarbeiter ist also möglicherweise kein Prediger, sondern ein Profimusiker.“ (S. 99)

## [13] Gelungenes

Es ist uns gut gelungen,

- wieder etwa ein Viertel der Gäste aus der Zielgruppe zu erreichen (auch beim OpenSpace)
- das Know-how aus der ersten Staffel in der zweiten Staffel zu verwenden.
- Claudia als neue Person in den Leitungskreis zu integrieren
- viele Mitwirkende aus der ersten Staffel wiederzugewinnen. Dabei haben wir die deutliche Erfahrung gemacht, daß man kaum einen Korb kriegt, aber für jeden Gottesdienst wieder neu fragen muß
- die Plakatwerbung ohne kommerzielle Hilfe zu erledigen (insbesondere dank Florian)



- 20% der Gesamtkosten als Spenden und in Eigenleistung zu erbringen und somit die Kirchgemeinde schadlos zu halten

Im übrigen haben sich viele gute Erfahrungen aus der ersten Staffel bestätigt. Insofern wird auf den Bericht vom 25.06.2002 verwiesen.

## [14] Verbesserungswürdiges

Es ist uns nicht gelungen, uns so um die vielen ehrenamtlich Mitwirkenden zu kümmern wie diese es verdient hätten.

Wir hätten gern die Verantwortung für bestimmte Arbeitsbereiche (z.B. Foyer) dauerhaft abgegeben.

Es ist uns nicht gelungen, eine separate Vorbereitungsgruppe ausreichend zu integrieren.

## [15] Das Selbstverständnis der Initiativgruppe

Die Leitungsmitglieder eint – wie sich erst im Laufe der praktischen Arbeit herausgestellt hat – ein ähnliches Verständnis von Mission. Es kann am ehesten mit den Worten von Fulbert Steffensky beschrieben werden: „Mission ist die gewaltlose, ressentimentlose und absichtslose Werbung für die Schönheit eines Lebenskonzepts.“

*Diese Werbung ist ressentimentlos, indem wir ohne Bekümmern akzeptieren, dass Menschen andere Lebenswege einschlagen als die des Christentums. Für uns als Christen hat dieses Christentum eine biographische Einmaligkeit. Aber es gibt andere Wege des Geistes und andere Dialekte der Hoffnung. Mission kann man wollen, wenn man auf seine eigene Einmaligkeit verzichtet, so sehr das unseren Narzißmus kränken mag. Die Werbung ist absichtslos. Sie geschieht nicht mit der Absicht, jemanden zur eigenen Glaubensweise zu bekehren, wohl mit der Absicht, dass auch der Fremde schön finde, was wir lieben und woran wir glauben.“*

## [16] „Von Meißen bis Meißen“ – innerkirchliche Öffentlichkeitsarbeit

Die konzeptionelle Arbeit in der zweiten Staffel begann mit unserer Teilnahme am Pastorkolleg in Meißen im September 2003 und sie endet mit unserer Teilnahme an der Tagung der sächsischen Theologie Studierenden ebenfalls in Meißen im Oktober 2005. Im März 2005 haben wir die Gelegenheit wahrgenommen, unser Projekt dem Kantorenkonvent der Dresdner Kirchenbezirke vorzustellen und wir haben auch am Schwerpunktthema der Sächsischen Frühjahrssynode 2005 (Kirchenmusik) mitgewirkt (siehe hierzu auch Anlagen 3 und 4).

## [17] Ziele- Diskussion

Im Förderantrag zur zweiten Staffel waren folgende Ziele formuliert:

*Das Ziel des Projektes im Sinne überprüfbarer Zielformulierungen ist erreicht, wenn*

- 1. 3 golife- Gottesdienste stattfanden,*
- 2. der Eigenanteil im wesentlichen durch Sponsoring erbracht wurde,*
- 3. beim OpenSpace mindestens 50% der (bei den Gottesdiensten) ehrenamtlich Mitarbeitenden und 50% des Publikums der Zielgruppe zumindest zeitweise teilgenommen haben und*
- 4. die Ergebnisse des OpenSpace übersichtlich dargestellt wurden.*

1. und 4. wurde zweifelsohne erreicht.

Punkt 2 wurde ebenfalls erreicht, allerdings war und ist der Begriff Sponsoring nicht korrekt. Gemeint waren und sind Eigenleistungen und eigene Einnahmen der Mitarbeitenden im Gegensatz zu Zuwendungen der Kirchengemeinde (wie bei der ersten Staffel).

Punkt 3 wurde nicht im mindesten erreicht, siehe oben.

## [18] Fazit

1. Der Leitungskreis müsste die Initiative zu einer dritten Staffel ergreifen.
2. Es wird ein größerer Raum verwendet.
3. Die Cafeteria wird selbst betrieben.
4. Ein „Nachschlag“ wird als zusätzliches Angebot eingeführt.
5. Das meiste andere bleibt gleich: Der prinzipielle Ablauf der Gottesdienste, die Beteiligung sehr vieler Eh-



renamtlicher, Kunst im Foyer, die Förderung durch die Landeskirche, die Vorbereitung durch den Leitungskreis, die umfangreiche Werbung usw.

### [19] Ausblick: Das Rundkino

Eine Möglichkeit wäre, die dritte Staffel von golife im Rundkino durchzuführen:

1. Viele Dresdner wünschen sich eine Wiederbelebung dieses Gebäudes. (Seit dem Hochwasser 2002 wird der große Saal nicht mehr betrieben.)
2. Jeder Dresdner kennt es.
3. Die zentrale Lage ist unübertroffen.
4. Es ist mit 900 Sitzplätzen ausreichend groß. Ab einer Anzahl von 360 Besuchern würde man den Saal als angenehm gefüllt empfinden. Dann sind auch gute Wachstumschancen vorhanden.
5. Für Kunst im Foyer und für Cafeteria stehen riesige Flächen zur Verfügung.

