Damit alles seine Ordnung hat.

Hier gibt's nix! zu lesen*

***Man darf nicht alles glauben, was in Überschriften steht. Hier finden Sie die wichtigsten Informationen zum Start unserer steiermarkweiten Kampagne.**

So! kann Kirche: Provozieren - Einladen und Informieren - Inhalte Vertiefen

Werbeprovokationen mit Tiefgang

Helga Rachl

Das Wissen über das Christentum im Allgemeinen und über die Evangelische Kirche im Speziellen wird immer geringer oder ist gar nicht mehr vorhanden. In modernen Gesellschaften überfordert Wertepluralismus viele Menschen, sie suchen nach Halt und Orientierung. Diese Kampagne soll über theologische Grundlagen und über unsere Kirchenstruktur Auskunft geben.

Müssen Kirchen werben, ja dürfen sie das denn überhaupt? Im Arbeitskreis für Öffentlichkeitsarbeit waren und sind wir der Meinung – ja, wir dürfen. Mehr noch: wir müssen sogar. Einer der Gründe liegt darin, dass wir „Kirchennahen“, also jene, die sich in der Kirche engagieren oder arbeiten, zunehmend nicht bemerken wollen, dass wir seit Jahren weniger werden. Wir leben unser Christsein immer im gleichen Kreis, es sind meist die gleichen Menschen, die wir beim sonntäglichen Gottesdienst treffen, aber auch diese werden weniger. Beginnen wir damit, uns selbst zu genügen?

Gottesdienste werden an hohen Feiertagen besucht, vielfach aufgrund von Gewohnheit und kindlicher Prägung. An vielen Sonntagen aber bleiben die Kirchenbänke leer, trotz großartiger Predigten, trotz des enormen Einsatzes von Haupt- und Ehrenamtlichen. „Kirche heute“ findet im Altersheim, im Krankenhaus, im Bus oder in anderen Alltagssituationen statt, meinen viele. Abgesehen von namhaften Studien zum Thema Säkularisierung und anderen Gründen, weshalb Kirchen immer mehr Mitglieder verlieren, spürt man dieses leise Dahinsiechen auch in einem ansteigenden Bedeutungsverlust der Kirchen im Leben vieler Menschen.

Mit dieser Kampagne soll diesem Trend entgegengewirkt werden. Grundvoraussetzung dafür ist, das Denken in gängigen Bahnen aufzugeben und über den eigenen Tellerrand zu schauen. Werbung setzt hier bedeutsame Akzente. Die verkürzte Kommunikationsform provoziert, irritiert und führt dadurch zu erhöhter Aufmerksamkeit. Und so haben wir eine in drei Phasen gegliederte Kampagne erarbeitet.

Wie ist die Kampagne aufgebaut?

Die Kampagne wird uns nun für sechs Monate begleiten:
Die 1. Phase „Irritation“ startet Mitte Mai.
Die 2. Phase der Information/Einladung beginnt Anfang Juli und dauert bis Mitte September.
Die 3. Phase ist die vertiefende Phase und beginnt im Herbst, dauert bis zum Reformationstag.

Es bleibt zu hoffen, dass wir alle – die haupt- und ehrenamtlich Engagierten – den frischen Wind der Kampagnenzeit nützen, um unser Selbstverständnis, evangelisch zu sein, weit in die steirische Welt hinauszutragen.
Allen Mitwirkenden auf diesem Weg sprechen wir heute schon unseren tiefen Dank aus. So! kann Kirche

DIE WICHTIGSTEN ECKDATEN ZUR KAMPAGNE

Zielgruppe

primär: kirchenferne 25 bis 45-Jährige (Mitgliedergewinnung)
sekundär: verschiedene Teilöffentlichkeiten, z.B. Mitarbeiter/innen, Lieferant/innen, Kapitalgeber, Journalist/innen, kommunale Verwaltung, Gesetzgeber (Information)

Dauer:
Phase 1: **15. Mai bis 25.Juni 2013** (6 Wochen)
Phase 2: **26. Juni bis 15. September 2013** (11 Wochen)
Phase 3: **16. September bis 31. Oktober 2013** (6,5 Wochen)

Media-Mix:
Außenwerbung
Fernsehwerbung (regional)
Printmedien
Give-Aways: Postkarten, Stickeralben, Bierdeckel, WC-Wandzeitungen
Veranstaltungen der Pfarrgemeinden zur Kampagne, z.B. Kanzeltausch, Auftakt- und Abschlussveranstaltungen
Kampagnenhomepage, Social Media (Facebook), Internetgottesdienste
Direct-Mailing via Newsletter
E-Mail-Signaturen

Weitere Infos unter www.evang.st