Auslastung	Empfindung des Besuchers	Wachstumschancen
0-30%	gähnend leer	unwahrscheinlich
30-40%	störend leer	gering
40-60%	angenehm	gut möglich
60-85%	noch in Ordnung	ideal
85-100%	überfüllt	gering

(S. 97)





## Anlage 1 Auswertung der Gottesdienste

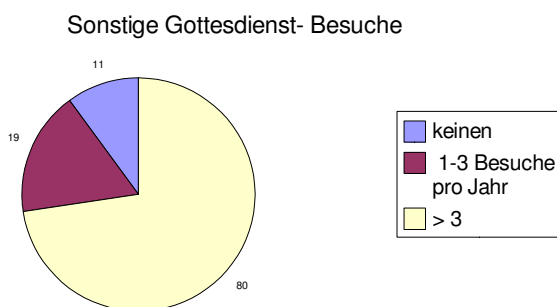
Auswertung des *golife* vom 3.4.2005  
 Vergleich zu den Gottesdiensten am 30.1. und 6.3.05  
 Vergleich zur ersten Staffel

### A. Besucherzahlen, Zusammensetzung, Mitwirkende

	Monat	Besucher lt. Pförtner	Fragebögen	% FB	Zielgruppe (ZG)	% ZG	Insider	Mitarbeitende
A	November	116	57	49%	11+14=25	44%	32	40
B	Dezember	112	30	27%	6+5=11	37%	19	46
C	Januar	122	31	25%	5+6=11	35%	20	49
D	Februar	122	84	69%	8+10=18	21%	65	42
E	März	229	88	38%	14+7=21	24%	67	40
F	April	183	90	49%	12+15=27	30%	63	46
G	Mai	161	53	33%	7+15=22	42%	31	39
						31%		
X	Januar	116	67	58%	7+13=20	30%	47	ca. 42
Y	März	163	93	57%	5+11=16	17%	77	53
Z	April	157	110	69%	11+19=30	27%	80	ca. 50
						24%		

### B. Anteil Zielgruppe

Der Rücklauf der Feedback- Zettel war mit absolut 110 oder 69% außergewöhnlich gut. Der Besucher- Anteil Zielgruppe (welche sonst höchstens 3 Gottesdienste pro Jahr besuchen) betrug 27%.



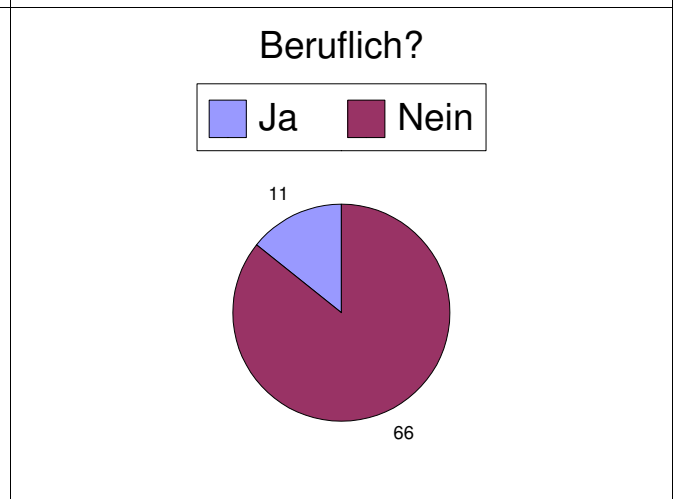
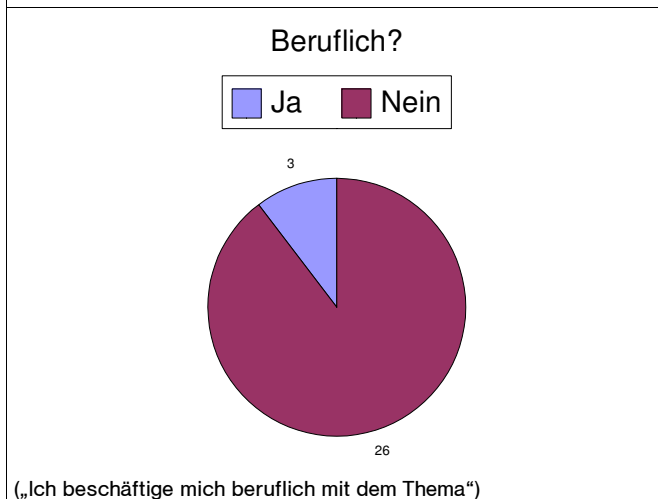
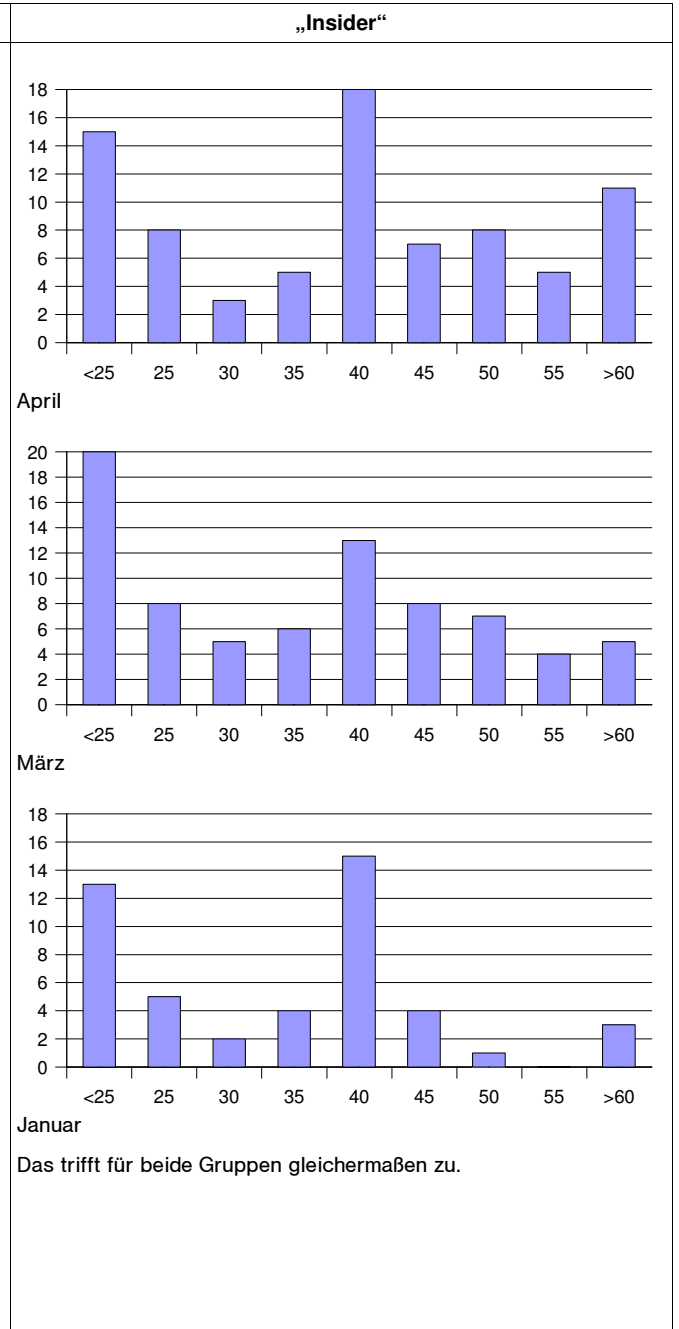
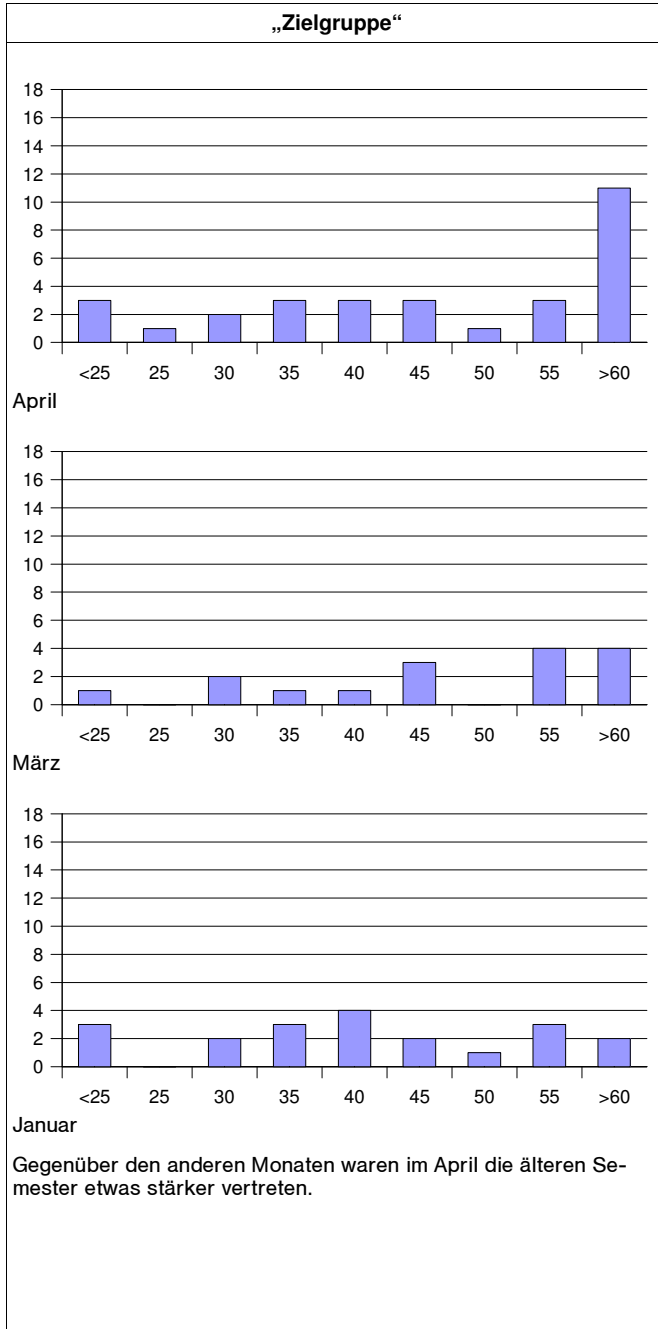
Bei der ersten Staffel lag der Durchschnitt bei 31%, bei der jetzigen zweiten „nur“ noch bei 24%. Allerdings war die Anzahl der Zettel damals im Durchschnitt geringer.

### C. Besucherverhalten, Altersverteilung, Werbewirksamkeit, Bewertungen

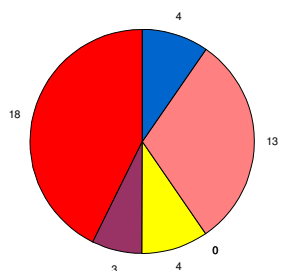
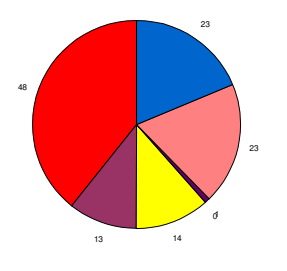
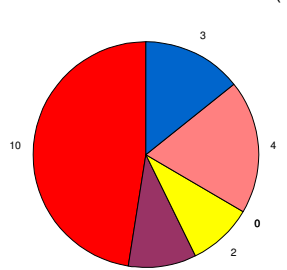
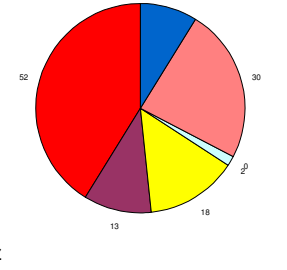
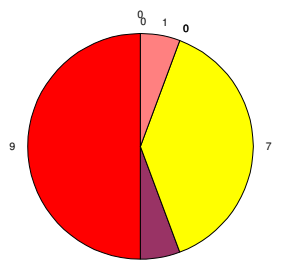
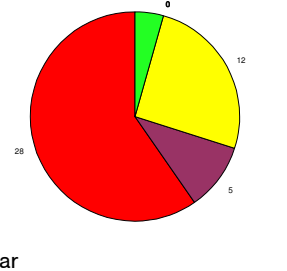


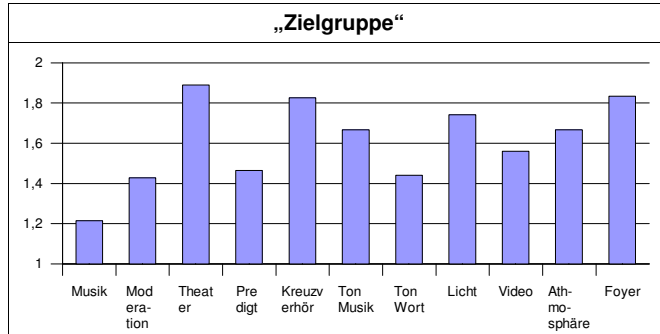
„Zielgruppe“	„Insider“																
<p style="text-align: center;"><b>Schon mal da gewesen?</b></p> <p style="text-align: center;"> <input type="checkbox"/> Ja    <input type="checkbox"/> Nein                 </p> <table border="1"> <tr><th>Antwort</th><th>Anzahl</th></tr> <tr><td>Ja</td><td>13</td></tr> <tr><td>Nein</td><td>17</td></tr> </table>	Antwort	Anzahl	Ja	13	Nein	17	<p style="text-align: center;"><b>Schon mal da gewesen?</b></p> <p style="text-align: center;"> <input type="checkbox"/> Ja    <input type="checkbox"/> Nein                 </p> <table border="1"> <tr><th>Antwort</th><th>Anzahl</th></tr> <tr><td>Ja</td><td>45</td></tr> <tr><td>Nein</td><td>35</td></tr> </table> <p>(Im Januar waren etwa 2/3 der Insider Erstbesucher, im März etwa 1/3.)</p>	Antwort	Anzahl	Ja	45	Nein	35				
Antwort	Anzahl																
Ja	13																
Nein	17																
Antwort	Anzahl																
Ja	45																
Nein	35																
<p style="text-align: center;"><b>Im Januar oder März schon da?</b></p> <p style="text-align: center;"> <input type="checkbox"/> Januar    <input type="checkbox"/> März    <input type="checkbox"/> Nein                 </p> <table border="1"> <tr><th>Kategorie</th><th>Anzahl</th></tr> <tr><td>Januar</td><td>6</td></tr> <tr><td>März</td><td>11</td></tr> <tr><td>Nein</td><td>19</td></tr> </table> <p>(Im März war die Zielgruppe nur 16 stark, so dass mehr als die Hälfte wiedergekommen sind.)</p>	Kategorie	Anzahl	Januar	6	März	11	Nein	19	<p style="text-align: center;"><b>Im Januar oder März schon da?</b></p> <p style="text-align: center;"> <input type="checkbox"/> Januar    <input type="checkbox"/> März    <input type="checkbox"/> Nein                 </p> <table border="1"> <tr><th>Kategorie</th><th>Anzahl</th></tr> <tr><td>Januar</td><td>17</td></tr> <tr><td>März</td><td>34</td></tr> <tr><td>Nein</td><td>45</td></tr> </table>	Kategorie	Anzahl	Januar	17	März	34	Nein	45
Kategorie	Anzahl																
Januar	6																
März	11																
Nein	19																
Kategorie	Anzahl																
Januar	17																
März	34																
Nein	45																
<p style="text-align: center;"><b>„Sei bei Deinem Sterben – der Tod bittet zum Tanz“</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Thema ausschlaggebend?</b></p> <p style="text-align: center;"> <input type="checkbox"/> Ja    <input type="checkbox"/> Nein                 </p> <table border="1"> <tr><th>Antwort</th><th>Anzahl</th></tr> <tr><td>Ja</td><td>10</td></tr> <tr><td>Nein</td><td>19</td></tr> </table> <p>Nur für etwa ein Drittel war das Thema ausschlaggebend für ihr Kommen.</p>	Antwort	Anzahl	Ja	10	Nein	19	<p style="text-align: center;"><b>Thema ausschlaggebend?</b></p> <p style="text-align: center;"> <input type="checkbox"/> Ja    <input type="checkbox"/> Nein                 </p> <table border="1"> <tr><th>Antwort</th><th>Anzahl</th></tr> <tr><td>Ja</td><td>25</td></tr> <tr><td>Nein</td><td>50</td></tr> </table> <p>Auch hier sind die Verhältnisse in beiden Gruppen gleich.</p>	Antwort	Anzahl	Ja	25	Nein	50				
Antwort	Anzahl																
Ja	10																
Nein	19																
Antwort	Anzahl																
Ja	25																
Nein	50																



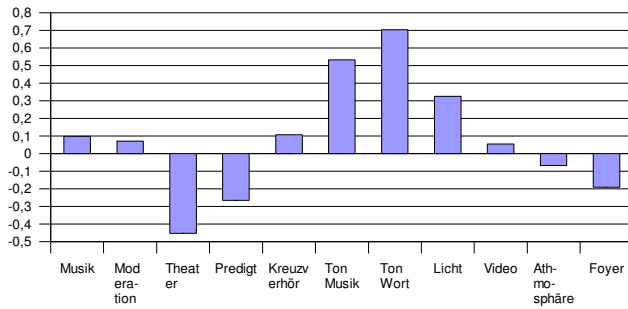




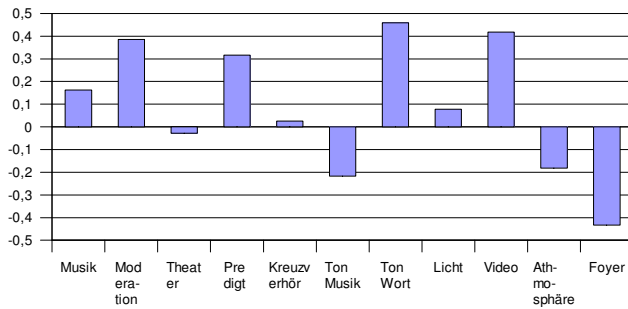
„Zielgruppe“	„Insider“																
<p>Woher erfahren? (Mehrfachnennung)</p>  <table border="1" data-bbox="558 336 829 515"> <tr><td>Freunde</td><td>Plakat</td></tr> <tr><td>Kirchennachrichten</td><td>Flyer</td></tr> <tr><td>Presse</td><td>Rundfunk</td></tr> <tr><td>Rundfunk</td><td>Fernsehen</td></tr> </table> <p>April</p>	Freunde	Plakat	Kirchennachrichten	Flyer	Presse	Rundfunk	Rundfunk	Fernsehen	<p>Woher erfahren? (Mehrfachnennung)</p>  <table border="1" data-bbox="1228 336 1500 515"> <tr><td>Freunde</td><td>Plakat</td></tr> <tr><td>Kirchennachrichten</td><td>Flyer</td></tr> <tr><td>Presse</td><td>Rundfunk</td></tr> <tr><td>Rundfunk</td><td>Fernsehen</td></tr> </table> <p>April</p>	Freunde	Plakat	Kirchennachrichten	Flyer	Presse	Rundfunk	Rundfunk	Fernsehen
Freunde	Plakat																
Kirchennachrichten	Flyer																
Presse	Rundfunk																
Rundfunk	Fernsehen																
Freunde	Plakat																
Kirchennachrichten	Flyer																
Presse	Rundfunk																
Rundfunk	Fernsehen																
<p>Woher erfahren? (Mehrfachnennung)</p>  <table border="1" data-bbox="558 672 829 851"> <tr><td>Freunde</td><td>Plakat</td></tr> <tr><td>Kirchennachrichten</td><td>Flyer</td></tr> <tr><td>Presse</td><td>Rundfunk</td></tr> <tr><td>Rundfunk</td><td>Fernsehen</td></tr> </table> <p>März</p>	Freunde	Plakat	Kirchennachrichten	Flyer	Presse	Rundfunk	Rundfunk	Fernsehen	<p>Woher erfahren? (Mehrfachnennung)</p>  <table border="1" data-bbox="1228 649 1500 828"> <tr><td>Freunde</td><td>Plakat</td></tr> <tr><td>Kirchennachrichten</td><td>Flyer</td></tr> <tr><td>Presse</td><td>Rundfunk</td></tr> <tr><td>Rundfunk</td><td>Fernsehen</td></tr> </table> <p>März</p>	Freunde	Plakat	Kirchennachrichten	Flyer	Presse	Rundfunk	Rundfunk	Fernsehen
Freunde	Plakat																
Kirchennachrichten	Flyer																
Presse	Rundfunk																
Rundfunk	Fernsehen																
Freunde	Plakat																
Kirchennachrichten	Flyer																
Presse	Rundfunk																
Rundfunk	Fernsehen																
<p>Woher zuerst erfahren?</p>  <table border="1" data-bbox="558 1030 829 1209"> <tr><td>Freunde</td><td>Plakat</td></tr> <tr><td>Kirchennachrichten</td><td>Flyer</td></tr> <tr><td>Presse</td><td>Internet</td></tr> <tr><td>Rundfunk</td><td>Fernsehen</td></tr> </table> <p>Januar</p>	Freunde	Plakat	Kirchennachrichten	Flyer	Presse	Internet	Rundfunk	Fernsehen	<p>Woher zuerst erfahren?</p>  <table border="1" data-bbox="1228 963 1500 1142"> <tr><td>Freunde</td><td>Plakat</td></tr> <tr><td>Kirchennachrichten</td><td>Flyer</td></tr> <tr><td>Presse</td><td>Internet</td></tr> <tr><td>Rundfunk</td><td>Fernsehen</td></tr> </table> <p>Januar</p> <p>(Lila sind die Kirchennachrichten/ Gemeindebriefe – Fernsehen spielt praktisch keine Rolle. „Flyer“ wird fast nur im Zusammenhang mit Zoo und Kirche Prohlis genannt.)</p>	Freunde	Plakat	Kirchennachrichten	Flyer	Presse	Internet	Rundfunk	Fernsehen
Freunde	Plakat																
Kirchennachrichten	Flyer																
Presse	Internet																
Rundfunk	Fernsehen																
Freunde	Plakat																
Kirchennachrichten	Flyer																
Presse	Internet																
Rundfunk	Fernsehen																



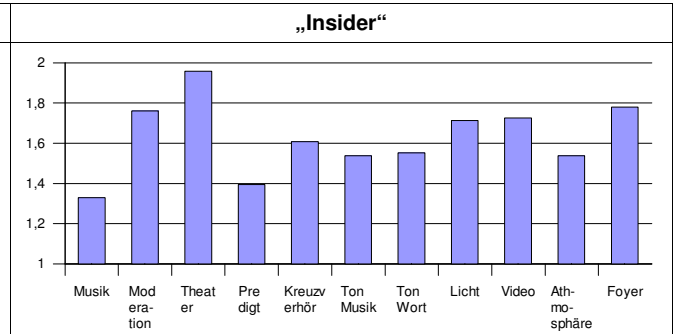
Die Bewertung vom April



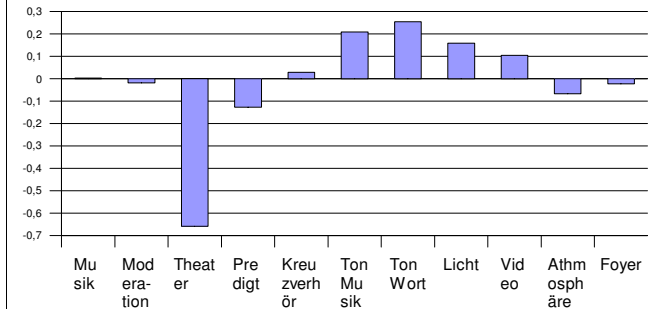
Der Unterschied zum März



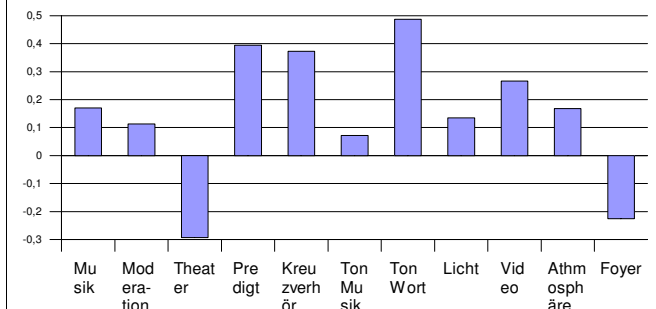
Der Vergleich zum Durchschnitt der 1. Staffel



Die Bewertung vom April



Der Unterschied zum März

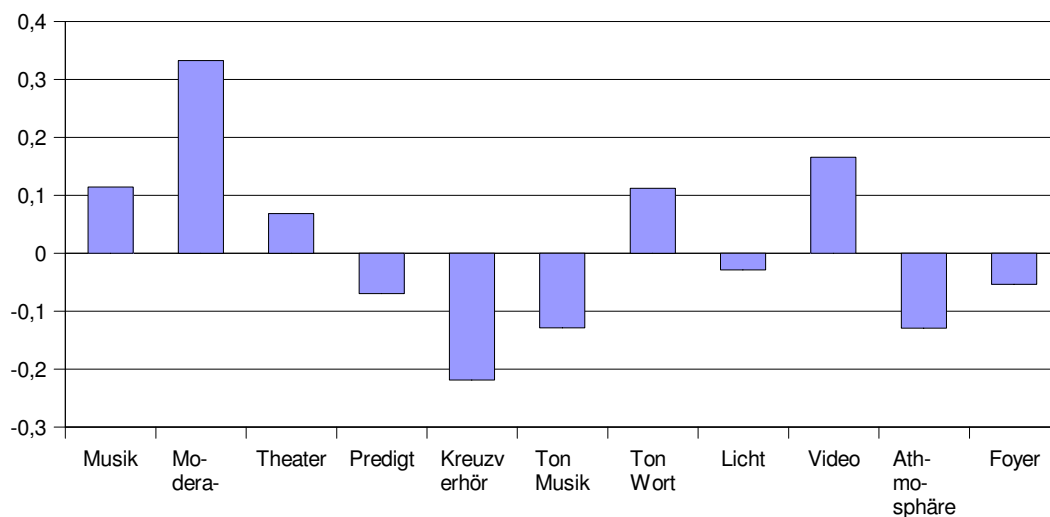


Der Vergleich zum Durchschnitt der 1. Staffel



## D. Vergleich der Bewertungen Zielgruppe/ Insider

Zum Schluss den Unterschied zwischen Zielgruppe und Insider im April (Die Zielgruppe bewertete zum Beispiel die Moderation mehr als 0,3 Punkte besser als die Insider dies taten und Ton Musik reichlich 0,1 Punkte schlechter als jene.)



## E. Sonstige Fakten

Andreas Horn hat im Kreuzverhör 14 Fragen beantwortet. Darüber hinaus gab es 3 ziemlich umfangreiche Meinungsäußerungen. (März 16 Fragen, Januar 19)

30 Personen beteiligten sich am Gebet (März 25, Januar 22).

Die Kollekte betrug 325 Euro (März 343, Januar 216).



## **Anlage 2    Dokumentation OpenSpace**

*Golife*

**Open Space**

Samstag, 30. April 2005, St. Benno-Gymnasium, Dresden

# Dokumentation

## Inhalt

### **A Protokolle der Workshops**

1. Runde: 16.15-16.45 Uhr
2. Runde: 17-17.30 Uhr
3. Runde: 17.45-18.15 Uhr
4. Runde: 18.30-19 Uhr

### **B Zusammenfassung**



## A) Protokolle der Workshops

### 1. Runde: 16.15-16.45 Uhr

#### Raum 1: *Golife*-Gemeinde – ihr Angebot sind diese Gottesdienste

Initiatorin: Karin Harpe

10 Teilnehmer/innen

Argumente gegen extra Gemeinde:

- Freikirchliche Gemeinden leben oft nicht lange
- aktive Leute aus bestehenden Gemeinden abwerben, ist nicht gut
- Was wir aus den übrigen Gemeinden? (5 alte Leute vor der Kanzel?)

Argumente dafür:

- vielen gefallen die üblichen Gottesdienste
- Hauptamtl. Mitarb. Sind überlastet, können nicht noch zusätzl. Angebote (*Golife*) organisieren

Überl., wie soll meine Gemeinde aussehen?

Gemeinde ist „zumutbar“, dass ihr regulärer Sonntagsgottesdienst (einmal monatlich) als/wie *Golife*-Gottesdienst gestaltet ist. Dann kommen evtl. auch die Gemeindeglieder und andere, die sonst keinen/kaum Gottesdienste besuchen. Das ist auch für „Hauptamtliche“ zumutbar. Die „Akteure von *Golife*“ sind auch Gemeinde.



## Raum 2: Wie kann *Golife* als Gottesdienst verschiedener „Partner“ des Kirchenbez. etabliert werden?

Initiator: Joachim Wilzki

4 Teilnehmer/innen

- Dabei gewesen: CVJM-Vertreter, Open House, Annenkirche, eher mit evangelistischem Hintergrund
- Themen der Gottesdienste müssten mit Angeboten im „kleinen“ Kreis abgesichert werden „Nachschlag – vertiefen“
- zeitlich befristete Vorhaben
- Stadtjugendpfarramt als eine mögl. Größe, Ansprechpartner ? Problem: Zielgruppe
- Gottesdienst mit klarer Profilierung beibehalten; die nicht evangelistischen Menschen am Rand ansprechen
- offen bleibt: reicht der Gottesdienst oder hat der Gottesdienst nur Sinn, wenn es weiterführende Gruppen / Angebote gibt?
- *Golife* als Impulsgeber für eine Gemeinschaft

## Raum 3: Können wir es schaffen, dass *Golife* regelmäßig stattfindet? (finanziell ...) Und besteht überhaupt genug Interesse dafür?

Initiatorin: Annemarie Neumeister

6 Teilnehmer/innen

- Art der Finanzierung?! Kirche oder soll Gemeinde von selbst entstehen (Leute, die kommen, sollen finanzieren).
- 3 hauptamtliche Stellen sind wichtig
- Landeskirche muss Interesse zeigen
- Immer so ein großer Aufwand? (Für so wenige Leute)
- Motivation
- inhaltlich zu offen, um genug Leute zu verbinden?
- Gemeinschaftsbildung wäre wichtig, um Interesse auch zu fixieren.
- Idee: *Golife* als Modell für verschiedene Gemeinden mit den Optionen „Ganz-und-gar-Buchung“ oder Beteiligung der Gemeinde ? für Geld ?! – Leute bezahlen schließlich Kirchensteuer
- *Golife* als Verein / Stiftung / mit Sponsoren?





## 2. Runde: 17-17.30 Uhr

### Raum 1: *Golife*-Gottesdienste in Kirchgemeinden? (Ich wünsche mir das)

Initiator: Reinhard John

? Teilnehmer/innen

- These: Jede Gemeinde braucht Golife als Zweitprogramm. In der Johannes-Gemeinde sind die Bedingungen dafür besser, weil 2 parallele Gottesdienste.

- Rückfrage: Geht das in Gemeinden mit einer Predigtstätte?; in Regionen: Sollte ein Angebot geben!

- oder: wechseln – Golife in jeder Gemeinde einmal anbieten.

- Gegenargument: Der Ort, die Kirche ist wichtig, weil die Kirche als Raum Identifikation schafft.

- Frage: Was ist das Ziel? Warum kommen Leute nicht zum Gottesdienst? Die Frage nach der Zielgruppe ist eine wesentliche Frage. Hat der Gottesdienst eine missionarische Funktion?

- Viele Gemeinden brauchen Golife – Wofür steht Golife?

- Golife exportieren: in Modul-Einheiten den Gemeinden anbieten – als einmaliges Ereignis – Bsp. Für gelingende Gottesdienstkommunikation.

- Die eigentliche Zielgruppe interessiert sich für die Frage, wo Golife stattfindet, gar nicht. Dies ist ein Problem der Zwischengruppe, die sowohl tradit. Gottesdienste als auch neue. Gottesdienste besuchen.  
(Horn)



es

### Raum 3: Kann *Golife* helfen? Einbinden von ehemaligen JG-Mitgliedern,

**1. die evtl. Arbeitslos sind, suchtgefährdet sind, deren Kinder Probleme haben. Gibt es solche?**

**2. Arbeitslose in Gottesdienste bringen – aber wie?**

Initiatorin: Frederike Starke

7 Teilnehmer/innen

- sozial relevante Themen in den Golife-Gottesdienst einbringen (Suchtprobleme usw.) mit anschließendem Angebot zur Beratung. Auffangen!

- Auffangen von Arbeitslosen

- Golife-Gemeinde mit Schwerpunkt-Projekten, z.B. Werkstatt für arbeitslose Männer, PC-Gestaltungen; ggf. Sponsoren suchen; Sport usw.

- Bekanntmachen von solchen Angeboten und vernetzen

- Integrieren von Randgruppen oder Gruppen unserer Gesellschaft: z.B. Aussiedler

## 3. Runde: 17.45-18.15 Uhr

### Raum 2: Wie soll das zukünftige Gebäude von *Golife* aussehen?

Initiator: Manfred Höntsch

7 Teilnehmer/innen

- abteilbarer Raum, flexibel auf Besucherzahl, variabel zu gestalten, kein sakraler Charakter
- kein bestehendes kirchliches Gebäude
- Kinder: Betreuung
- 3 Garagen + Werkstätten + Hebebühne + Räucherammer
- Raum der Stille, warmer Fußboden
- Cafe, variable Größe, 3er
- Sanitäranlagen
- schlichte Gästeräume + Duschen
- fest installierte Technik
- erreichbar mit ÖPNV, Parkplatz, viel Grün, zentral gelegen
- Gemeindefeste
- nichts besonders für Jugendliche



### Raum 3: Wie sollte man die Menschen zur aktiven Mitarbeit bringen, z.B. Musikmachen, Singen, Theater usw.?

Initiator: Michael Posegga

8 Teilnehmer/innen

- Wie kann man erreichen, dass Menschen aktiv mitmachen, selbständig werden?
- Soll Golife nur anderen etwas vormachen?
- Ehrenamtlich engagierte Menschen werden benötigt.
- Prioritäten setzen: Viele Ehrenamtliche einbeziehen oder Besucher einbeziehen. Planen, wen will man will man erreichen, was soll im Golife-Gottesdienst erreicht werden und wie fängt man es auf?
- Wieviel Frömmigkeit (z.B. Choräle, Lobpreisungen bzw. andere Lieder sollen rüberkommen?)
- prinzipielle Diskussion: Wie schafft man es, dass sich junge Leute geborgen fühlen?
- ggf. neue Texte auf moderne Musik
- Gemeindeleben – Gottesdienst lebt von dfer Beteiligung aller, z.B. gemeinsames Essen
- Spiritualität

### Raum 4: Was braucht eine *Golife*-Gemeinschaft an „bezahlten“ Mitarbeitenden?

Initiator: Joachim Wilzki

? Teilnehmer/innen

- Gesamtmanager ist unbedingt notwendig, Ehrenamtliche zu verbinden in die Funktionen einzubinden (organisatorische Fäden)
- Musik lässt sich eher mit veränderten Aufgabenbeschreibungen abdecken – zu
- die nächsten Schritte
- 1. Ergebnisse des Open Space zu einem Konzept verdichten
- 2. Prüfen, ob eine Stelle für Gesamtmanagement die Umsetzung ermöglicht und wie andere Freiräume geschaffen werden.
- Musik:
  - geänderte Stellenbeschreibung im Rahmen der jetzigen Anstellung
  - evtl. Unterstützung anfragen über Stadtjugendpfarramt Chr. Stolte
  - Verkündigung über Pfr. Horn
- 3. Geänderter Antrag an Landesjugendpfarramt



## 4. Runde: 18.30-19.00 Uhr

### Raum 1: Sollen / wollen wir *Golife* machen, wenn es scheinbar so wenigen wichtig ist?

Initiator: Thomas Neumeister

14 Teilnehmer/innen

- A. Horn: Wenige wollen es wirklich. Kontinuierlich Golife mit so wenigen ist nicht ratsam.
- Michael: Wegen der Defizite in den Gemeinden doch Golife weiterführen
- Thomas N.: Nicht von wenigen nebenbei zu leisten
- Karin: Seltener als monatlich
- Thomas E.: In drei Kirchgemeinden mit deren Mitarbeitern (aber fester Ort)
- Thomas N.: Ist das Konzept dann noch erkennbar?
- Thomas E.: Grundkonzept muss verpflichtend bleiben.
- Michael: Persönlicher zur Mitarbeit einladen
- Thomas E.: In Kirchgemeinden ist konsumieren üblich.
- Regina E.: Verpflichtung zur Mitarbeit schreckt ab.
- Thomas N.: Einzelne sind dazu gekommen.
- Karin, Michael: „Ergebnisse“ vielfältig, aber kaum messbar bei den Besucher/innen
- Thomas N.: stärkere Integration in die Gemeinde spart auch keine Arbeit.
- Andreas H.: Nicht alle möglichen Mitarbeitenden lassen sich auf das Konzept ein. Freistellung von Mitarbeitern durch ihre Gemeinde ist schwierig. Größere Zeitabstände sind problematisch.
- J. Wilzki: Die Gemeinden müssen die Ressourcenverteilung (Kerngemeinde / Veranstaltungen für Außenstehende) neu klären.
- Michael: Kirchenvorstand will überzeugt werden
- Reinhard: Wenn Golife in der bisherigen Form nicht weiter geführt wird, machen wir es in der Gemeinde.
- Michael: Golife soll nicht aufhören

### Raum 2: Welches Feedback hat das Publikum zu *Golife* gegeben?

Initiator: Manfred Höntsch

7 Teilnehmer/innen

Manfred hat Auswertung vorgestellt. Soll weiter so gut dokumentiert werden.



## B) Zusammenfassung

*Am Schluss des Open-Space-Tages haben die Teilnehmer/innen in Dreier-/Vierer-Gruppen eine Zusammenfassung mit den drei wichtigsten Punkten diskutiert. Insgesamt gab es sechs Zusammenfassungen, die nachstehend sinngemäß dokumentiert sind.*

### Gruppe 1

1. Wichtig ist, dass in der Gemeinde- und Missionsarbeit die Defizite angesprochen werden: Golife als eine Möglichkeit, dort etwas zu leisten.
2. Golife sollte fortgeführt werden.
3. Leute, die an Golife-Gottesdienste kommen, sollten aufgefangen werden. Das gehört notwendig dazu.

### Gruppe 2

1. Golife soll weiter geführt werden.
2. Die Mitarbeiterfrage ist noch nicht geklärt (Haupt-/Ehrenamtliche); hauptamtliche Mitarbeiter sind wünschenswert.
3. Etablierte Gemeinden sollen sich mit einbringen. Viel positive Resonanz, die auf innere Veränderung schließen lässt.

### Gruppe 3

1. Qualitatives Problem: Relativ wenige Leute, welche Golife am Laufen halten
2. Viele Leute haben sich engagiert, so ist eine erstaunliche Qualität möglich geworden.
3. Umbauen, Recyclen, was da ist und was man daraus machen kann.

### Gruppe 4

1. Golife soll weitergehen.
2. Einzigartiges Projekt mit einzigartiger Atmosphäre. (auch oder im speziell für die Mitarbeiter).
3. Mehr Leute für den großen Aufwand nötig.

### Gruppe 5

1. Golife soll weiter gehen
2. Es ist uns unklar, wie es weiter gehen soll
3. Wir hätten gerne einen Termin, wann wir uns wieder sehen.
4. Wir hatten Freude an den guten Gesprächen und Diskussionen

### Gruppe 6

1. Golife gehört in eine Gemeinde.
2. Daneben soll es einen „wohlwollenden Freundeskreis“ aus den umliegenden Gemeinden geben, der punktuell unterstützt.

Im **Plenum** wurde nochmals die Möglichkeit angesprochen, ob nicht ein Termin zu einer weiteren Zusammenkunft sinnvoll sei.

Dresden, 9. Mai 2005  
Hansruedi Humm



## Anlage 3 Vergleich „1. Programm“ und „2. Programm“

Wir verstehen *golife* als Zweites Programm in einer vielfältigen gottesdienstlichen Programmlandschaft. Hier eine Gegenüberstellung zum Ersten Programm, dem herkömmlichen Sonntagmorgen- Gottesdienst.

1	Ort		Stadtbekannt, Parkplatz, Haltestelle
2	Raum		Wohltemperiert, Ambiente „Kunst im Foyer“, Restaurant
3	Moderation		Zu zweit, an 5 Stellen, 11 - 16 min
4	Ablauf		zügig
5	Musik		Rockige Musik, 8-10x kein gemeinsamer Gesang
6	Theater	Üblich bei einem Teil der Christvespern, sonst sehr selten	immer
7	Predigt	Über Bibeltext	Über Thema Barhocker, Stehtisch ohne Amtskleidung
8	Vorbereitung	jede/r für sich	In 5 Schritten, 3-4 Predigt-Entwürfe mit 5köpiger Leitungsgruppe
9	Kreuzverhör	Nie	Interessantestes Element 10 min, je Frage max 60“
10	Gebete		Gäste schreiben sie auf Zettel
		<b>„Erstes Programm“</b>	<b>„Zweites Programm“ - golife</b>
11	Beleuchtung		16 Scheinwerfer + 2 Verfolger, farbig, dimm- und programmierbar
12	Video		Großbildprojektion, laufend
13	Tontechnik	Orgel	aufwändig (zig Kanäle, 7 Standmikros + 7 Funk- Mikros)
14	Evaluation	???	Fragebögen, „Interviews“, Auswertung im Lei- tungskreis, schmerzhaft
15	Mitarbeitende	3 - 4 + Chor	30 - 35 + Chor
16	Anzahl Gäste (ohne Mitar- beitende)	ca. 140 pro GD ca. 300 pro Monat	ca. 140 pro GD ca. 140 pro Monat
17	Anteil Kirchendistanzierter		17 - 44 %
18	Zielgruppe	(Trugschluß: die gesamte Gemeinde) 5% = 50+ und treue Kirchgänger	40 plusminus 15, Menschen, die sonst kaum ei- nen GD besuchen
19	Kosten	ca. 1000 Euro pro GD ca. 4.000 Euro pro Monat	ca. 4.000 Euro pro GD ca. 4.000 Euro pro Monat
20	Prägung	Prediger, Kantor und Tradition	Prediger und Leitungskreis
21	Zeitpunkt	Sonntag 10 Uhr oder 9.30 Uhr	Sonntag 20 Uhr
22	Werbung	Gemeindebrief, Tageszeitung, Internet	78 Plakate im Stadtgebiet, Flyer, alle Medien



## Anlage 4 Lebensstile und Kirchenmitgliedschaftstypen

### Mitgliedschafts- Typ

<b>A</b> religiös kirchennah	105	79	6	44	29	13	276	15%
<b>B</b> wenig religiös kirchennah	25	14	31	25	55	21	171	10%
<b>C</b> religiös kirchenfern	21	44	41	27	43	49	225	13%
<b>D</b> etwas religiös etwas kirchennah	78	127	150	115	143	139	752	42%
<b>E</b> nicht religiös kirchenfern	4	24	164	40	56	70	358	20%
	233	288	392	251	326	292	1782	
	13%	16%	22%	14%	18%	16%		

Gesamtzahl der Befragten  
 408/1782=23%  
 130/1782=7%

Lebensstil	Hochkulturell und sozial integrativ	Gesellig und nachbarschafts-bezogen	Jugendkulturell und an Lebensgenuß und Unabhängigkeit orientiert	Hochkulturell und jugendkulturell	Do-it-yourself und Nachbarschafts-kontakte	Sozial gering Integrierte und zu Hoch- und Jugendkultur Distanzierte
Lebensstil	1	2	3	4	5	6
<b>Musikgeschmack</b>	hochkulturell	Volksmusik	Rock- und Pop	Rock- und Pop	Rock- und Pop	Volksmusik
<b>Freizeitverhalten</b>	gesellig	gesellig	Kino, Tanzen, Computer, Sport		Kino, Tanzen, Computer, Sport	
<b>Altersdurchschnitt</b>	63	66	29	44	42	53
<b>Anteil Frauen</b>	66%	60%	48%	66%	45%	54%
<b>Normorientierung ( Aufgabe d. Frau in Familie und Kindererziehung)</b>	traditionell	traditionell	modern	modern	modern	traditionell
<b>Parteienpräferenz</b>	CDU	CDU+SPD	Grüne	Grüne+FDP	SPD	
<b>Einkommen und Bildung</b>	Durchschnitt	niedriger	überdurchschnittlich	überdurchschnittlich		niedrig
<b>Nachbarschaftskontakte</b>	eng		gering		eng	kaum
<b>Distanz zu</b>	Jugendkultur	Jugend- und Hochkultur	Hochkultur			allen anderen



## **Anlage 5    Presseschau**